

## Kapitulli 1

### 1. Kuptimi i Ekonomiksit?

**Ekonomiksi** studion anën ekonomike të jetës shoqërore dhe sjelljen e agjentëve ekonomik në shoqëri dhe kushtet ekonomike të bashkëveprimit.

### 2. Kush janë agjentet ekonomik?

Agjentët ekonomik janë: **A) INDIVIDU-FAMILJA** (në rolin e zotëruesit të burimeve, ofertuesit dhe konsumatorit), **B) FIRMA** – organizata që prodhon të mira dhe shërbime, **C) QEVERIA – SHTETI** si vendimmarrës, krijues dhe mbikqyrës i lojës ekonomike etj.

### 3. Burimet-faktorët-inputet e prodhimit?

- A) PUNA,
- B) TOKA,
- C) KAPITALI,
- D) SIPËRMARRJA

### 4. Kuptimi i punës?

**Aftësia mendore-intelektuale** dhe **fizike** të njerëzve për të punuar-kryer një punë, është njëri prej inputeve-burimeve-faktorëve të prodhimit.

### 5. Kuptimi i territorit (toka)?

**Pasuria natyrore** që na rrethon e të gjitha llojeve: toka bujqësore, toka si truall ndërtimi, burimet energjetike, minerale dhe i tërë mjedisi fizik që na rrethon.

### 6. Kuptimi i kapitalit-elementet e kapitalit?

**Kapitali** – mallrat e prodhuara për prodhimin e mallrave të tjera. Elementet e mallrave janë: Pajisjet, Makinerit, Ndërtesat, Inventari (Produktet e gatshme, gjysëm produktet-produktet në proces dhe lënda e parë).

### 7. Kuptimi i Sipërmarrësit?

**Aftësia dhe talenti organizativ** i disa njerëzve për menaxhim të inputeve ekonomike si: Puna, Toka, Kapitali. Ai kërkon mundësitë zhvillimore të organizatës prodhuese-firmat si dhe merr pësupër rreziqe si dhe sjell novacione-rrisi brenda ndërmarrjes.

### 8. Konceptet e Ekonomiksit?

**Konceptet e Ekonomiksit** janë: **A) Pasuria** – përbëhet nga stoku-rrezerva e mallrave dhe shërbimeve,

**A) Mirëqenia** – kënaqësia e individit-grupit shoqëror që nxjerr nga konsumi i pasurisë. Mirëqenia ndahet në:

**1) Efiqenca** – nxjerrja e dobisë maksimale-kënaqësië maksimale nga përdorimi i inputeve ekonomike,

**2) Drejtësia** – ndarja-shpërndarja e drejtë e mallrave dhe shërbimeve mes individëve dhe grupeve të shoqërisë.



## 9. Teknologjia?

**Teknologjia** është tërësia e aftësiveit dhe njohurive shkencore në lidhje me përdorimin e faktorëve të prodhimit, ku teknologjia e avancuar rrit produktivitetin-sasin e prodhuar për një njësi të inputit.

## 10. Ligji i rradhësisë?

**Ligji i rradhësisë** shpallë se mallrat-shërbime janë të rralla-pamjaftueshëm sepse edhe burimet për prodhimin e tyre janë të pamjaftueshëm karshi nevojave të njerëzve për konsum.

## 11. Zgjedhja-Alokimi?

**Zgjedhja** – është pasojë e rradhësië, ku duhet bërë zgjedhja mes alternativave për prodhimin e mallrave dhe shërbimeve,

**Alokimi** – shpërndarja e inputeve të kufizuara mes nevojave konkurruese të pakufizuara të shoqërisë.

## 12. Alokimi-problemet kryesore-pyetjet?

**Alokimi** si problem kryesor ka disa dimensione dhe i përgjigjet këtyre pyetjeve: **A) Cfarë të prodhohet, B) Si të prodhohet, dhe C) Për kë të prodhohet.**

## 13. Pjesët e Ekonomiksit?

Ekonomiksi ka 2 pjesë:

**A) Mikro-Ekonomia** – studion sjelljen e agjentëve ekonomik, konsumatorëve, firmave të biznesit dhe qeveris, dhe

që veprimtaria e tyre lidhet me alokimin e inputeve dhe funksionimin e faktorëve të veçantë të ekonomisë. Në qendër të vëmendjes makroekonomike janë tregjet e mallrave-shërbimeve të vecanta dhe kushtet e ekuilibrit të tyre,

**B) Makro-Ekonomia** – studion sjelljet e ekonomisë kombëtare, me studimin e agregatëve ekonomik si: Produkti i Përgjithshëm, Punëzënia Totale dhe Papunësia, Niveli i Përgjithshëm i Cmimeve dhe Inflacioni, Ciklet e Biznesit dhe rritja ekonomike.

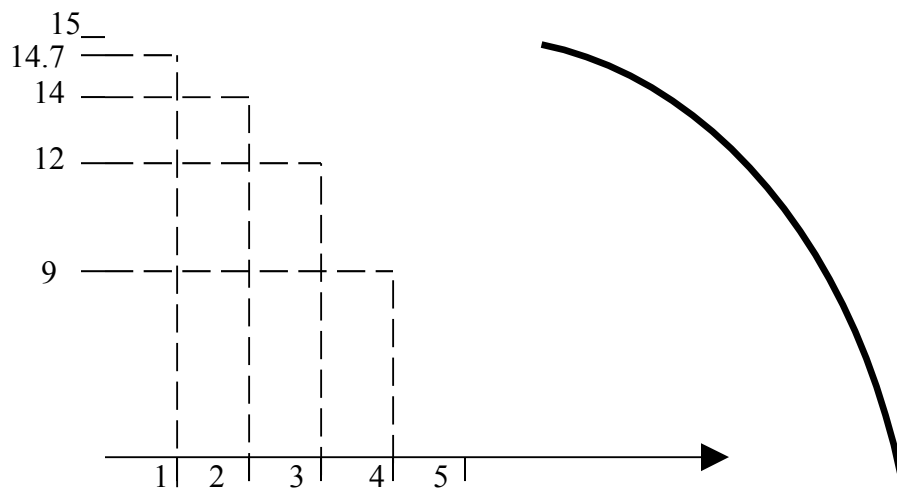
Pra nuk ka kufi të prerë mes mikro-makro-ekonomisë, por në kohët e fundit po i kushtohet vëmendja gjithnjë e më e madhe e bazave mikroekonomike të dukurive makroekonomike.

## 14. Kufiri i Mundësive të Prodhimit (KMP)?

**KMP** – shpreh kombinime të ndryshme të mallrave dhe shërbimeve që mund të prodhojë një vend gjatë një periudhe të dhënë kohore, duke përdorur të gjitha burimet në dispozicion dhe me teknikat më efikente të prodhimit.

Mundësitë	Stofra (milion ml)	Ushqime (milion tone)
A	0	15
B	1	14.7
C	2	14
Ç	3	12
D	4	9
E	5	0

Grafiku 1. Kurba e mundësive të prodhimit.



### 15. Rritja ekonomike, Produktiviteti?

**Rritja ekonomike** – është zgjerim i qëndrueshëm dhe i vazhdueshëm i mundësive të prodhimit e cila kushtëzohet me rritjen e faktorëve të prodhimit dhe përmirësimit të tyre të vazhdueshëm,

**Produktiviteti** – shpreh sasin e prodhuar të produktit për një njësi të inputeve të përdorura, ky koncept është ngusht i lidhur edhe me efiqencës si koncept më të gjerë të efiqencës ekonomike.

### 16. Llojet e Efiqencës?

Ekzistojnë disa lloje të efqencave:

**a) Efiquenca Ekonomike** – shpreh gjendjen e ekonomisë ku askush nuk arrin mirëqenien e tij pa e cënuar mirëqenien e tjetrit. Ekonomia nënkupton arritjen e efiquencës prodhuese, alokative dhe shpërndarëse.

**b) Efiquenca Prodhuese** – prodhimi i njësisive të caktuar të produktit me përdorimin e minimumit të inputeve, pra: Produktiviteti Maksimal i Mundshëm (PMM),

**c) Efiquenca alokative** – alokimi i burimeve-inputeve të mallrave aty ku kërkon shoqëria,

**d) Efiquenca në Shpërndarja** – shpërndarja e produkteve të prodhuara ku konsumatorët duke i marrë të dhënat e të ardhurave (pas pagimit të kontributit-taksave) dhe cmimet e tregut ku konsumatorët nuk do të donin të shpenzonin këto të ardhura në ndonjë mënyrë tjetër.

### 17. Shpërndarja e burimeve të mbyllura dhe të hapura?

**Ekonomia e mbyllur** – shpërndarja e inputeve dhe niveli i konsumit janë të përcaktuara tërësisht nga niveli i prodhimit. Pra; nuk mund të konsumohet më shumë sesa prodhohet-disponohet.

**Ekonomi të hapura** – lidhen njëra me tjetrën në shkëmbimin e mallrave, shërbimeve, përvojave ku një vend mund të konsumojë edhe mallra të prodhuara në vendet tjera, duke zgjeruar mundësitë e konsumit më tej mundësive të prodhit. Pra; Një vend përfiton nga importi e tjetri nga eksporti.

### 18. Kuptimi i specializimit?

**Specializimi** – përqëndrim në prodhim i vetëm një prodhukti apo disa produkteve si ps.sh:Gruri, Misri, Rrush, etj.

### 19. Kuptimi i kosotove oportune?

**Kosto Oportune** – ndryshe quhet **Kosto Alternative** – kuptohet si sakrificë e bërë – heqja dorë nga një e mirë dhe zgjedhja e një të mire të prodhuar më të vlefshme. Rrjedh nga rradhësia e burimeve dhe domosdoshmëria e zgjedhjes.

## 20. Funksioni i Ekonomiksit?

Ekonomiksi i ka dy funksione:

- a) Funksioni-Pohimi Pozitiv,
- b) Funksioini-Pohimi Normativ.

## 21. Pohimit Pozitiv-Normativ?

**Pohimi Pozitiv** – përshkruar dhe shpjegon dukurit, agjentët ekonomik që dëshirojnë të arrijë qëllimet e tyre, ku edhe ju përgjigjen pyetjeve: **CFARË ISHTE, CFARË ËSHTË dhe CFARË DO TË BËHET?** P.sh. Pohimi Pozitiv është: **Deficiti Buxhetor i Shtetit** – sjell uljen e papunësisë dhe rritjen e nivelit të inflacionit,

**Pohimi Normativ** – merr sygjerrime rreth rrugëve më eficente për arritjen e synimeve të agjentëve ekonomik. U përgjigjet pyetjeve **CFARË DO TË DUHEJ, CFARË DO TË ISHTË MIRË TË NDODHTE**. P.sh. Pohim Normativ është – **Niveli i papunësisë në Kosovë është i lartë e i cili duhet të ulet**. Pohime Normative janë të shkëputura nga vlerësimet morale të synimeve që duam të arrijmë, por ato qëndrojnë në bazë të rekomandimeve politike.

## 22. Metoda e Studimit ekonomik?

Ekonomia studiohet sipas dy metodave kryesore:

**A) NDUKSIONI** – fillon me mbledhjen, përpunimin e më pas analizimin e të dhënave ekonomike dhe vazhdon me zbulimi e lidhjeve të variablat e studiuara dhe të nxirret një përfundim-konkluzion-hipotezë të caktuar. Pra cdo informat e marrë ndahet dhe studiohet e detajizuar.

**B) DEDUKSIONI** – është verifikimi empirik i përfundimeve të nxjerra e cila shërbehet me teoremën **APRIORISTIKE**, e cila duket e arsyeshme e bazuar në ide të natyrshme dhe nuk janë rrjedh drejtpërdrejtë nga evidencat statistikore, e kjo teorem demonstron logjikisht në kontekstin e një modeli ekonomik si një paraqitja të thjeshtëzuar të realitetit ekonomik të ndërtuar mbi supozime-konkluzioneve. Pra, prej informatave analitike bashkohen që të formohet kjo metodë.-**Deduksioni**.

## 23. Ekonomia shkencë empirike apo ekzakste?

**Ekonomia** si shkencë shoqërore është **empirike e jo ekzakste**, ku ligjet ekonomike janë ligje mesatare dhe nuk shprehin raportin ekzakt, ku më së miri e shpjegon sjelljen e grupeve shoqërore sesa të individëve, ku kjo shkencë gjen rregullsi dhe kur ka diferencat e mëdha në sjelljet e individëve.

## 24. Metoda tjera ekonomike-grafike?

Metodat ekonomike-grafike janë:

- A) **Grafiku mes dy faktorëve-inputeve,**
- B) **Grafiku i serive kohore,**
- C) **Grafiku i shpërndarë,**
- D) **Metoda statistikore.**

## 25. Çka është Ekonometria?

**Ekonometria** – është nevoja gjithnjë më e madhe e përdorimit të metodave statistikore për formulimin e një teorie ekonomike dhe verifikimin e saj. **Ekonometria** ndër të tjera merret me studimin e drejtimit-menaxhimit dhe të forcës së lidhjeve të variablave ekonomik.

## Kapitulli 2

### 1. Kush e përcakton çmimin, sasin e tregut?

Çmimin dhe Sasin e tregut e përcakton ballafaqimi në treg i blerësve dhe i shitësve të produkteve të prodhuara.

### 2. Pse duhet njohur kërkesën dhe ofertën?

Për të kuptuar:

- A) Si arrihet gjendja e ekuilibrit të tregut në kushtet e përgjithshme të tij,
- B) Ndryshimin e çmimit në periudhat e ndryshme kohore,
- C) Pse çmimet e fiksuara me ligj ndikojnë në sasin dhe cilësin e mallrave që këmbehen,
- D) Si bëhet racionimi i inputeve të pamjaftueshme nëpërmjet sistemit të çmimeve në një treg konkurrencial.

### 3. Për një ekonomist-joekonomist cka paraqet kërkesa?

**Për një ekonomist** – Kërkesa paraqet sasin e një produkti që konsumatori-blerësi është njëkohësisht i gatshëm dhe në gjendje të blejë më çmime të ndryshme të mundshme, gjatë një periudhe kohore,

**Për një jo-ekonomist** – termi **kërkesë** i regjohet thjeshtë një sasi të caktuar produkti.

### 4. Dallimi në mes nevojave dhe kërkesës?

Që një blerës të ketë kërkesë për produkt nuk është e mjaftueshme të ketë vetëm nevojë për të, por edhe të jetë në gjendje ta e blejë atë produkt,

### 5. Çka paraqet ligji i kërkesës?

**Ligji i Kërkesës** – Kur çmimet e produkteve ulen, sasia që blerësit janë të gatshëm të blejnë rritet, dhe kur çmimet rriten sasia e kërkuar pakësohet, me kusht që faktorët tjerë të mbeten të pandryshuar. Ky ligj rrjedh nga parimet e zgjedhjes racionale. Një rritje e çmimit nuk bënë që konsumatori të ketë më pak nevojë për të (mallra-shërbime). Kjo e ul sasin e kërkuar, por jo edhe sasin që konsumatori ka nevojë për të.

### 6. Çka paraqet kurba-lakorja e kërkesës?

**Kurba-Lakorja e Kërkesës** – është paraqitja grafike e niveleve të kërkesës ku çmimet janë në përpjestim të zhdrejtë me sasin. Pra; Kur çmimi ulet (P-), sasia rritet (Q+), dhe e kundërta.

### 7. Pse vetëm faktori “Çmim” merret në konsiderat, ndërsa të tjerët lihen apo supozohen si konstante?

Merret në konsiderat vetëm **faktori çmim** për arsye se është bruim kryesor i informimit rreth pamjaftueshmërisë relative të burimeve, ndryshimin e nevojave dhe të tjera dukuri të ekonomisë së tregut.

### 8. Cilat janë faktorët tjerë që ndikojnë në kërkesës?

**Faktorët tjerë** janë: A) Të ardhurat e konsumatorëve,  
B) Çmimet e mallrave plotësues dhe zëvendësues,  
C) Pritjet e konsumatorëve për të ardhurat dhe çmimet,  
D) Numri i konsumatorëve,  
E) Shitjet dhe preferencat e konsumatorëve.

### 9. Analizoni faktorët e kërkesës?

**A) Të ardhurat e konsumatorëve** – janë faktorë përcaktues që jogjithmonë bënë që konsumatorët të blejnë më shumë produktet, por ndodh që edhe të kursejnë. Ekzistojnë dy lloje të mirash: **1) Të Mira Normale** – kërkesa ndryshon njëjtë me të ardhurat, dhe **2) Të Mira Inferiore** – kërkesa ndryshon në drejtim të kundërt me të ardhurat. Pra; Mallrat me cilësi të lartë janë të mira normale, ndërsa Mallrat me cilësi më ulët janë të mira inferiore.

**B) Çmimet e mallrave plotësues dhe zëvendësues** – janë faktorë alternativ-oportun mes të mirave të ndryshme-shërbimeve. P.sh. Gruri-Misri (zëvendësues), dhe Karburanti-Automobili (plotësues). Pra;

Ndryshimi në çmimin e një malli ndikon në përpjestim të drejtë të kërkesës për **zëvendësuesin** e atij malli. Ndryshimi në çmimin e një malli ndikon në përpjestim të zhdrejtë të kërkesës për **potësimin** e atij malli.

**C) Pritjet e konsumatorëve** – janë parashikimet për të ardhmen, për ndryshimin në të ardhurat, çmimet e mallrave që konsumojnë. Kjo rrit kërkesën për të mirat normale dhe ul kërkesën për të mirat inferiore.

**D) Numri i konsumatorëve** – është njëri prej faktorëve përcaktues ku kërkesa së bashku me ofertën e tregut janë përcaktuese të çmimit relativ të produkteve. Pra Kërkesa e tregut – paraqitet si shuma e kërkesave individuale të konsumatorëve. Përsëmbull një person është i gatshëm të blejë 15 njësi nga X malli me çmim prej 20euro. Ndërsa personi tjetër është i gatshëm të blejë 10 njësi nga malli X me të njëjtin çmim, pra duke supozuar se këta dy persona formojnë tregun këtu kurba e kërkesës së tregut pasqyro faktin se së bashku ata do të blejnë 25njësi me çmim 20euro. Përveq kësaj edhe ndryshimet në shpërndarjen e popullsisë sipas grupmohave, gjinisë apo nga pikëpamja territoriale mund të shkaktojëndryshimin e kërkesës për produkte të veçanta.

**E) Shijet dhe Preferencat** – ndikohen ngapërmirësimet e cilësisë së produktit, reklamave të suksesshme apo të tjera faktor që bëjnë përzgjedhjen e produkteve që konsumatorët parashohin dobin që dëshirojnë ta e nxjerrin nga konsumi i produkteve të ndryshme. P.sh. vlerësimi i shijeve të tij për vajtjen në një ndeshje sportive dhe çmimin që është i gatshëm ta e paguaj do të varet nga preferencat e tij për sportin ose futbollin ose ndonjë sport tjetër. Ai për të shikuar futboll duhet të paguaj 5euro për bilet ndërsa për basketboll 1euro, pra ai e zgjedh futbollin për arsye se e preferon më shumë këtë sport.

### 10. Çka përfaqëson “Oferta”

Oferta përfaqëson sasin e një produkti që shitësit janë njëkohësisht të gatshëm dhe në gjendje të ofrojnë për shitje me çmime të ndryshme, gjatë një periudhe të caktuar kohore, kur faktorët e tjerë janë konstant.

### 11. Çka paraqet “Ligji i Ofertës”?

**Ligji i Ofertës** – thotë se shitësit do të ofrojnë një sasi më të madhe për shitje kur çmimet rriten dhe do të ofrojnë sasin më të vogël të produkteve atëherë kur çmimet ulen.

### 12. Nga buron “Ligji i Ofertës”?

**Ligji i ofertës** buron nga parimet e zgjedhjes racionale ku përfitimi shtesë që merret nga ofrimi i një njësie produkti është çmimi i prituri i tij. Këtu prodhuesi është i gatshëm të ofrojë një njësi shtesë vetëm kur çmimi i saj është më i lartë ose të paktën i barabartë me koston shtesë. Pra; çmimi dhe kostoja shtesë lidhën në të njëjtën mënyrë si çmimi dhe kënaqësia shtesë në rastin e kërkesës.

### 13. Çka është “Kostoja Marxhinale-Kostoja Shtesë”?

**Kostoja shtesë** – rritet kur rritet sasia e prodhuar, pra dikton nevojën për rritjen e çmimeve më të larta për produktet e tyre në mënyrë që të mbulojnë kostot shtesë më të larta që ka patur prodhuesi.

### 14. Cilët faktorë ndikojnë në Ofertë?

**Faktorët kryesor** që ndikojnë në ofertë janë:

- A) **Çmimet e faktorëve të prodhimit,**
- B) **Teknologjia e përdorur,**
- C) **Çmimet e mallrave të lidhur,**
- Ç) **Pritjet e konsumatorëve,**
- D) **Numri i ofruesve.**

### 15. Analizoni faktorët që ndikojnë në Ofertë?

A) **Çmimet e faktorëve të prodhimit** – janë faktorë përcaktues që ndikon në koston e produktit. Pra; një rritje në çmimin e burimeve rrit koston-shpenzimet e produkteve dhe në kushtet e çmimit të ofruar në tregun e produktit e ul ofertën, dhe e kundërta e sajnjë ulja në çmimin e burimeve ul kostot-shpenzimet e produkteve dhe në kushtet e çmimit të dhënë në tregun e produktit rrit ofertën.

B) **Teknologjia** – nënkupton aftësia dhe njohuria shkencore që përdorut për të prodhuar në mënyrë efëçente-me nje kosto më të ulët, dhe me këtë çon në një rritje të ofertës.

C) **Çmimet e mallrave të lidhur** – këtu duhet bërë analiza dhe krahasimi i alternativave të mundshme për marrjen e vendimeve. P.sh. Bujqit duhet të zgjedhin se çfarë (grurë apo misër) dhe prodhuesit e televizorëve do të duhet të bëjnë zgjedhje se çfarë do të duhej të prodhonin (TV me ngjyra apo bardh e zi). Pra si bujku si prodhuesi i TV-ve mund të bëjnë prodhimin e të dy produkteve por profiti apo kapaciteti prodhues që do ta kenë do të jetë i kufizuar, pra do të prodhojnë më pak. Pra mosprodhimi i grurit apo televizorëve bardh e zi rrit koston oportune

të prodhimit të misrit apo televizorëve me ngjyrë. Rritja e kostos oportune do të shoqërohet me uljen e ofertës së njërit produkt ndaj produktit tjetër dhe e kundërta.

Ç) **Pritjet** e konsumatorëve – është parashiqimi i asaj se çka do të ndodhë në të ardhme në mënyrë që ti marrin vendimet e tyre për ofertën e produkteve. P.sh. një prodhues i këpucëve pret që kërkesa për këpucë të rritet në të ardhem, ai do të ulë shtjën aktuale të këpucëve ose do të krijoj rezervë të këpucëve në mënyrë që të shesë më shumë kur çmimi të jetë rritur. Një kosto oportune më e lartë e ul ofertën. Pra; kur pritet që çmimet të rriten oferta aktuale do të synojë të ulët dhe kur çmimet priten të ulen oferta aktuale synon të rritet.

D) **Numri** i konsumatorëve – është kalimi nga ofertaindividuale në ofertën e tregut, pra shuma e ofertave individuale në një kohë të dhënë bëhet **numri i ofertave**. Një rritje e numrit të ofertave do të thotë rritja e sasisë së produkteve të ofruara për shitje për çdo çmim, dhe me këtë rast krijohet edhe konkurrenca ofertuese. Pra; rritja e numrit të ofruesve rrit ofertën e tregut, dhe ulja e numrit të ofertuesve e ul ofertën e tregut dhe krijon monopolizimin e tregut.

### 16. Çka janë Përfitime shtesë dhe Kosto shtesë?

**Përfitime shtesë** – janë kur oferta dhe kërkesa synon të marrë më shumë nga përfitimet e tregut, **Kosto shtesë** – kur oferta dhe kërkesa mundohet të ketë më pak humbje gjatë investimeve në treg.

### 17. Cila është rruga e vetme që të pajtohen oferta dhe kërkesa në treg?

Rruga e vetme që oferta dhe kërkesa në treg të pajtohen janë **Ekulibri i ofertës-kërkesës në treg**.

### 18. Çka paraqet Ekulibri i Tregut?

**Ekulibri i Tregut** – paraqetgjendjen e tillë që blerësit dhe shitësit nuk kanë arsye të ndryshojnë sjelljen e tyre për arsye veprojnë në treg shumë blerës dhe shitës në mënyrë të pavarur dhe asnjëri prej tyre as blerësi apo shitësi individual nuk ka mundësi të ndikojë te çmimi i tregut. Pra këtu nuk ka as kërkesë të tepërt e as ofertë të tepërt. Sasia dhe kërkesa janë të barabarta dhe kësaj situatë më së miri i përgjigjet një çmim tregu i cili quhet **çmimi i ekuilibrit?**

### 19. Çka paraqet çmimi i ekuilibrit?

**Çmimi i ekuilibrit** – paraqet çmimin për të cilin sasia e kërkuar dhe e ofruar janë të barabarta. Pra është një kompromis midis interesave të shitësve dhe blerëve.

### 20. Çka paraqet “Mungesa”?

**Mungesa** – është niveli i çmimeve më të ulët se çmimi i ekuilibrit dhe sasia e kërkuar e tejkalon sasin e ofruar që bënë presion për rritjen e çmimit.

### 21. Cili është dallimi mes Mungesës dhe Pamjaftueshmërisë?

**Mungesa** – është situatë tregu në të cilën sasia e kërkuar tejkalon sasin e ofruar e që mund të eliminohet duke u rritur çmimet etregut deri në nivelet e ekuilibrit të çmimeve të tregut.

**Pamjaftueshmëria** - pasqyron faktin se inputet janë të kufizuara dhe nevojat janë të pakufizuara.

### 22. Sa janë të nevojshme Investimet Private?

**Investimet Private** – janë mjaft të nevojshme dhe si rezultat i zaji bënë gjallërimin e pjesëmarrjes së fuqishme të kapitalit të huaj të kombinuar me atë vendor, pra edhe arrin në nivele të qilla që të thith gjithë popullsinë e aftë për punë, ku edhe niveli i të ardhurave për frymë-banorë do të shumëfishohet.

### 23. Kur fitohet ekulibri i ri?

**Ekulibri i Ri** – fitohet kur kërkesa dhe oferta rriten këtu do të fitohet Ekulibri i ri rritës dhe kur oferta dhe kërkesa ulen do të krijohet Ekulibri i ri zvogëlues.

### 24. Si bëhet racionimi i burimeve të pamjaftueshme?

**Burimet e pamjaftueshme** të të mirave racionohen midis përdoruesve të tyre dhe kjo nuk bëhet as me planifikim qëndror e as nga ndonjë komision apo zyrë e posaçme, por mekanizmi që koordinon vendimet e shitësve dhe blerësve është tregu duke u dhënë përgjigje tre pyetjeve bazë: **1)Për kë të prodhohet, 2) Si të prodhohet dhe 3) Çfarë të prodhohet.**

**1) Për kë të prodhohet** – vendoset *pjesërisht* nga aftësia për të paguar. Kush i ka paratë e nevojshme bëhet zotërues i një të mire, kush nuk i ka paratë ose kush i ka por i përdor për qëllime të tjera, nuk e merr të mirën në fjalë. Pra zotërimi i të mirave bëhet nga ata që plotësimin e nevojave të tyre e mbështesin me para.

**2) Si të prodhohet** – zgjidhet *pjesërisht* në mënyrë të ngjajshme me të parën, sepse çmimi më i lartë i të mirës bën që prodhuesit të harxhojnë më shumë për të siguruar teknologji të përparuar dhe për kushte sa më efikente.

**3) Çfarë të prodhohet** – zgjidhet *pjesërisht* në mënyrë të ngjajshme, sepse ku rritja çmimit të një të mire shërben si shkak për një ofertë më të madhe të saj dhe është një sinjal që nxit kalimin e burimeve për prodhimin e kësaj të mire, dhe nga shumë faktorë e ndër të tjerë nga karakteristikat si gjinia, mosha etj,

Pra; në të trija përgjigjet e mësipërme ekziston termi **“Pjerësisht”** pasi që tregu i një të mire të caktuar nuk është një treg i izoluar, **një ishull i mbyllur në vete**, por është i lidhur me tregjet e të mirave të tjera plotësuese ose zëvendësuese të së mirës në fjalë si dhe me tregjet e faktorëve që përdoren për prodhimin e kësaj të mire.

## **25. Si bëhet përcaktimi i çmimit në ekonominë e tregut?**

Problemi i përcaktimit të çmimit realizohet në një bashkësi tregjesh të ndërvarura dhe nuk paraqet vetëm “ekuilibrin” e pjesshëm të një tregu të vetëm sikurse është rasti tek ekonomitë e mbyllura.

## **26. Çka është “Dis-Ekuilibri”?**

**Dis-Ekuilibri** – është gjendja e tregut ku mund të ekzistojnë tepricat ose mungesat e mallrave-shërbimeve të ofruar apo të kërkuara në të cilën shitësit dhe blerësit bëjnë presion njëri në tjetrin për uljen ose ngritjen ose ngritjen e çmimit, pra për aq kohë sa ekziston ky presion për aq kohë i duhet tregut për të arritur gjendjen ekuilibruese ekziston gjendja e kundërt e quajtur **“Dis-Ekuilibër”**. Pra ekziston gjendja e **Dis-Ekuilibrit** kur sasia e kërkuar nuk është në përputhje me sasinë e ofruar, gjegjësisht nuk është e barabartë.

## **27. Çka është Teoria e Kërkimit?**

**Teoria e Kërkimit** – është teoria e re që merret me analizimin e **Dis-Ekuilibrit**, ku në themel të kësaj teorie qëndron informacioni jo i plotë që ka në bazë paaftësinë e agjendëve ekonomikë për të parashkuar saktë prodhimin e të mirave nga njëra anë dhe kërkesën për këto të mira nga ana tjetër. Pra informacionet jo të plota bëjnë që subjektet ekonomike të perfeksionojnë parashikimin për çmimet dhe sasinë për të cilat tregu shkon në ekuilibër.

## **28. Çka është Ankandi?**

**Ankandi** – është njëra prej metodave mjaft të mira për zbulimin e çmimit apo ekuilibrit të tregutku barazohet kërkesa totale me ofertën totale, por pjesa më e madhe e tregjeve nuk funksionojnë si ankandet, gjë gjë ndikojnë faktorë të ndryshëm për mosplotësimin e kushteve të konkurrencës së plotë

## **29. Kush ndikon në vazhdimin e Dis-Ekuilibrit të tregut?**

Në zgjatjen e disekuilibrit përveq informacioneve jo të plota për tregun ndikojnë edhe faktorë të ndryshëm si:

- a) **Imponimi i qeverisë** – mund të jetë në: 1) **Natyrën e mekanizmit konkurrencial (sistemin fiskal)**, dhe
- 2) **Jashtë natyrës konkurrenciale (jashtë sistemit fiskal)**, siç është rasti i **çmimeve tavan dhe çmimeve dysheme**,
- b) **Mos-Realizimi i planeve të prodhimit**,
- c) **Gjendja e një ekuilibri të paqëndrueshëm**.

## **30. Çka është çmimi tavan(maksimal) dhe çmimi dysheme (minimal) ?**

Për të kuptuar çmimin tavan do ta illsutrojmë me shembullin e tregut të benzinës. Supozojmë sepër arsye të caktuara qeveria vendos një **çmim tavan-maksimal** prej 1euro/litër. Për çmimin maksimal-tavan kërkesa nuk përputhet me ofertën. Konsumatorët kërkojnë më shumë benzinë, por bezina për të plotësuar kërkesën **“e tepërt”** nuk ka. Pra zgjidhja e vetme më e mirë është racionimi i konsumit me anë të sistemit të **triskësimit**. Funkcioni i triskave është që të kufizojnë kërkesën. Pra zhvendosja e kurbës nga një vend në tjetrën.

Për ta kuptuar rasinë e çmimeve dysheme-minimale duhet që të illsutrojmë me shembullin e pagave minimale. **Supozojmë se paga minimale** fiksohet me ligj. Ku ekziston edhe ekuilibri i detyruar. Me këtë pagë minimale do të zvogëlohet numri i punëtorëve, dhe me këtë rast dëmtohen pikërisht ata që duhet ndihmuar. Mbi këtë bazë shumë ekonomist janë shprehur kundër përcaktimit me ligj të pagës minimale, e sidomos ata ekonomistë liberal.



## Kapitulli 3

### 1. Çka dëshirojnë të dinë konsumatorët dhe ofertuesit?

Konsumatorët dhe Ofertuesit dëshirojnë të dinë se si ndryshon kërkesa dhe oferta kur ndryshojnë faktorët përcaktues të tyre por edhe sesa është masa e këtij ndryshimi. P.sh. Firmat dhe Qeveria janë të interesuara për të patur sukses për veprimtarin e tyre të kenë njohuri mbi konceptin e elasticitetit. Firmat dëshirojnë të dinë se çfarë ndikimi ka ndryshimi i çmimit të një të mire në sasinë e kërkuar të saj në mënyrë që të marrin vendimet ekonomike në përputhje me synimet e tyre. Ndërsa qeveria kërkon të dijë se çfarë efekti do të ketë rritja ose ulja e një takse të aplikuar ndaj një të mire ose shërbimi, në sasinë dhe çmimin e ekuilibrit dhe në çfarë do të ndodhë me totalin e të ardhurave që sigurohet nga kjo taksë kur niveli i saj ndryshon.

### 2. Çka shpreh Elasticiteti?

Elasticiteti shpreh shkallën e reagimit të mirës, të ardhurave të konsumatorit, ç xubjekteve ekonomike (prodhuesit dhe konsumatorët) ndaj ndryshimit të kushteve ekonomike të tregut (ndryshimit të çmimit të së mirës, të ardhurave të konsumatorit, çmimit të të mirave plotësuese apo zëvendësuese, kostot e prodhimit etj.)

### 3. Kur është kërkesa elastike e kur joelastike?

Kërkesa është elastike kur konsumatorët janë shumë të ndjeshëm ndaj ndryshimit të çmimit të produktit, dhe JoElastike kur konsumatorët nuk janë edhe aq të ndjeshëm ndaj ndryshimit të çmimeve.

### 4. Si matet elasticiteti?

Elasticiteti është shkalla e reagueshmërisë së konsumatorit, i cili matet në përqindje.

### 5. Si llogaritet përqindja e ndryshimit të sasisë së kërkuar?

Përqindja e ndryshimit të sasisë së kërkuar llogaritet duke pjesëtuar diferencën e sasive të kërkuara ( $q_2 - q_1$ ) me mesataren e dysasive

$$\% \Delta Q = \frac{(q_2 - q_1) * 100}{(q_2 + q_1) / 2}$$

### 6. Si llogaritet përqindja e ndryshimit të sasisë së kërkuar me rritjen e çmimit?

$$\% \Delta Q = \frac{(q_2 - q_1) * 100}{q_2}$$

### 7. Si llogaritet përqindja e ndryshimit të sasisë së kërkuar me rritjen e çmimit?

$$\% \Delta Q = \frac{(q_2 - q_1) * 100}{q_1}$$

### 8. Çka është elasticiteti i kërkesës lidhur me çmimin ?

$$\% \Delta P = \frac{(p_2 - p_1) * 100}{(p_2 + p_1) / 2}$$

### 9. Sa lloje të elasticiteteve ekzistojnë?

Ekzistojnë dy lloje të elasticiteteve:

A) Elasticiteti zonal i kërkesës:

$$E_d = \frac{(q_2 - q_1)}{(q_2 + q_1) / 2} : \frac{(p_2 - p_1)}{(p_2 + p_1) / 2}$$

B) Elasticiteti pikësor i kërkesës:  $E_d = \frac{\Delta q}{\Delta p} \cdot \frac{p}{q}$

### 10. Çka është koeficienti i elasticitetit?

Koeficienti i kërkesës është vlera që merret nga zbatimi i formulës së llogaritjes së elasticitetit.

### 11. Çka përfaqëson pjerrësia?

Pjerrësia përfaqëson koeficientin e ndryshimit absolut në sasi dhe në çmim mes dy pikave të lakores lineare dhe është konstante përgjatë gjithë kurbës, elasticiteti përfaqëson koeficientin e ndryshimit në përqindje të sasisë në lidhje me ndryshimin në përqindje të çmimit dhe është i ndryshën nëpika të ndryshme të lakores.

### **12. Cilat janë dy raste ekstreme të kurbës së kërkesës?**

Dy rastet ekstreme janë kur kurba e kërkesës është plotësisht elastike nënkuptohet kur çmimi rritet qoftë edhe pak mbi nivelin e ekuilibrit, sasia e kërkuar bie në zero, dhe koeficienti i elasticitetit të kërkesës është infinit ( $e=\infty$ ). Në këtë rast nuk do të shitej asgjë nëse do të tentohetj të vendoset një çmim më i lartë se ai i tregut. Ndërsa rasti tjetër ekstrem kemi atëherë kur kërkesa është plotësisht elastike dhe kurba është vertikale që tregon se sasi e kërkuar nuk ndryshon me ndryshimin e çmimit. Domethënë koeficienti i elasticitetit të kërkesës është zero ( $e=0$ ).

### **13. Çka kuptojmë me konceptin e elasticitetit të kërkesës lidhur me çmimin?**

Koncepti i elasticitetit lidhur me çmimin u tregon prodhuesve se çfarë do të ndodhë me të ardhurat e tyre totale nëqoftëse ndryshojnë çmimet e shitjes së produkteve (pra; të ardhurat totale janë të barabarta me produktin e sasisë me çmimin ( $Q \cdot P$ )).

### **14. Cilat janë faktorë të tjerë që përcaktojnë elasticitetin e kërkesës lidhur me çmimin?**

Faktorët që përcaktojnë elasticitetin e kërkesës lidhur me çmimin janë:

- ekzistenca e të mirave zëvendësuese,
- përcaktimi i të mirave,
- efekti i të ardhurave,
- faktori kohë,
- të mirat e domosdoshme dhe të luksit.

### **15. Çka është ekzistenca e të mirave zëvendësuese?**

Kur ekzistojnë alternativat zëvendësuese dhe për to rritet shumë çmimi i ndonjëres prej tyre do të ketë reagim të madh. Nëse rritet çmimi i biletës për autobus atëherë shiqohet mundësia e zëvendësimit në transportin hekurudhor, duke pakësuar gradualisht kërkesën për transport automobilistik.

### **16. Çka është përcaktimi i të mirës?**

Kur përcaktimi është më i përgjithshëm zëvendësuesit do të jenë më të pakët dhe kërkesa do të jetë më elastike. P.sh. kërkesa për bukë të jetë më e vogël sesa kërkesa për mish

### **17. Çka është efekti i të ardhurave?**

Të ardhurat ndikojnë dukshëm në elasticitetin e të mirave, pra kur të ardhurat nuk ndryshojnë rritja e çmimit të produktit ul të ardhurat reale dhe e detyron të zvogëloj sasin e kërkuar.

### **18. Çka është faktori kohë?**

Për një periudhë të shkurtër kohore tendencat për të reaguar ndaj çmimit janë shumë më të vogla në krahasim me situatën kur koha në dispozicion të konsumatorit për të marrë një vendim është më e gjatë. P.sh. supozoni se jeni duke udhëtuar nga një qytet në një tjetër në një ditë vere dhe keni etje të madhe, gjatë rrugës ndodhet vetëm një dyqan që ka vetëm një llojpije freskuese me çmim të lartë, ju do të shtyni që të mos pagoni deri në atë moment-kohë kur të shihni se nuk keni alternativa tjera për ta shuar etjen dhe do të pranoni të paguani atë çmim aq të lartë.

### **19. Çka janë të mirat e domosdoshme dhe të mirat e luksit?**

Të mirat e domosdoshme janë të mirat kryesore për ekzistencën fizike (ushqim, kujdes mjekësor etj.), por edhe të mirat për një standart të pranueshëmjetese. Këtu kërkesa është joelastike. Të mirat e luksit që kalojnë standardin minimal të ekzistencës fizike dhe për këtë kërkesa është elastike.

### **20. Cilat janë llojet tjera të elasticitetit?**

Llojet e elasticitetit janë:

- elasticiteti i kërkesës lidhur me çmimin,
- elasticiteti i kërkesës lidhur me të ardhurat,
- elasticiteti i tërthortë i kërkesës,
- elasticiteti i ofertës lidhur me çmimin.

### 21. Çka është elasticiteti i kërkesës lidhur me të ardhurat?

Elasticiteti i kërkesës lidhur me të ardhurat ( $e_y$ ) mat reagimin e kërkesës ndaj ndryshimit të të ardhurave. Ku kërkesa për të mira normale ndryshon në të njëjtin drejtim me ndryshimin e të ardhurave, ndërsa kërkesa për të mirat inferiore ndryshon në drejtim të kundërt me ndryshimin e të ardhurave.

$$e_y = \frac{(q_2 - q_1)}{(q_2 + q_1)/2} : \frac{(y_2 - y_1)}{(y_2 + y_1)/2}$$

### 22. Çka është elasticiteti i tërthortë i kërkesës?

Elasticiteti i tërthortë i kërkesës mat reagimin e kërkesës së konsumatorëve për të mirën A kur kemi një ndryshim në çmimin e së mirës B që është e lidhur me të.

$$E_{A*B} = \frac{(q_2 - q_1)_A}{(q_2 + q_1)_A/2} : \frac{(p_1 + p_1)_B}{(p_1 + p_1)_B/2}$$

### 23. Çka është elasticiteti i ofertës lidhur me çmimin?

Elasticiteti i ofertës lidhur me çmimin ( $e_s$ ) tregon mat reagimin e blerësve ndaj një ndryshimi në çmim. Nëses reagimi i shitësve është i madh themi se oferta shtë elastike dhe nëse nuk kemi reagim të madh themise oferta është joelastike. Kur koeficienti është më i madh se 1 është oferta elastike dhe e kundërta.

### 24. Cilat janë faktorët që e përcaktojnë elasticitetin e ofertës?

Faktorët që përcaktojnë elasticitetin e ofertës janë:

- Kostoja dhe mundësia për tu depozituar produktim** – sa më e ulët të jetë kostoja e depozitimit dhe sa më i lehtë të jetë depozitimi aq më elastike do të jetë oferta,
- Fleksibiliteti i procesit të prodhimit** – kur shitësit ti përgjigjenshpejt dhe pa shpenzime një ndryshimi relativisht të vogël të çmimit oferta zakonisht është shumë elastike,
- Kostoja e prodhimit të njëjësive shtesë** – është afërsisht e njëjtë me atë të njëjësive paraardhëse, oferta ka tendencë të jetë elastike,
- Faktori kohë** – në qoftëse kanë më shumë kohë në dispozicion, mundësit e ofruesve të mallrave për të reaguar ndaj një ndryshimi çmimi janë më të mëdha. Sa më e gjatë të jetë koha aq më elastike do të jetë oferta.

## Kapitulli 4

### I

#### 1. Për çka shërben “Teoria e zgjedhjes konsumatore”?

Teoria e zgjedhjes konsumatore shërben për të kuptuar dhe parashikuar sjelljen e konsumatorëve dhe për të spjeguar se pse njerëzit bëjnë këto apo ato zgjedhje të cilat rezultojnë në kërkesën individuale për produkte të caktuara.

#### 2. Ku ndesh konsumatori gjatë marrjes së vendimeve?

Konsumatori gjatë marrjes së vendimeve se çfarë do të blejë ndeshet me **Kufijt sasior të parave.**

#### 3. Nga çka varet kufizimi monetar individual?

Kufizimi monetar individual varet nga e ardhura korrente e tij, kursimet e mëparshme, mundësit për të marrë kredi-hua etj

#### 4. Çka bënë konsumatori racional?

Konsumatori racional nuk blen një produkt nëse parashikimi shtesë që ai parashkon të marrë prej tij është më i vogël se shpenzimi shtesë për blerjen e tij.

#### 5. Për çka blejnë konsumatorët mallrat dhe shërbime?

Konsumatorët blejnë mallra dhe shërbime për të plotësuar nevojat e tyre ku pëfitimet nga blerjet e tyre përfaqësojnë kënaqësit që sigurohen nga konsumi i tyre.

#### 6. Çka bënë konsumatori kur ka mundësitë monetare të kufizuara?

Kur ka mundësit monetare të kufizuara konsumatori nuk mund të blejë çdo gjë që i jep kënaqësi apo ato që i japin kënaqësi më të madhe. P.sh. konsumatori mund të përfitonte më shumë kënaqësi nëse do të blinte një makinë në krahasim me një biçikletë por megjithatë është i detyruar të blejë biçikletë nga shkak i mundësive të kufizuara të mjeteve monetare që i posedon konsumatori.

#### 7. Me çka përballat konsumatori gjatë zgjedhjes?

Zgjatë zgjedhjes konsumatori përballohet me koston oportune. P.sh. nuk është kosto oportune nëse shpenzojmë 10euro për një libër në vend të një koncerti apo ndonjë ndeshje futbolistike, por kosto oportune në terminologjin ekonomike është kënaqësia që konsumatori përjeton nëse e lexon librin apo e shikon koncertin apo ndeshjen futbolistike.

#### 8. Çka mban parasysh zgjedhja racionale e konsumatorit?

Konsumatorët mbajnë parasysh balancimin e kënaqësisë shtesë të marrë nga një produkt me kënaqësinë shtesë që mund të merrej nga një produkt me tjetrin.

### II

#### 9. Çka do të thotë termi “dobi”?

Termi “**Dobi**” në ekonomi përdoret për të treguar masën e kënaqësisë që përfiton konsumatori nga konsumi i një produkti të caktuar.

#### 10. Çfarë lloje të dobisë kemi?

Ekzistojnë disa lloje të dobisë: A) Dobia Totale – e cila njëherit është edhe qëllimi kryesor i konsumatorit që duke shpenzuar të ardhurat e tij të sigurojë maksimumin e dobisë totale apo kënaqësisë totale që merr nga të gjitha njësitë e të mirave apo shërbimeve që konsumon, B) Dobia Marxhinale – është kënaqësia shtesë që konsumatori merr nga konsumimi i një njësie shtesë produkti-shërbimi me dobinë marxhinale që do të merrte nga konsumimi i mallrave të tjera.

#### 11. Nga çka përcaktohet zgjedhja e konsumatorëve?

Zgjedhja e konsumatorëve përcaktohet nga dobia marxhinale e jo nga dobia totale

#### 12. Çfarë prirje ka ligji dobisë marxhinale rrënëse, ilustroni me një shembull?

Dobia marxhinale rrënëse ka një prirje që kur rritet sasia e konsumit të një të mire nëkushtet kur faktorët Tjerë nuk ndryshojnë dobia arxhinale e njësisë së fundit të konsumuar vjen vazhdimisht duke rënë. P.sh. Në një ditë verë një konsumator pasi ka ecur shumë është etur dhe fillon të pijë një lemonadë për të shuar etjen. Gota e parë e limonadës e shijon shume të dytë e kështu me rradhë deri në gotën e fundit që do ti sillte kënaqësi e që pas saj do të ketë vetëm kënaqësi negative.

### **13. Cila është masa e dobisë marxhinale të produktit që ekonomistët e përdorin zakonisht?**

Masa e dobisë marxhinale të produktit që ekonomistët e përdorin është shuma e parave që një individ është i gatshëm të sakrifikojë për të marrë një njësi shtesë të një produkti.

### **14. Çka duhet të bëjë konsumatori për ti dhënë përgjigjes kryesore të zgjedhjes konsumatore? Ilustroni me një shembull?**

Për ti dhënë përgjigje pyetjes kryesore të zgjedhjes konsumatore se sa ka nxjerrur dobi nga përdorimi i një malli do të mbajmë parasysh se ai si një konsumator racional kërkon të sigurojë kënaqësinë më të madhe me të ardhurat e kufizuara të tij. P.sh. rasti i lemonadës i cili duhet të sakrifikojë blerje të tjera që mund të bënte në vend të saj.

### **15. Kur janë të gatshëm konsumatorët të blejnë më shumë nga një produkt?**

Konsumatorët janë të gatshëm të blejnë më shumë mallra vetëm atëherë kur çmimi-sakrificica për ato produkte është i vogël, apo deri aty ku çmimi është i barabartë me koston marxhinale, gjë që çmimi i tregut pasqyron dobin marxhinale të njësisë së fundit të blerë.

### **16. Çka përfaqëson kërkesa e tregut?**

Kërkesa e tregut përfaqëson shumën e sasive të kërkuara nga të gjithë blersit në treg me secilin nga çmimet e mundshme, pasqyron dobin marxhinale të çdo blerësi në treg.

### **17. Çka presupozojnë parimet e zgjedhjes racionale?**

Parime e zgjedhjes racionale presupozojnë që blerësit individualisht dhe kolektivisht do të rrisin sasin e kërkuar derinë pikënkur dobia marxhinale në çmim është e barabart me çmimin e produktit.

### **18. Çka bënë konsumatori kur ndodhet përballë shumë alternativave dhe zgjedhjeve racionale?**

Kur ndodhet përball shumë alternativave dhe zgjedhjeve racionale ai kërkon balancimin e përfitimeve marxhinale me koston marxhinale të këtyre alternativave të mundshme.

### **19. Si ndahen alternativat e mundshme?**

Alternativat e mundshme ndahen në dy grupe: A) Një produkt i caktuar dhe B) Të gjitha produktet të tjera.

### **20. Çka bëhet kur konsumatori zgjedh kombinime të alternativave të mundshme?**

Kur konsumatorizgjedh kombinime të alternativave të mundshme ai do të bëjë zgjedhjet optimale në mes të këtyre dy produkteve.

### **21. Çka na tregojnë dobitë marxhinale?**

Dobit marxhinale na tregojnë vetëm përfitimet shtesë që mund të marrin konsumatorët.

### **22. Kur i krahasojmë dobitë marxhinale (dobit shtesë) me koston marxhinale (kosto shtesë)?**

I krahasojmë vetëm atëherë kur njohim çmimin dhe dobin marxhinale të të dy produkteve që mund të zbatojmë parimet e zgjedhjes racionale dhe krahasojmë përfitimet shtese dhe koston shtesë-çmimet.

### **23. Si llogaritet dobia marxhinale për një njësi?**

Dobia marxhinale për njësi llogaritet duke pjesëtuar dobin marxhinale me çmimin për të gjetur dobin marxhinale për 1euro për nivele të ndryshme të sasive të produktit të parë.

Dobia marxhinale për 1euro-njësi të shpenzuar = Dobia marxhinale e produktit A

**24. Çka kërkojnë konsumatorët racional?**

Konsumatorët racional kërkojnë të maksimizojnë dobin marxhinale për çdo njësi të shpenzuar duke i krahasuar të gjitha alternativat e mundshme për shpenzime.

**25. Si llogaritet kombinimi i zgjedhjes konsumatore?**

$$\frac{\text{Dobia marxhinale e A}}{\text{Çmimi i A}} = \frac{\text{Dobia marxhinale e B}}{\text{Çmimi B}}$$

Kjo tregon se produktet e A dhe B do të blihen kur dobia marxhinale për një njësi të shpenzuar do të jetë njëjtë për të dy.

E kundërta:

$$\frac{\text{Dobia marxhinale e A}}{\text{Dobia marxhinale e B}} = \frac{\text{Çmimi A}}{\text{Çmimi B}}$$

Kjo tregon se blerjet do të jenë në ekuilibër kur vlerë relative të dy produkteve (koeficienti i dobisë marxhinale të tyre) janë të barabarta me kostot relative (koeficienti i çmimeve)

**26. Çka shpreh parimisht formula e mësipërme?**

Parimisht shpreh atë se konsumatori mund të rrisë kënaqësinë e tij duke pakësuar sasin e produktit B dhe duke rritur sasin e produktit A.

**27. Çka pasqyron çmimi i tregut?**

Çmimi i tregut pasqyron vlerën e njësisë së fundit të blerë, ndërkohë që blerësit paguaj të njëjtën çmim për të gjitha njësit e blera.

**28. Çka është dhe çka tregon teprica e konsumatorit? Ilustroni me një shembull?**

Tejkalimi i përfitimit total (shumës së dobive marxhinale) ndaj kostove totale (sasia e blerë dhe çmim) quhet **tepricë konsumatore**. P.sh. nëse çmimi ulet në nga 10euro në 8euro blerësit do të shpenzojnë 1200euro për të blerë 150njësi, pra ata marrin faktikisht 1650 njësi deri tek njësia e 150-të dhe për pasojë rezulton një tepricë e konsumatorit prej 450 eurosh gjithsejt. Teprica e konsumatorit është një koncept i dobishëm sepse tregon sesa fitojnë ose humbasin blerësit nga një ndryshim i çmimit të produktit.

**III**

**29. Çfarë funksione luan ulja e çmimit?**

Kur çmimi ulet rritet dobia marxhinale për 1euro dhe rritet sasia e kërkuar për atë produkt.

**30. Çka janë të ardhurat reale dhe efekti i të ardhurave?**

Të ardhurat reale – është ulja e çmimit dhe sasia e produkteve që konsumatori mund të blejë me të ardhurat e tij monetare duke sgruar blerjet me këto të ardhura.

Efekti i të ardhurave – është rritja e sasisë së produktit të blerë e shkaktuar nga një rritje e të ardhurave reale.

**31. Çka quajmë efekt i zëvendësimit dhe qfarë shenjash kemi me këtë efekt?**

Ndryshimi në sasin e blerë të produktit i shkaktuar nga një ndryshim i çmimit relativ duke mbajtur konstante të të ardhurave reale quhet efekti i zëvendësimit. Ky efekt ka gjithmonë shenja negative.

**32. Çfarë shenje ka efekti i të ardhurave dhe i zëvendësimit për të mirat normale dhe inferiore?**

Për të mirat normale efekti i të ardhurave dhe i zëvendësimit ka efekt negativ,  
Për të mirat inferiore efekti i të ardhurave dhe i zëvendësimit ka efekt pozitiv.

### 33. Çka është teoria kardinaliste?

Teoria kardinaliste është trajtimi i zgjedhjes konsumatore bazuar në dobinë marxhinale që presupozon mundësinë e matjes së dobisë e për pasoje edhe ndryshimit të dobisë midis produkteve të ndryshme duke përdorur numrat kardinal, e cila ndeshet në disa vështirësi kur ballafaqohet me realitetin, nuk tregon ndonjë mundësi matjeje të dobisë, sepse dobia si koncept është abstrakt dhe i vështirë të përcaktohet njësia e patjet që të përkufizohet dhe të bëhet krahasim për individ të ndryshëm. Pra, për të matur dobin që përfiton konsumatori do të duhej që faktorët e tjerë të ndikojnë në nivelin e kënaqësisë të mbahen konstante gjë që është e pamundshme.

### 34. Çka është teoria ordinaliste?

Teoria ordinaliste është e kundërta e kardinaliste. Ordinaliste e rëndësishme është vetëm renditja e preferencave që kanë konsumatorët për produktet që zgjedhin, edhe për këtë arsye quhet teoria ordinaliste e zgjedhjes konsumatore.

### 35. Çka është zona indiferente dhe kurba indiferente?

Zona indiferente është faktise konsumatori nuk ka ndonjë preferencë të veçanta për ndonjërin prej këtyre kombinimeve.

Kurba indiferente është paraqitja grafike e këtyre jopreferencave.

### 36. Çka vërehet me kombinime indiferente?

Me kombinime indiferente vërehet se konsumatori është i gatshëm të sakrifikojë disa njësi të produktit X për të marrë më shumë njësi të produktit Y ose e kundërta me kusht që kënaqësia totale e tij të mos ndryshojë. P.sh. Ai ka dy opsione ose të blejë 3 bileta për futboll ose të blejë një libër ekonomie. Ai është i gatshëm të sakrifikojë 3 njësi për një libër.

### 37. Çka paraqet koncepti i normës marxhinale të zëvendësimit?

Koncepti marxhinal i zëvendësimit mat sasin e një produkti që blerësit janë të gatshëm të sakrifikojnë për të marrë një njësi shtesë p.sh. nga  $\Delta y$  në  $\Delta x$  duke mbajtur konstante dobin totale.

$$\text{MRS} = \frac{\Delta y}{\Delta x}$$

Pra norma marxhinale e zëvendësimit është në të vërtetë raporti i dobive marxhinale të të dy produkteve.

### 38. Çka quajmë hartë të diferencës?

Një bashkësi kurbash-lakoresh indiferente të paraqitura në të njëjtën figurë quhet Hartë Indiference.

### 39. Si janë të kufizuara zgjedhjet e konsumatorëve?

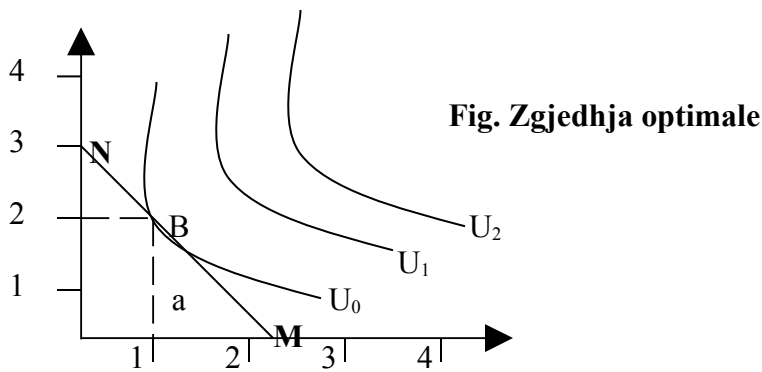
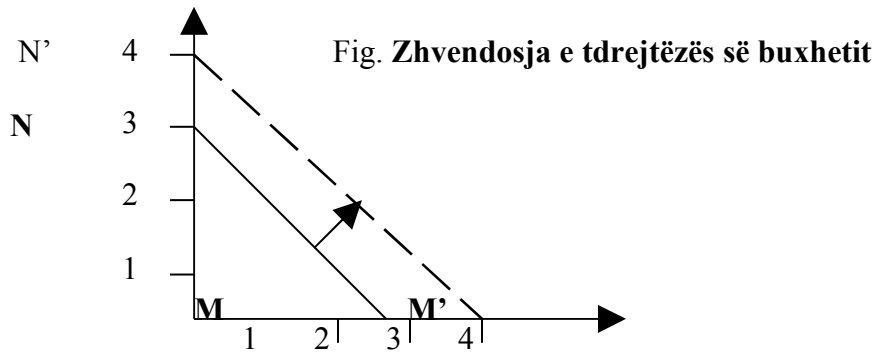
Zgjedhjet e konsumatorëve janë të kufizuara në dy faktorë: Në të ardhurat që zotëron dhe çmimet e produkteve X dhe Y.

### 40. Çka paraqet drejtësia e buxhetit?

Të gjitha kombinimet e mundshme që ndodhen mbi këtë drejtëz. Paraqet të gjitha kombinimet e mundshme të dy produkteve që mund të blejë konsumatori, por kjo drejtëz nuk na tregon se cili prej këtyre kombinimeve është më i miri.

### 41. Si mund të zhvendoset drejtësia e buxhetit?

Ajo mund të zhvendoset në pozicione të ndryshme nën ndikimin e faktorëve përcaktuar (të ardhurat dhe çmimet e produkteve). Nëse të ardhurat rriten drejtëza e buxhetit do të zhvendoset lart-djathtas paralelisht me vetëveten e tjetër e kundërta nëse të ardhurat do të ulen atëherë drejtëza e buxhetit do të zhvendoset poshtë-majtas.



**42. Çka paraqet pjerrësia e kurbës së indiferencës?**

Pjerrësia e kurbës së indiferencës paraqet raportin e dobive marxhinale në vlerë absolute.

**43. Çka paraqet pjerrësia e drejtëzës së buxhetit?**

Pjerrësia e drejtëzës së buxhetit paraqet raportin e çmimeve në vlerë absolute

**44. Si zhvendoset drejtëza përfundimtare e buxhetit?**

Drejtëza përfundimtare e buxhetit zhvendoset paralelisht me vetëveten drejt origjinës deri në pikën që takon kurbën fillestare të indiferencës?



## Kapitulli 5

### 1. Ç'është Firma?

Firma është një njësi bazë që organizon dhe koordinon faktorët e prodhimit, punën, tokën, kapitalin dhe aftësitë sipërmarrëse, në procesin e prodhimit. Ajo i kombinon të gjitha këta burime për të prodhuar mallra ose shërbime.

### 2. Me çfarë lloje problemesh ndeshen firmat? I numroni?

Firmat ndeshen me këto lloje problemesh:

- Çfarë malli apo shërbimi të prodhojnë dhe në çfarë sasive
- Çfarë teknologjie prodhimi të përdorin
- Ç'sasi faktorësh prodhimi të përdorin
- Çfarë strukture organizimi dhe drejtimi të zgjedhin etj.

### 3. Çka quhet e ardhura totale, kostoja totale dhe fitimi (humbjen)?

Të Ardhurat Totale – quhen të gjitha të ardhurat që firma siguron nga shitja e mallrave dhe shërbimeve që ajo prodhon; Kostot Totale – janë të gjitha shpenzimet që i bën firma për të prodhuar dhe shitur mallra dhe shërbimet. Diferenca në mes të ardhurave totale dhe kostove totale përbën Fitimin (Humbjen) e firmës.

### 4. Cilat janë objektivat e firmës? I numroni?

Objektiv kryesor i çdo firme është maksimizimi i fitimit, si objektiva tjera mund të jenë:

- Rritja e shkallës së pjesëmarrjes në treg (ose të paktën ruajtja e pjesës që zotëron)
- Krijimi i një imazhi të mirë në fushën e punësimit
- Rritja e prestigjit në treg
- Ruajtja e mjedisit nga mbetjet teknologjike
- Maksimizimi i të ardhurave etj.

### 5. Çka quhen organizatat jofitimprurëse?

Firmat që si synim kryesor nuk e kanë fitimin, quhen Organizatat jofitimprurëse (joprofitabile).

### 6. Si çka shërben tregu?

Tregu shërben si mekanizëm për të koordinuar planet e shitjes dhe të blerjes së individëve të ndryshëm.

### 7. Diskutoni shembullin e makinës së prishur, cilën rrugë do të zgjedhë pronari, dhe çfarë e përcakton rrugën që do të zgjedhë pronari i makinës?

Duke organizuar prodhimin, firma koordinon aktivitetet ekonomike të shumta të individëve. Por firma nuk është i vetmi institucion që koordinon aktivitetet ekonomike. Koordinimi mund të arrihet edhe përmes tregut. Le të marrim një shembull të koordinimit të tregut dhe koordinimit të firmës. Supozojmë se makina e një personi është prishur dhe ka dy rrugë nëpërmjet të cilave ajo mund të riparohet: ose duke e çuar në një firmë që kryen shërbimin e riparimit të makinave, ose duke koordinuar të gjitha veprimet vet individit në tregjet e ndryshme. Rruga e parë quhet koordinim i firmës, kurse rruga e dytë quhet koordinim i tregut. **Koordinimi i Firmës** quhet sepse pronari i firmës, ku është dërguar makina koordinon të gjitha aktivitetet e nevojshme për riparimin e makinës. **Koordinimi i Tregut** konsiston në faktin se, pronari i makinës për të ardhur deri te rregullimi i makinës, të gjitha aktivitetet duhet ti koordinoj vet përmes tregut. Ai së pari duhet ta gjejë një mekanik i cili duhet të shikoj se ku është defekti dhe të bëjë listën e pjesëve që duhet për tu ndërruar si dhe instrumenteve që duhen për ti vendosur ato. Dhe në fund të gjejë edhe një tjetër mekanik për të vendosur pjesët. Pra, shohim se në rastin e dytë pronari bën shumë transaksione (veprime) për të ardhur deri te riparimi i veturës së tij. Pra, lind pyetja çfarë e përcakton rrugën që do ta ndjek pronari i makinës? Përgjigja është: **Kostoja**. Pra, pronari do të ndjek atë rrugë që është me kosto më të ulët, pra metodën ekonomikisht më eficiente.

### 8. Cekni dhe spjegoni tre arsye kryesore pse firmat janë më eficiente sesa tregjet?

Ka tre arsye kryesore pse firmat janë më eficiente sesa tregjet si koordinatorë të aktivitetit ekonomik: ulja e kostove të transaksioneve, ekonomizimet e shkallës, dhe ekonomizimet e skuadrave të prodhimit. **Kostot e transaksioneve** sa herë që shitet e blihet një mall ose shërbim i caktuar, kemi të bëjmë me një transaksion. Po të veprohej sipas rrugës së parë do të kishim vetëm një transaksion në mes pronarit të veturës dhe firmës e cila merret me riparimin e veturës. Po të ndiqet rruga e dytë, do të kishim më shumë transaksione. Pra, rruga e parë ka kosto më të ulët të transaksionit. **Ekonomizime të Shkallës** ekzistojnë kur kostoja e prodhimit të një njësie të produktit ulët, në qoftë se sasia e prodhimit

rritet. Ekonomizime të shkallës lidhen me faktorë të ndryshëm teknologjikë, financiare, organizative etj. Ndër arsytet organizative mund të përmendim ndarjen e punës dhe specializimin, të mëshiruara në skuadrat e prodhimit. **Skuadra e prodhimit** është një organizim i prodhimit, në të cilin një grup individësh specializohen në detyra të caktuara për prodhimin e një produkti ose shërbimi. Pra, këtu secili specializohet në kryerjen e një detyre të caktuar. – Meqenëse firmat mund të ulin koston e transaksioneve, të arrijnë ekonomizime të shkallës dhe të organizojn skuadrat e prodhimit në mënyrë efikente, atëherë janë ato që koordinojnë në mënyrë më efikente shumë nga aktivitetet tona në krahasim me tregun.

### **9. Në qoftë se ka kufizime në efikasitetin ekonomik të firmës çfarë ndodhë me të?**

Ekzistojn edhe kufizime në efikasitetin ekonomik të firmës. Në qoftë se firmat bëhen shumë të mëdha dhe rrisin shkallën e diversitetit të produkteve që prodhojnë, atëherë mund të rriten kostot e përgjithshme për njësi prodhimi.

### **10. Si klasifikohen Firmat?**

Firmat mund të klasifikohen në mënyra të ndryshme, duke marrë për bazë kritere të ndryshme.

### **11. Sipas kriterit ligjor të organizimit të tyre sa lloje kryesore firmash kemi?**

Sipas kriterit ligjor të organizimit të tyre kemi tre lloje kryesore firmash: firmat individuale, firmat me ortakë, dhe korporatat (shoqëritë aksionare).

### **12. Si përcaktohet forma e organizimit që zgjedhë një firmë?**

Forma e organizimit që zgjedhë një firmë përgjithësisht përcaktohet nga forma e pronësisë, struktura e drejtimit të saj, mënyra e pagesës për faktorët e prodhimit etj.

### **13. Çka dini për Firmat Individuale?**

Kemi të bëjmë me një firmë individuale atëherë kur ajo është pronë e një pronari të vetëm dhe drejtohet vetëm prej tij. Kjo është forma më e thjeshtë dhe më e përgjithshme e organizimit të firmave. Pronari i firmës është përgjegjës për mbarëvajtjen e firmës dhe për detyrimet që ka ndaj të tjerëve.

### **14. Cekni dhe tregoni disa avantazhet dhe disavantazhet të firmave individuale?**

Krahasuar me llojet e tjera të firmave, firmat individuale kanë një varg avantazhesh dhe disavantazhesh:

Avantazhet e firmës individuale janë:

- **Struktura drejtuese e firmës individuale është e thjeshtë.** Pronari i firmës i merr vet të gjitha vendimet lidhur me ndërmarrjen e tij, poashtu e merr vet të gjithë fitimin e firmës dhe e përdorë si të dëshiroj.
- **Organizohet relativisht lehtë.** Kostot e organizimit janë relativisht të vogla.
- **Jep një shkallë të lartë kënaqësie personale** në drejtimin e firmës dhe marrjen e vendimeve.
- **Lehtësia për t'u futur dhe për të dalë nga biznesi** në qoftë se nuk ka sukses në veprimtarin që ka zgjedhur
- **Kanë një fleksibilitet të lartë në përshtatje ndaj kërkesave të konsumatorëve**
- **Fitimi tatimohet vetëm një herë, në formën e tatimit mbi të ardhurat personale.**

Disavantazhet e firmës individuale janë:

- **Përgjegjësia e pakufizuar financiare.** Në qoftë se firma nuk ka sukses në biznesin që ka zgjedhur dhe për këtë arsye mund të falimentojë, pronari i firmës individuale duhet të shlyej të gjitha detyrimet financiare që ka ndaj firmave të tjera ose bankës. Në qoftë se nuk i shlyen të gjitha detyrimet, atij mund t'i sekuestrohet gjithë pasuria që zotëron.
- **Burimet e financimit të investimeve,** të nevojshme për zgjerimin e prodhimit, janë të kufizuara nga mundësitë financiare të pronarit, përfshirë edhe mundësitë për të marrë hua.
- **Jetëgjatësia e kufizuar,** e cila varet nga jetëgjatësia ose vullneti i vetë pronarit.

## 15. Çka dini për Firmat me Ortakë?

Firmat me ortakë mund të krijohen me dy ose më shumë pronarë. Secili prej tyre pajtohet që të kontribuoj me një pjesë të punës dhe të kapitalit të tij në firmë, të marrë një pjesë të fitimit të saj dhe të ketë përgjegjësinë e vet në detyrimet e firmës. Në këtë formë biznesi numri i ortakëve nuk mund të jetë mbi një limit të caktuar. Një firmë me ortakë ka një strukturë organizimi më të komplikuar se sa një firmë individuale. Edhe këtu fitimi taksohet vetëm një herë si e ardhur personale e pronarëve. Ortakët kanë përgjegjësi të pakufizuar, madje një ortak mund të mbaj përgjegjësi edhe për gabimet që mund të bëjnë ortakët e tjerë.

## 16. Cekni dhe tregoni avantazhet dhe disavantazhet e firmës me ortakë?

Edhe kjo formë e organizimit të biznesit ka avantazhet dhe disavantazhet.

Avantazhet janë:

- **Sikurse firmat individuale edhe firmat me ortak mund të themelohen dhe organizohen lehtësisht.**
- **Tërheqin më shumë kapitale se sa firmat individuale,** në këtë mënyrë shtohen burimet financiare të nevojshme për rritjen dhe zhvillimin e firmës.
- **Mundësia më e madhe për të marrë kredi nga banka.** Këtë e mundëson pasuria e të gjithë ortakëve e cila shërben si garancion për bankën. Pra, ortakëritë janë në një pozitë më të mirë kreditore sesa firmat individuale.
- **Firmat me ortakë kanë aftësi drejtuese dhe organizuese më të lartë,** përderisa ekziston mundësia e specializimit të ortakëve në funksione të caktuara drejtuese.

Disavantazhet janë:

- **Përgjegjësia e pakufizuar financiare.** Ortakët garantojnë me të gjithë pasurinë. Te firmat me ortakë, një ortak mund të mbaj përgjegjësi (ngarkohet me obligime) edhe për gabimet ose papërgjegjësinë e ortakëve tjerë.
- **Në firmat me ortakë kërkohen pëlqimi i të gjithë ortakëve për çdo vendim që lidhet me aktivitetin e firmës.** Kur ky pëlqim nuk arrihet, kjo bëhet shkak për shpërbërjen e firmës (falimentimin e saj).
- **Marrëveshjet për të krijuar një firmë me ortakë përmbajnë veprime ligjore të ndërlikuara për të blerë apo shitur pjesën përkatëse në firmë.** Sa herë që një ortak tërhiqet nga firma apo vdes, pushon së vepruari marrëveshja e bërë më parë. Edhe futja e një ortaku të ri sjell si pasojë hartimin e një marrëveshje të re.
- **Firmat me ortakë kanë një jetë të kufizuar në biznes.** Pra, nëse ndonjëri prej ortakëve tërhiqet prej firmës, firma shpërbëhet.
- **Kufizueshmëria e numrit të ortakëve bën që mundësitë financiare të saj të jenë të kufizuara.**

## 17. Çka dini për Korporatat?

**Korporata** është një formë e organizimit të biznesit që themelohet me shitjen (emetimin) e aksioneve dhe për këtë arsye shpesh quhen si shoqëri aksionare. **Aksioni** është një titull pronësie ndaj një pjese të pasurisë së shoqërisë, një letër me vlerë që vërteton se një individ ka investuar në shoqëri vlerën nominale të aksionit dhe se ka të drejtë të marrë pjesë në fitimin e shoqërisë, në përputhje me këtë vlerë nominale. Aksionarët marrin një pjesë të fitimit të shoqërisë aksionare në formën e dividendit. Pronarët e aksioneve kanë përgjegjësi ligjore vetëm për pjesën që e kanë investuar në shoqërinë aksionare, pra nuk përgjigjen me tërë pasurinë. Mbjatësi i një aksioni mund ta shesë atë në qoftë se dëshiron. Në shoqërinë aksionare **pa ofertë publike** aksionet mbahen privatisht dhe mund të shiten dhe të blihen vetëm me marrëveshjen e të gjithë aksionistëve. Në shoqëritë aksionare **me ofertë publike**, aksionet shiten dhe blihen në tregun e letrave me vlerë, në bursë.

Shoqëritë e mëdha aksionare kanë një strukturë më të komplikuar. Organi më i lartë i një shoqërie të tillë është mbledhja e përgjithshme e aksionarëve, e cila vendoset për çështjet kryesore të aktivitetit të saj. Nga kjo mbledhje zgjidhet, me shumicë votash, bordi i drejtorëve. Çdo aksion i blerë është i vlefshëm për një votë. Për shembull në qoftë se një individ ka blerë 50 aksione, ai ka të drejtën e 50 votave. Bordi i drejtorëve zgjedh presidentin. Nën bordin e drejtorëve janë drejtorët ekzekutiv, të cilët janë përgjegjës dhe drejtojnë sektorë të tillë si prodhimi, marketingu, financat, kërkim-zhvillim, ku punojnë specialistë të fushave të ndryshme.

Të ardhurat e korporatës tatimohen dy herë, një herë si të ardhura të përgjithshme të korporatës dhe së dyti si të ardhura personale të aksionarëve. Tatimi i dyfishtë i të ardhurave të korporatës për korporatën paraqet një disavantazh në krahasim me format e tjera të organizimit të biznesit. Mirëpo këtë disavantazh korporata mund ta kthejë në avantazh. Si arrihet kjo? Kjo do të arrihet në qoftë se fitimi nuk i'u shpërndahet në formë dividendi aksionarëve, por riinvestohet në korporatë. Kjo që thamë më lartë ka dy efekte pozitive: **së pari**, eliminohet tatimi i dyfishtë për korporatën dhe **së dyti**, riinvestimi i mjeteve në korporatë mundëson rritjen (zhvillimin e saj).

Krahas avantazhit të përgjegjësive së kufizuar që kanë aksionistët, forma e organizimit me korporata ka edhe një avantazh tjetër, **vazhdimin e biznesit**. Aksionistët nuk mund të tërheqin kapitalin që kanë investuar në shoqëri (korporatë), por ata mund të shesin aksionet në bursë. Kjo shitje bëhet me çmimet e tregut dhe jo në bazë të vlerës nominale të aksionit. Poseduesi i aksionit mund ta shesë aksionin e tij me çmim më të lartë se vlera nominale dhe në këtë rast ka realizuar fitim i cili quhet **fitim nga kapitali**, ose mund ta shesë me çmim më të ulët se vlera nominale duke realizuar humbje e cila quhet **humbje nga kapitali**, por mund ta shesë edhe baras me vlerën nominale. Blerësit e ri të këtyre aksioneve bëhen pronar të korporatës dhe kjo mundëson që korporata të mbijetojë në biznes.

### **18. Si ndahen burimet financiare kryesore që mund të sigurojë korporata?**

Burimet financiare kryesore që mund të sigurojë korporata ndahen në burime financiare të **Jashtme** dhe të **Brendshme**.

### **19. Cilat rrugë kryesore përdorë korporata për të siguruar burimet financiare të jashtme?**

Për të siguruar burime financiare të jashtme, korporata përdor këto rrugë kryesore: shitja e obligacioneve, emetimi i aksioneve, marrja e kredive bankare.

**Shitja e obligacioneve** – Obligacioni është një letër me vlerë që i sjell mbajtësit të tij të ardhura të përvitshme, në bazë të përqindjeve fikse të caktuara më parë. Një obligacion përbën një detyrim afatgjatë 10-15 vjeçar, për korporatën. Korporata është e detyruar të paguajë vlerën e obligacionit në kohën e caktuar, pavarësisht nëse është me fitim apo jo. Blerësi i obligacionit i paguan korporatës, në momentin e blerjes, një shumë parash ta barabartë me vlerën nominale të obligacionit, të supozojmë 150 mijë €. Korporata kryen dy lloj pagesash ndaj mbajtësit të obligacionit: a) Pagesën e interesit, e cila bëhet periodikisht çdo vit, gjatë gjithë jetës së obligacionit. Në qoftë se norma e interesit është, për shembull 10% në vit, atëherë pagesa e interesit për një obligacion me vlerë nominale prej 150 mijë € do të ishte 15 mijë € në vit; b) Pagesën e 150 mijë €, ose të vlerës nominale të obligacionit, në datën e maturimit të borxhit, pra kur plotësohet afati i detyrimit.

Krahas obligacioneve të zakonshme, ekzistojnë edhe obligacione të konvertueshme. Ato dallohen nga obligacionet e zakonshme sepse, para një date të caktuar, mund të këmbehen me aksione sipas një norme të caktuar, p.sh. një obligacion me 5 aksione. Meqenëse mbajtësi i këtij lloj obligacioni ka mundësinë e konvertueshmërisë, norma e interesit është më e ulët se ajo e obligacioneve të zakonshme.

**Emetimi i Aksioneve** – Ekzistojnë tre lloje të kryesore aksionesh: aksionet e zakonshme, preferenciale dhe aksionet e konvertueshme.

**Aksioni i Zakonshëm** – i jep pronarit të tij të drejtën të jetë bashkëpronar i korporatës, të votojë në mbledhjen e përgjithshme dhe të marrë pjesë në zgjedhjen e drejtorëve. Pronari i aksioneve të zakonshme shpreson të marrë të ardhura në formën e dividendit. Madhësia e dividendës që ai merr varet nga suksesi i korporatës. Në vite të vështira ai mund të mos marrë fare dividend.

**Aksionet e Preferuara** – janë të ngjashëm më shumë me obligacionet sesa me aksionet e zakonshme. Mbajtësit e tyre zakonisht kanë të drejtë të përfitojnë një normë interesi fikse dhe nuk mund të kërkojnë rritjen e saj në qoftë se korporata ecën mirë. Në radhën e pagesës së interesit, mbajtësit e aksioneve të preferuara qëndrojnë përpara mbajtësve të aksioneve të zakonshme, por pas mbajtësve të obligacioneve.

**Aksionet e Konvertueshme** – janë të ngjashme me obligacionet dhe aksionet e preferuara, sa i përket mënyrës së pagesës së interesit. Norma e interesit edhe te këto aksione është fikse, mirëpo të këto aksione, pronarët e tyre mund ti shëndërrojnë (konvertojnë) në aksione të zakonshme në një datë të specifikuar.

**Marrja e Kredive Bankare** – Kredia bankare është një hua që sigurohet me marrëveshje midis korporatës dhe bankës. Kredia bankare dallohet nga obligacioni sepse, së pari ajo jepet për periudha më afatshkurtra nga disa muaj deri në disa vjet; së dyti norma e interesit në banka është e ndryshueshme, pra ajo lëvizë sipas ofertës dhe kërkesës. – Korporata ka edhe burime të brendshme të rritjes. Një burim është pjesa e fitimit që nuk shpërndahet, por rifutet në biznes. Një burim tjetër është fondi i amortizimit i destinuar për zëvendësimin e makinave, pajisjeve, etj., për sa kohë që ato nuk janë konsumuar plotësisht.

**20. Cila është rrugë tjetër e rritjes krahas burimeve financiare të brendshme dhe të jashtme dhe si mund të realizohet ajo?**

Krahas burimeve financiare të brendshme dhe të jashtme, një rrugë tjetër e rritjes është shkrirja e firmave, e cila realizohet nëpërmjet gllabërimit ose nëpërmjet marrëveshjes midis dy apo më shumë firmave për t'u bashkuar dhe për të krijuar një firmë të re.

**21. Cilat janë format kryesore me anë të cilave realizohen bashkimet e firmave?**

Format kryesore me anën e të cilave realizohen bashkimet e firmave janë:

Bashkimi Vertikal, që ndodh kur bashkohen dy ose më shumë firma të një dege, që realizojnë stadi të ndryshme të procesit të prodhimit.

Bashkimi Horizontal, që ndodh kur bashkohen dy ose më shumë firma që prodhojnë të njëjtin produkt ose shërbim, ose që realizojnë stadi të ngjashme të procesit të prodhimit.

Bashkimi i Firmave, aktivitetet e të cilave nuk lidhen drejtpërdrejtë me njëri-tjetrin, duke formuar konglomerate. Ky lloj bashkimi dallon për nga diversiteti i prodhimeve apo shërbimeve që realizohen në të.

**22. Përse është i nevojshëm kontabiliteti i firmës?**

Kontabiliteti i firmës është i nevojshëm si burim informacioni për blerësit e mundshëm të aksioneve dhe obligacioneve të saj dhe si instrument i rëndësishëm për të ndihmuar drejtuesit e firmës për marrjen e vendimeve dhe për njohjen e ecurisë së biznesit dhe vlerës së tij. Firmave u duhet të mbajnë kontabilitetin edhe për shkak të detyrimit për të paguar taksat.

**23. Cilat janë dokumentet më të rëndësishme të kontabilitetit?**

Dokumentet më të rëndësishme të kontabilitetit janë Bilanci dhe Pasqyra e Rezultatit Financiar.

**24. Çka paraqet bilanci i firmës dhe sa anë i ka bilanci?**

Bilanci i firmës paraqet gjendjen financiare të saj në një moment kohe të dhënë. Bilanci i firmës i ka dy anë, Aktivin, i cili paraqet mjetet që janë në përdorim të firmës dhe Pasivin, i cili paraqet burimet e këtyre mjeteve, pra detyrimet që ka firma ndaj të tretëve si dhe burimet e veta të firmës. Diferenca midis aktivitetit dhe burimeve jo të veta të firmës (detyrimeve të saj ndaj të tretëve) përbën vlerën neto të saj, e cila, për një korporatë, merr formën e aksioneve. Parim themelor i bilancit të firmës është barazia e aktivitetit, që shënohet në anën e majtë të bilancit, me pasivin, që shënohet në anën e djathtë.

A	P

**24. Çka përmbledh pasqyra e rezultatit financiar?**

Pasqyra e Rezultatit Financiar përmbledh transaksionet e firmës gjatë një periudhe kohe të dhënë, p.sh. gjatë një viti. Në këtë pasqyrë regjistrohet rrjedha e të ardhurave, kostove dhe diferenca midis tyre (fitimi ose humbje) për periudhën përkatëse. Pra, pasqyra e rezultatit financiar tregon se çfarë ndodh gjatë një periudhe kohe p.sh. gjatë një viti, me të ardhurat dhe shpenzimet e firmës.

**25. A janë të lidhura njëra me tjetrën bilanci dhe pasqyra e rezultatit financiar?**

Rezultati financiar i firmës pasqyrohet edhe në bilancin e saj, pra këto dy dokumente kryesore të firmës janë të lidhura me njëra tjetrën.

## Kapitulli 6

### 1. Me çka fillon studimi i Firmës?

Studimi i firmës fillon me analizën e prodhimit. Prodhimi i transformon burimet prodhuese në mallra e shërbime.

### 2. Çka është Prodhimi dhe me anë të çka jepet lidhja midis inputeve të përdorura dhe sasisë së produktit?

Prodhimi është një proces me anën e të cilit burimet kthehen në të mira dhe shërbime të ndryshme. Ky proces realizohet nëpërmjet një metode të caktuar, e cila kërkon kombinime të caktuara të inputeve. Lidhja midis inputeve të përdorura dhe sasisë së produktit të marrë jepet me anën e funksionit të prodhimit.

### 3. Cilat janë ato supozime të cilët janë të nevojshme, për të paraqitur modelin e funksionit të prodhimit të një firme për një periudhë afatshkurtër?

Për të paraqitur modelin e funksionit të prodhimit të një firme për një periudhë afatshkurtër, është e nevojshme të bëjmë disa supozime:

- Së pari, supozohet se qëllimi i firmës është *maksimizimi i fitimit*.
- Së dyti, për të thjeshtuar analizën teorike dhe grafike, supozohet se *firma përdor vetëm dy inpute: punën dhe kapitalin*. Inputi punë supozohet madhësi e ndryshueshme, kurse inputi kapital madhësi e fiksuar.
- Së treti, firma vepron në *një treg në konkurrencë të plotë* si për produktin që prodhon dhe shet, ashtu edhe për fuqinë punëtore që punëson. Pra, firma është çmimpranuese në tregun e produkteve dhe pagëpranuese në tregun e punës.
- Së katërti, pagat përfaqësojnë të vetmin kosto të punës dhe puna që përdor firma supozohet *homogjene*, pra një njësi pune nuk dallon nga një njësi tjetër e saj.
- Së pesti, firma *nuk e ndryshon teknologjinë e përdorur*.

### 4. Çka shpreh Funkzioni i Prodhimit?

Funksioni i Prodhimit shpreh lidhjen midis sasisë së inputeve të përdorura dhe produktit të prodhuar. Ai tregon se cila është sasia minimale e inputeve që duhet të përdorë firma për të prodhuar një sasi të dhënë produkti ose, cila është sasia maksimale e produktit që mund të realizohet me një sasi të dhënë të inputeve. Analitikisht kjo lidhje jepet nga ekuacioni:  $Q = f(K,L)$

### 5. Çka tregon ekuacioni $Q = f(K,L)$ ?

Ky ekuacion tregon se madhësia e produktit (Q) është funksion i madhësisë së kapitalit të fiksuar (K) dhe variablit punë (L) të përdorur nga firma me një gjendje të dhënë të teknologjisë. Ai tregon se si ndryshon prodhimi maksimal i arritshëm, në qoftë se ndryshojmë madhësitë e inputit variabël të përdorur. Në një periudhë afatshkurtër, kur madhësia e kapitalit është e fiksuar dhe puna merret si faktorë variabël, firma mund të prodhojë më shumë produkte në qoftë se pajton më shumë punëtorë.

### 6. Çka quhet Produkt Total (TP)?

Sasia e produktit të prodhuar nga kombinimi i inputit punë L dhe inputit kapital K quhet *produkt total* (ose produkt total fizik) dhe simbolikisht shënohet me Q ose TP.

### 7. Çka tregon kurba TP?

Kurba TP tregon maksimumin e produktit për çdo sasi të inputit punë të përdorur. Pikat psh. a,b,c,...,f etj. në kurbën e produktit total fizik u korrespondojnë rreshtave përkatës të një tablele të dhënë. Kurba e produktit total fizik veçon nivelet e arritshme të prodhimit nga nivelet e paarritshme të tij. Të gjitha pikat sipër kësaj kurbe tregojnë nivele të paarritshme të prodhimit, kurse pikat nën kurbë tregojnë nivele të arritshme, por jo eficientë të prodhimit. Vetëm pikat në kurbë janë nivele të arritshme dhe njëkohësisht eficientë të prodhimit.

**8. Çka mat Produkti Marxhinal dhe cila është formula e tij, dhe çka është Produkti Marxhinal i Punës?**

Produkti Marxhinal i një faktori të ndryshueshëm mat ndryshimin në produktin total që rezulton nga ndryshimi me një njësi në madhësinë e inputit të përdorur. Kështu, Produkti Marxhinal i Punës është ndryshimi në produktin total që rezulton nga një ndryshim me një njësi të sasisë së punës të përdorur, duke mbajtur madhësinë e kapitalit konstante. Analitikisht produkti marxhinal jepet nga formula:  $MP = \Delta TP / \Delta L$  ku  $\Delta TP$  është shtesa në produktin total dhe  $\Delta L$  shtesa në inputin punë.

**9. Kur  $\Delta L$  është e barabartë me 1 njësi, atëherë produkti marxhinal është?**

Kur  $\Delta L$ , shtesa e inputit punë, është e barabartë me 1 njësi, produkti marxhinal del i barabartë me shtesën e prodhimit total ( $\Delta TP$ ).

**10. Çka duhet të mbajmë parasysh për llogaritjen e saktë të produktit marxhinal?**

Për llogaritjen e saktë të produktit marxhinal, duhet të mbajmë parasysh vetëm ndryshime shumë të vogla të variablit të ndryshueshëm.

**11. A ekziston lidhja midis kurbës së produktit total dhe kurbës së produktit marxhinal?**

Po, ekziston një lidhje midis kurbës së produktit total dhe kurbës së produktit marxhinal: sa më e pjerrët të jetë kurba e produktit total, aq më i lartë është niveli i kurbës së produktit marxhinal.

**12. Si mund të llogaritet gjeometrikisht produkti marxhinal i punës?**

Gjeometrikisht produkti marxhinal i punës mund të llogaritet duke matur pjerrësinë e tangentes së hequr në pikën përkatëse të kurbës së produktit total. Produktin marxhinal e përcaktuam si raport të shtesës të produktit total ndaj shtesës në sasinë e punës, për ndryshimet shumë të vogla të saj. Ky raport mat pikërisht pjerrësinë e kurbës së produktit total.

**13. Me çka e ka të barabartë tangjentja e hequr në një pikë përkatëse?**

Tangjentja e hequr në një pikë përkatëse të kurbës e ka pjerrësinë të barabartë me zero, përderisa është paralele me boshtin horizontal; pra edhe produkti marxhinal përkatës do të jetë i barabartë me zero. Në qoftë se firma pajton njësi pune shtesë pas kësaj pike, produkti total bie dhe produkti marxhinal merr vlera negative. Kur kemi të bëjmë me një funksion të vazhdueshëm të prodhimit total, produkti marxhinal i punës mund të përkurfizohet si vlera e limitit të raportit  $\Delta Q / \Delta L$ , kur ndryshimi në njësitë e punës tenton në zero. Pra, produkti marxhinal mund të matet me derivatin e funksionit në pikën përkatëse.

**14. Si llogaritet produkti mesatar?**

Produkti mesatar llogaritet si raport i produktit total me njësitë e punës të përdorura.

**15. Me çka është i barabartë produkti mesatar në një pikë përkatëse?**

Produkti mesatar në një pikë përkatëse është i barabartë me produktin marxhinal, përderisa rrezja e hequr nga origjina është njëkohësisht tangente ndaj kurbës së produktit total në të njëjtën pikë.

**16. Kur rritet dhe zvogëlohet produkti mesatar me shtimin e faktorit variabël, dhe kur e arrin maksimumin e vet produkti mesatar?**

Kur produkti marxhinal është më i madh se produkti mesatar, pra, përsa kohë që kurba e produktit marxhinal ndodhet mbi kurbën e produktit mesatar, produkti mesatar rritet me shtimin e faktorit variabël. Kur produkti marxhinal është më i vogël se produkti mesatar, pra përsa kohë që kurba e produktit marxhinal ndodhet nën kurbën e produktit mesatar, produkti mesatar zvogëlohet me shtimin e faktorit variabël. Kur produkti marxhinal

është i barabartë me produktin mesatar, pra, në pikëprerjen e kurbave përkatëse, produkti mesatar arrin maksimumin e vet.

### **17. Çfarë veti është lidhja midis produktit marxhinale dhe produktit mesatar?**

Lidhja midis produktit marxhinal dhe produktit mesatar është një veti e përgjithshme, që ekziston midis vlerave mesatare dhe marxhinale të çdo variabli:

*Në qoftë se ndaj një madhësie mesatare të një shume numrash shtohet një numër që është më i vogël se kjo mesatare, mesatarja që përfshin edhe numrin e fundit shtesë do të jetë më e ulët se mesatarja e parë dhe e kundërta, në qoftë se ndaj një madhësie mesatare të një shume numrash shtohet një numër që është më i madh se kjo mesatare, mesatarja që përfshin edhe numrin e fundit shtesë do të jetë më e lartë se mesatarja e parë.*

### **18. Pse firma duhet të studiojë mirë sjelljen e produktit marxhinal dhe mesatar?**

Firma duhet të studiojë mirë sjelljen e produktit marxhinal dhe mesatar, sepse ato kanë një influencë të rëndësishme në koston e produktit që ajo prodhon.

### **19. Pse kurbat e produktit total, marxhinal dhe mesatar, pasi arrijnë maksimumin e tyre priren negativisht?**

Është e qartë se një gjë e tillë nuk ndodh për shkak se bie cilësia e punës shtesë që pajton firma. Në ndërtimin e modelit kemi supozuar që firma pajton njësi homogjene të punës. Kësaj pyetje do t'i japim përgjigje duke analizuar ligjin e të ardhurave zbritëse.

### **20. Ligji i të Ardhurave Zbritëse?**

Sipas ligjit të të ardhurave zbritëse, *në qoftë se ndaj një sasi të dhënë të faktorit të fiksuar (në rastin tonë të kapitalit) shtohen njësi të njëpasnjëshme të një faktori të ndryshueshëm të prodhimi (në rastin tonë punës), produkti marxhinal dhe ai mesatar i faktorit të ndryshueshëm eventualisht do të bien.*

### **21. Shpjegoni prirjen negative të kurbave të produktit total, marxhinal dhe mesatar?**

Sipas ligjit të të ardhurave zbritëse mund të shpjegojmë prirjen negative të kurbave të produktit total, marxhinal dhe mesatar. Arsyeja kryesore e një sjellje të tillë lidhet me faktin se për njësitë e para të punës ndërkohë që kapitali është i fiksuar, do të kemi një *nënpërdorim* të kapitalit dhe prodhimi i firmës do të jetë *joefiçente*. Firma mund të kapërcejë këtë gjendje ineffiçente duke shtuar numrin e punëtorëve, me synimin që kapitali të përdoret sipas kapaciteteve prodhuese. Si rrjedhim, do të kemi rritje të produktit marxhinal, të produktit mesatar dhe atij total. – Por, rritja në këta tregues nuk mund të vazhdojë pafundësisht. Duke pajtuar punëtorë shtesë, eventualisht arrihet një moment, pas të cilit puna bëhet relativisht *e tepërt* kundrejt madhësisë së kapitalit të fiksuar. Punëtorët shtesë nuk mund të kontribuojn në rritjen e prodhimit, por do të jenë të detyruar të presin në rradhë për të të përdorur makineritë. Tani është puna bëhet e *nënpërdorur*. Shtimi i njësive të punës bën që produkti marxhinal i saj eventualisht të bëhet zero kur produkti total është në maksimum dhe më pas negativ, duke sjellë si pasojë rënien e produktit total dhe atij mesatar.

### **22. Vetëm në çka vepron ligji i të ardhurave zbritëse?**

Ky ligj vepron vetëm në **periudha afatshkurtra**, ku të paktën njëri nga faktorët e prodhimit është i *fiksuar dhe gjendja e teknologjisë është e pandryshueshme*. Në qoftë se do të ndryshonte madhësia e kapitalit të përdorur apo gjendja e teknologjisë së firmës, këto do t'i kundërviheshin veprimit të ligjit të të ardhurave marxhinale zbritëse.

### **23. Çka pasqyrojnë të ardhurat e shkallës dhe cilat janë ato raste të mundshme lidhur me të ardhurat e shkallës?**

*Të ardhurat e shkallës* pasqyrojnë reagueshmërinë e produktit total kur të gjitha inputet rriten në të njëjtin përpjesëtim. Lidhur me të ardhurat e shkallës janë të mundshme tre raste:

- **Të ardhurat konstante të shkallës**, që përfaqësojnë rastin kur ndryshimet përpjestimore në të gjithë inputet çojnë në një rritje në të njëjtin përpjestim në prodhim. Psh. në qoftë se inputet e punës, tokës, kapitalit, etj. dyfishohen, edhe produkti total dyfishohet. Degët ku mbizotëron puna e dorës karakterizohen përgjithësisht nga të ardhura konstante të shkallës.



- **Të ardhurat zbritëse të shkallës**, që përfaqësojnë rastin kur një rritje përpjestimore në të gjithë inputet çonë në rritje në përpjestim më të vogël ën produktin total. Psh. kur fermeri rrit me 50% sasinë e farës, të punës dhe të makinerive, ndërsa produkti total rritet me 40%, prodhimi karakterizohet nga të ardhura zbritëse të shkallës.
- **Të ardhurat rritëse të shkallës**, që përfaqësojnë rastin kur një rritje përpjestimore në të gjithë inputet çonë në një rritje në përpjestim më të madh në nivelin e produktit total. Psh. në qoftë se fermeri i rrit të gjitha inputet me 10%, ndërsa produkti total rritet me 15%, prodhimi karakterizohet nga të ardhura rritëse të shkallës.

#### **24. Përse është i nevojshëm faktori kohë, dhe sa periudha dallojmë për të kuptuar efektin e faktorit kohë në dinamikën e prodhimit?**

Faktori kohë është i nevojshëm për të marrë vendime të drejta. Për të kuptuar efektin e faktorit kohë në dinamikën e prodhimit, dallojmë tre periudha:

- *Periudha momentale*, gjatë së cilës prodhimi, pra edhe të gjithë faktorët e prodhimit, janë të fiksuar.
  - *Periudha afatshkurtër*, gjatë së cilës firma mund të shtojë prodhimin duke ndryshuar faktorët e ndryshueshëm të prodhimit, ndërkohë që mbetet konstant të paktën njeri prej tyre.
  - *Periudha afatgjatë*, gjatë së cilës të gjithë faktorët e prodhimit bëhen të ndryshueshëm.
- Nganjëherë dallohen edhe periudha *shumëafatgjata*, gjatë të cilave ndryshon edhe teknologjia e prodhimit.

#### **25. Teknologjia e Prodhimit...?**

Teknologjia e prodhimit ndryshon edhe përsoset vazhdimisht. Shpikjet e produkteve të reja, përmirësimi i produkteve ekzistuese, ndryshimet në procesin e prodhimit, janë procese që kanë të bëjnë pikërisht me ndryshimet në teknologji. Si rezultat i ndryshimeve progresive në teknologji bëhet e mundur që me të njëjtat inpute të sigurohet më shumë produkt, ose e njëjta sasi prodhimi të sigurohet me më pak inpute. Kur ndodh ndryshimi në teknologji, ndryshon edhe funksioni i prodhimit.

#### **26. Meqenëse firma mund të ndryshojë madhësinë...?**

Meqenëse firma mund të ndryshojë madhësinë e të gjitha burimeve në periudha afatgjata, zgjedhjet që hapen para saj janë më të shumta sesa në periudha afatshkurtra. Këto zgjedhje përmbahen në funksionin e prodhimit, i cili paraqet kombinimet e ndryshme të inputeve (në rastin tonë të punës dhe të kapitalit) dhe sasisë së produktit të prodhuar.

#### **27. Çka shpreh funksioni i prodhimit në periudha afatgjata?**

Funksioni i prodhimit në periudha afatgjata shpreh lidhjen midis kombinimeve të ndryshme të inputeve dhe madhësisë maksimale të produktit, që mund të realizohet me këto kombinime, me një gjendje të dhënë të teknologjisë.

#### **28. Cili është kombinimi më i mirë i inputeve punë dhe kapital që duhet të zgjedhë firma, pra që i siguron asaj maksimumin e fitimit?**

Për ti dhënë përgjigje kësaj pyetjeje, duhet paraprakisht të njihemi me disa koncepte të reja, sikurse janë *vijat barazsasi* dhe *vijat barazkosto*.

#### **29. Çka quhet vija barazsasi (izokuant) dhe çka përfaqëson izokuanti?**

Dy grupe kombinimesh të inputeve punë dhe kapital japin përkatësisht të njëjtën sasi prodhimi, secili grup përfaqësohet nga një kurbë, që quhet vija barazsasi (izokuanti). Izokuanti përfaqëson tërësinë e kombinimeve të ndryshme të punës dhe të kapitalit që japin sasi të barabarta produkti. Në këtë mënyrë, një izokuant tregon metodat alternative për prodhimin e një sasive të dhënë produkti. Në qoftë se lëvizim nga njëra pikë në një pikë tjetër përgjatë një izokuanti, një faktor prodhimi zëvendësohet me faktorin tjetër, kurse madhësia e prodhimit mbetet konstante. Norma sipas së cilës kryhet ky zëvendësim duke mbajtur prodhimin konstant, quhet norma teknike e zëvendësimit (TRS), grafikisht norma teknike e zëvendësimit matet me pjerrësinë e izokuantit në pikën përkatëse.

#### **30. Cilat janë ato supozime të rëndësishme lidhur me izokuantet?**

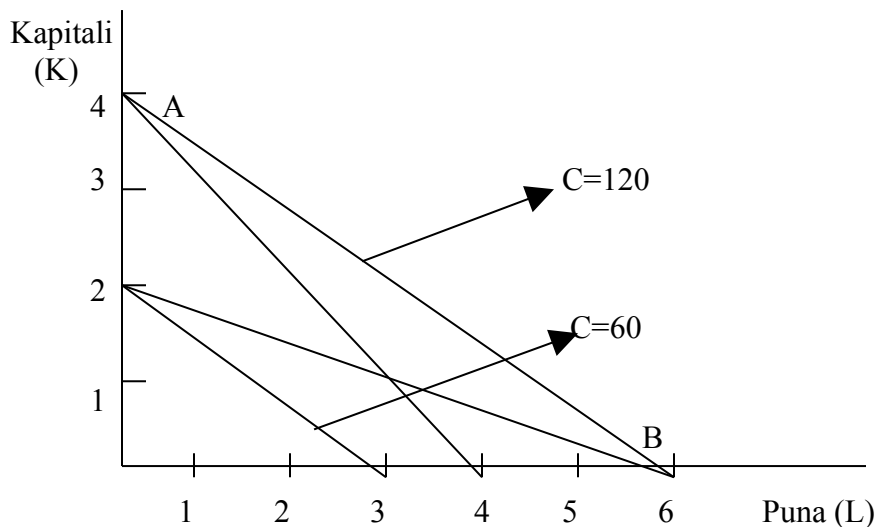
Lidhur me izokuantet është e rëndësishme të bëjmë disa supozime:

- Izokuantet kanë pjerrësi negative.
- Ato janë konvekse ndaj origjinës.
- Izokuantet që shprehin nivele të ndryshme prodhimi nuk priten me njëri tjetrin.
- Izokuantet që ndodhen më larg origjinës përfaqësojnë nivele më të lartë prodhimi.

Këto veti janë të ngjashme me vetitë e kurbave të indefirencës por në dallim prej tyre, çdo izokuant përfaqëson një madhësi të caktuar të prodhimit.

### 31. Vijat barazkosto (Izokosto)?

Për të përcaktuar metodën më efikente të prodhimit për çdo nivel të dhënë, duhet të gjejmë kombinimin me kosto më të ulët të inputeve. Për të gjetur këtë kombinim, kur të dy faktorët janë të ndryshueshëm, duhet të dimë çmimet e faktorëve. Le të supozojm se çmimi i punës është 20 euro për njësi dhe çmimi i kapitalit 30 euro për njësi. Firma planifikon të shpenzojë 120 euro për të blerë këto dy inpute. Kjo sasi parash përbën një kufizim për firmën, që shprehet me anë të një vije psh vijës AB. Vija AB shpreh kosto të barabarta dhe quhet *vijë barazkosto ose izokosto*. Izokostoja tregon të gjitha kombinimet e punës dhe të kapitalit që mund të blihen me 120 euro nga ana e firmës. Për të ndërtuar një izokosto, metodologjikisht veprohet njëlloj si për ndërtimin e vijës së buxhetit të konsumatori, duke përcaktuar koordinatat e pikave ekstreme A dhe B, mbi bazën e të dhënave mbi çmimet e faktorëve dhe shumën e planifikuar për t'u shpenzuar.



Duke bashkuar pikat A dhe B përftohet vija barazkosto. Në vartësi me ndryshimet relative të çmimeve të punës dhe të kapitalit si dhe me ndryshimet e shpenzimeve që planifikon të kryejë firma, do të ndryshojë edhe pozicioni i një izokostoje, përkatësisht duke ndryshuar pjerrësinë ose duke u zhvendosur paralelisht me vetveten, sikurse tregohet edhe në figurë.

### 32. Zgjedhja Kosotminimizuuese?

Për të gjetur kombinimin e inputeve që jep nivelin më të ulët të kosotve për prodhimin, duhet t'u referohemi njëkohësisht izokuanteve dhe izokostove. Në qoftë se firma dëshiron të prodhojë X njësi produkt me koston më të ulët të mundshme, ajo realizon këtë duke përdorur kombinimin e inputeve që i përket një pike përkatëse psh pikës E. Pika E, duke qenë pikë e izokuantit që përfaqëson X njësi produkt, është njëkohësisht pika e izokostos më të ulët të arritshme. Ajo është pikë tangjenciale e izokuantit të dhënë me izokoston më të ulët të arritshme. Kur është i dhënë niveli i shpenzimeve, psh 120 euro, pika E tregon nivelin më të lartë të arritshëm të produktit me këtë nivel shpenzimesh. Në pikën E barazohet pjerrësia e izokuantit që përfaqëson X njësi produkti me pjerrësinë e izokostos që përfaqëson 120 euro shpenzime për inpute.

### 33. Nga çfarë raporti jepet pjerrësia e izokuantit dhe pjerrësia e izokostos?

Pjerrësia e izokuantit jepet nga raporti i produkteve marxhinale të punës dhe kapitalit, ndërsa pjerrësia e izokostos jepet nga raporti i çmimeve të dy inputeve. Pra, në pikën E ka vend barazimi:

$$MP_L \quad P_L$$

$$\frac{MP_L}{P_L} = \frac{MP_K}{P_K}$$

Ku  $MP_L$  dhe  $MP_K$  janë përkatësisht produktet marzhinale të punës dhe të kapitalit, ndërsa  $P_L$  dhe  $P_K$  janë çmimet e këtyre inputeve. Pika E përfaqëson zgjedhjen optimale për firmën, pra kombinimin më të mirë të punës dhe kapitalit për të marrë X njësi produkt.

## Kapitulli 7

### 1. Nga çka varet marrja e vendimit nga ana e një firme për të përcaktuar sasinë e prodhimit të destinuar për treg?

Marrja e vendimit nga ana e një firme për të përcaktuar sasinë e prodhimit apo shërbimit të destinuar për treg, varet nga kostot dhe çmimi i produktit apo shërbimit që ajo prodhon dhe shet. Faktor i rëndësishëm që përcakton madhësinë e fitimit të firmës janë kostot e produktit apo të shërbimit të prodhuar dhe shitur prej saj.

### 2. Si bëhet analiza e kostove?

Analiza e kostove bëhet, në përshtatje me funksionin e prodhimit, për periudha afatshkurtra dhe periudha afatgjata.

### 3. Në sa grupe klasifikohen faktorët që përdor një firmë në periudha afatshkurtra?

Faktorët që përdor një firmë në periudha afatshkurtra klasifikohen në dy grupe kryesore:

- **Faktorë (inpute) fikse.** Inpute fikse janë ato inpute, madhësia e të cilave nuk ndryshon kur ndryshon madhësia e prodhimit.
- **Faktorë (inpute) të ndryshueshëm.** Inpute të ndryshueshëm janë ato inpute, madhësia e të cilave ndryshon kur ndryshon madhësia e prodhimit.

### 4. Në pajtim me klasifikimin e mësipërm, si klasifikohen kostot e tyre?

Në pajtim me klasifikimin e inputeve, edhe kostot e tyre klasifikohen në:

- **Kosto fikse (FC).** Kostot fikse janë ato shpenzime monetare që bën firma për inpute fikse të prodhimit, të cilat nuk ndryshojnë kur ndryshon prodhimi i firmës.
- **Kosto të ndryshueshme (variabile, VC).** Kosto të ndryshueshme janë shpenzime monetare që bën firma për inpute të ndryshueshme të prodhimit, të cilat ndryshojnë në qoftë se ndryshon sasia e prodhimit.

Duke supozuar të dhëna kombinimin e inputeve për prodhimin e një sasive të caktuar produkti si dhe çmimet e këtyre inputeve, kostoja totale e të gjithë produktit të prodhuar do të jepej si shumë e kostove fikse me kostot variabël:

$$TC=FC+VC$$

Kostoja totale (TC) shpreh shpenzimet më të ulëta monetare të kryera nga firma, të nevojshme për të prodhuar një nivel të caktuar produkti.

### 5. Çka përfshihen në kostot fikse dhe çka në ato të ndryshueshme?

Në kostot fikse përfshihen shpenzimet që bën firma për amortizimin e makinerive, pajisjeve, për interesat që paguan për kapitalin e marrë hua, për rentën e tokës që ka në përdorim etj. Përveç faktit që nuk ndryshojnë me rritjen e prodhimit, kostot fikse kanë edhe një karakteristikë tjetër, ato ndodhin edhe kur niveli i prodhimit është zero.

Në kostot e ndryshueshme, përveç faktorit punë përfshihen edhe shpenzimet që bëhen për blerjen e lëndëve të para e materialeve kryesore, lëndëve ndihmëse, energjisë elektrike, lëndëve djegëse etj. Kur firma nuk prodhon asnjë njësi produkti, madhësia e kostove të ndryshueshme do të jetë zero.

### 6. Çka u intereson firmave shpesh të dinë?

Firmave shpesh u intereson të dinë shpenzimet mesatare monetare, d.m.th. sa u kushton prodhimi i një njësie produkti. Për këtë ndërtohen dhe përdoren në analizën ekonomike treguesit e *kostove mesatare*.

Kostot fikse, kostot e ndryshueshme dhe kosto totale kthehen në madhësi mesatare duke *pjestuar secilën prej tyre me sasinë (Q) të produktit që prodhon firma*.

### 7. Çka është kostoja totale mesatare?

**Kostoja totale mesatare** (ATC) është kostoja (TC), pjesëtuar me sasinë e produktit të prodhuar, (Q). Pra,  $ATC=TC/Q$ . Kurba e koston totale mesatare paraqitet në formën e germës U. Kurbën e koston totale mesatare mund ta përfitojmë drejtpërdrejtë nga kurba e koston totale.

### 8. Çka është kostoja fikse mesatare?

**Kostoja fikse mesatare** (AFC) është kostoja fikse totale (TFC) pjesëtuar me sasinë e produktit të prodhuar (Q). Pra,  $AFC=TFC/Q$ .

### 9. Çka është kosto variabël mesatare?

**Kosto variabël mesatare** (AVC) është kostoja e ndryshueshme totale, pjesëtuar me sasinë e produktit të prodhuar (Q). Pra,  $AVC=TVC/Q$ .

### 10. Çfarë ndodh me koston totale në qoftë se prodhimi rritet me një njësi?

Për t'i dhënë përgjigje kësaj pyetje shërben treguesi i koston marxhinale, i cili është një tregues shumë i rëndësishëm në analizat mikroekonomike.

### 11. Çka është kosto marxhinale?

**Kosto marxhinale** (MC) është shtesa absolute në koston totale kur prodhimi rritet me një njësi, pra  $MC=\Delta TC/\Delta Q$ , ku  $\Delta TC$  dhe  $\Delta Q$  janë përkatësisht ndryshimet në koston totale dhe në sasinë e prodhimit (ndryshimet në sasinë e prodhimit supozohen shumë të vogla).

Rrjedhimisht, ndryshimi midis kostove totale është gjithmonë i barabartë me ndryshimin midis kostove të ndryshueshme për çdo njësi shtesë produkti.

Kostoja marxhinale (MC) ka rëndësi të veçantë, përderisa ajo orienton firmën të marrë vendimet e duhura lidhur me sasinë e prodhimit. Kostoja marxhinale jep informacion mbi shpenzimet që duhet të bëjë firma në rastin e prodhimit të një njësie shtesë produkti, ose shpenzimet që firma mund të kursejë duke mos e prodhuar këtë njësi. Një informacion të tillë nuk e japin treguesit e kostove mesatare.

### 12. Si mund të përfitohet kurba e koston marxhinale?

Kurba e koston marxhinale mund të përfitohet nga kurba e koston totale. Çdo pikë e kurbës së koston marxhinale përfitohet duke llogaritur pjerrësinë e tangentes së hequr në pikën përkatëse të kurbës së kostove totale. Edhe kurba e koston marxhinale ka formën e germës U. Kjo formë e kësaj kurbe është pasqyrim dhe pasojë e veprimit të ligjit të të ardhurave zbritëse. Ky ligj vepron në periudha afatshkurtra, ku të paktën një nga faktorët e prodhimit është i fiksuar, ndërsa të tjerët mund të jenë të ndryshueshëm. Në këto kushte, duke shtuar në mënyrë të njëpasnjëshme inputin e ndryshueshëm, psh punën, kundrejtë inputeve të tjera konstante, do të vijë një moment që pasi produkti total të ketë arritur në maksimumin e vet, produkti marxhinal i firmës të priret për t'u ulur. Ndërkaq, kostoja marxhinale ka prirje të kundërt me produktin marxhinal të punës: kur produkti marxhinal fizik i punës rritet, kosto marxhinale ulet dhe e kundërta.

### 13. Kush e përcakton sjelljen e kurbës së koston mesatare?

Kostoja marxhinale është ajo që e përcakton sjelljen e kurbës së koston mesatare. D.m.th.: për sa kohë që kurba e koston marxhinale (numri shtesë) është nën kurbën e koston totale mesatare (mesatarja e parë), atëherë kurba e koston mesatare (mesatarja e re që përfshin edhe numrin e fundit) do të priret për poshtë dhe, për sa kohë që kurba e koston marxhinale ndodhet mbi kurbën e koston totale mesatare, atëherë kurba e koston totale mesatare do të priret për lartë me rritjen e prodhimit.

Kështu, në qoftë se kostoja marxhinale është më e madhe se kostoja totale mesatare, njësia e fundit e shtuar e produktit do të ketë një kosto më të lartë se kostoja totale mesatare, prandaj kostoja totale mesatare që përfshin edhe këtë njësi të fundit shtesë të produktit do të jetë më e lartë se kostoja totale mesatare e produktit pa njësinë shtesë. Do të arsyetoni në mënyrë të ngjashme në rastin kur kostoja marxhinale është më e vogël se kostoja totale mesatare, por në këtë rast kostoja mestare do të ulej.

Rrjedhimisht, në pikën e prerjes, në të cilën kostoja marxhinale është e barabartë me koston totale mesatare, kjo e fundit as ulët dhe as ngrihet kur produkti ndryshon me një njësi. Pikërisht kjo është pika më e ulët e kurbës së koston totale mesatare. Pra, pjesa rritëse e kurbës së koston marxhinale e pret kurbën e koston totale mesatare në pikën më të ulët të saj.

#### 14. Kur e pret kurba e koston marxhinale kurbën e koston së ndryshueshme?

Përderisa koston marxhinale mund ta llogarisim si kosto shtesë ose të koston totale, ose të koston së ndryshueshme kur sasia e produktit rritet me një njësi, i njëjti arsyetim është i vlefshëm për të shpjeguar se përse kurba e koston marxhinale e pret kurbën e koston së ndryshueshme mesatare në pikën minimale të saj.

#### 15. Çfarë janë kurbat e kostove, dhe nën ndikimin e sa faktorëve ato mund të zhvendosen?

Kurbat e kostove nuk janë statike, ato mund të zhvendosen nën ndikimin e dy faktorëve kryesorë: *çmimeve të inputeve dhe teknologjisë së prodhimit*. Psh. në qoftë se shpenzimet do të ishin 200 € në vend të 100 €, atëherë kurba e AFC do të zhvendosej lartë, përderisa AFC është pjesë përbërëse e ATC. Kurse kurbat AVC dhe MC do të mbeteshin të pa ndryshuar, sepse ato varen nga çmimet e inputit të ndryshueshëm dhe jo të inputeve fikse. Në qoftë se do të rritej çmimi i punës, paga, ose i inputeve të tjera të ndryshueshme, atëherë do të zhvendoseshin lartë kurbat AVC, ATC dhe MC, ndërkohë që kurba AFC nuk do të ndryshonte. Përsa i përket teknologjisë, është e qartë se një përmirësim i saj do të rriste produktivitetin mesatar të punës, duke sjellë si pasojë uljen e koston së ndryshueshme mesatare, pra zhvendosjen e kurbës AVC poshtë.

#### 16. Çka është kostoja e një produkti për kontabilistët e çka për ekonomistët?

Për *kontabilistët* e një firme, kostoja e një produkti llogaritet me shumën e parave që duhen paguar për të siguruar lëndën e parë, punën, makineritë e pajisjet etj., të domosdoshme këto për të prodhuar produktin. Për *ekonomistët* kostoja e një të mire është diçka më tepër se kaq. Në dallim nga kontabilistët, ekonomistët përfshijnë më shumë zëra në kosto, pavarësisht nëse ata shprehin transaksione monetare apo jo monetare. Kuptimi i koston nga ekonomistët bazohet në sasinë e burimeve të përdorura dhe mundësitë alternative të përdorimit të tyre. Zgjedhja e burimeve të caktuara për prodhimin e një të mire do të thotë pamundësi e prodhimit të një të mire tjetër. Pra, kostoja oportune (ose ekonomike) e çdo burimi të zgjedhur për të prodhuar një të mirë është e barabartë me vlerën e përdorimit alternativ më të mirë të mundshëm.

#### 17. Si ndahen shpenzimet e firmës?

Burimet që përdor një firmë për prodhimin e një produkti mund të blihen në treg, mund të merren me qera për procesin përkatës të prodhimit, ose mund të jenë pronë e vet firmës. Në varësi nga ky fakt, shpenzimet e firmës ndahen në kosto eksplicite (të shprehura) dhe kosto implicite (të nënkuptuara).

**Kostot e shprehura** përfaqësojnë shpenzimet monetare që bën firma drejtpërdrejtë në treg për blerjen e burimeve, si fuqia punëtore, lëndët e para, energjia elektrike etj.

**Kostot e nënkuptuara** lidhen me inputet që janë *pronë e vet firmës* dhe janë të barabarta me pagesat monetare që mund të merreshin nga përdorimi më i mirë alternativ i tyre. Firma, përveç inputeve që blen nga të tjerët,

Nga kontabilistët		Nga ekonomistët	
A. Të ardhurat totale	122.000.000	A. Të ardhurat totale	122.000.000
B. Kostot e shfaqura	74.000.000	a) Kostot e shfaqura	74.000.000
Puna	10.000.000	Puna	10.000.000
Materialet	59.000.000	Materialet	59.000.000
Qera	5.000.000	Qera	5.000.000
		b) Kostot e nënkuptuara	47.000.000
		Paga	44.000.000
		Interesi	1.000.000
		Të tjera	2.000.000
		B. Kostot ekon. (a+b)	121.000.000
<b>Fitimi kontabël (A-B)</b>	<b>48.000.000</b>	<b>Fitimi ekonomik (A-B)</b>	<b>1.000.000</b>

përdor në procesin e prodhimit edhe *inputet e veta* (puna e pronarit, kapitali para i investuar prej tij në firmë, ndërtesat që përdor firma dhe është pronë e tij etj.). Nga pikëpamja e firmës shpenzimet që lidhen me përdorimin e burimeve të veta janë shpenzime të *papaguara*, ose të

*nënkuptuara. Pra, kostot e nënkuptuara duken qartë që janë kosto oportune; por edhe kostot e shprehura janë kosto oportune, përderisa ato shprehen në një shumë të caktuar parash dhe përderisa kostoja oportune e përdorimit të parasë për një qëllim të caktuar është vetë paraja. Pra, shumat e kostove të shprehura me kostot e nënkuptuara jep koston ekonomike (oportune) të prodhimit të një produkti të caktuar.*

### **18. Çka është fitimi normal?**

Fitimi ekonomik ose fitimi i tepërt, është më i vogël se fitimi kontabël dhe përfaqëson një të ardhur mbi fitimin normal. **Fitimi normal** është pjesë e koston ekonomike dhe është e barabartë me koston oportune të burimeve në pronësi të sipërmarrësit (pra me koston e nënkuptuar), d.m.th. me atë shumë minimale të ardhurash të pronarit, që do ta bënte atë të interesuar për t'i mbajtur këto burime në biznesin përkatës.

### **19. Kostoja në periudha afatgjata?**

Në periudha afatgjata të gjitha inputet bëjnë të ndryshueshëm. Ky fakt e vështirson marrjen e vendimeve për një firmë, sepse asaj i duhet të vendosë jo vetëm se sa punë do të pajtojë, por gjithashtu edhe se sa kapital dhe inpute të tjera do të përdorë, përderisa edhe ato tashmë janë të ndryshueshme.

### **20. Çka do të rezultojë duke i bashkuar pikat minimale të kurbave të kostove mesatare?**

Duke i bashkuar pikat minimale të kurbave të kostove mesatare, si psh. M, N, R, S, dhe T, do të rezultojë *kurba e koston mesatare për periudha afatgjata, LAC*, ku gërma L përfaqëson periudhën afatgjatë dhe AC koston mesatare. Ajo quhet ndryshe **kurbë mbështjellëse**, sepse mbështjell të gjithë kurbat e kostove mesatare në periudha afatshkurtra. Çdo pikë e kësaj kurbe përfaqëson kostot më të ulëta të mundshme për çdo nivel të dhënë të prodhimit. Të gjitha pikat që ndodhen mbi LAC, psh. si pika U, shprehin nivele të padëshirueshme të koston, me nivelet e dhëna të teknologjisë dhe çmimeve të faktorëve të prodhimit. Ndërkaq, të gjitha pikat nën LAC, psh. si pika V, shprehin nivele të koston që nuk mund të arrihen me teknologjinë e dhënë dhe çmimet ekzistuese të faktorëve të prodhimit.

Kurba e kostove mesatare në periudha afatgjata tregon shpenzimet më të vogla për njësi, me të cilat mund të prodhohet një sasi e dhënë produkti, me kusht që firma të ketë kohë të mjaftueshme me dispozicion të saj për realizimin e të gjitha ndryshimeve të domosdoshme në madhësinë e saj, duke përdorur më shumë punë dhe kapital, apo inpute të tjera.

## Kapitulli 8

### 1. **Nga çka përcaktohen çmimet dhe sasia e prodhuar për çdo produkt në një ekonomi tregu?**

Në një ekonomi tregu çmimet dhe sasia e prodhuar për çdo produkt përcaktohen nga mekanizmi i tregut, nga bashkëveprimi i kërkesës dhe ofertës në treg. Në disa tregje ekziston një konkurrencë pothuajse e plotë, kurse në disa të tjerë konkurrenca është e kufizuar. Ekstremi i kundërt i konkurrencës së plotë është monopoli. Në tregjet me konkurrencë jo të plotë përfshihet edhe konkurrenca monopolistike dhe oligopoli, si forma të ndërmjetme. Veçiroritë e tregjeve në të cilat vepron një firmë, ndikojnë në një masë të rëndësishme në vendimet e firmës lidhur me sasinë e prodhimit, çmimet, etj.

### 2. **Cilat janë tiparet që e karakterizojnë konkurrencën e plotë?**

Tiparet që e karakterizojnë konkurrencën e plotë janë:

- *Ekzistenca e një numri të madh firmash në treg.* Secila prej tyre tregton vetëm një pjesë të vogël, të pakonsiderueshme të sasisë së përgjithshme që tregtohet.
- *Të gjitha firmat e një dege shesin produkte me karakteristika të njëjta, produkte homogjene,* psh. grurë, duhan etj.
- *Blerësit dhe shitësit janë të mirë informuar, kanë njohuri të plota për çmimet dhe produktet në treg.*
- *Ekzistenca e lehtësisë së hyrjes dhe daljes së firmave nga dega.* Firmat i lëvizin burimet nga një degë në tjetrën pa pengesa ligjore, si patentat, licencat etj.

### 3. **Cili është tipari më i rëndësishëm i konkurrencës së plotë?**

Tipari më i rëndësishëm i konkurrencës së plotë, që buron nga veçoritë e mësipërme, është se firmat janë *çmimpranuese*, ato nuk kanë asnjë ndikim mbi çmimin e produkteve që ofrojnë në treg. Çmimi përcaktohet nga kërkesa dhe oferta e tregut, dhe firma të veçanta mund të ofrojnë gjithçka që duan me atë çmim. Pra, konkurrenca e plotë mund të përkufizohet si një lloj tregu, *në të cilin firmat e veçanta nuk e kanë kontroll mbi çmimin e produkteve që shesin.* Ky tipar kryesor i konkurrencës së plotë përcakton edhe karakteristikat e kurbës së kërkesës që përballojnë firmat individuale për produktin që ato ofrojnë në treg.

### 4. **Sipas ligjit të kërkesës, kurbat individuale të kërkesës dhe kurba e kërkesës së tregut me çfarë pjerrësi janë?**

Sipas ligjit të kërkesës, kurbat individuale të kërkesës dhe kurba e kërkesës së tregut janë me pjerrësi zbritëse, pra kurba e tyre është plotësisht elastike dmth horizontale në nivelin e çmimit që përcaktohet në treg nga pikëprerja e kërkesës me ofertën.

### 5. **A mund të ndikojë firma mbi çmimin?**

Duke ditur se çdo firmë që vepron në konkurrencë të plotë zë një pjesë të vogël të tregut, është e qartë që ajo nuk mund të ndikojë mbi çmimin. Firma mund të marrë vendime vetëm lidhur me sasinë. Me *çmimin që përcakton tregu, firma mund të shesë çfarëdo sasi që dëshiron*. Kurba e kërkesës që ndesh ajo në treg është horizontale, sepse, përderisa firma mund të shesë pa pengesa me çmimin e tregut, ajo nuk ka interes të shesë me çmime më të ulëta. Po të shiste me çmime më të larta, asaj do t'i ngeleshin produktet pa shitur, pasi ka shumë firma të tjera që shesin të njëjtin produkt me çmimin e tregut. Mundësia që ka firma individuale për të shitur çfarëdo sasi me çmimin e tregut, mund të krijojë përshtypjen sikur në konkurrencën e plotë nuk ka konkurrencë.

#### 6. **Pse është e rëndësishme analiza e tregut konkurrencial?**

Analiza e tregut konkurrencial është e rëndësishme sepse:

- Ekzistojnë tregje që i afrohen konkurrencës së plotë, sikurse janë disa tregje të produkteve bujqësore, si ai i grurit, etj.,
- Siç pohojnë shumë ekonomistë, shumë parashikime që bëhen mbi konkurrencën e plotë konfirmohen edhe nga tregjet jo konkurrenciale,
- Modeli i konkurrencës së plotë shërben si bazë për të krahasuar modelet e tjera të konkurrencës jo të plotë.

#### 7. **Cili është niveli i prodhimit që zgjedh firma?**

Për të kuptuar më mirë përgjigjen e kësaj pyetjeje rikujtojmë që:

- Synimi themelor i çdo firme është *maksimizimi i fitimit*,
- Fitimi përfaqëson *diferencën midis të ardhurave totale (TR) me koston totale (TC)*,
- Për ekonomistët kostoja totale është kosto *ekonomike* (oportune), pra përfshin koston e shprehur dhe atë të nënkuptuar.

Mbi këtë bazë përgjigja e pyetjes do të ishte: *firma zgjedhë atë nivel prodhimi që maksimizon fitimin e saj*.

#### 8. **Çka është kurba e të ardhurave totale dhe çfarë pjerrësi ka?**

Kurba e të ardhurave totale është një kurbë vijëdrejtë me pjerrësi pozitive, që kalon nga origjina.

#### 9. **Çka kuptojmë me të ardhur marxhinale?**

*Me të ardhur marxhinale kuptojmë ndryshimin në të ardhurat totale kur prodhimi ndryshon me një njësi.*

#### 10. **MR=MC Pse ndodh kështu?**

Është e qartë që firma do të zgjerojë prodhimin sa kohë që  $MR > MC$ , sepse për çdo njësi shtesë të prodhuar ajo merr një fitim shtesë të barabartë me  $(MR - MC) > 0$ . Ndërsa kur  $MR < MC$ , firma nuk është e interesuar të rrisë prodhimin, sepse për çdo njësi shtesë ajo pëson një humbje të barabartë me  $(MR - MC) < 0$ . Në të kundërtën, firma duhet të pakësojë prodhimin (deri sa MC të barazohet me MR), përderisa për çdo njësi të pakësuar shpenzimet e kursyera janë më të mëdha se sa e ardhura e pamarrë. Pra, firma do të rrisë prodhimin deri në nivelin ku  $MR = MC$ . Çdo rritje e mëtejshme e prodhimit do ta ulte fitimin. Rrjedhimisht, ky është niveli i prodhimit që siguron maksimizimin e fitimit të saj.

#### 11. **Kur arrihet maksimizimi i fitimit dhe me çka është i barabartë fitimi total?**

Maksimizimi i fitimit arrihet në një nivel të caktuar për njësi prodhimi, ku kurba e MC pret kurbën e MR, e cila është njëkohësisht edhe kurba e kërkesës. Ndërsa fitimi total është i barabartë me fitimin për njësi shumëzuar me numrin e njësive të prodhuara.

#### 12. **Si quhet pika ku fitimi total bëhet zero?**

Pikën ku fitimi total bëhet zero e quajmë pikë të barazimit të koston totale mesatare me çmimin. Pika e barazimit të koston totale mesatare me çmimin është pika më e ulët e kurbës ATC, pra kur niveli i çmimit është i njëjtë me këtë nivel të ATC atëherë fitimi bëhet zero.

#### 13. **Çfarë pëson firma në qoftë se ajo mbyllet ose vazhdon të prodhojë?**



Në qoftë se firma mbyllet, ajo pëson një humbje të barabartë me koston fikse; në qoftë se vazhdon të prodhojë ajo pëson një humbje të caktuar në varësi të nivelit të çmimit dhe të ATC.

Në qoftë se *humbja që pëson firma në rastin e vazhdimit të prodhimit është më e vogël se kostoja fikse, atëherë për firmën është më mirë të vazhdojë prodhimin*. Në të kundërt, kur *humbja është më e madhe se kostoja fikse, firma duhet të mbyllet*.

#### 14. Çfarë ndodh në qoftë se $P > AVC$ , $P < AVC$ dhe $P = AVC$ ?

Në qoftë se  $P > AVC$  (pra çmimi është më i madh se kostoja variabël mesatare), atëherë  $\pi > AFC$ , dmth  $-\pi < AFC$  ( $-\pi$  përfaqëson humbjen për njësi). Në këtë rast për firmën më mirë është të prodhojë, sepse humbja për njësi është më e vogël se kostoja fikse mesatare.

Në qoftë se  $P < AVC$  atëherë  $\pi < -AFC$  dmth  $-\pi > AFC$  dhe në këtë rast firma duhet të mbyllet.

Në qoftë se  $P = AVC$ , atëherë  $\pi = -AFC$ . Në këtë rast për firmën është njëlloj si të vazhdojë prodhimin apo ta ndërpresë atë. Po që se  $P = AVC$ , atëherë kurba e koston marxhinale e pret kurbën  $AVC$  në nivelin minimal të saj, që në këtë rast është pika e ekuilibrit. Pikën minimum të  $AVC$ , ku  $P = AVC$ , e quajmë *pikë të mbylljes së firmës*.

#### 15. Çfarë niveli të prodhimit zgjedh firma për një nivel të dhënë të çmimit të tregut?

Për një nivel të dhënë të çmimit të tregut, firma zgjedh nivelin e prodhimit që i përgjigjet konditës  $MR = MC$ . Kjo konditë plotësohet pikërisht në pikëprerjen e kurbës  $MR$  me kurbën  $MC$ . Pra, kjo pikë e kurbës  $MC$  është njëkohësisht edhe pikë e kurbës së ofertës së firmës, sepse tregon nivelin e prodhimit që firma është e gatshme të ofrojë në nivelin e çmimit që përfaqëson kjo pikë.

Duke filluar nga pika e mbylljes, ku çmimi është i barabartë me nivelin më të ulët të  $AVC$ , çdo pikë e kurbës së  $MC$  që i përgjigjet niveleve përkatëse në rritje të çmimeve është një pikëprerje e mundshme e kurbës  $MC$  me kurbën  $MR = P$ . Pra, çdo pikë e kurbës  $MC$  që ndodhet mbi pikën e mbylljes, është njëkohësisht edhe pikë e ofertës së firmës. Si përfundim, *pjesa e kurbës  $MC$  mbi pikën e mbylljes, përfaqëson kurbën e ofertës së firmës*.

#### 16. Çka është Kurba e Ofertës së Degës?

**Kurba e Ofertës së Degës** është shuma horizontale e kurbave të ofertës të firmave që përbëjnë degën.

#### 17. Sa periudha kohore të mundshme të ekuilibrit të tregut dallojm për të analizuar dhe kuptuar sjelljen e firmës dhe të degës?

Për të analizuar dhe kuptuar më mirë sjelljen e firmës dhe të degës është e nevojshme të dallojmë tre periudha kohore të mundshme të ekuilibrit të tregut:

- Ekuilibri momental, ku oferta është fikse;
- Ekuilibri afatshkurtër, ku firmat mund të rrisin prodhimin, megjithëse kapitali mbetet i pandryshuar;
- Ekuilibri afatgjatë, ku të gjithë faktorët e prodhimit mund të ndryshojnë.

#### 18. Çka theksonte ekonomisti i njohur Alfred Marshall?

A. Marshall theksonte se një rritje e kërkesës shkakton një rritje më të madhe çmimesh në periudha afatshkurtëra sesa në periudha afatgjata.

#### 19. Çmimi i ekuilibrit për periudha afatshkurtëra a është më i ulët apo më i lartë se çmimi i ekuilibrit momental?

Çmimi i ekuilibrit për periudha afatshkurtëra është më i ulët se çmimi i ekuilibrit momental. Kjo e ka bazën te oferta shtesë që vjen nga përdorimi intensiv i të njëjtit kapital. Në këtë rast oferta është më elastike, sepse me rritjen e çmimit rritet edhe sasia e prodhuar.

#### 20. A ekzistojn ndryshime midis periudhave afatgjata dhe afatshkurtra?

Po, ekzistojn ndryshime, të cilat shfaqen në këto aspekte thelbësore:

- Në periudhat afatgjata (LR) nuk ka kosto fikse, të gjitha kostot janë të ndryshueshme;
- Duke ditur se në periudha afatgjata firma mund të ndryshojë madhësinë e impianteve të saj, kurba e koston totale mesatare në këto periudha është më e pjerrët se kurba e koston totale mesatare në periudha afatshkurtra;
- Në periudha afatgjata kemi hyrje të firmave të reja në degë kur firmat ekzistuese marrin fitim ekonomik. Nga ana tjetër, kemi dalje të firmave nga dega në qoftë se ato nuk marrin të paktën fitim normal, pra pësojnë humbje ekonomike.

21. **Çfarë duhet të bëjnë firmat në periudhat afatgjata në qoftë se ato janë me humbje ose mbyllen përkohësisht në periudha afatshkurtra në kushtet e konkurrencës së plotë?**

Firmat që janë me humbje ose mbyllen përkohësisht në periudha afatshkurtra në kushtet e konkurrencës së plotë, në periudha afatgjata duhet të përshtasin madhësinë e tyre në nivelin që siguron të paktën fitim normal, duke zëvendësuar pajisjet e vjetra dhe duke shtuar të reja, përndryshe do të duhet të dalin nga dega përkatëse. Nga ana tjetër, po që se në degë do të kishte fitim ekonomik, do të kishim hyrje të firmave të reja në të. Si rezultat i këtyre lëvizjeve të mundshme të firmave, do të kishim dhe ndryshimin e ofertës së degës në periudha afatgjata.

22. **Ku do të çonte ndryshimi i ofertës së degës?**

Ndryshimi i ofertës së degës do të çonte dhe në ndryshimin e ekuilibrit në treg. Kur firmat e një dege marrin fitim ekonomik, kemi hyrje të firmave të reja dhe, si rrjedhojë, oferta rritet duke çuar tregun në një ekuilibër, të cilit i përgjigjet një çmim më i ulët. Në qoftë se çmimi më i ulët u siguron përsëri firmave fitim ekonomik, do të kemi hyrje të reja në degë dhe një rritje të ofertës së degës, derisa çmimi të bjerë në nivelin që siguron vetëm fitim normal. Nga ana tjetër, në qoftë se firmat janë me humbje, ato do të dalin nga dega, duke zvogëluar ofertën deri sa çmimi të rritet në nivelin që siguron vetëm fitim normal. Si përfundim, në periudha afatgjata fitimi ekonomik do të jetë zero, firmat do të marrin vetëm fitim normal.

23. **Çfarë duhet të bëjë firma në nivelin më të ulët të kurbës së koston mesatare afatgjate?**

Në periudha afatgjata firma duhet të prodhojë në nivelin më të ulët të kurbës së koston mesatare afatgjate.

24. **Shënoni barazimin që paraqet pikën e maksimizimit të fitimit në periudha afatgjata dhe çka kuptoni me të?**

Në pikën e maksimizimit të fitimit (që është pika e ekuilibrit për firmën) në periudha afatgjata ka vend barazimi:

$$P = LRMC = LRAC = SRMC = SRAC \quad \text{ku:}$$

*LRMC* është kostoja marxhinale në periudha afatgjata  
*LRAC* është kostoja mesatare në periudha afatgjata  
*SRMC* është kostoja marxhinale në periudha afatshkurtra  
*SRAC* është kostoja mesatare në periudha afatshkurtra

Kuptimi i këtij barazimi është se *konkurrenca e plotë e detyron firmën të prodhojë në nivelin më të ulët të mundshëm të koston mesatare afatgjatë*. Firmat që nuk e përshtasin madhësinë e tyre në kufij optimale, ku sigurohet kostoja më e ulët e mundshme, nuk janë efçente dhe nuk mund të konkurrojnë me firmat që kanë zgjedhur madhësinë optimale dhe janë efçente, prandaj, në fund të fundit, *janë të detyruara të dalin nga dega*.

25. **Si paraqitet kurba e ofertës së degës në periudha afatgjata?**

Në konkurrencën e plotë, degë të ndryshme, kanë kurba oferte të ndryshme. Forma e kurbave nga fakti se çfarë ndodh me çmimin e inputeve (pra dhe me kurbat e koston) kur hyjnë ose dalin firma nga dega. Nga kjo pikëpamje dallojmë tre lloje degësh: degë me *kosto konstante*, degë me *kosto rritëse* dhe degë me *kosto zbritëse*. Çmimet e inputeve (pra dhe kostoja) nuk ndryshojnë, rriten apo ulen, përkatësisht në secilin lloj degësh, kur dega zgjerohet me firma të reja.

A. *Oferta e degës me kosto konstante.* Në këtë rast inputet supozohen të gjitha homogjene. Si rrjedhim, zgjerimi i degës, pra edhe rritja e kërkesës për inpute, nuk shkakton rritjen e çmimit të këtyre të fundit. Firmat e reja që hyjnë në degë mund të gjejnë inpute me cilësi dhe çmim të njëjtë me firmat ekzistuese. Kurba e ofertës së degës në periudha afatgjata do të jetë horizontale, pra plotësisht elastike.

B. *Oferta e degës me kosto rritëse.* Në fakt, shumica e degëve nuk janë me kosto konstante, por me kosto rritëse, sepse: - me futjen e firmave të reja, çmimet e inputeve (pra edhe kostot) rriten, sepse rritet kërkesa për inpute; - me rritjen e kërkesës për inpute firmat detyrohen të përdorin edhe inpute me cilësi më të ulët, gjë që çon në rritjen e kostos.

Duke ditur se kostoja rritet me rritjen e numrit të firmave, atëherë dhe kurbat e kostos marxhinale dhe kostos mesatare do të zhvendosen lart për çdo firmë. Në këtë mënyrë, do të duhet një nivel më i lartë çmimi për firmën që ajo të vazhdojë të marrë fitim normal. Është kjo arsyeja që në periudha afatgjata në degët me kosto rritëse, ekuilibrit të ri që vendoset pas futjes së firmave të reja në degë, i përgjigjet një nivel çmimi më i lartë se ai fillestar.

C. *Oferta e degës me kosto zbritëse.* Megjithëse e rrallë në praktikë, ekziston edhe kjo mundësi e tretë. Kur një degë zgjerohet, kjo mund të çojë në uljen e çmimeve të inputeve. Duke ndjekur logjikën e dy rasteve të para, mund të vërtetohet lehtë që kurba e ofertës afatgjatë të degës në këtë rast të tretë do të jetë me pjerrësi zbritëse.

## Kapitulli 9

### 1. **Si veprojnë firmat (degët) në praktikë?**

Në praktikë, firmat (degët) veprojnë në kushtet e një *konkurrence jo të plotë*, e cila shtrihet në një hapësirë shumë të gjerë, duke filluar nga konkurrenca monopolistike deri në ekstremin e kundërt të konkurrencës së plotë, që është monopoli. Fjala monopol rrjedh nga greqishtja: *mono* që dmth i vetëm dhe *polein* që dmth me shitë. Pra, **monopoli përfaqëson një firmë të vetme e cila prodhon dhe shet gjithë produktin e një dege.**

### 2. **Cekni tiparet themelore të monopolit dhe i shpjegoni ato?**

Tiparet themelore të monopolit janë:

**Ekzistenca e një shitësi të vetëm në degë.** Prej kësaj rrjedh që, në kushtet e monopolit, firma dhe dega janë e njëjta gjë. Megjithatë, ky tipar themelor i monopolit nuk i është i mjaftueshëm për përcaktimin e saktë të tij, sepse ai karakterizohet edhe nga tipare të tjera thelbësore si:

**Mungesa e zëvendësuesve të afërt.** Nëse një firmë ka zëvendësues të afërt ajo mund të mos jetë monopol. Për shembull, në qoftë se në Shqipëri një shoqëri transporti realizon gjithë transportin e udhëtarëve me autobusë, a mund të themi që ajo përfaqëson një monopol? Në kuptimin e ngushtë të transportit me autobusë, edhe mund të themi. Por në kuptimin e gjerë, të transportit në përgjithësi, kjo firmë nuk mund të jetë monopol pasi që ajo konkurohet nga transporti hekurudhor, detar etj. Ekzistenca e zëvendësuesve të afërt për degë të ndryshme nuk lejon pozitën monopol në degë. Përcaktimi i pozitës së një firme në treg, pra nëse një firmë është ose jo monopol, është i rëndësishëm, sepse në shumë vende ka ligje të forta kundër monopolizmit. Një nga treguesit që përdoret për vlerësimin e pozicionit monopol të një firme është elasticiteti i tërthortë i kërkesës. *Në qoftë se një mall ka një elasticitet të lartë të tërthortë të kërkesës, ai ka zëvendësues të afërt dhe prodhuesi i tij, megjithëse mund të jetë i vetëm, nuk është monopolist.* Pra, ekzistenca e monopolit nënkupton mungesën e zëvendësuesve të afërt. Në këtë kuptim, kurba e kërkesës që ndeshë firma monopol është relativisht e pjerrtë duke reflektuar pikërisht mungesën e zëvendësuesve të afërt.

**Aftësia për të ndikuar mbi çmimin.** Në konkurrencën e plotë, firma nuk ka asnjë ndikim mbi çmimin, ajo është çmimpranuese. Në kushtet kur firma është e njëjtë me degën, kurba e kërkesës që ajo ndeshë në treg është e njëjtë me kurbën e kërkesës që ndeshë dega, pra është një kurbë e zakonshme kërkesë me pjerrësi zbritëse. Në varësi të kërkesës që ndesh në treg, firma monopol mund të zgjedhë çfarëdo niveli çmimi që dëshiron, pra ajo mund të lëvizë përgjat kurbës së kërkesës, duke zgjedhur nivelin e çmimit dhe sasinë që i përgjigjet atij. Në këtë kuptim themi që firma zotëron një **fuqi tregtare**. *Me fuqi tregtare kuptojmë aftësinë që ka firma për të ndikuar*

në çmimin e prodhimit që shet, nëpërmjet ndryshimit të sasisë së tij. Sa më i madh të jetë ndikimi i firmës mbi çmimin, aq më e madhe është fuqia tregtare që ajo ka, aq më e madhe është fuqia monopoliste e saj. Si përfundim, themi që firma monopol ushtron një ndikim mbi çmimin e produkteve që shet dhe, në dallim me konkurrencën e plotë, ajo nuk është çmimpranuese por **çmimpërcaktuese**.

**Ekzistenca e pengesave të hyrjes.** Me të drejtë mund të lind pyetja: Pse një firmë mund të vendosë dhe të ruaj pozicionin e saj monopol? Pse firmat e tjera mund të hyjnë në këtë degë? Kush i pengon ato? Për këtë pyetje mund të jepen shpjegime të ndryshme, por këtu do të veçojmë disa faktorë kryesorë:

a) *Monopoli që mbështetet në kontrollin e një inputi bazë të prodhimit.* Mundësia për të kontrolluar burimet bazë për prodhimin e një produkti, si lëndët e para, përbëjnë një rrugë të vendosjes së monopolit, sepse firmat e tjera nuk mund të hyjnë në këtë degë, ato i pengon pikërisht mungesa e lëndëve të para. Për shembull, para luftës së Dytë Botërore, shoqëria amerikane ALCOA, nëpërmjet kontrollit të lëndëve të para (boksiteve), zotëronte monopolin e shitjes së aluminit, pra ishte një monopol.

b) *Monopoli që mbështetet në pengesa ligjore.* Shpesh herë, për arsye të ndryshme, shteti vendosë me ligj kufizime që pengojnë firmat të hyjnë në një degë të caktuar. Kjo realizohet, kryesisht, nëpërmjet patentave, të drejtës së autorit dhe licencave. *Patenta përfaqëson një të drejtë ekskluzive, të garantuar nga shteti, që i jep mbajtësit të saj mundësin për të prodhuar dhe tregtuar një produkt për një periudhë kohe të dhënë* (për shembull, në SHBA për 17 vjet). Qëllimi i dhënies së kësaj të drejte, që e vendosë firmën në pozicionin monopol, është nxitja e kërkimeve shkencore, sepse patenta që merret për shpikje të ndryshme, i siguron firmës fitime të mëdha që rrjedhin nga pozicioni i saj monopol. *E drejta e autorit, përfaqëson një të drejtë ekskluzive, të garantuar nga shteti, që i jep mbajtësit të saj kontrollin mbi botimin, kopjimin dhe shitjen e veprave të artit dhe letërsisë.* Përveç patentave dhe të drejtës së autorit, shteti mund të vendosë pengesa të tjera ligjore për të ushtruar një aktivitet, si licencat. Për shembull, shteti mund t'i japë të drejtën ekskluzive një firme të vetme për të shpërndarë postën, duke krijuar kështu një monopol postar.

c) *Monopoli që krijohet nga bashkimi i firmave.* Firma të ndryshme të një dege mund të bashkohen në një firmë të vetme për të përcaktuar çmime të larta dhe, si rrjedhim, për të marrë edhe fitime të larta. Ky lloj monopol mund të krijohet në rastet kur në një degë ka disa firma të mëdha dhe kur shteti e lejon atë me ligj. Sidoqoftë, në këtë lloj monopol është më e madhe mundësia e hyrjes në degë të firmave të reja që nxiten nga fitimet e larta, prandaj është më e vështirë ruajtja e pozicionit monopol nga firmat ekzistuese.

d) *Monopole natyrore.* Këto monopole mbështeten në ekzistencën e asaj dukurie, që e kemi quajtur *ekonomizim të shkallës*. Në degë të caktuara, kostoja mesatare vjen duke u ulur me rritjen e vëllimit të prodhimit, në qoftë se produkti ofrohet nga një firmë e vetme. Në këto raste, në qoftë se dega do të përbëhej nga shumë firma, ato do të prodhonin në nivelin e koston më të ulët, por në rang dege kostoja minimale do të arrihej në një nivel relativisht të ulët të prodhimit dhe më tej, me rritjen e prodhimit, ajo do të rritej. E kundërta ndodhë në qoftë se është vetëm një firmë që prodhon këtë produkt: sa më shumë rritet prodhimi, aq më shumë ulet kostoja mesatare. Kjo është e vërtetë në të gjitha ato degë, të cilat kanë *kosto fikse tepër të larta*, për shembull, shërbimet publike për energji elektrike, ujë, telefon, gas etj. Sa më e madhe të jetë pesha specifike e kësaj kostoje në koston totale, aq më i madh është ndikimi i saj dhe kostoja totale mesatare vjen drejt uljes me rritjen e vëllimit të prodhimit.

### 3. **Ku është dallimi ndërmjet firmave në konkurrencë të plotë dhe firmave monopol?**

*Firma në konkurrencë të plotë mund të zgjedh vetëm nivelin e prodhimit, kurse firma monopol mund të ndikojë mbi çmim, pra mund të zgjedh çmimin.* Edhe në këtë rast maksimizimi i fitimit bëhet sipas të njëjtit rregull,  $MC=MR$ . E ardhura marxhinale në firmën monopol ndryshon nga konkurrenca e plotë ku  $MR=P=AR$  dhe kurba e saj ishte horizontale, e njëjtë me kurbën e kërkesës. Pse? Kurba e kërkesës që ndesh firma monopol si një firmë e vetme në degë, është e njëjtë me kurbën e kërkesës së degës, pra është kurbë kërkesë me pjerrësi zbritëse e cila tregon nivelet e çmimit në të cilat mund të shesë firma në nivele të ndryshme prodhimi.

### 4. **Me çka janë të barabarta të ardhurat mesatare?**

Të ardhurat mesatare (AR) janë të barabarta me të ardhurat totale (TR) pjesëtuar për sasinë e shitur (Q), pra janë të barabarta me çmimin e mallit (sepse  $TR=Q \times P$  kurse  $AR=TR/Q$  dhe  $AR=P$ ). Si rrjedhim, kurba e kërkesës përfaqëson njëkohësisht edhe kurbën e të ardhurave mesatare. Duke ditur se kjo kurbë është me pjerrësi zbritëse,

monopolisti duhet të ulë çmimin e të gjitha njërive për të shitur një njësi shtesë produkti. Kjo dmth që të ardhurat marxhinale, të cilat janë të ardhurat shtesë që merren kur shitet një njësi më shumë, vijnë duke u ulur.

## 5. A ekzistojn mendime iluzioniste lidhur me maksimizimin e fitimit nga monopolisti?

Lidhur me maksimizimin e fitimit nga monopolisti, ekzistojnë edhe mendime iluzioniste. Po përmendim dy:

A. Ekziston mendimi se *monopolet marrin gjithmonë fitim të tepërt*. Në fakt, nuk ndodh gjithmonë kështu. Në të gjitha ato raste kur kostoja mesatare është mbi nivelin e të ardhurave mesatare, pra kurba ATC është mbi kurbën e kërkesës, firma monopol del me humbje ekonomike. Praktika vërteton se një firmë mund të ketë pozicion monopol, por mund të mos realizojë fitim të tepërt, duke qenë e detyruar të përballojë edhe humbje ekonomike. Firma monopol zgjedh çmimin që minimizon humbjen. Humbja minimale arrihet përsëri në pikën ku  $MC=MR$ . Qëndrimi që mban firma në periudha afatshkurtra është i njëjtë si në konkurrencën e plotë. Në qoftë se humbja për njësi është më e vogël se kostoja fikse mesatare, firma vazhdon prodhimin, në të kundërt ajo mbyllet përkohësisht. *Kushti i mbylljes së firmës është  $P < AVC$ . Në periudha afatgjata firma monopol mund të sigurojë një fitim ekonomik për shkak të pengesave të hyrjes;*

B. Ekziston një mendim tjetër, sipas të cilit monopolisti është *krejt i lirë në caktimin e çmimeve*. Në fakt, mundësia e firmës monopoliste për të ndikuar në nivelin e çmimit, është e kushtëzuar nga kërkesa që ajo ndeshë në treg. Në këtë kuptim, *firma nuk mund të caktojë çmime sipas dëshirës, jashtë atyre që përcaktohen nga kërkesa e tregut*. Jo vetëm kaq, por edhe në kuadrin e këtyre çmimeve, firma monopoliste nuk zgjedh çmimet më të larta, por ato çmime që maksimizojnë fitimin. Çmimet shumë të larta kushtëzojnë nivele shumë të ulëta të prodhimit, duke ja hequr monopolistit mundësinë për të maksimizuar fitimin. Nga ana tjetër fitimi ekonomik që merr firma monopoliste në periudha afatgjata nxitë dy prirje: *Së pari*, nxiten përpjekjet e firmave të tjera për të kapërcyer pengesa të caktuara të hyrjes, siç është kontrolli mbi burimet kritike, etj. *Së dyti*, nxitet shteti për të ndërhyrë, duke vendosur taksa që zvogëlojnë fitimet e firmës monopol. Për t'i minimizuar këto prirje, me qëllim që të ruhen fitimet ekonomike në periudha afatgjata, firmat monopoliste mund të vendosin çmime më të ulëta se ato që maksimizojnë fitimin, duke rritur kështu sasinë e shitur të prodhimit dhe duke reduktuar, në një farë mase, fitimin në periudha afatshkurtra.

## 6. Pse nuk ka kurbë oferte për monopolistin?

Kur analizojmë sjelljen e një firme monopoliste, është e rëndësishme të theksojmë se *për monopolistin nuk ka kurbë oferte*. Pse ndodhë kështu? Siç e dimë, oferta pasqyron bashkësin e pikave ku çdo niveli çmimi i përgjigjet sasia e prodhimit që firmat dëshirojnë dhe kanë mundësi të shesin. Në konkurrencën e plotë niveli i prodhimit që i përgjigjet maksimizimit të fitimit përcaktohet nga kushti,  $MC=MR$ , ku  $MR=P$ , pra dhe  $MC=P$ . Por, në rastin e monopolistit  $MR \neq P$ , sepse P përcaktohet nga kurba e kërkesës. Me ndryshimin e kurbës së kërkesës dhe të ardhurës marxhinale, niveli i ekuilibrit për sasinë e prodhimit (ofertën) mund të mos ndryshojë, kurse niveli i çmimit ndryshon. Pra, nuk mund të vendoset një korrespondencë funksionale, si në rastin e konkurrencës së plotë, midis çmimit dhe sasisë që ofrohet.

## 7. A arrihet efienca në kushtet e monopolit? A plotësohen konditat e Paretos lidhur me alokimin e burimeve në rastin e firmës monopoliste?

Kurba  $D=AR$  tregon vlerësimin e konsumatorit për çdo njësi shtesë të produktit të firmës monopoliste. Në nivelin e maksimizimit të fitimit, konsumatori vlerëson njësin e fundit. Nga ana tjetër, kurba MC shpreh vlerësimin e konsumatorit për alternativën më të mirë nga e cila është hequr dorë. Pra, konsumatori vlerëson më shumë njësin e fundit të prodhimit se sa atë të alternativës së lënë. Prandaj, konsumatori do të dëshironte që monopolisti të prodhonte njësi shtesë deri në pikën ku MC e pret AR, ku vlerësimi i tij është i njëjtë për njësin që merr dhe për atë që lë.

## 8. Çka duhet të kemi parasysh që konkluzionin e mësipërm ta kemi më qartë?

Konkluzionin e mësipërm mund ta shohim më qartë po të kemi parasysh konditën e Paretos lidhur me optimizimin:

$$MRS = \frac{P_x}{P_y} = \frac{MC_x}{MC_y} = MRT.$$

Ku x dhe y përfaqësojnë një çift çfarëdo mallrash. Në konkurrencë të plotë kemi që  $P_x = MC_x$  dhe  $P_y = MC_y$ , dmth kushti i optimizimit të Paretos plotësohet. Ndërsa në kushtet kur, psh produkti y prodhohet nga një firmë monopoliste, kemi që  $P_y > MC_y$ . Kushti i optimizimit nuk do të plotësohet, veçse po do të supozonim që të dyja

degët x dhe y janë të monopolizuara saktësisht në të njëjtën shkallë dhe mbi këtë bazë çmimi tejkalon koston marxhinale në të njëjtin përpjesëtim, pra:

$$\frac{P_x}{MC_x} = \frac{P_y}{MC_y} \text{ ose } \frac{P_x}{P_y} = \frac{MC}{MC_y}$$

### 9. Çka përfaqëson Humbja Neto?

Humbja Neto përfaqëson një pakësim të mirëqenies sociale, e cila përbën edhe *objektin kryesor të kritikave ndaj monopolit*. Krahas kësaj, *monopoli kritikohet edhe për rishpërndarjen në favor të firmës monopoliste dhe në dëm të konsumatorit*. Pra, pengesat e hyrjes në degën e monopolizuar bëjnë që të dyja këto pika të dobëta të monopolit të ruhen edhe në periudha afatgjata. *Kritika negative ndaj monopolit drejtohet edhe ndaj mundësisë së abuzimit me cilësinë e mallrave dhe shërbimeve në kushtet e mungesës apo dobësimin të presionit të konkurrencës dhe ndaj mundësisë së shpenzimeve parazitare dhe pakësimin të stimujve për uljen e koston në kushtet e fitimeve të larta ekonomike.*

### 10. Cilat janë avantazhet e monopolit?

Kritikat ndaj monopolit nuk janë vetëm negative, në rrethana të caktuara monopoli mund të ketë edhe avantazhe:

- *Avantazhet që vijnë nga ekonomizimet e shkallës.* Këto avantazhe janë karakteristike për monopole natyrore. Në këto kushte, monopolisti që zotëron një degë mund të prodhojë më shumë dhe me çmime më të ulëta, se sa do të prodhohej në këtë degë në kushtet e konkurrencës së plotë;
- *Avantazhet që vijnë nga mundësia e nxitjes së progresit teknik.* Ekziston mundësia që mbi bazën e fitimeve të larta dhe burimeve të mëdha financiare, monopolisti të kryejë shpenzime të mëdha për kërkime shkencore (natyrisht, kjo është vetëm mundësi). Kjo gjë është e dobishme për gjithë shoqërinë, sepse çon në rritjen e ritmeve të progresit teknik dhe mbi këtë bazë edhe të produktit total.

### 11. Kur kemi diskriminim të çmimit?

Diskriminim çmimi kemi atëherë kur një firmë cakton çmime të ndryshme për blerës të ndryshëm, *por jo për shkak të kostove të ndryshme*. Qëllimi i çmimeve diskriminuese është që të rritet fitimi i firmës.

### 12. Cilat janë ato kushte që duhet t'i plotësojë një firmë për të zbatuar çmimet diskriminuese?

Për të zbatuar çmime diskriminuese, një firmë duhet t'i plotësojë kushtet në vijim:

1. Ajo duhet të zotërojë *fuqi tregtare*. Vetëm firmat që zotërojnë fuqi tregtare ndeshin një kurbë kërkese me pjerrësi zbritëse dhe kanë mundësi të ndikojnë mbi çmimet.
2. Firma duhet të jetë në gjendje të *ndajë konsumatorët në kategori të ndryshme*, që përfaqësojnë tregje të ndryshme, me elasticitet të ndryshëm të kërkesës. Firma monopol mund të diferencojë konsumatorët, pra edhe tregjet, sipas disa **kritereve kryesore**:
  - *Kriteri gjeografik.* Për mallrat që eksportohen mund të caktohen çmime të ndryshme, krahasuar me mallrat që shiten brenda vendit.
  - *Kriteri i destinacionit ekonomik.* Për shembull, tregu i qumështit mund të ndahet në dy nëntregje, në tregun e qumështit që destinohet për konsum dhe në tregun e qumështit që destinohet për përpunim të mëtejshëm, për të prodhuar prej tij gjalpë, djathë etj. Është e qartë që firma ka mundësi të caktojë çmime të ndryshme për qumështin në këto dy tregje.
  - *Kriteri i kohës kur realizohet shitja.* Për shembull, në rastin e shërbimit telefonik, shërbimit të shpërndarjes së energjisë elektrike, transportit të udhëtarëve, etj., mund të përcaktohen periudha kohe me konsum normal dhe periudha piku, duke bërë të mundur edhe caktimin e çmimeve të ndryshme për secilën periudhë.
  - *Kriteri i natyrës së produktit.* Në rastin e trajtimit mjekësor, është e mundur që individë të ndryshëm të trajtohen me çmime të ndryshme.
3. Firma duhet të jetë në gjendje të *parandalojë mundësinë e rishitjes së produkteve*. Mundësia e diferencimit të çmimeve është edhe mundësi rishitjeje e produkteve të blera me çmime të ulëta. Natyrisht, në qoftë se do të realizohej rishitja, do të pakësoheshin shitjet e monopolistit me çmime të larta, pra do të pakësoheshin fitimet e tij, duke e bërë politikën diskriminuese

joefektive. Për të parandaluar rishitjen e produkteve nga agjentë të tjerë të tregut, firmat monopoliste praktikojnë mekanizma të ndryshëm.

13. **Çka duhet të caktojë firma për të maksimizuar fitimin?**

Për të maksimizuar fitimin, firma duhet të caktojë në secilin treg atë nivel çmimi që përcaktohet nga kondita  $MC=MR$ . Në kushtet kur elasticiteti i kërkesës është i ndryshëm, niveli i çmimit që i përgjigjet kësaj kondite është i ndryshëm. Pra, kostoja marxhinale është konstante, dhe kur kërkesa është jo elastike çmimi që cakton firma është më i lartë sepse edhe reagimi i konsumatorëve është më i dobët ndaj ndryshimeve në çmim.

14. **Çka përbëjnë kritikën e shumta që bëhen për monopolin?**

Kritikat e shumta që bëhen për monopolin përbëjnë bazën e nevojës së ndërhyrjes shtetërore për kontrollin e tyre. Që në fillim, duhet të dallojmë se ndërhyrja shtetërore është e ndryshme për lloje të ndryshme monopolësh. Për monopolin që krijohet mbi bazën e shkrirjes së firmave, shteti ndërhyr me mjete ligjore, siç janë ligjet antitrust, për të mos lejuar krijimin e tyre. Kur është fjala për monopolin natyror, të cilat janë të domosdoshme për shkak të ekonomizimeve të shkallës, shteti ndërhyr për t'i rregulluar ato.

15. **Çfarë do të ndodhte në qoftë se shteti do të ndërhynte për të prishur monopolin natyror?**

Në qoftë se shteti do të ndërhynte për të prishur monopolin natyror, do të kishim një humbje për të gjithë. Konsumatorët do të konsumonin më pak dhe me çmime më të larta dhe firmat do të humbisnin fitimin ekonomik. Prandaj, shteti ndërhyr me qëllim që të përmirësojë efikasitetin e monopolit natyror duke ndikuar, kryesisht, në nivelin e çmimit. Ideja themelore është që të arrihet një shpërndarje efektive e burimeve, duke mënjeluar fitimet ekonomike të monopolit dhe humbjen neto. Rregullimi i një monopoli natyror mund të përmbajë edhe objektiva tjera, që lidhen me investimet, cilësinë e shërbimit, etj.

16. **Si mund të realizohet rregullimi i çmimit?**

Rregullimi i çmimit mund të realizohet me metodën e vendosjes së çmimit sipas kostos marxhinale. Vendosja e çmimit sipas kostos marxhinale presupozon që niveli i çmimit i përgjigjet pikës ku  $MC$  pret kurbën e kërkesës.

17. **Në sa mënyra realizohet heqja e aftësisë së firmës për të ndikuar mbi çmimin?**

Firmës i hiqet aftësia për të ndikuar mbi çmimin dhe kjo realizohet në dy mënyra:

- Kalimi i firmës monopol në pronësi shtetërore dhe më tej përcaktimi i çmimi në një nivel të caktuar;
- Monopoli natyror nuk shtetëzohet, por nëpërmjet agjensive rregulluese shteti i dikton firmës çmimin.

18. **Në cilin nivel duhet të vendoset çmimi?**

Çmimi duhet të vendoset në nivelin e kostos mesatare dhe në këto kushte firma merr fitim normal, sepse kemi pikën e barazimit të kostos mesatare me çmimin. Por, edhe në këtë gjendje ka një vështirësi. Në praktikë është vështirë të përcaktohet niveli i saktë i çmimit sipas kostos mesatare, sepse është vështirë të përcaktohen:

- Përmasat e “drejta” të normës së fitimit normal (ose përqindja e “drejtë” e kthimit të kapitalit).
- Sasia e kapitalit të investuar. Fitimi normal, që është pjesa e kostos mesatare, teoritikisht është i barabartë me koston oportune të kapitalit.

Nga ana tjetër, përcaktimi i çmimit sipas kostos mesatare shoqërohet me një rritje të efikasitetit në krahasim me caktimin e çmimit sipas kushtit  $MC=MR$ , por me një ulje të saj në krahasim me caktimin e çmimit sipas kostos marxhinale. Njëkohësisht, kjo metodë shoqërohet edhe me ulje të efikasitetit teknike sepse firma nuk është në nivelin më të ulët të kostos mesatare (ky nivel arrihet në pikën e prerjes së  $AC$  me  $MC$ ). Këto të meta mund të shmangen me anën e metodës së caktimit të çmimit sipas kostos marxhinale plus subvencionin shtetëror për humbjet që pëson firma. Teoritikisht kjo metodë duket tërheqëse, por në praktikë ajo has dy vështirësi kryesore:

- Për publikun do të dukej pa kuptim që shteti nga njëra anë shteti kufizon fuqinë tregtare të monopolit dhe, nga ana tjetër, e subvencionon atë. Pra, atë çka i merr me një dorë nga njëri xhep, ia jep me dorën tjetër në xhepin tjetër.
- Firma nuk është e nxitur për uljen e kostos, përderisa subvencionohet për çdo humbje.

## Kapitulli 10

### 1. **Çka përfaqëson konkurrenca monopolistike dhe cilat janë tiparet kryesore të konkurrencës monopolistike?**

Konkurrenca monopolistike përfaqëson një strukturë tregu të afërt me konkurrencën e plotë, por që ka edhe disa tipare që e dallojnë nga ajo. Tiparet kryesore të konkurrencës monopolistike janë:

1. **Numri i madh i firmave.** Në konkurrencën monopolistike ekziston një numër i madh firmash, pothuajse si në konkurrencën e plotë. Kështu, firmat sillen në mënyrë shumë konkurruese, sepse çdo firmë prodhon një pjesë të vogël të produktit të përgjithshëm të degës.
2. **Diferencimi i produktit.** Në dallim nga konkurrenca e plotë ku produkti është homogjen, në konkurrencën monopolistike kemi diferencim të produktit. Diferencimi i produktit mund të bëhet në disa mënyra:
  - **Vendosja.** Vendosja është një nga mënyrat kryesore të diferencimit. Vendosja ka veçoritë e veta për çdo produkt; disa produkte mund të vendosen më lehtë dhe kudo, disa të tjerë jo.
  - **Shërbimet.** Mënyra e dytë që përdorin ofruesit për diferencimin e produkteve është diferencimi i shërbimeve shoqëruese ndaj produktit, dmth i njëjti produkt mund të shërbehet në mënyra të ndryshme.
  - **Ndryshimet e cilësisë.** Ndryshimet në cilësi përbëjnë mënyrën më të qartë për diferencimin e produkteve. Mbi bazën e cilësive fizike si masa, ngjyra, etj., edhe produkte shumë të ngjashme mund të diferencohen nga njëri-tjetri, siç ndodh, për shembull, me pijet e ndryshme freskuese, etj.
  - **Imazhi i produktit.** Produkti mund të ndryshojë edhe nga imazhi që prodhuesi sugjeron te konsumatori. Shpesh nuk ka aq rëndësi fakti i diferencave reale midis produkteve, sesa krijimi i idesë së këtij diferencimi nëpërmjet formave të paketimit, markës tregtare, etj.
3. **Kontrolli i kufizuar i çmimit.** Firmat në konkurrencën monopolistike kanë kontroll të kufizuar mbi çmimin e produktit. Diferencimi i produkteve i jep mundësi firmës të ushtrojë një farë kontrolli mbi çmimet. Ajo mund të rrisë çmimet. Ajo mund të rrisë çmimin pa rrezikuar në humbje të konsiderueshme të konsumatorëve, kur vendosja e njësisë tregtare është e



përshtatshme, kur ekziston një imazh i mirë për produktin e saj apo kur produkti shoqërohet me shërbime të caktuara, etj. Por, sidoqoftë, ky kontroll është relativisht i kufizuar sepse ekzistenca e zëvendësuesve të afërt pengon pozitën monopol dhe e zhvendos kërkesën në mallrat më të lirë zëvendësues. Niveli i kontrollit të çmimit varet nga *shkalla e diferencimit të produktit dhe nga numri dhe largësia e konkurrentëve*. Firmat ushtrojnë një kontroll më të madh mbi çmimet kur diferencimi i produkteve është më i lartë, kur numri i firmave është më i vogël dhe kur konkurrentët janë më larg njëri tjetrit.

4. **Lehtësia relative e hyrjes.** Hyrja në degët me konkurrencë monopolistike është përgjithësisht e lehtë por, sidoqoftë, më e vështirë sesa në konkurrencën e plotë, për shkak të diferencimit të produktit. Në konkurrencën monopolistike mund të ndeshen pengesa më të mëdha financiare sesa në konkurrencën e plotë, si kostoja e lartë për diferencimin e produkteve nga ato ekzistuese, shpenzime të konsiderueshme të reklamës, etj.

5. **Konkurrencë jo vetëm nëpërmjet çmimeve.** Në degët me konkurrencë monopolistike produktet janë të diferencuara, konkurrenca nuk realizohet vetëm nëpërmjet çmimeve. Rivalët ekonomikë nuk mbështeten vetëm në çmimet, por edhe në cilësinë e produktit, reklamën, kushtet apo shërbimet që shoqërojnë shitjen e produktit, etj. Konkurrenca monopolistike shtrihet kryesisht në tregtinë me pakicë, në industrinë e veshjeve, etj. Botimi i librave, veshjet e burrave dhe grave, mobiljet e drurit, pikat e shpërndarjes së karburantit, dyqanet e shitjes ushqimore, etj., janë shembuj të konkurrencës monopolistike.

## 2. **Çfarë pjerrësi ka kurba e kërkesës që ndesh firma në konkurrencën monopolistike?**

Kurba e kërkesës që ndesh firma në konkurrencën monopolistike është me pjerrësi zbritëse, por me elasticitet të lartë. Në konkurrencën e plotë, ku rritja e çmimit çon në humbjen e të gjithë konsumatorëve, kurba e kërkesës është plotësisht elastike, ndërsa në konkurrencën monopolistike rritja e çmimit çon në humbjen e vetëm të një pjese të konsumatorëve, prandaj kurba e kërkesës nuk është plotësisht elastike. Por, ndryshe nga monopoli, duke ditur se ekzistojnë zëvendësues të afërt, kërkesa që ndesh firma në konkurrencën monopolistike është me elasticitet të lartë.

## 3. **Nga çka varet niveli i elasticitetit të kurbës së kërkesës në konkurrencën monopolistike?**

Niveli i elasticitetit të kurbës së kërkesës në konkurrencën monopolistike varet para se gjithash nga *numri i firmave rivale që prodhojnë produkte të ngjashme dhe nga aftësia e firmave për të diferencuar produktin*. Kur ekzistojnë më shumë firma në treg, pjesa e secilës firmë është e vogël dhe ndikimi i tyre mbi çmimin është fare i vogël, sepse çdo rritje e çmimit do ta zhvendoste lehtësisht kërkesën në firmat e tjera (që janë të shumta). Prandaj, në këtë rast kërkesa është me elasticitet të lartë. Nga ana tjetër, sa më i deferencuar të jetë produkti, dmth sa më pak zëvendësues të afërt të ketë ai, aq më e vështirë është zhvendosja e kërkesës në produkte të tjera kur rritet çmimi, prandaj dhe kërkesa është më pak elastike.

## 4. **Si realizohet maksimizimi i fitimit në konkurrencën monopolistike në periudha afatgjata dhe afatshkurtra?**

*Në periudha afatshkurtra*, maksimizimi i fitimit për një firmë në konkurrencë monopolistike realizohet kur plotësohet rregulli i përgjithshëm  $MR=MC$ . Duhet theksuar se në periudha afatshkurtra firmat kanë mundësi të marrin fitim ekonomik, por mund të jenë edhe me humbje. Firmat pësojnë humbje në periudha afatshkurtra kur kurba ATC shtrihet mbi kurbën e kërkesës. Mbyllja e përkohshme ose vazhdimi i prodhimit varen nga niveli i AVC në pikën e minimizimit të humbjes ( $MC=MR$ ). Kur  $AVC=AR=P$ , firma është indiferente, ndërsa kur  $AVC$  është më e vogël se  $AR=P$ , firma vazhdon prodhimin. Kur  $AVC > AR (=P)$ , firma duhet të mbyllet.

*Në periudha afatgjata* firma në konkurrencë monopolistike ndodhet në të njëjtën situatë si në konkurrencën e plotë. Duke ditur se nuk ka pengesa për hyrjen në degë, fitimi ekonomik do të tërheqë firma të tjera në degën përkatëse. Nga ana tjetër, firma të reja do të ofrojnë produkte shumë të ngjashme me ato të ofruara nga firmat ekzistuese, duke tërhequr një pjesë të konsumatorëve të tyre. Si rezultat i veprimit të të dy faktorëve të mësipërm, do të pakësohet ndjeshëm kërkesa që ndesh secila firmë në treg. Ky proces do të pushonte vetëm kur fitimi ekonomik në degë do të bëhej zero. Kjo është arsyeja që në periudha afatgjata firmat që funksionojnë në konkurrencën monopolistike nuk mund të marrin fitim ekonomik.

Në rastin kur në periudha afatshkurtra firma funksionon me humbje, do të ndodhë procesi i kundërt. Shumë firma do të largohen nga dega, duke kushtëzuar uljen e ofertës dhe rritjen e kërkesës të kësaj dege në treg dhe për rrjedhojë edhe rritjen e çmimit për firmat që mbeten në treg. Prosesi do të vazhdojë deri sa në periudha afatgjata firma të eliminojë humbjet duke siguruar fitim normal. Grafiki i gjithë procesi do të pasqyrohet nëpërmjet zhvendosjes së kurbës së kërkesës së firmës deri sa ajo të bëhet tangente me kurbën e kostos mesatare.

#### 5. **Efiçenca në konkurrencën monopolistike e krahasuar me konkurrencën e plotë?**

Në të dyja tregjet, në periudha afatgjata firmat nuk janë në gjendje të marrin fitim ekonomik. Ndryshimi midis tyre qëndron vetëm në kurbën e kërkesës që ndeshin firmat. *Në konkurrencën e plotë ajo është horizontale, ndërsa në konkurrencën monopolistike është me pjerrësi zbritëse.* Në rastin e konkurrencës së plotë, secila firmë mund të shesë gjithçka dëshiron me çmimin e tregut dhe fitimi ekonomik është zero në periudha afatgjata, kurba e kostos mesatare (AC) është tangente me kurbën e kërkesës në pikën më të ulët të saj. Këtu produkti prodhohet me koston mesatare më të ulët të mundshme. Në rastin e konkurrencës monopolistike, ku firma ndeshet në një kërkesë me pjerrësi zbritëse me elasticitet të lartë, kurba e kostos mesatare është tangente me kurbën e kërkesës në një pikë që nuk është pika më e ulët e saj. Firma në konkurrencë monopolistike (KM) ka tendencë të prodhojë më pak dhe të caktojë një çmim më të lartë se një firmë në konkurrencë të plotë. Pra, firma në konkurrencë monopolistike shpenzon më shumë burime, sepse ajo nuk prodhon në koston e saj më të ulët. Nevoja e diferencimit të produktit është shpesh një burim shpenzimi shtesë që bën firma në konkurrencë monopolistike, siç janë shpenzimet për reklamë, etj., shpenzime që nuk ekzistojnë në konkurrencë të plotë. Megjithatë, shpenzimet më të mëdha në rastin e konkurrencës monopolistike e kanë justifikimin e tyre.

#### 6. **Çka përfaqëson Oligopoli dhe cilat janë tiparet kryesore të një tregu oligopolistik?**

**Oligopoli përfaqëson atë lloj tregu ku sundojnë një numër i vogël firmash, vendimet e të cilave janë të ndërvarura.** Tiparet kryesore të një tregu oligopolistik janë:

**Ekzistenca e një numri të vogël firmash.** Ky është tipari kryesor i oligopolit. Një numër i kufizuar firmash sundojnë tregun e një produkti, duke zotëruar një pjesë të konsiderueshme të tij. Për këtë arsye, veprimet e një firme lidhur me çmimin, prodhimin, cilësinë, reklamën, etj., do të ndikojnë në sjelljen e firmave të tjera. *Ndërvarësia e firmave që sundojnë në treg është një karakteristikë dalluese e oligopolit,* krahasuar me konkurrencën e plotë. Firmat në konkurrencën e plotë nuk ndikojnë mbi njëra tjetrën, sepse ato zotërojnë një pjesë të vogël të tregut. Ndërsa firmat në oligopol ndikojnë te njëra tjetra me veprimet e tyre, pikërisht sepse ato zotërojnë një pjesë të madhe të tregut.

**Standardizimi ose diferencimi i produkteve.** Produktet që ofrohen në tregjet oligopolistike mund të jenë produkte të standardizuara ose të diferencuara. Nga kjo pikëpamje, këto tregje mund të ndahen në dy lloje: në oligopole ku ofrohen produkte të njëjta (ose pothuajse të njëjta) dhe në oligopole ku ofrohen produkte të diferencuara. Në oligopolet e llojit të parë përfshihen shumica e produkteve metalike si çelik, bakër, zink dhe produkte të tilla si çimento, mëndafsh artificial, disa materiale ndërtimi, etj. Shembuj të oligopoleve të llojit të dytë janë industria e automobilave (masa, fuqia, harxhimi i karburantit, jetëgjatësia, siguria janë të ndryshme për automobilitë të ndryshëm), degët e prodhimit të mallrave të konsumit si frigoriferë, xhinse etj.

**Ndërvarësia në kontrollin e çmimeve.** Kontrolli i një firme mbi çmimin është i lidhur ngushtë me sjelljen e firmave të tjera, duke mbajtur parasysh se për firmat oligopolistike është e rëndësishme pjesa e tregut që ato zotërojnë. Këto firma do të donin ta rritnin këtë pjesë. Në qoftë se një firmë ul çmimin, ajo do të tërheqë konsumatorë dhe do të rrisë pjesën e saj në treg, duke iu shkaktuar kështu humbje firmave të tjera. Për këto arsye, edhe firma të tjera janë të shtrenguara të ulin çmimin për të ruajtur pjesën e tyre në treg, duke pakësuar kështu efektet e synuara të firmës së parë. Nga ana tjetër, rritja e çmimit nga një firmë nuk shoqërohet me rritjen e tij nga firma të tjera, sepse ato nuk duan të humbasin pjesën e tregut që zotërojnë, prandaj ajo do të detyrohet

të ulë përsëri çmimin përndryshe do të fitojnë rivalët e saj. Në këto kushte, firmat në tregjet oligopolistike preferojnë të mos i ndryshojnë çmimet e tyre shumë shpesh.

**Konkurrenca nëpërmjet reklamës dhe cilësisë.** Reklama përfaqëson një mjet të fuqishëm të firmave në konkurrencën oligopolistike. Reklama përdoret me shumë sukses sidomos kur kemi oligopole që prodhojnë produkte të diferencuara. Parimi bazë i reklamës që përdoret në këto tregje është: *produkti ynë është më i mirë se i të tjerëve*. Edhe cilësia përdoret si mjet i fuqishëm konkurrence nga firmat, sidomos kur kemi diferencim produkti.

**Hyrja me vështirësi në degë.** Mund të shtrohet pyetja. Pse disa degë evoluojnë në tregje oligopolistike dhe disa të tjera jo? Megjithëse shkaqet mund të mos jenë gjithmonë të qarta, pyetjes së mësipërme mund t'i japim përgjigje duke mbajtur parasysh që tregu oligopolistik e ka bazën te pengesat e hyrjes, ku mund të përmendim:

**Ekonomizimet e shkallës.** Kur për të arritur nivelin më të ulët të kostos në një degë duhet një prodhim relativisht i madh, pra kur kemi ekonomizime të shkallës, futja e firmave të reja në këtë degë do të kërkonte një kapital fillestar të madh.

**Kostot e diferencimit të produktit.** Shpesh ndodh që kostot e diferencimit të produktit, për të konkuruar me markat ekzistuese, kërkojnë një shpenzim fillestar shumë të madh. Ekzistenca e markave të njohura dhe e shpenzimeve fillestare të larta nuk do ishin pengesë për hyrjet e ardhshme në qoftë se informacioni i nevojshëm për të hyrë në degë do të sigurohej me lehtësi. Mungesa e informacionit të plotë pengon hyrjen e rivalëve të mundshëm në degë.

**Pengesa të tjera, si licenc apo kontrolli mbi burimet kryesore.** Për arsye të ndryshme shteti mund të kufizojë hyrjet në degë, duke kufizuar numrin e licencave. Nga ana tjetër, mund të kemi situata ku një numër i vogël firmash kontrollojnë inpute kritike për prodhimin, siç është rasti i degëve të përpunimit të mineraleve, lëndës së drurit etj.

## 7. **Pse sjellja e firmave në tregun oligopolistik është e ndërlikuar?**

Sjellja e firmave në tregun oligopolistik është mjaftë e ndërlikuar sepse, siç theksuam, veprimet e një firme varen nga veprimet e rivalëve të saj. Ekzistojnë shumë teori që shpjegojnë sjelljen e firmave oligopole, disa të përpunuara edhe matematikisht, kurse disa intuitive, etj.

## 8. **Çka dini për modelin “Kurba e kërkesës me kënd”?**

Në disa degë oligopolistike ekonomistët kanë vënë re një dukuri jo të zakonshme: çmimet nuk ndryshojnë për një kohë relativisht të gjatë, megjithëse kushtet e tregut sugjerojnë ndryshimin e tyre. Ky model mbështetet në idenë e thjeshtë që *kur një firmë ul çmimin e produkteve të ofruara, firmat e tjera në degë do të veprojnë në të njëjtën mënyrë për të shmangur humbjet e klientëve; ndërsa kur firma rrit çmimin për produktet e ofruara, firmat e tjera nuk e ndjekin, duke shpresuar që të tërheqin klientët e saj*. Kjo sjellje e firmave pasqyrohet në një formë të veçantë të kurbës së kërkesës, e quajtur kurba me kënd. Kjo kurbë përbëhet nga *dy pjesë*: njëra pjesë mbështetet në supozimin që rivalët do të pësojnë ndryshimin e çmimit dhe tjetra në supozimin që rivalët nuk do të pësojnë ndryshimin e çmimit. Kurba e kërkesës kur rivalët *do të pësojnë* një ndryshim në çmim është më pak elastike, ndërsa kurba e kërkesës kur rivalët *nuk do të pësojnë* një ndryshim në çmim është elastike, sepse, kur kemi rritje çmimi klientët do të blejnë nga firmat e tjera, kurse kur kemi ulje të çmimit ata zhvendosen nga firmat e tjera te firma që ul çmimin. Pra, për ndryshime të vogla në çmim do të kemi ndryshime të mëdha në sasinë e prodhimit.

Çmimi dhe sasia e ekuilibrit, deri në një farë mase, nuk ndikohen nga kushtet e kostos. Në këtë model duhen nënvizuar dy ide themelore lidhur me çmimet:

- Firmat oligopolistike nuk i ulin çmimet për të joshur klientët, sepse mendojnë se të njëjtën gjë do ta bënin edhe rivalët.
- Çmimet oligopol prirën të mos ndryshojnë.

Ky model interesant ka edhe pikat e tij të dobëta. Ai nuk jep shpjegim se si përcaktohet fillimisht çmimi dhe sasia e ekuilibrit. Nga ana tjetër, praktika tregon raste si të qëndrueshmërisë së çmimit ashtu edhe të një farë mungese qëndrueshmërie, sidomos në periudha inflacioniste. Por, pavarësisht nga pikat e dobëta, ky model jep një shpjegim të pranueshëm teorik të sjelljes së oligopolistit.

## 9. **Çka dini për modelin “Marrëveshjet e fshehta (Kartelet)”?**

Duke ditur se ekzistojnë pak firma në treg, ekziston edhe mundësia edhe nxitja për t'u marrë vesh midis tyre dhe mbi këtë bazë lindin kartelet. *Karteli është një marrëveshje midis firmave të pavarura për të koordinuar vendimet lidhur me sasinë e prodhimit dhe çmimet.* Kartelet u sigurojnë firmave fitime monopoliste, siguri më të madhe për sjelljen e konkurrentëve dhe përpjekje të organizuara për të penguar hyrjet e reja. Në këto raste ata që e pësojnë janë konsumatorët, të cilët marrin më pak mallra dhe me çmime më të larta. Prandaj në disa vende, si në SHBA, kartelet ndalohen me ligj. Megjithatë, ndalimi ligjor i karteleve shpesh nxit marrëveshje sekrete midis firmave. Karteli sillet si monopolist dhe maksimizimi i fitimit për kartelin arrihet njëllor si për firmat monopoliste, sipas rregullit  $MC=MR$ . Vështirësia qëndron në përcaktimin e kurbës MC, sepse ajo është kurbë agregate e kurbave MC të firmave të veçanta.

Formimi dhe ruajtja e një karteli është e vështirë dhe varet nga dy faktorë: *nga numri i firmave dhe nga ndryshimi në konditat e koston.* Sa më i madh të jetë numri i firmave aq më e vështirë është edhe marrëveshja për kuotat e prodhimit, etj. Nga ana tjetër, në qoftë se të gjitha firmat do të kishin kosto të njëjta, prodhimi dhe fitimi do të shpërndareshin lehtësisht midis firmave. Por, kur kostoja ndryshon nga një firmë të tjetra dhe kur ndryshimet janë të mëdha, ndërlikimet shtohen. Ndodh kështu, sepse *ka një kontradiktë midis qëllimit për të maksimizuar fitimin, si kartel, dhe ndarjes së pranueshme të tij midis firmave pjesëmarrëse.*

Konkretisht, maksimizimi i fitimit kërkon që firmat me kosto mesatare individuale më të ulët të marrin pjesën më të madhe të prodhimit. Por një ndarje e tillë e fitimit nuk do të ishte e pranueshme nga firmat me kosto më të lartë. Përkundrazi, që të siguronin një ndarje të pranueshme të fitimit, këto të fundit do të kërkonin kuota më të larta prodhimi për të kompensuar koston e lartë për njësi, gjë që do të zvogëlonte fitimin total të kartelit.

Në praktikë, përcaktimi i kuotave të prodhimit arrihet përgjithësisht me anë të negociatave midis firmave.

Firmat me fuqi më të lartë negociuese marrin pjesën më të madhe. Megjithatë, ndonjëherë ndikojnë edhe kriteret historike, gjeografike, etj.

#### 10. **Çka dini për modelin e “Firmës Sunduese”?**

Supozojmë që një degë e caktuar përbëhet nga një firmë e madhe që sundon në treg dhe nga një numër i madh firmash të vogla. Firma sunduese përcakton çmimin dhe firmat e tjera e pranojnë atë, pra veprojnë si çmimpranuese. Për tregje të veçanta që përbëhen nga një firmë sunduese dhe nga shumë firma të vogla, pra për tregjet që kanë tipare të konkurrencës së plotë për një pjesë të tyre dhe tipare të monopolit për pjesën tjetër, çmimi përcaktohet nga firmat sunduese. Firmat e tjera vetëm sa e pësojnë firmën sunduese lidhur me çmimin. Ky lloj tregu, që është një formë e konkurrencës jo të plotë, pra një formë oligopoli, njihet si model i firmës sunduese. Ky model jep një shpjegim të mjaftueshëm për situata afatshkurtra, ndërsa për situata afatgjata, ku ekziston mundësia e futjes së firmave të reja, firma sunduese mund të humbasë pozicionin e saj.

## Kapitulli 11

### 1. Çka përbën shpërndarja e të ardhurave?

Shpërndarja e të ardhurave përbën një faktorë kryesor që përcakton mirëqenien e grupeve të ndryshme shoqërore dhe anëtarëve të shoqërisë. Gjithashtu, duke dëshmuar për shkallën e finalizimit të synimeve të agjentëve ekonomikë, shpërndarja përmban në vetvete impulse të fuqishme pozitive apo negative për vazhdimin apo inicimin e veprimtarive ekonomike.

### 2. Cilat janë faktorë bazë që përcaktojnë shpërndarjen e të ardhurave?

Në një ekonomi tregu, faktorët bazë që përcaktojnë shpërndarjen e të ardhurave janë dy: **pronësia mbi faktorët e prodhimit dhe çmimet e faktorëve**. Çmimet e faktorëve përcaktohen në tregjet e faktorëve. Faktorët e prodhimit ndahen në tre kategori kryesore: punë, kapital dhe tokë. Në tregun e faktorit punë përcaktohet çmimi i punës, pra paga, përfshirë këtu të gjitha llojet e pagave dhe shtesave mbi pagat. Në tregun e kapitalit përcaktohet çmimi i kapitalit, pra interesi, duke përfshirë këtu të gjitha format e të ardhurave nga kapitali, pra edhe dividendët e paguar nga firmat. Në tregun e tokës (dhe burimeve natyrore) përcaktohet çmimi i tokës, pra renta.

### 3. Kush tjetër e përcakton çmimin e faktorëve, ligji i kujt?

Në tregun e faktorëve janë kërkesa dhe oferta për një faktorë që përcaktojnë çmimin e tij. Pra, ligji i kërkesës dhe ligji i ofertës, të analizuar për tregjet e produkteve, gjejnë zbatim edhe në tregjet e faktorëve, me disa përjashtime. Kështu, kur çmimi i një faktori ulet, sasia e kërkuar nga ai faktor rritet, ndërsa sasia e ofruar zvogëlohet. Çmimi i ekuilibrit i faktorit përcaktohet nga pikëprerja e kurbës së kërkesës dhe kurbës së ofertës për këtë faktor.

#### 4. **Si përcaktohen të ardhurat e fituara nga një faktorë?**

Të ardhurat e fituara nga një faktor prodhimi përcaktohen si produkt i çmimit me sasinë e tregtuar të faktorit.

#### 5. **Çka do të shkaktonte zhvendosja e kurbës së kërkesës ose ofertës për një faktorë, ose e të dyjave njëkohësisht?**

Zhvendosja e kurbës së kërkesës ose e kurbës së ofertës për një faktor, ose e të dyjave njëkohësisht, do të shkaktonte, si rregull, edhe ndryshimin e çmimit dhe të sasisë së ekuilibrit. Kur kurba e ofertës është e dhënë, shkalla në të cilën ndryshimi në kërkesën për një faktor prodhimi do të ndikojë në çmimin e faktorit dhe në sasinë e tregtuar të tij, do të varet nga elasticiteti i kësaj kurbe. Për shembull, kur kurba e ofertës është shumë elastike, ndryshimi në sasinë e tregtuar është i madh, ndërsa ndryshimi në çmimin e ekuilibrit është i vogël.

#### 6. **Nga çka varet kërkesa për një faktorë prodhimi?**

Kërkesa për një faktor prodhimi varet para se gjithash nga çmimi i faktorit. Çmimi i faktorit, do të përcaktohet nga shërbimi i pritur prej këtij faktori, pra nga të ardhurat e supozuara nga përdorimi i tij. Por këtu fillon edhe vështirësia. Vështirësia lidhet me një veçori kryesore të tregjeve të faktorëve, që është **ndërvarësia e kërkesës** për faktorë.

#### 7. **A mund të përdoren të veçuar faktorët e prodhimit?**

Faktorët e prodhimit nuk mund të përdoren të veçuar, por vetëm së bashku, në përpjesëtime të caktuara, të kushtëzuara nga karakteristikat teknologjike të prodhimit. Sikur faktorët e prodhimit të mund të prodhonin produkte në mënyrë të veçuar, atëherë secili faktor do të gëzonte në mënyrë të plotë frutet e përdorimit të tij. Por kjo është e pamundur dhe përgjithësisht është e pamundur të përcaktohet sesa produkt është prodhuar nga secili prej inputeve të ndryshme të marra më vete. Megjithatë, ne mund të matim kontributin apo shërbimin e çdo faktori në prodhim duke i supozuar faktorët e tjerë të pandryshuar dhe duke matur të ardhurat nga njësia e fundit e shtuar e faktorit të ndryshueshëm. Pikërisht këtu qëndron edhe kontributi kryesor i teorisë neoklasike të produktivitetit marxhinal.

#### 8. **Cila është veçori tjetër e rëndësishme për tregjet e faktorëve?**

Një veçori tjetër e rëndësishme e tregjeve të faktorëve është se kërkesa për faktorë është një **kërkesë e derivuar**. Kjo do të thotë se kërkesa e një firme për një faktorë prodhimi është e prejardhur, në fund të fundit, nga kërkesa e konsumatorëve për mallrat përfundimtare të prodhuara nga kjo firmë me ndihmën e atij faktori. Kërkesa për faktorë, përveç kufizimeve teknologjike dhe kufizimeve tregtare, varet edhe nga objektivat e ndërmarrjes.

#### 9. **Një firmë fitimmaksimizuese prodhon në sasinë ku...?**

Një firmë fitimmaksimizuese prodhon në sasinë ku *kostoja marxhinale është e barabartë me të ardhurat marxhinale*, pavarësisht nga struktura e tregut në të cilën vepron ajo. Në termat e faktorëve të prodhimit të përdorur, kondita e mësipërme e maksimizimit të fitimit shprehet si konditë e barazimit të kostos marxhinale të një faktori me të ardhurat marxhinale të gjeneruara nga ky faktor.

#### 10. **Cekni dhe shpjegoni konceptet bazë të teorisë marxhinaliste mbi shpërndarjen e të ardhurave?**

Konceptet bazë të teorisë marxhinaliste mbi shpërndarjen e të ardhurave janë:

- ⇒ Të ardhurat e produktit marxhinal të një faktori të ndryshueshëm;
- ⇒ Vlera e produktit marxhinal e faktorit të ndryshueshëm;
- ⇒ Kostoja marxhinale e faktorit të ndryshueshëm.

**Të ardhurat e produktit marxhinal (MRP)** të një faktori të ndryshueshëm, përfaqësojnë ndryshimin në të ardhurat totale që rezultojnë nga përdorimi i një njësie më shumë apo një njësie më pak të këtij faktori, kur faktorët e tjerë mbeten konstante. Të ardhurat e produktit marxhinal janë të barabarta me produktin marxhinal fizik (MPP) shumëzuar me të ardhurat marxhinale (MR). Pra:  $MRP = MPP \times MR$ . Ligji i të ardhurave (përfitimeve) zbritëse është i zbatueshëm edhe për të ardhurat e produktit marxhinal, përderisa ai vepron mbi produktin marxhinal fizik.

**Vlera e produktit marxhinal (VPM)** e faktorit të ndryshueshëm është vlera e tregut e produktit marxhinal fizik të këtij faktori. Pra, ajo është e barabartë me produktin marxhinal fizik (MPP), shumëzuar me çmimin e produktit (P):  $VMP = MPP \times P$ . Për një treg konkurrencial,  $MR = AR = P$ , pra  $MRP = VMP$ .

**Kostoja marxhinale e faktorit** të ndryshueshëm (MFC), mat ndryshimin në koston totale që rezulton nga përdorimi i një njësie më shumë ose më pak të këtij faktori. Në rastin e faktorit punë, kostoja marxhinale e faktorit do të ishte e barabartë me pagën. Një firmë fitimmaksimizuese do të vazhdojë të pajtojë njësi shtesë të faktorit të ndryshueshëm të prodhimit, deri në pikën ku të ardhurat e produktit marxhinal janë të barabarta me koston marxhinale të faktorit, pra  $MRP=MFC$ . Për tregjet konkurrenciale, kondita e mësipërme do të shkruhej:  $MRP=VMP=MFC$ . E zbatuar për faktorin punë kjo konditë do të lexohej në këtë mënyrë: *një firmë do të pajtojë njësi shtesë të faktorit punë deri në pikën në të cilën vlera e produktit marxhinal të punës (VMP) do të jetë e barabartë me pagën (MFC)*. Kondita e maksimizimit të fitimit për një firmë, e shprehur në termat e faktorëve të prodhimit, përbën *thelbin* e teorisë së produktivitetit marxhinal. Në mënyrë të përmbledhur, përmbajtja e teorisë së produktivitetit marxhinal mund të paraqitet me ndihmën e pohimeve të mëposhtme: **Së pari**, në kushtet e konkurrencës së plotë, faktorët e prodhimit paguhen me vlerën e produktit marxhinal të tyre. **Së dyti**, pagesat e barabarta me vlerën e produktit marxhinal të faktorit përkatës përfaqësojnë shpërblime “të drejta” të zotëruesve të prodhimit. **Së treti**, duke paguar të gjithë faktorët me vlerën e produktit marxhinal përkatës, e gjithë vlera e produktit total do të shpërndahet pa asnjë mbetje (që do të mund të merrej nga zotëruesi i kapitalit apo dikush tjetër).

Teoria e produktivitetit marxhinal ka një sërë **epërsish**. Ndër to mund të përmendim:

- Mundësinë që jep kjo teori për përdorimin e të njëjtave mjete të analizës, të përdorura edhe për tregjet e mallrave dhe shërbimeve.
- Trajtimin unik të faktorëve të prodhimit, mbi të njëjtën platformë analitike.
- Vlerësimin e ekuilibruar të rolit dhe kontributit të çdo faktori në prodhim.

Sidoqoftë, kjo teori vuan edhe nga një varg **kufizimesh**. Ajo:

- *Mbivlerëson anën e kërkesës për çdo faktorë*, duke mos u marrë me ofertën.
- *Mbithjeshtëson përcaktimin e pjesës që merr çdo faktorë*. Nga njëra anë, të ardhurat totale të çdo faktori varen nga sasia e tij dhe nga produktiviteti marxhinal i tij. Ndërkaq, është e vështirë të identifikohet ndryshimi në të ardhura që rrjedh nga ndryshimi në sasinë e faktorit dhe nga ndryshimi në produktivitetin marxhinal. Nga ana tjetër, kjo teori supozon se të gjithë njësitë e një faktori janë homogjenë, duke injoruar diferencat midis tyre.

## 11. **Ku përcaktohet Paga?**

Paga përcaktohet në tregun e punës, përmes ndërveprimit të kërkesës dhe ofertës për punë. Pra, për të shpjeguar pagën, duhet më parë të analizojmë tregun e punës, përkatësisht kërkesën dhe ofertën për punë. Për të analizuar tregun e punës, na ndihmojnë koncepti i produktivitetit marxhinal dhe koston marxhinale të punës. Përderisa jemi në kushtet e konkurrencës së plotë edhe në tregjet e faktorëve, kushti i ekuilibrit për një firmë fitimmaksimizuese do të shkruhej:

*Të ardhurat e produktit marxhinal = çmimin e faktorit, pra  $MRP = MFC$ .*

## 12. **Çfarë prirje kanë të ardhurat e produktit marxhinal?**

Të ardhurat e produktit marxhinal (pra edhe vlera e produktit marxhinal) kanë prirje për t’u ulur, duke reflektuar ligjin e të ardhurave zbritëse. Kjo do të thotë se firma do të përballojë një kurbë kërkesë të prirur për poshtë. Kurba e kërkesës për punën e firmës përfaqësohet, në të vërtet, vetëm nga pjesa **zbritëse** e kurbës  $MRP (=VMP)$ , poshtë pikëprerjes se saj me kurbën  $ARP$ . Të ardhurat e produktit mesatar të punës ( $ARP$ ) përfitohen duke shumëzuar produktin mesatar të punës ( $AP_L=Q/L$ ) me çmimin e produktit ( $P=AR$ ). Pra,  $ARP=AP_L \times P$ . Si  $MRP$ , edhe  $ARP$  fillimisht priren për lart me rritjen e numrit të punëtorëve në një firmë, por më pas ato do të priren për poshtë, për shkak të ligjit të të ardhurave zbritëse.  $MRP$  e pret  $ARP$  në maksimumin e saj, për të njëjtat arsye që kurba e  $MP$  (kurba e produktit marxhinal) pret kurbën  $AP$  (kurba e produktit mesatar) në maksimumin e saj.

## 13. **Çfarë bëjmë për të përfituar kurbën e kërkesës së degës për punë?**

Për të përfituar kurbën e kërkesës së degës për punë, mbledhim, sipas boshtit horizontal, kurbat e kërkesës së firmave të veçanta të degës. Edhe kurba e kërkesës së degës për punë do të priret për poshtë-djathtas. Kërkesa e një

firmë për punë varet nga një sërë faktorësh të tjerë, përveç pagës. Ajo rritet në qoftë se: ngrihet çmimi i produktit të firmës; ngrihet çmimi i inputeve të tjerë; një ndryshim teknologjik rrit produktin marxhinal të punës. Në qoftë se faktorët e mësipërm veprojnë në drejtim të kundërt, kërkesa e firmës për punë do të ulet.

#### 14. **Çka quajmë elasticitet të kërkesës për punë lidhur me pagën?**

Reagimin e sasisë së punës së kërkuar ndaj ndryshimit të tarifës së pagës do ta quajmë *elasticitet* të kërkesës për punë lidhur me pagën:

Elasticiteti i kërkesës për punë varet nga elasticiteti i kërkesës për produktin e prodhuar nga firma dhe nga karakteristikat e funksionit të prodhimit të firmës. Sa më i lartë të jetë elasticiteti i kërkesës për produktin, në kushtet e tjera të pandryshuara, aq më i lartë do të jetë elasticiteti i kërkesës për punë. Gjithashtu, sa më e madhe të jetë pjesa e punës në koston e produktit (intensiteti i punës), aq më elastike do të jetë kërkesa për punë, duke i supozuar faktorët e tjerë të pandryshueshëm.

#### 15. **Si bie produkti marxhinal në përputhje me teknologjin e përdorur?**

Në përputhje me teknologjin e përdorur, produkti marxhinal bie shpejt ose ngadalë. Sa më e pjerrët të jetë kurba e produktit marxhinal, aq më inelastike është kërkesa e firmës për punë, përderisa rënia e produktit marxhinal do të thotë edhe rënie e të ardhurave të produktit marxhinal. Kur produkti marxhinal bie shpejt, firma është më pak e interesuar të pajtojë punëtorëve të rinj me rënien e pagës. Së fundi, në periudha afatgjata (kur të gjithë faktorët e prodhimit janë të ndryshueshëm), elasticiteti i kërkesës për punë varet nga zëvendësueshmëria e punës me kapitalin. Sa më lehtë të mund të zëvendësohet puna me kapital, aq më elastike do të jetë kërkesa për punë.

#### 16. **Çka dini për ofertën e punës?**

Fillojmë me ofertën individuale. Çdo individ ndodhet para problemit të alokimit të kohës në dispozicion, në dy lloje kryesore aktiviteti: në aktivitete tregtare (që lidhen me tregun) dhe në aktivitete jotregtare (që nuk lidhen me tregun). Kur flasim për ofertë të punës, kemi parasysh pikërisht aktivitetet tregtare. Aktivitetet jotregtare konsistojnë në aktivitete që mbushin kohën e lirë, si ato argëtuese, etj., si dhe në aktivitete prodhuese që nuk lidhen me tregun. Aktivitetet tregtare i sjellin individit të ardhura në formën e pagës, etj. Aktivitetet jotregtare sjellin përfitime në formën e produkteve dhe shërbimeve të prodhuara në shtëpi, në formën e të ardhurave më të larta të ardhshme (nga arsimit dhe trajnimit), ose në formën e kënaqësisë së rrjedhur prej kohës së lirë. Që një individ të vendosë të ofrojë punë në tregun e punës, atij duhet t'i jepet një tarifë page orare e tillë, që të jetë të paktën e barabartë me vlerën e orës së fundit të shpenzuar në aktivitete jotregtare. Një tarifë e tillë page, pra tarifa më e ulët për të cilën individ do të ishte i gatshëm të ofronte punë në tregun e punës, quhet **pagë e rezervuar**. Me një tarifë page poshtë pagës së rezervuar, individ nuk ofron punë në treg. Kur tarifa e pagës barazohet me pagën e rezervuar, ai fillon të ofrojë punë. Kur tarifa e pagës e kalon pagën e rezervuar, sasia e punës e ofruar nga individ **ndryshon**. Masa dhe drejtimi i ndryshimit varet nga dy efekte që shoqërojnë rritjen e pagës dhe që i kundërvihen njëri tjetrit: efekti i zëvendësimit dhe efekti i të ardhurave. Tarifa më e lartë e pagës nxit zëvendësimin e aktiviteteve jotregtare me aktivitete tregtare. Një efekt i tillë quhet *efekti i zëvendësimit*. Por, me rritjen e pagës rriten të ardhurat e individit. Rritja e të ardhurave reale rrit kërkesën e tij për të mira (mallra dhe shërbime), përfshirë edhe kohën e lirë. Rritja e kërkesës për kohë të lirë do të thotë ulje e sasisë së kohës së alokuar në aktivitete tregtare, pra ulje e sasisë së punës së ofruar në treg. Një efekt i tillë quhet *efekti i të ardhurave*. Sa më e lartë të jetë tarifa e pagës, aq më e lartë do të jetë sasia e punës së ofruar sipas efektit të zëvendësimit, por aq më e ulët do të jetë ajo sipas efektit të të ardhurave. Kur tarifa e pagës është e ulët, efekti i zëvendësimit është më i lartë se efekti i të ardhurave. Pra me rritjen e pagës rritet sasia e punës së ofruar. Me rritjen e mëtejshme të tarifës së pagës, arrihet një pikë ku efekti i të



ardhurave dhe efekti i zëvendësimit eliminojnë njëri tjetrin. Pra, kurba e ofertës së individit ka formën e një kurbe që mbështillet nga mbrapa.

*Oferta e punës e tregut* përfaqëson shumën e ofertave individuale të punës. Kurba e tregut e ofertës së punës përfitohet si shumë, sipas boshtit horizontal, e kurbave individuale të ofertës së punës. Teorikisht edhe kurba e tregut e ofertës së punës ka formën e një kurbe që mbështillet nga mbrapa. Por, praktikisht, ekonomia e çdo vendi operon në pjesën që priret djathtas-lart të kurbës së ofertës. Kur flasim për ofertën e punës, duhet të dallojmë ofertën individuale dhe ofertën e tregut, nga oferta e punës ndaj një firme individuale dhe ndaj një dege të caktuar të prodhimit. Sjellja e ofertës së punës *ndaj një firme individuale* varet nga struktura e tregut të punës. Në një strukturë plotësisht konkurrionale tregut të punës, çdo firmë përballon një kurbë plotësisht elastike të ofertës së punës. Ndërsa në tregje jo konkurrionale të punës, firmat përballojnë një kurbë oferte të punës që priret për lart.

### 17. **A ekzistojnë dallimet në pagë?**

Kur flasim për kërkesë tregu dhe ofertë tregu të punës, për rrjedhojë edhe për pagë tregu, në çfarëdo strukture të tregut të punës, ekzistojnë *dallimet në pagë*. Dallimet në pagë lidhen me diferencimet midis punonjësve, diferencimet midis vendeve të punës dhe imperfeksionet e ndryshme të tregut të punës. Që pagat në të gjitha vendet e punës të ishin të barabarta, do të duhej, ndër të tjera, që:

- *Të gjithë punonjësit të ishin homogjenë*. Në të vërtetë punonjësit nuk janë homogjenë, për shkak të diferencave të tyre në aftësitë natyrore dhe në shkallën e arsimimit dhe kualifikimit. Paga ndryshon sipas shkallës së kualifikimit. Nga njëra anë, produktiviteti marxhinal i punës së kualifikuar është më i lartë se produktiviteti marxhinal i punës së pakualifikuar; nga ana tjetër, puna e kualifikuar nënkupton një kosto relativisht të lartë për kryerjen e kualifikimit. Pra, kurba e kërkesës dhe kurba e ofertës për një punë të kualifikuar ndodhen më lartë se kurbat përkatëse për një punë të pakualifikuar. Për të dyja arsyet, paga për një punë të kualifikuar do të jetë më e lartë se paga për një punë të pakualifikuar.
- *Të gjitha vendet e punës duhej të kishin avantazhe dhe disavantazhe identike jomonetare*. Edhe kjo konditë e barazisë së pagave nuk plotësohet në realitet. Për disa vende pune konditat e punës janë më të pëlqyeshme sesa për vende të tjera pune.
- *Të gjithë punëdhënësit dhe punonjësit të ishin plotësisht të informuar për kushtet e tregut të punës*. Në realitet, as punëdhënësit, por as punëkërkuessit nuk janë plotësisht të informuar për kushtet e tregut të punës. Procesi i mbledhjes së informacionit për pagat dhe vendet e punës shoqërohet me kosto relativisht të larta kërkimi. Mungesa e informacionit të plotë kushtëzon, ndër të tjera, edhe mospërputhje sasiore dhe cilësore midis kërkesës dhe ofertës për punë.
- *Të ekzistonte një mobilitet perfekt i punës*, dmth mundësi të plota për lëvizjen gjeografike, ndërsektoriale e ndërdegësore të punës. Por, në të vërtetë, ekzistojnë një varg pengesash për lëvizjen e faktorit punë, sidomos me natyrë gjeografike, profesionale, sociale, ejt. Për sa kohë që ekzistojnë këto pengesa për lëvizjen e lirë të punëtorëve, natyrisht që pengohet edhe prirja për nivelimin e pagave.
- Imperfeksionet (papërsosmëritë) kryesore që i takojnë anës së kërkesës për punë janë monopolet e produkteve, monopsonet dhe oligopolet (organizatat e punëdhënësve).

### 18. **Çka dini për “Monopolisti i produkteve”?**

Një firmë monopoliste në tregun e produkteve përballon një kurbë kërkesë që priret për poshtë për produkte që ajo prodhon. Dmth, në qoftë se firma punëson punëtorë shtesë, ajo duhet të ulë çmimin e produktit për të shitur produktin shtesë. Ndërkaq, përderisa kurba e të ardhurave marxhinale (MR) për monopolistin në tregun e produkteve shtrihet poshtë kurbës së të ardhurave mesatare (AR), atëherë edhe kurba e të ardhurave të produktit marxhinal (MRP) do të shtrihet poshtë kurbës së vlerës së produktit marxhinal (VMP).

### 19. **Çka dini për “Blerësi Monopsonist i Punës”?**

Monopsonisti është një blerës i vetëm i punës në një treg të caktuar pune. Monopsonisti, për shkak të pozitës së tij në tregun e punës, është në gjendje të ndikojë në nivelin zotërues të pagës dhe në nivelin e punëzënies. Kjo i jep mundësi punëdhënësit monopsonist të sigurojë fitim më të lartë se sa firmat që konkurrojnë me njëra tjetrën në tregun e punës. Aftësia e monopsonistit për të siguruar fitim ekonomik varet nga elasticiteti i kurbës së ofertës, duke qenë në përpjesëtim të zhdrejtë me të. Pra, krahasuar me konkurrencën e plotë, monopsonisti imponon punësim dhe pagë më të ulët.

### 20. **Çka dini për “Sindikatat dhe negociatat kolektive”?**

Sindikatat përfaqësojnë grupime punonjësish, të organizuar për mbrojtjen e interesave të tyre në raport me punëdhënësit, para se gjithash për ruajtjen dhe rritjen e nivelit të pagës dhe përmirësimin e kushteve të punës. Sindikata vepron në tregun e punës ashtu sikurse monopoli në tregun e produkteve. Pra, sindikata përpiqet të kufizojë konkurrencën në anën e punës, duke synuar, para se gjithash, në rritjen e çmimit të punës. Sindikatat mund të jenë të organizuara mbi baza profesionale, duke bashkuar grupe punonjësish që kanë kualifikim të ngjashëm por u takojnë punëdhënësve të ndryshëm. Ato mund të jenë të organizuara edhe mbi baza njësish prodhuese apo degësore, duke bashkuar grupe punonjësish të profesioneve dhe llojeve të ndryshme të punës. Objektivat kryesore të një sindikate janë tre: (1) përmirësimi i kompensimit të punës, duke përfshirë këtu pagat, shpërblimet në natyrë etj.; (2) përmirësimi i kushteve të punës; (3) përmirësimi i perspektivave të punëzënies, etj. Për realizimin e këtyre objektiveve, sindikatat përfshihen në procesin e **negociatave kolektive** me punëdhënësit ose përfaqësuesit e tyre (organizatat e punëdhënësve). Në praktikë është vështirë që të gjitha objektivat e sindikatave të arrihen njëkohësisht. Jo rrallë, përpjekjet për realizimin e një objektivi shoqërohen me efekte negative në objektivat e tjera. Megjithatë, sindikatat shpesh përpiqen të realizojnë rritjen e pagës edhe duke ndikuar në anën e kërkesës për punë, pra duke rritur kërkesën për punë, megjithëse mundësitë e tyre në këtë drejtim janë të kufizuara. Sindikatat nuk mund t'i detyrojnë firmat që të pranojnë në punë më shumë punëtorë nga sa ato kërkojnë. Megjithatë, sindikatat mund të inkurajojnë rritjen e kërkesës për punë, duke inkurajuar kufizimin e importeve konkurruese, ngritjen e kërkesës për produktin e firmës, ngritjen e produktivitetit marxhinal të anëtarëve të sindikatave (nëpërmjet mbështetjes së trajnimit dhe ritrajnimit të anëtarëve), etj.

Në tregun e punës përballë sindikatës qëndron monopsoni. Në një situatë të tillë monopolizmi të dyanshëm të tregut të punës, tarifa e pagës përcaktohet nga negociatat ndërmjet dy palëve dhe varet nga fuqia negociuese relative e palëve. Në varësi të fuqisë së sindikatës, tarifa e pagës mund të ngrihet mbi nivelin që do të dëshironte të impononte monopsoni, duke u shoqëruar me një nivel më të lartë, të paktën jo më të ulët punëzënie, krahasuar me nivelin e punëzënies që do të impononte monopsoni.

#### 21. **Çka përfshin Toka në kuptimin ekonomik?**

Toka, në kuptimin ekonomik, përfshin burimet natyrore të të gjitha llojeve. Analiza e tregut të tokës ka në bazë teorinë e Rikardos, i cili supozonte se toka ka një përdorim të vetëm, prodhimin e produkteve bazë për ushqimin e njerëzve dhe cilësia e saj është e pandryshueshme. Nga pikëpamja e shoqërisë në tërësi, oferta e tokës mund të supozohet konstante, pra plotësisht joelastike ndaj rentës. Domethënë, çmimi i ofrimit së tokës është zero, pavarësisht nga pagesa për të.

#### 22. **Çka kuptojmë me Rentë në kuptim të gjerë dhe në kuptim të ngushtë?**

Në një kuptim të gjerë me rentë kuptojmë çdo pagesë për përdorimin e një prone, qoftë kjo shtëpi, fabrikë, zyrë etj. Ndërsa në kuptim të ngushtë me rentë kuptojmë thjeshtë një çmim i faktorit tokë.

#### 23. **Nga kush përcaktohet renta e ekuilibrit kur oferta është plotësisht joelastike?**

Kur oferta është plotësisht joelastike, renta e ekuilibrit do të përcaktohet nga kurba e kërkesës për faktorin tokë. Kurba e kërkesës për tokë, si kurbë e të ardhurave të produktit marxhinal të faktorit tokë (MRP), ka prirje negative. Madhësia e ekuilibrit e rentës do të përcaktohet nga pikëprerja e kurbës së kërkesës për tokë me kurbën e ofertës së tokës. Mbi madhësinë e rentës së ekuilibrit do të ketë ndikim vetëm zhvendosja e kurbës së kërkesës për tokë. Përderisa oferta e tokës është plotësisht joelastike, rritja e rentës nuk lidhet aspak me përpjekjet e pronarëve të tokës. Prandaj, renta e rritur konsiderohet si një e ardhur e pamerituar nga pronarët e tokave dhe rekomandohet taksimi i kësaj të ardhure me argumentin se ky taksim nuk do të dekurajojë ofertën e tokës. Ndryshimi në kërkesë apo ofertë, nga ana tjetër, padyshim që do të ndikojë në çmimin e ekuilibrit.

#### 24. **Çka është renta ekonomike dhe të ardhurat transferuese?**

Renta ekonomike është një kategori më e gjerë se renta e tokës, renta e tokës përfaqëson vetëm një rast të veçantë të rentës ekonomike. *Renta ekonomike* përfaqëson një të ardhur të marrë nga zotëruesi i një faktori, çfarëdo qoftë ky faktor, punë, kapital apo tokë, mbi sasinë e nevojshme për ta nxitur zotëruesin që ta ofrojë këtë faktor për përdorim. Ndërsa të ardhurat që janë të nevojshme për ta nxitur zotëruesin e një faktori prodhimi për ta ofruar këtë faktor për përdorim quhen *të ardhura transferuese*.

#### 25. **Si paraqiten të ardhurat totale të një faktori prodhimi?**

Të ardhurat totale të një faktori prodhimi paraqiten si shumë e të ardhurave transferuese dhe rentës ekonomike. Mënyra e ndarjes së të ardhurave të një faktori prodhimi në të ardhura transferuese dhe rentës ekonomike mund të paraqiten në tri raste:

**Rasti i parë:** *Të gjitha të ardhurat e faktorit janë rentë ekonomike.* Kjo ndodh kur faktori nuk ka alternativë përdorimi, dmth kur oferta e tij është plotësisht joelastike. Përderisa nuk ka alternativë përdorimi, kostoja oportune (pra të ardhurat transferuese) është zero. Këtij rasti i përket renta e tokës.

**Rasti i dytë:** *Të gjitha të ardhurat janë të ardhura transferuese.* Kjo ndodh kur oferta është plotësisht elastike. Në këtë rast firma përdoruese e faktorit është “çmim pranuese”, dmth vepron në një treg plotësisht konkurses të këtij faktori. Në qoftë se firma do të ofronte një çmim çfardo më të vogël, ajo nuk do të mund të blinte asnjë njësi të këtij faktori. Pra, të gjithë të ardhurat e faktorit janë të nevojshme për ta mbajtur atë në përdorimin korrent.

**Rasti i tretë:** *Të ardhurat totale të faktorit ndahen në të ardhura transferuese dhe rentë ekonomike.* Kurba e ofertës ka pjerrësi pozitive. Ajo priret djathtas-lart. Sa më elastike të jetë kurba e ofertës, aq më e vogël do të jetë renta ekonomike, dhe e kundërta.

## 26. Çka kuptojmë me Kapital?

Me kapital do të kuptojmë mallra të qëndrueshëm, që nga njëra anë paraqiten si produkte të proceseve të caktuara të prodhimit, dhe nga ana tjetër si inpute, si faktorë prodhimi në një proces tjetër prodhimi. Pra, në dallim nga puna apo toka që paraqiten si faktorë primar prodhimi, kapitali në vetvete i është nënshtruar një procesi prodhimi, ai përfaqëson një produkt tashmë të prodhuar. Komponentët kryesor të kapitalit janë pajisjet, ndërtesat prodhuese dhe inventari. Qëndrueshmëria, dmth *afatet relativisht të gjata të përdorimit*, janë një karakteristikë tjetër e mallrave kapital, të paktën e një pjese të tyre.

## 27. Cilat janë treguesit e masës së kapitalit?

Si tregues të masës së kapitalit (vlerës së aktiveve fizike të një firme, një familjeje apo qeverisë) përdoren *stoku* i kapitalit dhe *rrjedha* e kapitalit. Stoku i kapitalit mat sasinë e kapitalit në një moment të dhënë kohe, ndërsa rrjedha e kapitalit mat sasinë e tij, rrjedhën e tij gjatë një njësie të dhënë kohe.

## 28. Çka përbën për firmën blerja e një sasive të re kapitali?

Blerja e një sasive të re kapitali gjatë një periudhe të dhënë kohe përbën një *investim* për firmën. Pra investimi është një rrjedhë kapitali që i shtohet stokut të tij. Duhet të dallojmë *investimin bruto*, që përbën vlerën e të gjithë kapitalit të ri të blerë, nga *investimi neto*, që është i barabartë me investimin bruto minus amortizimin. Amortizimi përfaqëson konsumimin e kapitalit gjatë përdorimit të tij, ose me kalimin e kohës.

## 29. Cilat janë ato dy pyetjet kryesore për të kryer një investim?

Mundësia për të kryer një investim lidhet me dy pyetje kryesore: *së pari*, në ç’ drejtim, në ç’ aktivitet ekonomik do të kryhet ky investim; *së dyti*, ku do të gjenden burimet e financimit të investimit. Le të merremi më nga afër me pyetjen e parë. Çdo investitor do të dëshironte të investonte në atë aktivitet ekonomik që do t’i sillte përfitime më të mëdha. Po si mund të maten këto përfitime? Si mund të krahasohen mundësitë e shumta alternative të investimeve? Për këtë përdoret treguesi *i normës së kthimit të kapitalit*, që tregon të ardhurat neto në vit për çdo cent kapitali të investuar. Duke krahasuar projekte të ndryshme investimesh, normalisht mund të zgjidhet si projekt më i mirë projekti me normë më të lartë kthimi të kapitalit. Megjithatë, shpesh na duhet të gjykojmë mbi një projekt investimi në vetvete, në se ai është apo jo i pranueshëm. Mundësia për një gjykim të tillë lidhet me përgjigjen ndaj pyetjes së dytë, të shtruar më sipër. Përgjigja për këtë pyetje lidhet drejtpërdrejtë me kuptimin e investimeve.

## 30. Çka është e nevojshme për financimin e investimit dhe çka quajmë normë interesi?

Për financimin e investimit është e nevojshme heqja dorë nga konsumi korrent, është i nevojshëm *kursimi*. Përmes institucioneve financiare, si banka tregtare, banka kursimi, institucione sigurimi, etj., fondet e kursyera kalojnë nga kursuesit te njerëzit apo firmat që blejnë kapital. Por depozitimi i fondeve në institucionet financiare bëhet vetëm kundrejt një çmimi, që është interesi. Normën e kthimit për njësi të fondeve të dhëna hua e quajmë *normë interesi*. Norma e interesit zakonisht shprehet në përqindje për një vit. Norma e interesit mund të ndryshojë jo vetëm nga koha në kohë, por edhe nga një institucion financiar në tjetrin, duke u ndikuar edhe nga lloji dhe afati i depozitave, nga shkalla e riskut që përfaqëson një aktiv financiar, etj. Norma e interesit për depozituesin përfaqëson një shpërblim për pritjen, për shtyrjen e konsumit korrent për një kohë të ardhme. Sa më e gjatë të jetë koha e pritjes, aq më e lartë duhet të jetë norma e interesit. Për huamarrësin, norma e interesit përfaqëson koston e kapitalit për njësi

monetare të tij. Në rastin kur një firmë përdor paratë e saj për të financuar investimin që kryen, norma e interesit përfaqëson **koston oportune** të investimit, dmth të ardhurat e sakrifikuara nga mosdhënia hua e parave.

31. **Çka duhet të krahasojm për të vlerësuar nëse një projekt investimi është ose jo i pranueshëm?**

Për të vlerësuar nëse një projekt investimi është ose jo i pranueshëm për një firmë, duhet të krahasojmë të ardhurat nga ky projekt me koston e tij, përkatësisht normën e kthimit të kapitalit me normën e interesit. Që projekti të jetë i pranueshëm, duhet që norma e kthimit të kapitalit të jetë të paktën e barabartë me normën e interesit. Për t'i bërë të krahasueshme të ardhurat e viteve të ndryshme përdoret treguesi i *vlerës prezente*. Vlera prezente e një të ardhure të ardhshme përfaqëson një sasi parash që po të investoheshin sot, do të rriteshin në të ardhmen në një shumë parash të barabarta me këtë të ardhur, mbi bazën e një norme të dhënë interesi.

32. **A është e barabartë norma e kthimit mbi kapitalin me normën e tregut të interesit, dhe ku përcaktohen këto norma?**

Është e arsyeshme të mendohet se në kushtet e një konkurrence të plotë, të mungesës së riskut dhe të mungesës së inflacionit, norma e kthimit mbi kapitalin është e barabartë me normën e tregut të interesit. *Në këtë kuptim, mund të themi që interesi, dmth norma e interesit, mat shpërblimin për kapitalin.* Norma e interesit dhe norma e kthimit të kapitalit përcaktohen në treg, nga bashkëveprimi i kërkesës dhe ofertës për fonde të dhëshme hua, pra për kapital. Oferta për fonde të huajtshme përcaktohet nga kursimet, ndërsa kërkesa nga investimet. Sa më e lartë të jetë norma e interesit, aq më të larta do të jenë kursimet e individëve dhe familjarëve, pra, aq më të gatshëm do të jenë ata të heqin dorë nga një pjesë e konsumit prezent, për llogari të konsumit të ardhshëm. Këtë rrjedh se kurba e ofertës së fondeve të huajtshme do të priret për lart. Megjithatë, në periudha afatshkurtra, stoku i kapitalit mund të merret i dhënë, dmth kurba e ofertës së fondeve të huajtshme mund të supozohet vertikale. Kërkesa për fonde të huajtshme, nga ana tjetër, rritet me uljen e normës së interesit. Kjo është e kuptueshme, përderisa norma e interesit paraqitet si kosto e investimit. Pra, kurba e kërkesës për kapital do të priret poshtë-djathtas. Kurba e kërkesës për fonde të huajtshme është njëkohësisht kurbë e të ardhurave të produktit marxhinal të kapitalit. Edhe mbi të ardhurat nga kapitali vepron ligji i të ardhurave zbritëse, dmth, me shtimin e investimeve ulen të ardhurat e produktit marxhinal të kapitalit, ndërsa faktorët e tjerë mbahen të pandryshuar. Kur kërkesa totale (shuma e kërkesës së firmave individuale) për investime është e vogël, është e mundur që këto investime të zbatohen me projektet me normë më të lartë kthimi të kapitalit. Me rritjen e kërkesës totale për investime, firmat janë të detyruara të zbatojnë projekte me norma më të ulta të kthimit të kapitalit. Norma e ekuilibrit e interesit përcaktohet nga pikëprerja e kurbës së kërkesës për kapital, me kurbën e ofertës së kapitalit.

33. **Çka shkakton inflacioni dhe si përcaktohet norma reale e interesit?**

Inflacioni, dmth ngritja e nivelit të përgjithshëm të çmimeve, shkakton uljen e fuqisë blerëse të parasë, pra edhe uljen e të ardhurave reale nga kapitali. Për të gjetur të ardhurat reale nga kapitali, duhet që normën e interesit, dmth normën nominale të interesit, ta korrigjojmë me normën e inflacionit. Në këtë mënyrë përcaktojmë normën reale të interesit. *Norma reale e interesit* është e barabartë me normën nominale të interesit, minus normën e inflacionit.

34. **Cila është kategori tjetër e rëndësishme krahas pagës, rentës dhe interesit?**

Krahas pagës, rentës dhe interesit, një kategori tjetër e rëndësishme e të ardhurave është *fitimi*. E veçanta e fitimit është se pjesërisht ai mund të shpërbëhet në kategoritë e tjera të të ardhurave, si paga, rena, interesi dhe pjesërisht mund të qëndrojë si kategori më vete, e pavarur. Fitimi përfaqëson diferencën midis të ardhurave totale dhe koston totale. Në varësi me përcaktimin e kostove totale, dallojmë fitimin ekonomik nga fitimi kontabël. Fitimi *ekonomik* përfaqëson diferencën ndërmjet të ardhurave totale dhe kostove ekonomike ose oportune, ku përfshihen si kostot e shprehura, ashtu edhe të nënkuptuarat. Fitimi kontabël përfaqëson diferencën ndërmjet të ardhurave totale dhe kostove kontabël, dmth kostove të shprehura. Pra, në fitimin *kontabël* (fitimin e raportuar), përfshihen si pjesë përbërëse kostot e nënkuptuara, përkatësisht të ardhurat e nënkuptuara të punës së vetë pronarit, të kapitalit apo burimeve natyrore të zotëruara prej tij. Në kushtet e një konkurrence të plotë, fitimi ekonomik, nga i cili janë përjashtuar të ardhurat e nënkuptuara të faktorëve, paraqitet thjesht si *shpërblim për sipërmarrjen*, dmth për aftësinë dhe gadishmërinë për të përballuar riskun, për të organizuar faktorët e prodhimit, për të kryer novacione. Aftësia sipërmarrëse jo rrallë konsiderohet si

faktor i katërt i prodhimit (pas punës, tokës dhe kapitalit), ndërsa fitimi konsiderohet si shpërblim për këtë faktor prodhimi.

Në shumë raste fitimi lidhet thjesht me fuqinë tregtare të një firme, e kushtëzuar kjo nga situatat e konkurrencës jo të plotë, siç janë situatat monopoliste. Duhet nënvizuar se fitimi *monopolist*, ndryshe nga format e tjera të fitimit të analizuara më sipër, mund të shoqërohet me pakësimin e prodhimit dhe pengimin e progresit teknologjik.

## Kapitulli 12

### 1. Kush luan rolë vendimtar në zgjidhjen e problemit ekonomik themelor në një ekonomi tregu?

Në një ekonomi tregu, rolë vendimtar në zgjidhjen e problemit ekonomik themelor luan vetë tregu me mekanizmin e tij të çmimeve. Megjithatë, një rolë të ndjeshëm në zgjidhjen e këtij problemi luan edhe shteti, organet qeveritare të të gjitha niveleve.

### 2. Si ndikon qeveria në zgjidhjen e çështjeve kryesore që lidhen me problemin ekonomik themelor?

Përmes instrumenteve të tillë si taksat, shpenzimet qeveritare, aktiviteti kontrollues e rregullues, qeveria (duke nënkuptuar me qeveri të gjitha strukturat shtetore) ndikon në zgjidhjen e çështjeve kryesore që lidhen me problemin ekonomik themelor: **çfarë** të prodhohet, **si** të prodhohet dhe **për kë** të prodhohet.

### 3. Përse është e nevojshme ndërhyrja e shtetit në ekonomi?

Shteti duhet të ndërhyjë në ekonomi pikërisht për shkak të “dështimeve” të tregut. Me “dështime” të tregut do të kuptojmë të gjitha papërsosmëritë e mekanizmit të tregut, që pengojnë arritjen e rezultateve optimale. Kur flasim për rezultate optimale të pritura nga shoqëria, kemi parasysh para së gjithash:

**Së pari**, alokimin optimal të burimeve, pra edhe sigurimin e një strukture optimale të produktit të prodhuar.

**Së dyti**, sigurimin e drejtësisë në shpërndarje.

### et çmimesh. Çka dini për “Alokimi (përndarja) optimal i burimeve”?

Alokimi optimal i burimeve nënkupton arritjen e pikës më të dëshirueshme në kurbën e mundësive të prodhimit (KMP). Teoria mikroekonomike argumenton se maksimizimi i mirëqenies sociale (komunitare) arrihet pikërisht në pikën tangenciale të kurbës së mundësive të prodhimit me kurbën më të lartë të arritshme komunitare të indiferencës. Një kurbë komunitare indiference ndryshon nga një kurbë individuale indiference pikërisht nga fakti se e para shpreh preferencat e një komuniteti, ndërsa e dyta, preferencat e një individi. Tangencialiteti i kurbës KMP me një kurbë komunitare indiference, nënkupton që norma marxhinale e transformimit (MRT) të jetë e barabartë me normën marxhinale të zëvendësimit (MRS). Ekzistenca e papërsosmërive të tregut nënkupton që forcat e kërkesës dhe të ofertës nuk çojnë në pikën e ekuilibrit komunitar, pra në pikën e KMP ku maksimizohet mirëqenia komunitare. Kjo do të thotë se për të arritur në këtë pikë ekuilibri, nevojitet ndërhyrja qeveritare. Burimet e dështimeve të tregut për një alokim optimal burimesh lidhen me natyrën e mallrave të caktuara dhe strukturën e tregjeve të caktuara. Le të shohim disa prej këtyre burimeve:

**Të mirat publike** – një e mirë, konsumi i së cilës nga një person përjashton konsumin e saj nga persona të tjerë, quhet e *mirë private*. Në analizën e mekanizmit të tregut kemi patur parasysh pikërisht të mirat private. Funkzionimi eficient i mekanizmit të çmimeve, dmth kryerja e rolit informues dhe atij alokativ të çmimeve, nënkupton që përfitimet nga konsumi i një të mirë të veçantë të jenë të mundshme vetëm për ata individë që e blejnë atë mall apo shërbim. Pra, nënkupton që kjo e mirë të jetë e mirë private. Një e mirë, konsumi i së cilës nga një person nuk përjashton konsumin e saj nga persona të tjerë, quhet e *mirë publike*. Me të mirat publike lidhet ngushtësisht dukuria e “kalorësit të lirë”. “Kalorësi i lirë” quhet individi që nxjerr përfitime direkte nga blerja apo konsumi i një të mire nga dikush tjetër. Përderisa është e mundur që nga të mirat publike të përfitohet pa paguar për to, do të duhej që të mirat e këtij lloji të mos bëhen objekte “të lira” tregu sikurse të mirat private. Përndryshe do të kishim një mungesë totale të këtyre të mirave, ose të paktën një reduktim të konsiderueshëm të tyre. Tregu në vetvete priret të reduktojë prodhimin e të mirave publike dhe të shtojë prodhimin e të mirave private.

**Eksternalitetet** – *kostoja sociale*, dmth kostoja që përballon shoqëria, është më e lartë se *kostoja private*, e konsumit apo prodhimit të të mirës përkatëse. Eksternalitetet mund të mos jenë kosto, ato mund të jenë edhe *përfitime*. Në rastin e përfitimeve të jashtme, *përfitimet sociale* janë më të larta se *përfitimet private*. Kostot e jashtme konsiderohen si eksternalitete negative, ndërsa përfitimet e jashtme si eksternalitete pozitive. Eksternalitetet përfaqësojnë kostot apo përfitimet që bien mbi një palë të tretë, të ndryshme nga prodhuesit dhe blerësit imediatë të një malli. Ato përfaqësojnë diferencën midis kostove apo përfitimeve sociale dhe përkatësisht kostove apo përfitimeve private të një aktiviteti tregu. Në këto kushte, tregu do të priret të reduktojë prodhimin e mallrave që shoqërohen me përfitime të jashtme (eksternalitete pozitive) dhe të shtojë prodhimin e mallrave që shoqërohen me kosto të jashtme (eksternalitete negative). Bëhet e nevojshme ndërhyrja qeveritare për të realizuar kombinimin optimal të prodhimit, duke nxitur aktivitetet që shoqërohen me eksternalitete pozitive dhe duke frenuar aktivitetet që shoqërohen me eksternalitete negative.

**Fuqia tregtare** – në të dy rastet e mësipërme, pra të të mirave publike dhe eksternaliteteve, tregu “dështon” në arritjen e kombinimit optimal të prodhimit për shkak të sinjaleve të shtrembëruara që japin çmimet në treg. Çmimi që konsumatori është i gatshëm dhe në gjendje të paguajë për një të mirë të caktuar, nuk reflekton të gjitha përfitimet dhe kostot e asaj të mire. Por tregu mund të “dështojë” edhe kur sinjalet që japin çmimet në treg janë të sakta. Zakonisht, shkak i një reagimi të shtrembëruar është fuqia tregtare, dmth aftësia për të ndryshuar çmimin e tregut të një të mire. Fuqia tregtare e firmave të veçanta është karakteristike e formave të ndryshme të konkurrencës jo të plotë, si monopoli, oligopoli, konkurrenca monopolistike. Pavarësisht nga burimi i fuqisë tregtare, pasojë direkte e saj është alokimi joeficient i faktorëve të prodhimit. Në mënyrë alternative, qeveria mund të përdorë politika rregulluese që synojnë në kufizimin jo të fuqisë tregtare si të tillë, por të përdorimit të saj, duke ndikuar në sjelljen e një firme, përmes vendosjes së kufijve për çmimet, normën e fitimit etj.

#### 4. Çka dini për “Sigurimi i drejtësisë në shpërndarje”?

Të mirat publike, eksternalitetet, fuqia tregtare shkaktojnë mosalokim të burimeve, pra lidhen me pyetjen *çfarë* të prodhojmë. Në të gjitha këto raste, sikurse pamë më sipër, kërkohej ndërhyrja qeveritare. Një çështje tjetër që lidhet me problemin themelor është pyetja *për kë* të prodhohet. Çështja shtrohet: a është e drejtë shpërndarja, e gjeneruar nga tregu, e mallrave dhe shpërblimeve? Çështja e mësipërme, sikurse e dimë, zgjidhet në tregun e faktorëve. Të ardhurat e njerëzve përcaktohen në këtë treg, në përputhje me faktorët që ata zotërojnë dhe çmimet e këtyre faktorëve. Çdo ndërhyrje e qeverisë në fushën e shpërndarjes mund të ketë pasojë negative në eficientë. Por,

sidoqoftë, një ndërhyrje e një shkalle të caktuar është e domosdoshme pikërisht për të ndihmuar grupet më të dëmtuar të shoqërisë, duke bërë rishpërndarjen e të ardhurave me anë të politikës së taksave dhe pagesave transferuese. Përmes taksave që rriten progresivisht me rritjen e të ardhurave formohen fondet për përballimin e pagesave lidhur me papunësinë, pensionet, bursat e studentëve, programet e asistencës sociale, etj. Për shkallën e pabarazisë që ekziston në një vend lidhur me shpërndarjen e të ardhurave apo të pasurisë, mund të gjujkojmë me ndihmën e kurbës së Lorencit. Sikur të ardhurat të shpërndaheshin në mënyrë të barabartë, kurba e Lorencit (vija e lakuar) do të përputhej me vijën e barazisë (diagonalen e kuadratit). Shmangia e kurbës së Lorencit nga vija e barazisë mat pikërisht pabarazinë në shpërndarjen e të ardhurave.

#### 5. **Çka dini për “Përdorimi i plotë i burimeve dhe ruajtja e stabilitetit të çmimeve”?**

Papërsosmëritë e analizuara deri tani si papërsosmëri mikroekonomike të tregut, lidhen me alokimin jo optimal të burimeve ose me shpërndarjen jo të drejtë të produkteve të prodhuara. Në të dy rastet supozohej se ekonomia ndodhej në kufirin e mundësive të prodhimit. Por a është ky supozim realist? A është “dora e padukshme” e tregut e aftë për të siguruar përdorimin e plotë të burimeve dhe krahas me këtë, edhe stabilitet çmimesh? Të dhënat statistikore mbi zhvillimin ekonomik të vendeve me ekonomi tregu provojmë se rritja ekonomike bëhet përmes luhatjeve ciklike dhe se inflacioni jo rrallë është bërë problem shqetësues për këto vende. Papunësia, që rezulton nga mospërdorimi i plotë i burimeve, dhe inflacioni përbëjnë dy nga “dështimet” kryesore makroekonomike të tregut dhe përballimi i tyre kërkon ndërhyrjen e shtetit me anë të politikave përkatëse.

#### 6. **Si mund të përmbliidhen funksionet kryesore ekonomike të shtetit në një ekonomi moderne tregu?**

Funksionet kryesore ekonomike të shtetit në një ekonomi moderne tregu mund të përmbliidhen si më poshtë: Krijimi dhe jetësimi i kuadrit të nevojshëm ligjor për një ekonomi tregu; Hartimi dhe zbatimi i politikave stabilizuese makroekonomike; Ndërhyrja në alokimin e burimeve për të përmirësuar eficientësinë ekonomike; Hartimi dhe zbatimi i programeve për rishpërndarjen e të ardhurave.

Koordinimi i veprimtarisë së agjentëve ekonomikë kërkon, përveç veprimit të forcave ekonomike të tregut, edhe vendosjes e një kuadri të përshtatshëm ligjor lidhur me sjelljen e këtyre agjentëve, pikërisht familjeve (individëve), firmave, vetë qeverisë. Në tërësi, kuadri ligjor përcakton “rregullat e lojës” së agjentëve ekonomike në mjedisin ekonomik.

#### 7. **Cekni dhe shpjegoni rrugët kryesore të ndërhyrjes qeveritare në aktivitetin ekonomik?**

*Rrugët kryesore të ndërhyrjes qeveritare në aktivitetin ekonomik janë:*

**Taksimi.** Qeveria vendos taksa për të ndikuar në alokimin e burimeve, për të ndikuar në shpërndarjen e të ardhurave dhe përgjithësisht për të krijuar fondet e nevojshme për shpenzimet qeveritare.

**Shpenzimet publike,** që synojnë në nxitjen e firmave për të prodhuar lloje të caktuara mallrash e shërbimesh si dhe kryerjen e *pagesave transferuese* për mbështetjen e shtresave apo grupeve të caktuara të popullsisë. Shpenzimet publike mund të marrin edhe formën e investimeve të drejtpërdrejta shtetërore për prodhimin e mallrave apo shërbimeve të caktuara. Ato lidhen edhe me plotësimin e disa nevojave të përgjithshme shoqërore, si rendi, mbrojtja, etj.

**Veprimtaria antitrust,** që synon në nxitjen e strukturave konkurruese të tregut, duke mos lejuar krijimin, në degë të caktuara, të strukturave monopoliste dhe duke pakësuar fuqinë tregtare të firmave.

**Politikat rregulluese,** që synojnë në rregullimin e sjelljes së firmave. Duhet dalluar rregullimi ekonomik nga rregullimi social. Rregullimi ekonomik lidhet me çmimet, prodhimin dhe pengesat e hyrjes apo daljes së një firme nga dega. Rregullimi social lidhet me kushtet e punës e detyrime të tjera sociale të firmave ndaj punonjësve apo shoqërisë në tërësi.

#### 8. **A mund të kemi edhe papërsosmëritë apo “dështimet” e qeverisë?**

Ekonomistët, shpesh, duke pranuar papërsosmëritë apo dështimet e tregut, tërheqin vëmendjen edhe për papërsosmëritë apo “dështimet” e qeverisë, pra të ndërhyrjes qeveritare. Për më tepër, mund të ndodhë që dështimet e qeverisë të kenë efekte më negative se dështimet e tregut. Efektet e ndërhyrjes qeveritare do të ishin negative ose për shkak të treguesve rezultues inferiorë lidhur me çmimet, kostot apo prodhimin, krahasuar me tregun e parregulluar, ose sepse kostot e ndërhyrjes do të ishin më të larta se përfitimet prej saj. Në të dy rastet nga ndërhyrja shtetërore, përkatësisht nga politika rregulluese, do të rezultonte një alokim inferior i burimeve. Vetëm një ndërhyrje e kufizuar, e matur dhe e bazuar në parimet e tregut, mund të konsiderohet si ndërhyrje efektive e qeverisë.

#### 9. **Çka kërkon realizimi i programeve të ndryshme qeveritare për korrigjimin e dështimeve të ndryshme të tregut?**

Realizimi i programeve të ndryshme qeveritare për korrigjimin e papërsosmërive apo dështimeve të ndryshme të tregut, kërkon kryerjen e shpenzimeve të caktuara. Shpenzimet publike parashikohen në buxhetin qeveritar (përfshirë këtu edhe buxhetet e pushteteve lokale). Në buxhet, i cili miratohet nga parlamenti për çdo vit fiskal (fillimi dhe mbarimi i një viti fiskal, mund të ndryshojnë nga fillimi dhe mbarimi i një viti kalendarik), parashikohen zëra të tillë shpenzimesh publike si:

- Shpenzime për *mallra dhe shërbime*, ku përfshihen shpenzimet korrente për shërbimet e mbrojtjes kombëtare, ruajtjes së rendit, arsimit, administratës publike, etj.
- Shpenzime për investime publike (shpenzime kapitale), siç janë shpenzimet për rrugët, urat, ndërtimin e spitaleve, shkollave, etj.
- *Subvencionet* ndaj degëve apo ndërmarrjeve të caktuara, publike apo private.
- *Pagesat transferuese* ndaj individëve apo familjeve, ku përfshihen pensionet, përfitimet për papunësinë, pagesat për asistencën sociale, etj.
- *Pagesat e interesave* për huatë publike, etj.

Shpenzimet publike parashikohen dhe realizohen si shpenzime të qeverisë qendrore dhe shpenzime të administratave lokale. Studimet empirike, si për vendet e zhvilluara ashtu edhe për vendet në zhvillim, provojnë prirjen afatgjatë të rritjes së shpenzimeve publike (shtetërore) gjatë këtij shekulli. Disa nga faktorët kryesorë që kanë ndikuar në këtë prirje janë:

- Rritja e të ardhurave *për frymë të popullsisë*. Rritja e të ardhurave për frymë është shoqëruar me një rritje më të shpejtë të kërkesave për shërbime të tilla të ofruara nga sektori publik, si arsimit dhe shëndetësia, përderisa kërkesa për këto të fundit është elastike lidhur me të ardhurat.
- Rritja e popullsisë, që padyshim shoqërohet me rritjen e kërkesës për shpenzime publike, si transporti, komunikacioni, furnizimi me ujë, etj. Rritja e popullsisë në moshë të larta shoqërohet me rritjen e shpenzimeve shëndetësore, shpenzimeve për pensione, etj.
- Shpenzimet më të larta të punës për njësi produkti (shërbimi) në sektorin publik, si një sektor që përdor intensivisht punë; krahasuar me sektorin privat, ku, si rregull, janë më të gjëra mundësitë për zbatimin e teknologjive të reja.

#### 10. **Çka përfshin sektori publik?**

Sektori publik përfshin ato pjesë të ekonomisë kombëtare, për të cilën ka, në këtë apo atë mënyrë, përgjegjësi direkte qeveria. Përveç institucioneve qeveritare qendrore dhe lokale, këtu përfshihen edhe organizata të tjera qeveritare dhe korporatat (ndërmarrjet) publike. Nevoja për sektorin publik buron nga arsye që lidhen me efikasitetin dhe drejtësinë në shpërndarje, të dyja të mishëruara te mirëqenia sociale (komunitare). Optimizimi i përmasave të sektorit publik arrihet pikërisht kur maksimizohet mirëqenia sociale. Grafikisht përmasat optimale të sektorit publik mund të përshkruhen me dy mënyra. *Mënyra e parë: identifikimi i pikës së maksimizimit të mirëqenies sociale.* *Mënyra e dytë: optimizimi fiskal.* Shpenzimet publike shoqërohen me përfitime sociale, ndërsa taksat me kosto sociale. Përmasat e sektorit publik, për të cilat përfitimi social marxhinal nga shpenzimet publike është i barabartë me koston sociale marxhinale të imponuar mbi komunitetin nëpërmjet taksave, konsiderohen si përmasa optimale. Përmasat e sektorit publik mund të maten edhe në termat e të ardhurave të buxhetit qeveritar në raport me GDP (produkti i brendshëm bruto).

#### 11. **Cilat janë parimet themelore të funksionit të ndërmarrjes në pronësi shtetërore?**

Parimet themelore të funksionit të ndërmarrjeve në pronësi shtetërore janë dy:



**Së pari**, parimi i *përgjegjësisë publike*, i cili nënkupton që shteti, konkretisht dikasteri përkatës dhe vetë drejtuesit e ndërmarrjes të jenë përgjegjës para publikut lidhur me përdorimin e mjeteve publike, duke mos lejuar abuzime burokratike, shfrytëzim monopolistik të këtyre mjeteve, etj.

**Së dyti**, parimi i *efiçencës ekonomike*, që nënkupton përdorimin efiçent të mjeteve publike, duke iu nënshtruar parimeve të tregut. Dikasteri përkatës qeveritar ushtron kontroll vetëm për drejtimit themelore të veprimtarisë së ndërmarrjes, duke lejuar që veprimtaria e përditshme e saj të orientohet nga vetë tregu. Në një farë kuptimi, këto dy parime kufizojnë njëri-tjetrin dhe veprimtaria e këtyre ndërmarrjeve nënkupton harmonizimin e tyre.

## 12. **Çka ndikojnë në zgjerimin dhe ngushtimin e “sipërmarrjes” shtetërore?**

Në zgjerimin dhe ngushtimin e “sipërmarrjes” shtetërore ndikojnë përkatësisht nacionalizmi, në situata të caktuara, i degëve të caktuara të ekonomisë dhe, nga ana tjetër, privatizmi i ndërmarrjeve shtetërore, sidomos kur ato funksionojnë me shkallë të ulët efiçence.

## 13. **Çka përdoren për financimin e shpenzimeve shtetërore?**

Për financimin e shpenzimeve shtetërore përdoren të ardhurat shtetërore, të cilat, ashtu si shpenzimet, parashikohen në buxhetin e shtetit sipas burimeve të krijimit të tyre. Përveç përballimit të nevojave për shpenzime publike, mbledhja e të ardhurave nga publiku synon edhe në kryerjen e funksionit alokues, funksionit të rishpërndarjes, si dhe në arritjen e objektivave të caktuara makroekonomike.

## 14. **Çka përfaqësojnë taksat dhe cilat janë parimet që mbështetet taksimi?**

Taksat përfaqësojnë transferime të detyrueshme monetare nga individët, firmat dhe institucionet e ndryshme të qeveria (në nivele qendrore apo lokale). Taksimi mbështetet në një varg parimesh. *Parimi i përfitimit*. Sipas këtij parimi njerëzit duhet të taksohen në përpjesëtim me përfitimet që ata sigurojnë nga programet qeveritare. Zbatimi praktik i këtij parimi, kur është fjala për të mirat publike, paraqitet i vështirë, përderisa është e vështirë të përcaktohen preferencat e individëve për të mira publike, pra edhe të maten përfitimet e individëve të veçantë prej tyre. Një parim tjetër i rëndësishëm është parimi i *aftësisë për të paguar*. Sipas këtij parimi, barra e taksës shpërndahet midis individëve në pajtim me aftësinë e tyre për të paguar, dmth në pajtim me të ardhurat dhe pasurinë e tyre. Parimi i aftësisë për të paguar shpesh interpretohet edhe si parim i *barazisë së sakrificave*, ku “sakrifika” i referohet humbjes në dobishmërinë e individit për shkak të pagimit të taksës. Por koncepti i barazimit të sakrificave është një koncept relativisht i papërcaktuar dhe mund të interpretohet në mënyra të ndryshme, si barazi e *sakrificave absolute*, barazi e *sakrificave proporcionale* (në raport me dobishmërinë totale), apo barazia e *sakrificave marxhinale*.

Parimi i *drejtësisë horizontale*. Sipas këtij parimi, individët me të ardhura (pasuri) të barabarta, duhet të taksohen në mënyrë të barabartë. Parimi i drejtësisë horizontale plotësohet me parimin e *drejtësisë vertikale*. Sipas këtij parimi, në qoftë se individët me të ardhura (pasuri) të barabarta taksohen në mënyrë të barabartë, individët me të ardhura (pasuri) të pabarabarta duhet të taksohen në mënyrë të pabarabartë.

## 15. **Çfarë lloje taksash kemi?**

Taksat mund të jenë të llojeve të ndryshme. Ato mund të jenë proporcionale, progresive ose regresive. Në rastin e taksave proporcionale, përqindja e të ardhurave e paguar si taksë mbetet e pandryshuar me rritjen e të ardhurave. Në rastin e taksave progresive, përqindja e paguar si taksë rritet me rritjen e të ardhurave. Ndërsa në rastin e taksave regresive, përqindja e paguar si taksë ulet me rritjen e të ardhurave. Krahas llojeve të mësipërme, ekzistojnë edhe taksa fikse, masa e të cilave është e përcaktuar dhe nuk varet nga të ardhurat. *Norma mesatare e taksës* (pra madhësia e taksës pjesëtuar me të ardhurat, T/Y) dhe *norma marxhinale e taksës* (shtesë e taksës për shkak të shtesës me një njësi monetare të të ardhurave,  $\Delta T/\Delta Y$ ) është konstante për taksat proporcionale, rritet me rritjen e të ardhurave për taksat progresive dhe ulet me rritjen e të ardhurave për taksat regresive.

## 16. **Si ndahen taksat për nga objekti i taksuar?**

Për nga objekti i taksuar, taksat ndahen në taksa direkte dhe taksa indirekte.

*Taksa direkte* janë taksa që vendosen direkt mbi individët ose firmat, mbi bazën e të ardhurave, pasurisë apo aftësisë për të shpenzuar. Shembuj taksash direkte janë taksat mbi të ardhurat personale, taksat për sigurimet shoqërore, taksat mbi trashëgiminë, mbi të ardhurat nga kapitali, mbi dhuratat, etj. Edhe taksat mbi korporatat

trajtohen si taksa direkte. Një nga arsyt kryesore është se me taksat direkte mund të zbatohet më mirë parimi i aftësisë për të paguar.

*Taksat indirekte* zakonisht përcaktohet si taksa që vendosen mbi mallra dhe shërbime. Megjithatë, “indirekt” edhe këto taksa rëndojnë mbi individët. Taksat indirekte mund të jenë taksa mbi sasinë ose taksa mbi vlerën. Ato mund të jenë gjithashtu taksa fikse, që nuk varen nga sasia apo vlera e mallit dhe e shërbimit. Shembuj taksash indirekte janë taksat mbi qarkullimin, taksat mbi vlerën e shtuar, taksat doganore, akcizat etj. Në pajtim me nivelet e organizimit shtetëror, taksat mbliken nga qeveria qendrore dhe nga administrata e pushtetit lokal. Taksat shoqërohen me kosto të caktuara ekonomike.

#### 17. **Çka quhet Humbja Neto?**

Humbja Neto quhet “barrë e tepërt” e një takse, përderisa përfaqëson një humbje që përballon taksapaguesi përtej humbjes që lidhet me madhësinë e taksës. Në praktikë, pothuajse të gjitha taksat shoqërohen me barrë të tepërt, pra me humbje neto. Për shembull, një taksë mbi të ardhurat personale do të shoqërohet me humbje neto, në masën që pakëson stimujt për pjesëmarrjen në punë të individëve të taksuar, duke kushtëzuar edhe humbje të produktit shoqëror (produkti i prodhuar), për rrjedhojë edhe humbje në të ardhurat personale. Duke u pakësuar pjesëmarrja në punë, produkti i prodhuar dhe të ardhurat personale, eventualisht do të pakësoheshin edhe të ardhurat nga taksat. Në rastin e taksave indirekte, barra e tepërt e taksave lidhet, sikurse e pamë më sipër, me ndryshimin e çmimit të mallit që taksohet, pra dhe me ndryshimin e çmimeve relative të mallrave. Ndryshimi i çmimeve relative, pra shtrembërimi i tyre, shoqërohet me ndryshimin e stimujve për konsum dhe për prodhim, pra edhe me një alokim joefiçent të burimeve, në qoftë se do të supozonim një alokim eficient burimesh para vendosjes së taksës. Nga kjo pikëpamje, taksat direkte paraqesin një avantazh, meqenëse ato nuk i shtrembërojnë çmimet relative. Një avantazh tjetër i këtyre taksave, i përmendur edhe më sipër, është mundësia e zbatimit të parimit të aftësisë paguese. Megjithatë, taksat direkte kanë disavantazhet e tyre, përfshirë këtu disavantazhin e pakësimit të stimujve për të punuar.

#### 18. **Çka duhet të mbahet parasysh në vendosjen e një regjimi taksor dhe në përcaktimin e strukturës së taksave?**

Në vendosjen e një regjimi taksor dhe në përcaktimin e strukturës së taksave, duhet të mbahen parasysh pikërisht kostot që shoqërojnë llojet e ndryshme të taksave, duke synuar minimizimin e tyre, sidomos në minimizimin e inefficiencës që shoqëron misalokimin e burimeve si rezultat i shtrembërimit të çmimeve relative. Ngritja e sistemit të taksave është një pjesë e rëndësishme e reformës financiare në vendet që po kalojnë në një sistem ekonomie të orientuar nga tregu.

#### 19. **A janë taksat burim i vetëm i të ardhurave qeveritare?**

Taksat, megjithëse burimi kryesor, nuk janë burimi i vetëm i të ardhurave qeveritare. Qeveria mund të shpenzojë më shumë se të ardhurat e saj prej taksave, duke rezultuar me deficit buxhetor. Deficit buxhetor mund të mbulohet duke marrë hua. Huaja që merr qeveria mund të jetë hua e brendshme, dmth e marrë nga publiku i brendshëm, ose hua e jashtme, marrë nga subjekte të jashtme. Marrja e huave nga qeveria realizohet përmes lëshimit prej saj të letrave qeveritare me vlerë, si bono thesari, etj... të cilat kontribuojnë në rritjen e borxhit publik. Banka Qendrore mund të emetojë para në këmbim të letrave qeveritare me vlerë. Këto para mund të përdoren për të mbuluar pjesërisht deficitin buxhetor, dmth për të kryer shpenzime qeveritare. Kjo rrugë e fundit duket si rrugë e lehtë, komode, për të financuar shpenzimet qeveritare, por ajo mund të shoqërohet me pasoja serioze inflacioniste dhe me humbjen e besimit ndaj monedhës vendase, dmth edhe ndaj qeverisë.

#### 20. **Sipas analizës kosto-përfitime, një aktivitet shtesë i sektorit publik është...?**

Sipas analizës kosto-përfitime, një aktivitet shtesë i sektorit publik është i dëshirueshëm vetëm në qoftë se përfitimet nga ky aktivitet i tejkalojnë kostot e tij oportune, ose të paktën janë të barabarta me to. Kur është fjala për krahasimin e projekteve të ndryshme që i takojnë sektorit publik sipas kësaj metode do të duhej të zgjidheshin ato projekte, që e kanë më të lartë raportin përfitime-kosto. Sidoqoftë, ky raport do të duhej të ishte më i lartë se një raport i caktuar, normativ, i konsideruar si raport minimal i pranueshëm. Sikurse shihet, në parim, analiza kosto-përfitime është mjaft e thjeshtë, por zbatimi i saj në praktikë është shpesh mjaft i vështirë. Vështirësitë lidhen sidomos me vlerësimin e përfitimeve nga aktivitete të ndryshme në sektorin publik.

#### 21. **Në përcaktimin e llojit të mallrave që prodhohen në sektorin publik mund të mbështeteni në?**

Në përcaktimin e llojit të mallrave apo shërbimeve që prodhohen në sektorin publik dhe të përmasave të këtij sektori, mbështetemi jo në llogaritjet kosto-përfitime, pa mohuar vlerën ndihmëse të tyre, por në *mekanizmin politik*. Mekanizmi politik, që në thelbin e tij mund të reduktohet në *mekanizmin e votave* në sistemet demokratike, zëvendëson mekanizmin e tregut lidhur me alokimin e burimeve në sektorin publik dhe, përgjithësisht, lidhur me përgjigjen ndaj pyetjeve të tilla si *çfarë të prodhohet, si të prodhohet dhe për kë të prodhohet* në këtë sektor. Pyetjet e mësipërme janë objekt i një dege të veçantë të shkencës së Ekonomiksit, që quhet *teoria e zgjedhje publike*. Teoria e zgjedhjes publike studion sjelljen e subjekteve politike, duke konsideruar këtu sidomos votuesit (zgjedhësit) dhe njerëzit e zgjedhur, politikanët. Midis votuesve dhe politikanëve qëndrojnë organizata të ndryshme, që mbrojnë interesat e grupeve të ndryshme. Teoria e zgjedhje publike i kushton vëmendje të veçantë sjelljes së politikanëve. Krahasuar me mekanizmin e tregut, roli i politikanëve është i ngjashëm me rolin e firmave, sipërmarrëse: ata bëjnë interpretimin e kërkesës publike për të mira kolektive (publike) dhe përcaktojnë rrugët për sigurimin e këtyre të mirave.

## 22. **Kujt i kushton vëmendje të veçantë teoria e zgjedhjes publike?**

Teoria e zgjedhjes publike i kushton vëmendje të veçantë mekanizmit të zgjedhjes publike, duke nënvizuar rëndësinë që kanë në një shoqëri demokratike vlerat dhe shijet individuale të agreguara dhe nënkutpuara në vendimet kolektive. Sidoqoftë, vendimi kolektiv për çdo problem të veçantë do të jetë një i vetëm, duke mos u pajtuar përgjithësisht me interesin e secilit zgjedhjes apo politikan. Ky fakt përbën një dallim të rëndësishëm midis mekanizmit të zgjedhjes publike dhe atij të zgjedhjes private. Sidoqoftë, një politikë e suksesshme publike mund të jetë efektive: ajo mund të sigurojë zgjerimin e mundësive prodhuese të komunitetit, mund të sigurojë një rishpërndarje të drejtë të të ardhurave dhe mund të jetë efiçente.

Mr.Gazmend Deda  
Data:

31.12.2009

