

ZGJEDHJA KONSUMATORE DHE KËRKESA

Java 4

Alban Asllani, MSc, PhD Cand.
Universiteti AAB
alban.asllani@universitetiaab.com

Java 4:

Zgjedhja konsumatore dhe kërkesa

- Zgjedhja racionale dhe vendimet e konsumatorit
- Dobia marxhinale dhe kërkesa e konsumatorit
- Zgjedhja konsumatore dhe ligji i kërkesës
- Analiza ordinaliste e zgjedhjes konsumatore

I. Zgjedhja racionale dhe vendimet e konsumatorit

Per te shpjeguar pse njerzit bejne keto apo ato zgjedhje, te cilat rezultojne ne kerkesen individuale per produkte

Per te kuptuar dhe parashikur sjelljen e konsumatorit

Na ndihmon teoria e zgjedhjes se konsumatoreve

- Konsumatorët përballen me pamjaftueshmëri të burimeve – ata kanë kufizime monetare buxhetore të tyre dhe duhet të bëjnë zgjedhje sesi të përdorin me se miri mundësinë e tyre monetare
- Konsumatori gjithmonë vepron në mënyrë racionale – nuk shpenzon për diçka shumë nëse ai produkt i sjelle me pakë përfitim shtesë.
- Kur një konsumator vendos të blejë diçka – ai duhet të hëk dorë nga blerja e një produkti tjetër – kosto oportune. *P.sh. Kosto oportune e juaja nëse ju vendosni me i zhpenzu 10 euro për liber të ekonomiksit në vend se ti shpenzoni ato para për të shkuar në kinema – është shpenzimi në liber dhe mosknaqesia juaj për të shkuar në kinema me partnerin tuaj.*

II. Dobia marxhinale dhe kërkesa e konsumatorit.

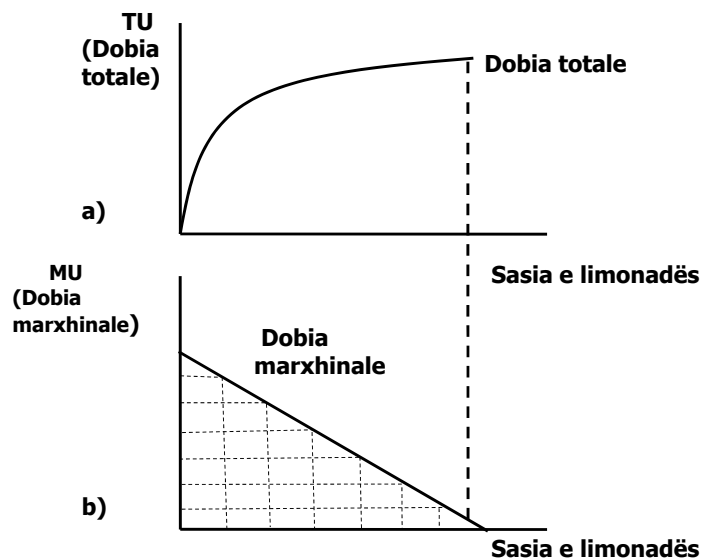
- ▶ Me termin **dob** kuptojmë masën e kënaqësisë që përfiton konsumatori nga konsumi i një produkti të caktuar.
- ▶ Duke shprehur konceptin e zgjedhjes racionale të konsumatorit në termat e dobisë mund të themi se:
 - ▶ Qëllimi i konsumatorit është që duke shpenzuar të ardhurat e tij të maksimizoje **dobinë totale**;
 - ▶ Për të përcaktuar se çfarë do të blejë, konsumatori krahason **dobinë marxhinale (MU)**, ose kënaqësinë shtesë që merr nga konsumi i një njësie shtesë produkti apo shërbimi, me **dobinë marginale që do të merrte nga konsumi i mallrave tjerë**.

- ▶ Zgjedhja konsumatore përcaktohet nga **dobia marginale** dhe jo nga **dobia totale**.
- ▶ Konsumatorët kërkojnë të maksimizojnë **dobinë totale**, por këtë e bëjnë duke e krahasuar dobinë **marginale me kostot marginale**.
- ▶ Ekziston **një prirje** që, kur rritet sasia e konsumit të një të mire, ceteris paribus, **dobia marginale** e njësisë së fundit të konsumuar **vjen vazhdimisht duke rënë**.
- ▶ Kjo prirje njihet në ekonomi si **ligji i dobisë marginale rënëse**.

Dobia totale dhe marzhinale

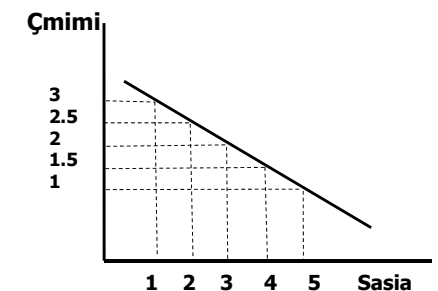
| Numri i gotave të limonadës | Dobia totale (TU) (njësi dobie) | Dobia marzhinale (MU) (njësi dobie) |
|-----------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
| 0 | 0 | |
| 1 | 6 | 6 |
| 2 | 11 | 5 |
| 3 | 15 | 4 |
| 4 | 18 | 3 |
| 5 | 20 | 2 |

Dobia totale dhe marzhinale



- Konsumatori duhet të paguajë për limonaden, duke sakrifikuar blerje të tjera që mund të bente në vend të saj.
- Kjo sakrificë për të marrë një gotë shtese limonade, ose kjo gatishmëri për të paguar, përfaqëson **koston oportune**.
- Në përgjithësi, konsumatorët do të vazhdojnë të blejnë deri në momentin që **dobia marzhinale (MU)** e njësisë së fundit të blerë të barazohet me **çmimin e produktit (P)**, pra **MU=P**.

| Nr. i gotave të limonades | Dobia marzhinale (€) |
|---------------------------|----------------------|
| 1 | 3 |
| 2 | 2.5 |
| 3 | 2 |
| 4 | 1.5 |
| 5 | 1 |



- ▶ Në realitetin e ekonomik konsumatorët ndodhën **përballë shumë alternativash** dhe zgjedhja racionale kërkon balancimin e përfitimeve shtesë me kostot shtesë të këtyre alternativave të mundshme.
- ▶ Supozojmë se konsumatori ka si alternativa dy grupe te produkteve (A) dhe (B), dhe përpjekja e tij është që te zgjedh një kombinim optimal ndërmjet këtyre dy produkteve A dhe B kur niveli i te ardhurave të konsumatorit është **X** dhe atij i duhet që këtë shumë ta ndaj midis produkteve A dhe B
- ▶ Në qoftë se të dy produktet do të **kishin të njëjtin çmim**, në përcaktimin e zgjedhjes do të bazoheshim vetëm në dobinë marxhinale.
- ▶ Kur njohim çmimin dhe dobinë marxhinale të të dy produkteve krahasojmë përfitimet shtesë (dobinë marxhinale) me kostot shtesë (çmimin)

$$\text{Dobia marxhinale për 1 euro te shpenzuar} = \frac{\text{Dobia marxhinale e produktit A}}{\text{Çmimi i produkti A}}$$

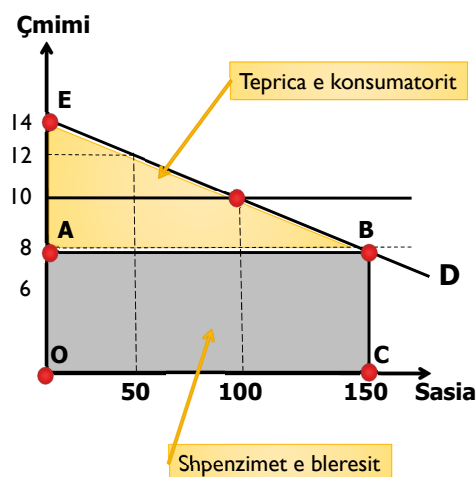
Njëjtë është situata edhe me produktin B:

$$\text{Dobia marxhinale për 1 euro te shpenzuar} = \frac{\text{Dobia marxhinale e produktit B}}{\text{Çmimi i produkti B}}$$

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

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

Teprica e konsumatorit



- Tejkalimi i përfitimit total (shumes se dobove marxhinale) ndaj kostove totale (sasi e blere x çmim), quhet **teprice e konsumatorit**.

Shembull:

- Me çmimin 10 euro për njësi, do te kërkohen 100 njësi, ne njësinë e 100-te çmimi është i barabarte me dobinë marxhinale. Por çdo njësi para njësisë se 100-te vlerësohet me shume nga blerësi. Për shembull, njësia e 50-te vlerësohet me 12 euro, ose 2 euro me shume nga sa paguajnë ne fakt blerësit.

III. Zgjedhja konsumatore dhe ligji i kërkesës

- ▶ Sipas ligjit te kërkesës, kur çmimi i produktit ulet, blerësit do te kërkojnë një sasi me te madhe te tij.
- ▶ Sasia e produkteve qe konsumatori mund te blejë me te ardhurat e tij monetare, ose dobia totale e siguruar nga blerjet e produkteve me këto te ardhura quhet e **ardhur reale**.
- ▶ Rritja e sasisë se produktit te blere, e shkaktuar nga një rritje e te ardhurave reale, quhet **efekt i te ardhurave**.
- ▶ Ndryshimi ne sasinë e blere te produktit, i shkaktuar nga një ndryshim i çmimit relativ, duke mbajtur konstante te ardhurat reale, quhet **efekt i zëvendësimit**.

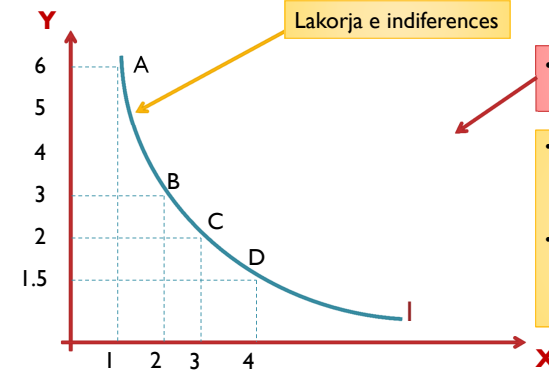
Problemi me matjen e dobise

- Trajtimi i zgjedhjes konsumatore, bazuar ne dobine marxhinale, ndesh ne veshtiresi kur ballafaqohet me realitetin.
- Kjo teori nuk tregon ndonje menyre per matjen e dobise – dobia eshte nje koncept abstract dhe eshte e veshtire te percaktohet njesia matese.
- Ne vitet e 30-ta u zhvilluar nje teori tjetere per analizimin e zgjedhjes se konsumatoreve – kjo teori quhet Teoria Ordinaliste e Zgjedhjes se Konsumatorit.

IV. Analiza ordinaliste e zgjedhjes konsumatore

- Tabela anash paraqet kombinimet e produkteve X dhe Y qe i japin konsumatorit te njeten mase kenaqesie.
- Konsumatori eshte njesoj i kenaqur me kombinimet e mundshme – te cilat quhen **'zone indifference'**.

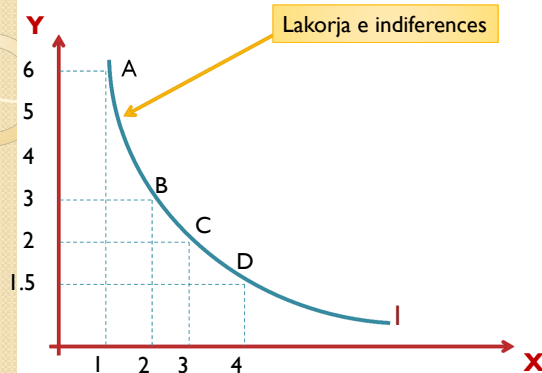
| Kombinimi | Produktet | |
|-----------|-----------|-----|
| | X | Y |
| A | 1 | 6 |
| B | 2 | 3 |
| C | 3 | 2 |
| D | 4 | 1.5 |



- Paraqitja grafike e tabelës

- Secila pike ne kete lakore paraqet te njeten kenaqesi ose dobi totale.
- Pjerrtesia e kesaj lakoreje eshte gjithmone negative per arsye te koston oportune.

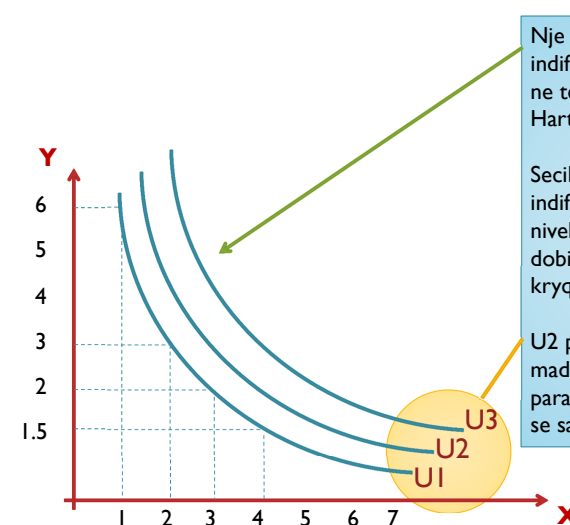
IV. Analiza ordinaliste e zgjedhjes konsumatore



- Kjo zgjedhje mes kombinimeve (sakrificica e njesive te nje produkti per te blere nje produkt shtese tjetere) mund te matet me ndihmen e Normes Marxhinale te Zevendesimit (MRS):
- $MRS = \frac{\Delta Y}{\Delta X}$
- nga A ne B, $MRS=3/1=3$, nga B ne C, $MRS=1/1=1$ etj

- Preferencat e konsumatorit pasqyrojne ligjin e dobise marxhinale.
- Kur kalojme nga kombinimi A ne B, konsumatori eshte i gatshem te sakrifikoj 3 njesi te Y per te marre 1 njesi te X me shume. Per te kaluar nga B ne C, ateher konsumatori sakrifikon vetem 1 njesi Y per te marre 1 njesi X, etj.
- Per kete arsye lakorja eshte me e sheshte prane boshtit horizontal.

IV. Analiza ordinaliste e zgjedhjes konsumatore

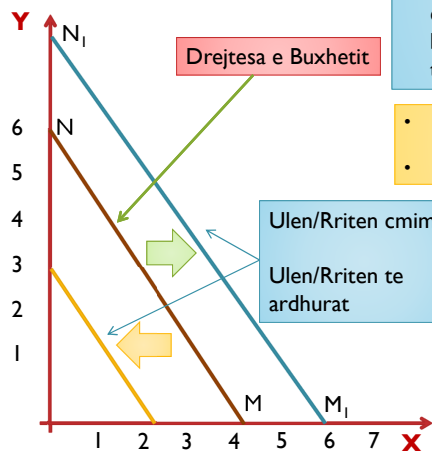


Nje bashkesi e lakoreve te indiferences, te paraqitura ne te njeten figure, quhet Harte indiference.

Secila nga keto lakore te indiferencave paraqesin nivele te ndryshme te dobise dhe nuk mund te kryqezohen.

U2 paraqet dobi me te madhe se sa U1, U3 paraqet dobi me te madhe se sa U2 dhe U1, etj

IV. Analiza ordinaliste e zjedhjes konsumatore

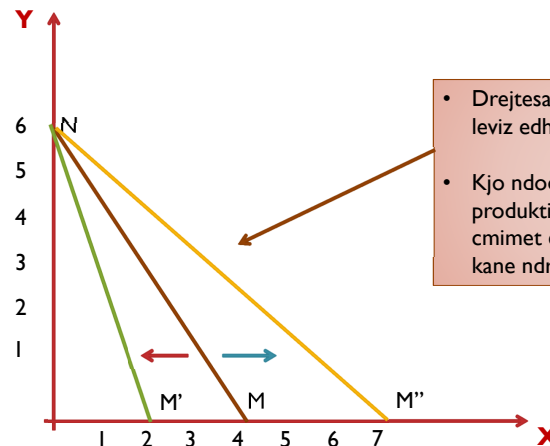


- Per te mesuar se cfare sasia te produktit X ose Y nje bleres do te zgjedh, perveq se duhet te dime preferencat e tij, ne duhet te dime edhe buxhetin (gjendjen) e tij per te blere produktin X ose Y, dhe ne duhet te dime cmimet e ketyre produkteve.

- Shembull: Buxheti i nje bleresi eshte 60 Euro ne jave per te blere dy produktet X dhe Y.
- Cmimi: $P_x = 15$ Euro, $P_y = 10$ Euro

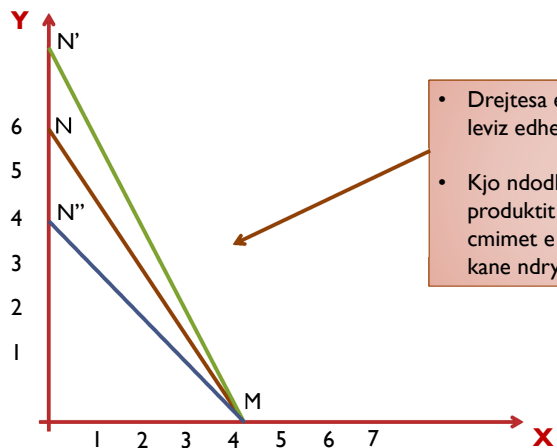
| Situata | Produkti X | Produkti Y |
|---------|------------|------------|
| M | 4 | 0 |
| . | 3 | 1.5 |
| . | 2 | 3 |
| . | 1 | 4.5 |
| N | 0 | 6 |

IV. Analiza ordinaliste e zjedhjes konsumatore



- Drejtesa e buxhetit mund te leviz edhe keshtu.
- Kjo ndodh kur cmimet e produktit X ulen/rriten. Kurse cmimet e produktit Y nuk kane ndryshuar.

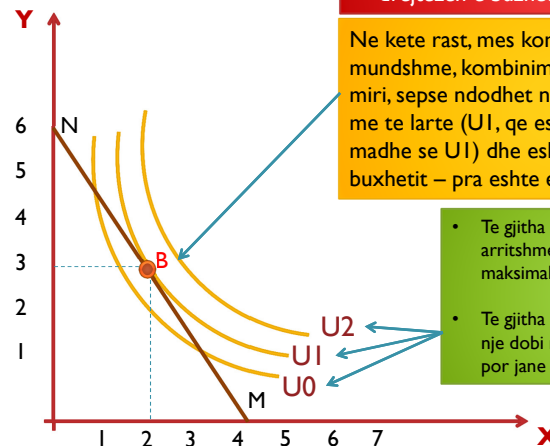
IV. Analiza ordinaliste e zjedhjes konsumatore



- Drejtesa e buxhetit mund te leviz edhe keshtu.
- Kjo ndodh kur cmimet e produktit Y ulen/rriten. Kurse cmimet e produktit X nuk kane ndryshuar.

Drejtesa e buxhetit matematikisht mund te paraqitet: $Q_x P_x + Q_y P_y = m$
 Ku kemi: Q –sasia e produkteve, dhe P cmimi i produkteve.

IV. Analiza ordinaliste e zjedhjes konsumatore

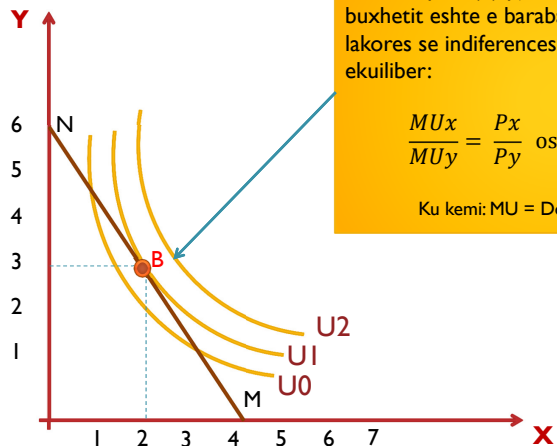


- Bashkimi i lakoreve te indiferences me drejtesen e buxhetit ne nje grafike.

Ne kete rast, mes kombinimeve te shumta te mundshme, kombinimi ne piken B eshte me i mire, sepse ndodhet ne lakoren e indiferences me te larte (U1, qe eshte me nje dobi me te madhe se U1) dhe eshte ne drejtesen e buxhetit – pra eshte e arritshme.

- Te gjitha kombinimet ne U0 jane te arritshme, por nuk kane dobi maksimale.
- Te gjitha kombinimet ne U2, ofrojne nje dobi maksimale me shume se U1, por jane te pa arritshme nga buxheti.

IV. Analiza ordinaliste e zjedhjes konsumatore

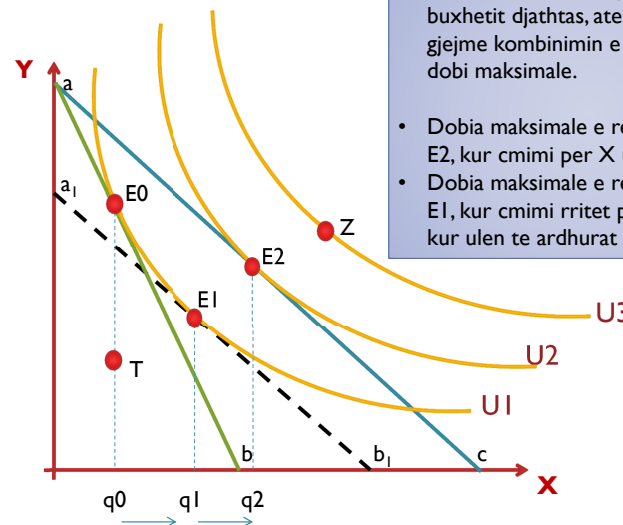


Ne kete pike (B) pjerresia e drejtzes se buxhetit eshte e barabarte me pjerresine e lakores se indiferences. Pra jemi ne nje ekuiliber:

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

Ku kemi: MU = Dobia Marxhinale, P = Cmimi

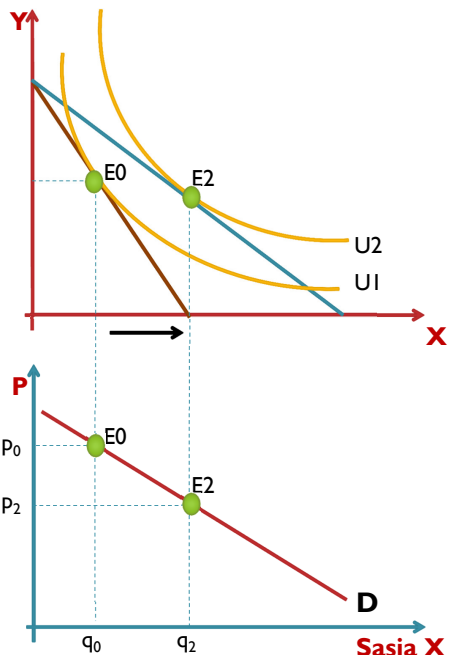
IV. Analiza ordinaliste e zjedhjes konsumatore



- Ne rast te zhvendosjes se drejtzes se buxhetit djathtas, ateher duhet te gjejme kombinimin e ri i cili na ofron dobi maksimale.
- Dobia maksimale e re eshte ne piken E2, kur cmimi per X ulet
- Dobia maksimale e re eshte ne piken E1, kur cmimi rritet per X dhe Y, ose kur ulen te ardhurat

Perfitimi i lakores se kerkeses

- Drejteza e buxhetit dhe ndryshimet ne cmime te produkteve, na ndihmojne dhe na mundesojne analizen e kerkeses.
- Me ane te kesaj analize ne mund te prfitojme lakoren e kerkeses per produktin X, nese cmimi i produktit X ndryshon.
- Ne kete rast, cmimi i produktit X eshte ulur dhe si rezultat (shprehur nga ligji i kerkeses) sasia kerkuese rritet nga q0 ne q1. Gjithashtu zhvendoset drejteza e buxhetit vetem ne anen e produktit X.



Literatura

- Mançellari, Hadëri (2007), "Hyrje në Ekonomi" Pegi Tiranë; Kreu 4, faqe 64-84
- Mankiw & Taylor (2010), "Ekonomiksi" UET-Press UK; Kapitulli 5, faqe 147-176
- Ligjeratat dhe Ushtrimet

NJOFTIME

- Kollokviumi I = 45% - do te mbahet ne javen e tete (8)
 - Data 27.11.2013 – Ora e ushtrimeve, Grupe 2 ose 3
 - Do te kete ligjerate pas testit
 - Kalkulatori lejohet
- Mesoni temat I deri 6
- Numri i pyetjeve = 20, ku 10 jane zgjedhore dhe 10 pyetje dhe detyra.
- SOT – ne oren e Ushtrimeve – do te mbahet nje ligjerate per Firmat. Pjesemarrja e domosdoshme.
- Javen tjeter – do te mbahen perseritjet dhe do te informoheni per temat e mundshme qe mund te bien ne kollokviumin I. Pjesemarrja e domosdoshme.

PYETJE???

