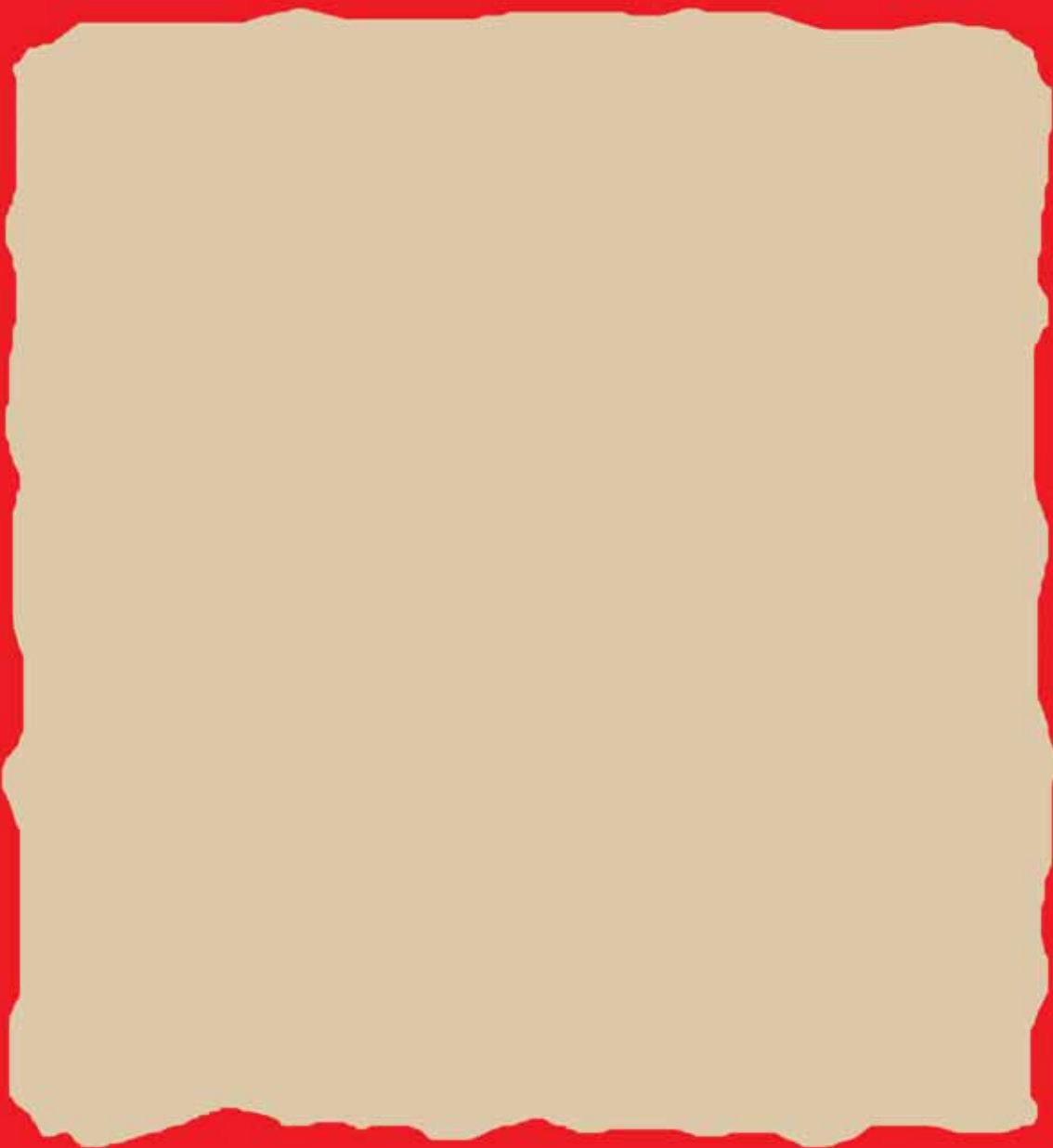


TË FLASIM THJESHT PËR INFLACIONIN



PËRMBAJTJA

| | |
|--|------------------|
| <i>MJETET E KËMBIMIT</i> | <i>4</i> |
| <i>ANKANDI I MALLRAVE TË SHITËPISË KENEDI</i> | <i>6</i> |
| <i>MATJA E ÇMIMEVE</i> | <i>8</i> |
| <i>INDEKSI I ÇMIMEVE TË KONSUMIT</i> | <i>9</i> |
| <i>INDEKSI I ÇMIMEVE PËR MOSHAT E REJA</i> | <i>11</i> |
| <i>FUQIA BLERËSE</i> | <i>12</i> |
| <i>INFLACIONI NË SHQIPËRI</i> | <i>13</i> |
| <i>HIPERINFLACIONI</i> | <i>14</i> |
| <i>SPIRALJA E PAGAVE DHE E ÇMIMEVE</i> | <i>16</i> |
| <i>BANKA E SHQIPËRISË</i> | <i>17</i> |
| <i>INFLACIONI NË SHQIPËRI</i> | <i>18</i> |
| <i>KOSTOT E INFLACIONIT</i> | <i>19</i> |

1. MJETET E KËMBIMIT

Paraja me të cilën Iliri dëshiron të blejë një top futboll ka ndryshuar përgjatë shumë e shumë viteve. Kohë më parë, në shoqëritë e thjeshta bujqësore, njerëzit siguronin çdo gjë vetëm për nevojat e tyre. Ata kultivonin fruta dhe perime për të ngrënë. Ata, gjithashtu, mbanin lopë për qumësht, për mish dhe për lëkurë si edhe pula për vezë dhe për mish. Në rrjedhën e viteve, këta njerëz kuptuan se një pjesë të tepërt të produkteve që ata kultivonin mund t'i këmbenin me artikuj të tjerë, për të cilët kishin nevojë. Për shembull, ata mund të këmbenin qumësht apo vezë për rroba.

Ata, gjithashtu, praktikonin këmbimin e aftësive të tyre të veçanta si për shembull, ndërtimin e shtëpive me mirëmbajtjen e kopshtit. Kjo praktikë quhet këmbim në natyrë.



Njerëzit shpejt kuptuan se nëse përqendroheshin në prodhimin e një të mire apo të një shërbimi të vetëm, ata përmirësoheshin në prodhimin e saj dhe në kryerjen e tij. Ky proces quhet specializim.



Specializimi do të thoshte që njerëzit duhet të këmbenin atë gjë, në prodhimin e së cilës ata ishin më të mirë, me atë mall apo shërbim që ata nuk e prodhonin ose nuk e kryenin më. Në këtë moment, iu lindi nevoja për të patur një mjet këmbimi. Fillimisht ata iu përmbajtën këmbimit në natyrë. Në mënyrë që kjo praktikë të funksiononte, njerëzit duhet të binin dakord për llojin e

mallit të prodhuar apo të shërbimit të kryer, që do të këmbenin si edhe për vlerën e secilit prej këtyre produkteve. Për njerëzit nuk ishte e thjeshtë të përcaktonin se sa vezë vlene një plug. Ata vendosën të krijonin një sistem në të cilin mjetet e këmbimit do të kishin gjithnjë një vlerë standarde.

Në një periudhë të hershme, grupe të caktuara filluan të përdorin një lloj të veçantë guri apo guacke. Me kalimin e kohës mjetet e këmbimit u zhvilluan duke arritur në formën e parasë – monedha apo kartëmonedha.

Këmbimi në natyrë nuk është zhdukur krejtësisht në ditët tona. Ai aplikohet ende nga grupe njerëzish apo nga shoqëri që kërkojnë të jenë të pavarura prej njërive të tjera.



2. ANKANDI I MALLRAVE TË SHTËPISË KENEDI

Tregu është një bashkësi shitësish dhe blerësish, të cilët komunikojnë dhe ndërveprojnë me njëri-tjetrin me qëllim shitblerjen e mallrave. Pavarësisht se një pjesë e madhe e shitblerjeve ndodhin në tregje ku shitësit dhe blerësit takohen, në ditët e sotme, teknologjia ka mundësuar kryerjen e këtyre veprimeve edhe nëpërmjet formave të tjera të komunikimit si telefoni apo interneti. Këto forma shkurtojnë kohën që nevojitet për kryerjen e një transaksioni dhe mund të rezultojnë në ulje të konsiderueshme të kostove të tregtimit. Çmimet e mallrave dhe të shërbimeve përcaktohen nga oferta dhe kërkesa për çdo mall të caktuar. Një formë tregtimi që lejon veprimin e pastër të mekanizmit të ofertës dhe kërkesës është ankandi. Në ankand, blerësi apo shitësi prezanton objektin apo objektet që do të tregtohen dhe mbledh oferta nga shitësit apo blerësit, për të përcaktuar në fund çmimin më të favorshëm. Në rastin e shitjes, shitësi pranon çmimin më të lartë të ofruar, dhe në rastin e blerjes, blerësi pranon çmimin më të ulët. Ankandet më të njohura në botë zhvillohen kryesisht për shitjen e objekteve me vlerë monetare, historike apo kulturore dhe që janë unike apo të rralla në llojin e tyre.

Pas vdekjes së Zhaklinë Kenedit, rreth 6000 sende të saj personale u shitën në një ankand në Manhatan, Nju -Jork. Objektet iu ekspozuan publikut për pesë ditë dhe u panë nga 40 mijë persona. Pas fillimit të ankandit çmimet u rritën shumë më tepër nga parashikimet e shitësve. Njerëzit ishin të gatshëm të paguanin shumë për diçka që në të shkuarën i përkiste familjes Kenedi. Më poshtë paraqiten disa prej objekteve që u shitën në ankand, vlerat e parashikuara prej shitësit dhe vlerat për të cilat ato u shitën në të vërtetë.

Më poshtë paraqiten disa prej objekteve që u shitën në ankand, vlerat e parashikuara prej shitësit dhe vlerat për të cilat ato u shitën në të vërtetë.

| Objekti | Vlera e pritur nga shitësi (usd) | Çmimi final (usd) |
|-----------------------------------|----------------------------------|-------------------|
| Një stol i vogël i vjetër | 100 – 150 | 33.2 mijë |
| Një unazë diamanti 40-karatësh | 500 – 600 mijë | 2.6 milionë |
| Një komplet jastëqesh | 50 – 100 | 25.3 mijë |
| Varg perlash falso | 700 – 900 | 211.5 mijë |
| Totali i të ardhurave nga ankandi | 4 milionë | 34.5 milionë |

Përse mendoni se njerëzit ishin të gatshëm të paguanin kaq shumë për këto objekte në ankand?

3. MATJA E ÇMIMEVE

Ky seksion sqaron lexuesin për mënyrën sesi maten ndryshimet në çmime dhe për sjelljen e konsumatorëve në Shqipëri.

Ashtu si në shumë vende të tjera të globit edhe në Shqipëri detyrimin për të monitoruar çmimet e konsumit, për të matur inflacionin dhe për ta publikuar atë e ka Instituti i Statistikës ose siç njihet ndryshe INSTAT. Në pamundësi për të regjistruar çmimet e çdo malli apo të çdo shërbimi që u nevojitet familjeve shqiptare në jetën e përditshme, përzgjidhet një grup i kufizuar artikujsh. Filozofia e kësaj përzgjedhjeje qëndron në faktin se flitet për artikujt më të përdorshëm ose më përfaqësues që konsumon një familje e zakonshme. Në gjuhën teknike treguesi që mat ecurinë e çmimeve të artikujve të shportës njihet si Indeksi i Çmimeve të Konsumit.



4. INDEKSI I ÇMIMEVE TË KONSUMIT

Indeksi i Çmimeve të Konsumit mat nivelin e çmimeve të 272 mallrave dhe shërbimeve që blihen rregullisht nga shqiptarët. Indeksi përfshin mallra dhe shërbime në kategoritë e mëposhtme: ushqime dhe pije joalkolike; pije alkolike dhe duhan; veshje dhe këpucë; qira, ujë, lëndë djegëse dhe energji; mobilim, pajisje shtëpie dhe mirëmbajtje shtëpie; shëndetësi; transport; komunikim; argëtim dhe kulturë; shërbim arsimor; hotele, kafene dhe restorant; mallra dhe shërbime të ndryshme.

Për ta thënë më thjesht, në këto grupe bëjnë pjesë artikuj ushqimorë si gjalpë, mish, fruta dhe perime; artikuj të përdorimit të përditshëm si këpucë, xhinse, fustane etj.; artikuj të tjerë shtëpiakë si mobilje, shërbim telefonik, lodra fëmijësh e plot të tjerë. IÇK nuk përfshin artikuj të tillë si investimet dhe kursimet, taksën mbi të ardhurat, dhurimet apo artikuj të tjerë që janë të vështirë për t'u vlerësuar si për shembull, pikturat apo kafshët shtëpiake.

Indeksi i Çmimeve të Konsumit llogaritet çdo muaj dhe publikohet rreth datës 10 të muajit pasardhës.

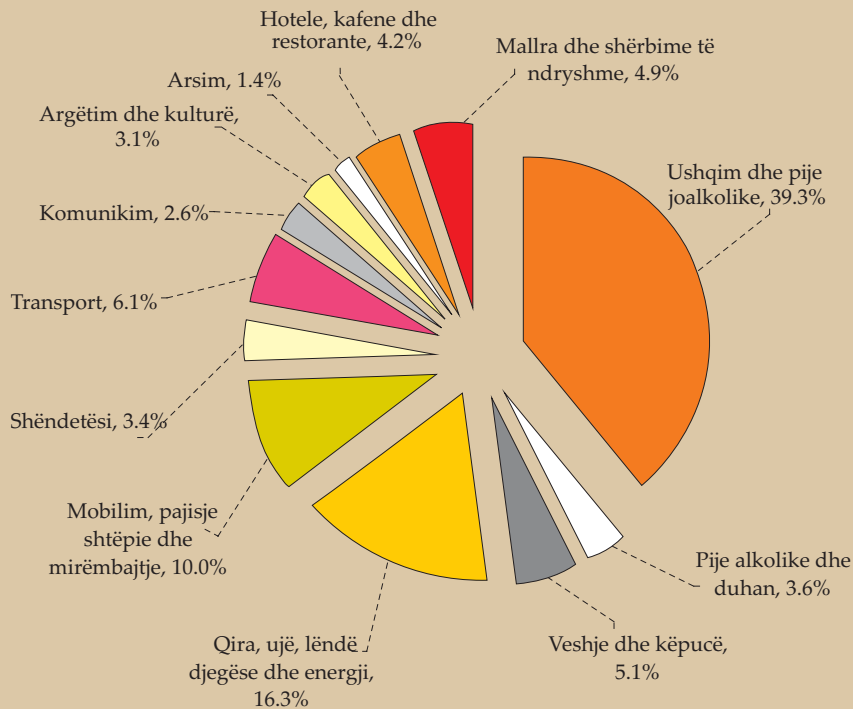


Siç thamë më sipër IÇK përmbledh një grup mallrash dhe shërbimesh përfaqësuese, por që gjithësesi nuk kanë të njëjtën rëndësi. Çdo familje ndërton modelin e vet të të shpenzuarit të të ardhurave të saj. Dikush shpenzon më shumë për veshje, dikush më shumë për argëtim ndërkohë që dikush tjetër, për fatin e tij të keq, i bën paratë ilaçe etj..

Në këtë kuptim, lind nevoja që të ndërtohet një model-tip, qëllimi kryesor i të cilit do të ishte përgjithësimi i

mënyrës se si i shpërndan mesatarisht shpenzimet një familje shqiptare, model i cili pasqyrohet në grafikun numër 1.

Grafik 1. Pesha e çdo grupi ndaj totalit të IÇK.



5. INDEKSI I ÇMIMEVE PËR MOSHAT E REJA

Supozoni se bëni pjesë në një komitet pranë INSTAT dhe ju është kërkuar të ndërtoni një indeks të çmimeve të konsumit për moshat e reja. Ajo që do t'ju duhet të bëni është të përcaktoni kategoritë e mallrave dhe të shërbimeve për të cilat të rinjtë shpenzojnë të ardhurat e tyre.

Pasi të ndërtoni “shportën e të rinjve” dhe pasi të mblidhni të dhëna për ndryshimet e çmimeve të kësaj shporte, për një periudhë prej për shembull 5 vjetësh, ju mund të bëni një parashikim për ecurinë e këtyre çmimeve gjatë një periudhe të ardhshme.

A mendoni se modeli i shportës që vijon përputhet disi me mënyrën se si keni dëshirë të shpenzoni të ardhurat që ju keni?

| | |
|---|-----------|
| Peshat e shpenzimeve në shportën e IÇK | Përqindje |
| Ushqime (restorant, fast-food etj.) | 20 |
| Veshje | 25 |
| Argëtim (lojëra, CD, lokale, koncerte etj.) | 25 |
| Transport | 5 |
| Kujdes personal | 10 |
| Të tjera | 15 |

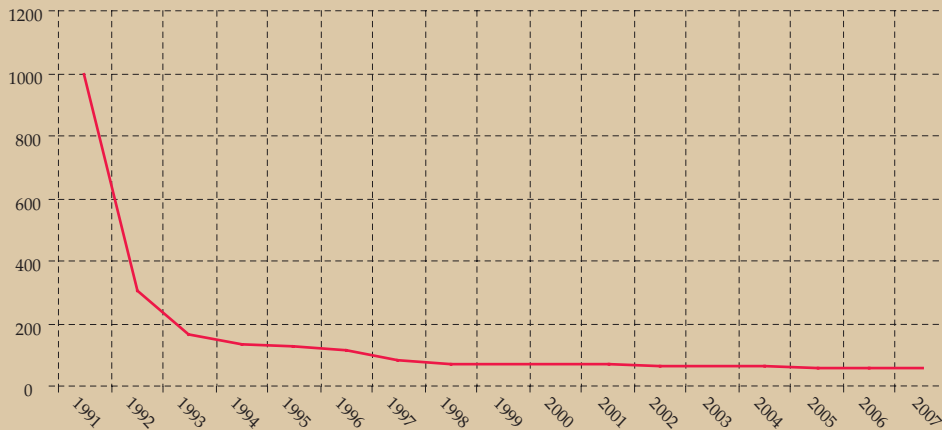


6. FUQIA BLERËSE

Fuqia blerëse tregon se sa shumë mallra dhe shërbime mund të blejë paraja në një moment të caktuar. Shqipëria, në fillim të viteve '90, pas ndërrimit të kursit politik dhe ekonomik të zhvillimit të vendit, njohu një rënie të fortë të fuqisë blerëse së lekut.

Nga ky grafik, mund të krijoni një ide të qartë mbi ndryshimin e vlerës së parasë në Shqipëri. Siç shihet paraja ka humbur rreth 18 herë vlerën e saj që nga dhjetori i vitit 1991, përdërisa për të blerë të njëjtën sasi malli në vend të shumës prej 100 lekësh që nevojitej 10 vjet më parë tashmë duhen 1000 lekë.

Grafik 2. Rënia e fuqisë blerëse të lekut.
(Periudha 1991-2007)



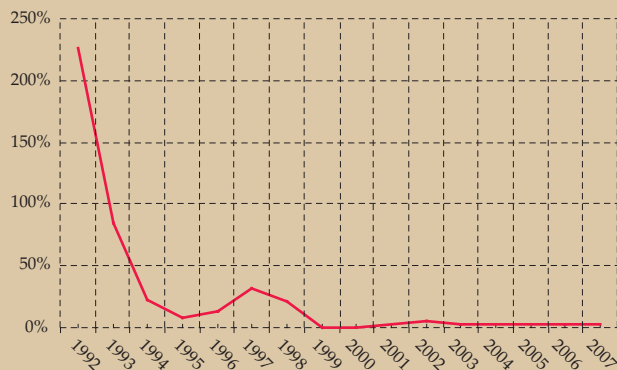
7. INFLACIONI NË SHQIPËRI

Me pak fjalë, inflacioni nuk është gjë tjetër veçse rritja e nivelit të përgjithshëm të çmimeve në rrjedhën e viteve.

Në jetën e përditshme ndodh që të dëgjoni nga miqtë apo nga prindërit tuaj se për shkak të inflacionit nuk mundin që të bëjnë realitet blerjen e një malli të caktuar. Më konkretisht, në vazhdim të shembullit të Ilirit le të supozojmë se sa herë që ai shkon tek dyqani i artikujve sportivë konstaton se çmimi topit të futbollit është më i lartë se herën e fundit. Nga ana tjetër, në darkë, ndërsa babai i tij dëgjon lajmet në televizor, i tërheq vëmendjen folësja kur thotë se inflacioni vjetor është 15.8 për qind. Çfarë do të thotë e gjitha kjo? Kjo do të thotë se niveli i përgjithshëm i çmimeve të konsumit në ekonomi është rritur me 15.8 për qind në krahasim me vitin e kaluar, pavarësisht se kjo rritje mund të jetë më e madhe në disa artikuj dhe më e vogël në disa artikuj të tjerë.

Për të kuptuar më mirë këtë hidhni një sy në grafikun 3, ku është pasqyruar inflacioni vjetor për periudhën 1992 – mars 2007.

Grafik 3. Inflacioni mesatar 12-mujor.
(Periudha 1992 – 2007)



A keni ndonjë ide apo koment në lidhje me këtë grafik?

8. HIPERINFLACIONI

Inflacion është rritja e përgjithshme e çmimeve. Kur çmimet rriten shumë shpejt – çdo javë, çdo ditë – vërehet ai që quhet hiperinflacion. Në histori ka shumë shembuj të hiperinflacionit.

GJERMANIA PAS LUFTËS SË PARË BOTËRORE

Pas Luftës së Parë Botërore, Gjermania vuajti nga hiperinflacioni. Vetëm në vitin 1922 çmimet me shumicë u rritën 41 herë, duke e bërë monedhën e këtij vendi praktikisht të pavlerë. Siç shprehen dëshmitë e kohës: në Gjermani paratë shpeshherë hidheshin rrugëve si letra pa vlerë.

BRAZILI NË VITIN 1989

Një shembull tjetër i hiperinflacionit është edhe rasti i Brazilit në vitin 1989, ngjarje e cila kuptohet më lehtë duke cituar komentin e revistës “The Economist”, ku përshkruhet ndërmarrja e një udhëtimi me autobus në Brazil:

“Nëse do të ishit në Brazil gjatë pushimeve të Krishtlindjeve (në vitin 1989) dhe do të përpiqeshit të merrnit një nga autobusët për udhëtime të gjata, me siguri do të gjendeshit në vështirësi të madhe. Me një inflacion prej 1 për qind në ditë, tarifat e caktuara në fillim të muajit, në fund të tij nuk mund të mbulonin kostot e firmës së autobusave. Për këtë arsye, autobusat qëndruan në garazh, shoferët morën pushim dhe pasagjerët morën aeroplanet, në rastet kur mund të përballonin shpenzimet.” (“The Economist”, 21 janar 1989.)

Një normë inflacioni prej 1 për qind në ditë do të thotë një normë vjetore prej 3700 për qind!!

RUSIA

Një ilustrim tjetër interesant i pasojave të inflacionit vjen nga një lajm i agjencisë REUTERS, mbi tërheqjen nga qarkullimi të monedhës metalike ruse: Kopejk.

Moskë, 28 gusht – “Monedha e prerjes më të vogël në Rusi, e nxjerrë prej vitesh jashtë përdorimit nga inflacioni galopant, do të tërhiqet zyrtarisht 290 vjet pas prezantimit të saj” – u deklarua nga një agjenci lajmesh në Moskë.



Një zyrtar i bankës qendrore në San-Petersburg sqaroi agjencinë se të gjitha monedhat njëkopekëshe, me vlerë prej 100 rublash, do të hiqeshin nga qarkullimi gjatë dy muajve në vazhdim. Monedhat e grumbulluara do të shkrihen. Kopeku i bronzte, zyrtarisht i vlerësuar me 0.0000046 usd, prej kohësh ka paraqitur interes vetëm për koleksionuesit e monedhave. Ai hyri në qarkullim në vitin 1704, si pjesë e reformave monetare të ndërmarra nga Pjetri i Madh. Ai zëvendësoi kopekun e argjendtë, të cilin Pjetri e konsideronte si shpërdorim të një metali të çmuar. Autoritetet sovjetike e ruajtën kopekun, por i zvogëluan masën dhe vendosën që ai të përgatitej prej një përzierjeje më të lirë, të zinkut dhe bakrit. Në fillim të shekullit, mund të kalohej një ditë me një kopek të vetëm, por në vitin 1960 monedha mund të blinte vetëm një kuti shkrepësesh apo një gotë ujë të gazuar. Kopeku e ruajti vlerën gjatë 30 viteve të fundit të regjimit sovjetik përpara se të zhdukej nga tregjet, ndërkohë që reformat e tregut nxitën edhe më tepër inflacionin.



REUTERS, “Evening Post”, 29 gusht 1994.

9. SPIRALJA E PAGAVE DHE E ÇMIMEVE

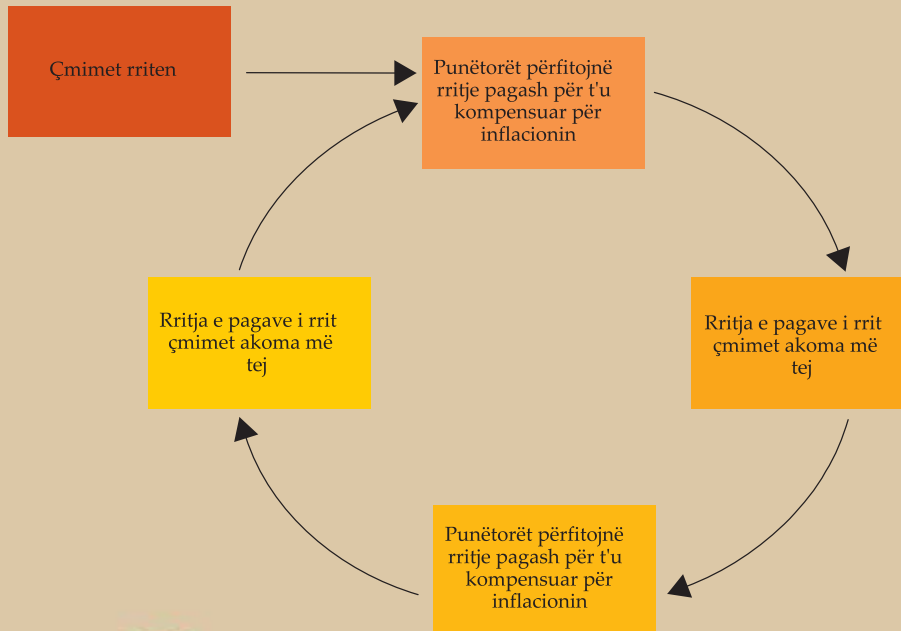
Figura më poshtë ilustron një kombinim të vjetër, që lidhet me inflacionin në ekonomi. Bëhet fjalë për një rreth vicioz ku ndryshimi i njërit krah pasohet nga ndryshimi në krahun tjetër.

Çfarë po ndodh në diagramë?

Çfarë mendoni se do të ndodhte nëse spiralja nuk do të përfundonte kurrë?

Kush mendoni ju se duhet të bëjë diçka për të shkëputur spiralen?

Çfarë mund të bëhej për ta ndërprerë atë?



10. BANKA E SHQIPËRISË

Banka e Shqipërisë është banka qendrore e Republikës së Shqipërisë. Ky status sanksionohet në nenin 161 të Kushtetutës dhe në ligjin nr.8269, datë 27.12.1997 “Për Bankën e Shqipërisë”, i cili përcakton objektivat, detyrat, marrëdhëniet me sistemin bankar dhe me shtetin, organizimin dhe drejtimin, pronësinë mbi kapitalin, pasqyrat financiare dhe shpërndarjen e fitimit.

Objektivi themelor i Bankës së Shqipërisë është arritja dhe ruajtja e stabilitetit të çmimeve. Nëpërmjet politikave të saj dhe në funksion të detyrave që i përcakton ligji, ajo bën përpjekje për arritjen e këtij objekti themelor që nënkupton kontrollin e nivelit të inflacionit. Përpara se të hartojë politikat që duhet të ndjekë, Banka e Shqipërisë përkufizon objektivat finalë, objektivat e ndërmjetëm dhe instrumentet me të cilat do të operojë për arritjen e këtyre objektivave.



11. INFLACIONI NË SHQIPËRI

Para viteve '90 inflacioni në Shqipëri nuk njihej dhe nuk pranohej nga autoritetet e vendit. Megjithatë, ai ekzistonte i maskuar dhe arriti të shpërthente menjëherë pas degjenerimit të shpejtë ekonomik të fundviteve '80.

Inflacioni në Shqipëri, u bë i prekshëm në periudhën 1991-1993, gjatë së cilës çmimet e konsumit u rritën me 340 për qind. Më pas ai ka regjistruar një ecuri relativisht të qëndrueshme, me përjashtim të vitit 1996, dhe veçanërisht të vitit 1997. Gjatë periudhës 1998-2007, inflacioni ka qenë i ulët dhe i qëndrueshëm.

Që nga krijimi i saj në vitin 1992, Banka e Shqipërisë ka shpallur si objektiv të saj ruajtjen dhe kontrollin e stabilitetit të çmimeve. Në rrjedhën e viteve kontrolli është realizuar në mënyra të ndryshme. Megjithatë, ka pasur periudha kur kontrolli monetar ka qenë veçanërisht i vështirë, si pasojë e përqindjeve të larta të interesit, të ofruara nga firmat piramidale. Vitet e fundit, si rezultat i ndryshimeve strukturore në ekonominë shqiptare si edhe i përmirësimit të tregut financiar në veçanti, kontrolli monetar po realizohet nëpërmjet instrumenteve të tregut.

Që nga viti 2000, Banka e Shqipërisë ka shpallur një objektiv sasior të dëshiruar, për inflacionin. Ky objektiv është norma 3% me një interval tolerance # 1 pikë përqindjeje. Me politikën e saj Banka e Shqipërisë beson se ka dhënë kontributin më të mirë për zhvillimin e ekonomisë së vendit, përfshirë rritjen ekonomike dhe uljen e papunësisë.

12. KOSTOT E INFLACIONIT

Përse inflacioni është i dëmshëm për ekonominë?

Inflacioni është i vështirë për t'u përballuar nga njerëz me të ardhura fikse. Nëse çmimet rriten dhe të ardhurat mbeten të pandryshuara, me kalimin e kohës njerëzit mund të blejnë gjithnjë e më pak. Fuqia blerëse e parave të tyre gërryhet. Ky problem mund të zgjidhet duke indeksuar apo duke rritur të ardhurat, në përputhje me inflacionin apo në përputhje me rritjen e çmimeve.

Inflacioni i lartë ka gjasa të jetë më i ndryshueshëm dhe rrjedhimisht, më i vështirë për t'u parashikuar. Kjo gjë ua kufizon njerëzve të biznesit mundësinë për të bërë parashikime dhe vlerësime. Ata që administrojnë një biznes e kanë të vështirë të parashikojnë se sa shumë do t'iu duhet të paguajnë për lëndën e parë, për transportin dhe për pagat në të ardhmen. Ata gjithashtu, mund ta kenë të vështirë përcaktimin e çmimeve të shitjes për produktet e tyre në të ardhmen.

A mund të imagjinoni një situatë ku do t'ju duhet të merrni vendime për të ardhmen e një biznesi çdo ditë? Si mund t'jua vështirësojë këtë detyrë inflacioni?



Inflacioni e bën të vështirë për vendimmarrësit të zbulojnë atë që fshihet pas rritjes së çmimit. Nëse një çmim rritet dhe të gjitha çmimet e tjera mbeten të pandryshuara, tregu i dërgohet një sinjal. Kjo rritje çmimi do të thotë: “Sillni më tepër burime në këtë fushë”. Sidoqoftë, nëse çmimi në fjalë rritet gjatë një periudhe me inflacion të lartë, është e vështirë të përcaktohet nëse po ndodh ajo që u tha më lart, pra nëse rritja vjen si pasojë e inflacionit. Për ta bërë më të qartë këtë mund t'i referohemi shembullit

të një personi që shet portokalle. Nëse shitësi i portokalleve vë re që çmimi i portokalleve është rritur në krahasim me vitin e kaluar, ai mund të mendojë dy alternativa: ose që inflacioni ka shkaktuar rritjen e të gjitha çmimeve në ekonomi, ose që rritja në çmimin e portokalleve ka ardhur si pasojë e rritjes së kërkesës për portokalle. Në rast se shitësi bindet për këtë të dytën ai duhet të përpiqet të përfitojë nga kjo rritje kërkesë, duke shitur më shumë portokalle madje, me çmim më të lartë.



Inflacioni dëmton kursimtarët. Kur njerëzit vendosin paratë në një llogari kursimi, përfitimi i tyre është interesi mbi kursimet e depozituara. Në mënyrë që të ruhet fuqia blerëse e parasë, norma e interesit duhet të jetë të paktën po aq e lartë sa ç'është inflacioni, përndryshe paratë e kursimtarëve nuk do të mund të blejnë të njëjtën sasi mallrash apo shërbimesh si më parë.

Nëse normat e interesit nuk lëvizin paralelisht me inflacionin, njerëzit përfitojnë pak ose aspak nga kursimet e tyre. Meqënëse kursimet e pakta, nuk janë të dobishme për një ekonomi, mund të arrijmë në përfundimin që inflacioni, duke pakësuar apo duke eliminuar të ardhurat nga kursimet dhe rrjedhimisht shtytjen për të kursyer, është i dëmshëm për ekonominë.

Nëse dikush merr hua, ai duhet ta shlyejë atë së bashku me interesin. Në një periudhë inflacioni të lartë, fuqia blerëse e parasë, siç u tha më lart, gërryhet. Kjo do të thotë që pagesat fikse të interesit, në terma realë do të vijnë duke u zvogëluar me rritjen e inflacionit. Në përgjithësi, në periudha inflacioni, huamarrësit përfitojnë ndërsa kursimtarët humbasin.

Kur inflacioni është i lartë, çmimet duhen ndryshuar vazhdimisht. Kjo gjë ka koston e vet, e cila njihet si kosto e menisë. Për ilustrim mund të mendoni një restorant, që është i detyruar të ndryshojë çmimet në menu çdo disa muaj apo javë, për të ndjekur lëvizjet e çmimeve në treg.

Një veprim i menduar, në periudha inflacioni, është investimi në mjete që nuk e humbasin vlerën e tyre me zhvlerësimin e parasë. Një mjet i tillë mund të jetë shtëpia, toka apo çdo lloj pasurie tjetër e paluajtshme. Blerja e një mjeti të tillë shërben si mburojë ndaj rrezikut që vjen me inflacionin.

Këtë publikim mund ta gjeni edhe në formë elektronike në adresën:

www.bankofalbania.org

Në qoftë se dëshironi të keni kopje të shkruara të tij mund t'i kërkonti në adresën:

Banka e Shqipërisë, Sheshi “Skënderbej” Nr.1 Tiranë, Shqipëri,

Tel.: +355-(0)4-222152;

Faks: +355-(0)4-223558

ose duke dërguar një e-mail në adresën:

public@bankofalbania.org

Tirazhi: 6000 kopje.