

## قانون العرض

يدرس قانون العرض مدى التأثير الذي يباشره الثمن على الكمية المعروضة منها. ومن ثم فهو يحدد الكمية التي يمكن أن تباع فعلاً في السوق من سلعة أو خدمة عند الأثمان المختلفة، في فترة زمنية معينة، مع افتراض ثبات باقي العوامل الأخرى على حالها. فالكمية المعروضة من السلعة أو الخدمة متغير تابع، أما باقي العوامل الأخرى فهي متغيرات مستقلة، بمعنى أنه بناء عليها تتغير الكميات المعروضة بالزيادة أو النقصان.

ويلاحظ في قانون العرض أن الكمية المعروضة من السلعة تتغير بنفس اتجاه التغيير في ثمنها، أي ان العلاقة بينهما علاقة طردية متزايدة. فكلما ارتفع ثمن السلعة كلما زادت الكمية المعروضة منها، وكلما إنخفض ثمن السلعة كلما نقصت الكمية المعروضة منها. مع فرض ثبات باقي العوامل الأخرى.

وتفسير ذلك أن المنتج أو البائع للسلعة يسعى أساساً إلى تحقيق أقصى ربح ممكن، ومن ثمّ فهو يتجه إلى زيادة ما ينتجه أو يعرضه للبيع من السلعة عند ارتفاع ثمن السلعة. بالإضافة إلى أن ارتفاع ثمنها يجعل إنتاجها مريحاً للمنتجين الأقل كفاءة الذين لم يكونوا منتجين لها قبل هذا الإرتفاع مما

سيدفعهم إلى دخول مجال إنتاجها بقصد الربح. وكل ذلك يؤدي إلى زيادة الكمية المعروضة للبيع منها. أما في حالة إنخفاض ثمن السلعة أو الخدمة فإن ذلك سيؤدي إلى إنخفاض الربح المتحقق، إذ أن إنخفاض الثمن سيدفع المنتج أو البائع للسلعة إلى تخفيض الكمية المعروضة، فضلاً عن قيام بعض المنتجين بترك سوق إنتاج هذه السلعة بحثاً عن أسواق أخرى تحقق لهم ربحاً أكبر. وكل ذلك سيؤدي بطبيعة الحال، إلى نقص الكمية المعروضة من السلعة أو الخدمة محل البحث.