

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЗАКОН РЫНОЧНЫХ АРЕАЛОВ (К ИСТОРИИ ВОПРОСА)

Предлагается ввести в отечественный научный оборот термин «закон рыночных ареалов». Закон может быть представлен так: отношение цен на двух рынках определяет положение пограничной линии. Пограничная линия между двумя географически конкурирующими рынками подобных товаров является гиперболой. Показан генезис этого закона в зарубежной экономической литературе. Показана возможность его использования на микро- и макроуровне.

В последние 10–15 лет в зарубежной экономической литературе продолжается дискуссия, касающаяся пространственно-экономических последствий конкуренции. В частности, анализируется размер и форма рыночного ареала. Мы предлагаем ввести в отечественный научный оборот дефиницию «закон рыночных ареалов». Данный закон выявляет критерии, лежащие в основе пространственной величины рынка и влияющие на форму пограничной линии между двумя соседними рынками.

Закон интересен тем, что на протяжении полувека он несколько раз как бы переоткрывался. В результате проведенного исследования нами установлено, что первое упоминание о законе рыночных ареалов содержится в работе немецкого экономиста Карла Рау в 1841 г. Именно он описывал проблему геометрических характеристик границы между рыночными ареалами двух конкурирующих, но географически разделенных продавцов. Исследование К. Рау отличалось от общепринятого, когда анализировалось размещение фирм на одном рынке. Он рассматривал случаи, в которых продавец может продать свой продукт двум географически конкурирующим рынкам [1].

К. Рау вывел зависимость формы границы двух конкурирующих продавцов от диапазона относительной цены и диапазона относительных ставок грузоперевозок. При этом кривая закрывает окрестности рынка с более низкой рыночной ценой, но более высокими ставками грузоперевозок. Исследования К. Рау являются одной из наиболее часто переоткрытых теорем в истории математической экономики. Систематическое изложение закона дал американец Франк Феттер в 1924 г. в работе, которая так и называлась «Экономический закон рыночных ареалов» [2].

Ф. Феттер поделил рынки на центробежные (продающие) и центростремительные (покупающие). На двух соседних рынках цены должны быть примерно одинаковыми (за исключением транспортных расходов). При этом для центробежных рынков (т.е. продающих) пограничная линия огибает рынок с более высокой ценой. Для центростремительных рынков (покупающих) кривая будет огибать рынок с более низкой ценой, охватывая меньший ареал. Но чем выше цена покупающего рынка, тем больше зона, из которой можно привлечь продавцов. Ф. Феттер таким образом формулирует закон: «Пограничная линия между территориями, прилегающими к двум географически конкурирующим рынкам подобных товаров, – это гипербола. В каждой точке этой линии разность между ставками фрахта от двух рынков точно равна разности между рыночными ценами. Взаимосвязь цен на двух рынках определяет размещение пограничной линии: чем ниже относительная цена, тем больше прилегающий ареал» [2. С. 525].

Уместно сказать, что Ф. Феттер не абсолютизирует выводы закона, но полагает, что закон может быть использован в практических целях, например в вопросе формирования отраслевых цен, особенно тех, которые складываются в разных географических центрах.

В последующем интерес к закону то угасал, то вновь появлялись работы, рассматривающие какие-либо частные случаи его проявления. К числу таких работ можно отнести работы Т. Паландера (1935 г.), Э. Шнейдера (1938 г.), Ч. Понсара (1958 г.), Р. Гамбини (1967 г.), Р. Хейберта (1972 г.), Б. Парра (1995 г.), Д. Брукса (1995 г.) и некоторых других.

Возможно ли считать данный закон полноценным экономическим законом, отвечает ли данная закономерность критериям, которые предъявляются к экономическому закону. Полагаем, что ответ может быть положительным, поскольку зависимость пространственной величины рынка от соотношения цен на соседних рынках и соотношения транспортных затрат справедлива в большинстве случаев.

Закон рыночных ареалов в том виде, как он сформулирован К. Рау и К. Феттером, содержит в себе указание одновременно на пространственную величину рынка и его форму. Можно сказать, что внешнее проявление закона состоит в соответствии (соотношении) площади рынка и его формы. Действительно, вопрос о том, как далеко продавец может поставить свою продукцию, не встречая конкурента, предполагает и то, какую форму примет пограничная линия двух конкурирующих рынков. Итак, одна сторона в законе – размер площади рынка, другая – форма рынка, созданная пограничной линией.

Фирма, с одной стороны, стремится увеличить прибыль за счет расширения зоны поставки, а с другой стороны, существуют ограничители как внутреннего, так и внешнего порядка. Таким образом, имманентно присущее данному закону противоречие есть противоречие двух взаимно сосуществующих параметров – площади и его формы.

Вместе с тем необходимо, на наш взгляд, вычленив внутреннее (эндогенное) и внешнее (экзогенное) противоречия закона. О внешнем мы уже сказали.

Внутреннее противоречие – это противоречивое сосуществование цены и тарифа грузоперевозки, так как размер рыночного ареала зависит от соотношения разницы в ценах и тарифа, как следует из самого закона. Производитель стремится туда, где цена выше, т.е. на другой рынок, но при этом увеличиваются и транспортные расходы.

Вернемся к ограничителям территории рынка. Внутренние ограничители – это транспортная составляющая, которая представлена транспортными тарифами. Внешние ограничители представлены различного рода барьерами как экономического, так и внеэкономического

свойства. К экономическим отнесем условия конкуренции, развитость транспортной сети, внеэкономическим – административные барьеры.

Существующие противоречия и разрешают закон рыночных ареалов, поскольку конкуренты на двух соседних территориях при наличии однородных товаров делят между собой рынок (а значит, покупателей) на основе соотношения цен и транспортного тарифа на двух рынках. Таким образом, пограничная линия двух рынков – это линия, состоящая из точек равновесия.

Наше понимание закона рыночных ареалов состоит в следующем. В условиях совершенной конкуренции (или дуополии) размер площади рынка фирмы и его форма зависят от соотношения разницы в ценах и транспортных тарифах на соседних территориях:

1) когда цены на двух рынках не равны, а транспортные тарифы равны, граница рынка является эллипсом или гиперболой;

2) когда тарифы не равны, а цены равны, граница рынка становится дугообразной;

3) когда не равны цены и тарифы, форма границы рынка еще более усложняется.

Мы соглашаемся с тем, что закон рыночных ареалов производный от более общих закономерностей. Как уже упоминалось ранее, Ф. Феттер выводит закон из закона спроса. Действительно, закон рассматривает взаимосвязь величины рынка (т.е. величины спроса на определенном пространстве рынка) от соотношения цен на соседних рынках. Там, где цена будет ниже, спрос возрастает, рынок должен быть увеличен. Кажется, что с этим положением можно согласиться. Однако, как известно, в пространственной теории рынки определяются либо со стороны спроса, либо со стороны предложения. К. Лаунхардт анализирует рынок продавца, т.е. связывает закон рыночных ареалов с законом предложения (объем предложения товара возрастает при увеличении его цены). Значит, одни ученые выводили закон рыночных ареалов из закона спроса, другие – из закона предложения, в зависимости от того, какой рынок (продавца или покупателя) рассматривается.

Видимо, точнее говорить о связи закона рыночных ареалов с законом спроса и предложения, поскольку если установилась некая граница между соседними рынками, значит, на данный момент существует равновесие спроса и предложения.

Данный постулат выводит на следующую ступень логического рассуждения, а именно – на взаимосвязь с законом конкуренции. Прежде всего, необходимо определиться, в условиях какой именно формы конкуренции может функционировать закон – совершенной или несовершенной. Ранее уже было выяснено, что в XIX в. закон рассматривался в условиях совершенной конкуренции, что вполне естественно. Но уже Ф. Феттер, который написал свою статью под влиянием работы Кларка и Кларка «Контроль над трестами», рассматривал ситуацию в условиях дуополии. Для нас же важнее то обстоятельство, что история закона рыночных ареалов повлияла на появление такого направления в пространственной теории, как пространственная конкуренция.

Следующая закономерность, на которую надо обратить внимание, – это связь закона с законом возрастающих вмененных издержек. Предельные издержки производства каждой новой единицы товара будут возрастать по мере увеличения объема производства. В свое время П. Сраффа подчеркивал, что любая фирма, пытаясь расширить пределы своего первоначального рынка сбыта, понесла бы огромные издержки по сбыту в качестве издержек по захвату рынка.

В нашем случае такими издержками являются прежде всего транспортные издержки. Напомним ещё раз, что К. Лаунхардт пришел к выводу, что более низкие транспортные тарифы значительно увеличивают зону сбыта, но почти совсем не расширяют производственный ареал.

Хотя экономический закон рыночных ареалов и не произвел революции в экономических исследованиях, но на его основе появились более общие модели, целью которых является определение пространственных характеристик рынка фирмы с точки зрения вложенных средств. Более того, в последние годы появились компьютерные программы, с помощью которых можно рассчитать координаты точек границы между центрами двух рынков, а это поможет минимизировать расстояния, на которые можно перевозить продукцию. Считаем справедливым полагать, что данный закон предлагает методологию измерения рынка на макро- и микроуровне.

Как видим, закон рыночных ареалов прошел долгий путь от абстрактных математических выводов до конкретного применения в практических целях.

ЛИТЕРАТУРА

1. Shien Yeung-nan. K. H. Rau and Economic law of Market Areas // Journal of regional science. 1985 25. P. 194
2. Fetter F. The Economic law of market areas // Quarterly Journal of economics. XXXVIII (May, 1924). P. 520–529.

Статья представлена кафедрой экономической теории Кемеровского государственного университета, поступила в научную редакцию «Экономические науки» 21 апреля 2003 г.