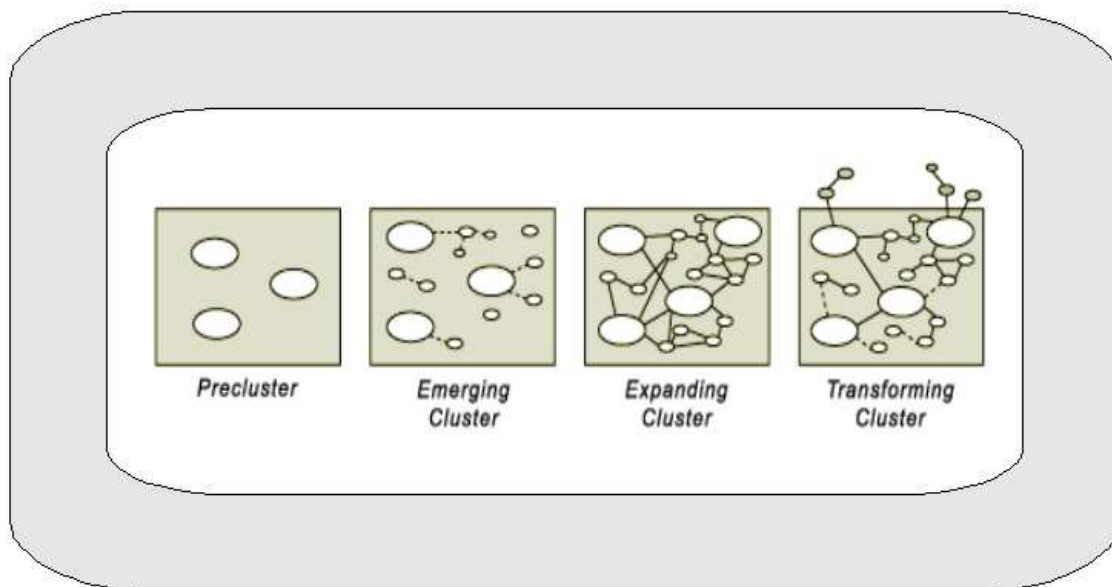


Государственное автономное учреждение Самарской области
«Центр инновационного развития и кластерных инициатив»



ОТРАСЛЕВЫЕ АГЛОМЕРАЦИИ И КЛАСТЕРЫ

Экономическая наука и исторический опыт

Самара

Ноябрь 2010 года

СОДЕРЖАНИЕ

“Локализованные отрасли” Альфреда Маршалла	3
Наблюдения	3
Теория	4
Локализация и урбанизация	8
Экстерналии и спилловеры	8
Роль урбанизации	10
Промышленные районы вокруг мира	16
Промышленный район Альто Ливенца	13
Кластеры производства керамической плитки	17
Италия. Промышленный район Сассуоло	18
Испания. Промышленный район Кастеллон де ла Плата	20
Бразилия. Агломерации Санта-Катарина и Санта-Гертрудес	21
Китай. Фошань	22
От промышленных районов к отраслевым кластерам	23
Генезис понятия кластера	23
Развитие понятия кластера	24

«ЛОКАЛИЗОВАННЫЕ ОТРАСЛИ» АЛЬФРЕДА МАРШАЛЛА

Наблюдения

Несмотря на то, что со времени опубликования работ выдающегося английского экономиста Альфреда Маршалла (1842-1924), в которых впервые была поднята тема отраслевых агломераций (localized industries) или промышленных районов (industrial districts), прошло более века, взгляды Маршалла все еще остаются в центре теоретических дискуссий о природе экономической эффективности отраслевых агломераций. Они важны также для понимания генезиса промышленных районов – их исторических корней.

Как показал Джакомо Бекаттини¹ на основе изучения рукописей Маршалла, к основным своим идеям Маршалл пришел уже в начале его научной карьеры. К тому времени, когда Маршалл приступил к своим первым экономическим исследованиям (около 1870 года), аграрная и промышленная революция в Англии были завершены. Сформировалась капиталистическая система производства, основу которой составляли сельское хозяйство и промышленность, в которых доминировали крупные формы промышленной организации, позволявшие получать значительные экономии от масштаба. В городах ремесленные корпорации совершенно сошли со сцены, окончательно уступив ведущую роль крупным мануфактурам.

В то же время на периферийных территориях - в пригородах, малых городах и селах, где относительно низкая плотность населения не способствовала созданию крупных фабрик, собиравших всех работников под одной крышей, где местные ресурсы финансового капитала были скудны, а привлечение внешних практически невозможно – шла упорная борьба за выживание. Надомным ремеслам было крайне сложно конкурировать с мануфактурами, находить рыночные ниши для сбыта своей продукции. Но там, где в наличии были предприимчивость и упорство, местные ремесленники смогли не только выживать, но и добиваться хороших экономических результатов.

Корни надомного производства уходят в далекое прошлое эпоху, когда жители сельской местности вели почти натуральное хозяйство, обеспечивая себя не только продовольствием, но и в значительной степени – одеждой, обувью, строительными материалами и многими предметами хозяйственного и домашнего обихода. Городское ремесленничество в свое время выросло из этой же среды, его образование являло собой значительный шаг в развитии специализации и разделения труда и создание базы для индустриализации. С тех далеких времен надомное производство представляло собой альтернативную ветвь преиндустриального развития, в которой также развивались специализация и разделение труда. В результате во многих таких районах та или иная отрасль получала особенное развитие.

Раскрытие темы «локализованных отраслей» Альфредом Маршаллом поражает и современного читателя широтой видения и глубиной научной интуиции автора. Российскому читателю будет интересно узнать, что для иллюстрации данного этапа развития «локализованных отраслей» Маршалл в своем фундаментальном труде «Принципы экономики»² приводит, среди других, пример из доиндустриальной истории российской глубинки.

Отрасль, сконцентрированная в определенных местностях, обычно, хотя возможно и не совсем точно, характеризуется как локализованная отрасль (localized industry).

¹ Giacomo Becattini – современный итальянский экономист; автор ряда работ, посвященных исследованиям итальянских промышленных районов; исследователь творчества А.Маршалла

² Alfred Marshall, *Principles of Economics*, 1st edition, 1890; 8th edition, 1920

Такая первоначальная локализация отраслей постепенно подготовила почву для многих современных достижений разделения труда в механических процессах и в задачах управления бизнесом. Даже теперь мы обнаруживаем отрасли примитивного типа, локализованные в затерянных деревнях центральной Европы и отправляющие свои простые изделия в самые передовые центры современной промышленности. В России большая группа родственных семей в деревне часто становится основой локализованной отрасли. Имеется огромное число деревень, каждая из которых занимается лишь одним направлением производства, или даже только его частью*.

* Имеется, например, более 500 деревень, занятых различными видами деревообработки. Одна деревня не производит ничего, кроме спиц для колес конных экипажей, другая ничего, кроме кузовов и т.д. Указания на подобное положение вещей встречаются в истории восточных цивилизаций и хрониках средневековой Европы. Так, например, из юридического справочника, написанного в 1250 году, мы узнаем о производстве нарядной одежды в Линкольне, одеял в Блае, шерстяных тканей в Беверли, вязаных изделий в Колчестере; холщовых тканей в Шефтесбери, Льюесе и Эйлшеме; веревок в Уорвике и Бридпорте; ножей в Марстеде; игл в Уилтоне; лезвий в Лецестере; мыла в Ковентри; конских подпруг в Донкастере; шкур и мехов в Честере и Шрюсбери и т.д.

Alfred Marshall, *Principles of Economics*,
8th edition, Macmillan and Co., Ltd. 1920

В Англии в свое время Маршалл был свидетелем уже более высокого этапа развития периферийной отраслевой организации, наследовавшей надомному производству. Для того, чтобы выстоять в ходе промышленной революции, общине обезземеленных крестьян сельского района пришлось трансформироваться в индустриализированную общину, выживающую главным образом за счет ремесленного производства, что преобразовало в прошлом сельскохозяйственный район – в промышленный (industrial district). Для этого перед лицом безразличия, если не враждебности политики правительства и безжалостной внешней конкуренции местным ремесленникам (в русской интерпретации – кустарям) – пришлось сплотиться и объединить все свои скромные ресурсы. Несомненно, их сплочению содействовало то, что в памяти этих людей была еще жива традиция общинной крестьянской жизни, которая включала в себя коллективное управление земельными угодьями, находившимися в ведении общины. И не только это – но и вся социальная структура общины, которая задает устойчивые правила поведения, делает это поведение предсказуемым и создает основу для взаимного доверия.

Теория

Приступая к разработке темы «локализованных отраслей» (кластеров), Маршалл задается коренным вопросом, актуальным и в наши дни и особенно для российской действительности, о способности агломераций малых предприятий (кластеров) составить реальную альтернативу крупным компаниям. А также об экономической природе этой способности, поскольку она проявляется в реальной экономической жизни.

В рукописях Маршалла ранних 1870-х имеется ряд записей, которые ясно определяют его позицию относительно некоторых критических тем зарождавшейся тогда теории производства, - позицию, которая отличалась от взглядов, преобладавших в его время. В частности, Маршалл подверг сомнению стандартный тезис о том, что фабричная система с ее концентрацией всех производственных операций под одной крышей и ее вертикальной интеграцией неоспоримо превосходит методы производства, распределенного по различным предприятиям и менее

интегрированного.

Читая описания британской промышленности, разбираясь в экономических текстах того периода и наблюдая окружающую реальность своим острым зрением (например, обработку металлов в Бирмингеме), Маршалл очень скоро пришел к заключению, что, по крайней мере для некоторых типов производств, существуют два пути к производственной эффективности. Хорошо известный первый, основанный на крупных производственных единицах, вертикально интегрированных в единое предприятие. И второй, основанный на концентрации многих малых фабрик (*many small factories*), специализирующихся на различных стадиях единого производственного процесса в пределах довольно ограниченного географического района (*fairly circumscribed geographic district*).

Giacomo Becattini, *Marshallian Anomalies*,
Marshall Studies Bulletin (no.7), 2001

Таким образом, Маршалл видит два пути к эффективности производства, которые рассматриваются, как альтернативные и, возможно, конкурирующие.

Промышленные районы не защищены от любимой игры капиталистов в слияния и приобретения. Таким образом, не случится ничего неожиданного, если через цепочки слияний и приобретений разовьется процесс, научно именуемый консолидацией отрасли, и на месте бывшего промышленного района возникнет одна крупная фирма (или несколько). Если же этого не происходит, то, стало быть, либо во внутренней структуре кластера, либо в характере его связей с внешней средой имеются некие защитные механизмы.

В работе «Экономика промышленности», написанной еще в 1879г. супружеской четой Альфреда и Мэри Маршалл, намечается направление поиска ответа на эти вопросы. Предполагается, что ответ содержится в пространственной близости фирм – участников кластера.

... малые фабрики, как бы они ни были многочисленны, будут находиться в весьма невыгодном положении по отношению к крупным, если только многие из них не сконцентрированы в одном и том же районе (*district*). В последнем случае мы можем принять в расчет преимущества от *локализации отрасли* (*localization of industry*). Локализация отрасли способствует обучению мастерству и вкусу, а также диффузии технических знаний... При этом, как большие, так и малые предприятия выигрывают от локализации отрасли и развития поддерживающих деятельностей. Но эти выгоды наиболее важны для малых предприятий, т.к. освобождают их от многих проблем, при наличии которых конкуренция с большими фабриками была бы для них крайне тяжела».

Alfred and Mary Paley Marshall,
The Economics of Industry, 1879
Цит. по G. Becattini, *Marshallian Anomalies*

Развивая тему «локализованных отраслей», Маршалл дает четкую и ясную картину экономического феномена промышленного района:

Однажды определив для себя подходящее место, отрасль, скорее всего, будет в этой местности существовать долго: так велики те преимущества, которые люди одной профессии получают от близкого соседства друг с другом. Секреты ремесла здесь не находятся под покровом тайны. Они - в атмосфере этого места, и дети многим из них научаются подсознательно. Хорошая работа пользуется должным признанием. Достоинства изобретений и усовершенствований оборудования, процессов и общей организацией бизнеса немедленно обсуждаются. Когда у одного мастера появляется новая идея, ее подхватывают другие, комбинируя с собственными соображениями и, таким образом, она становится источником дальнейших новых идей. Между

тем, в окрестностях развиваются вспомогательные ремесла, поставляя инструменты и материалы, обеспечивая транспорт, и различными способами содействуя экономии материалов.

При этом иногда может быть достигнуто экономичное использование дорогого оборудования в высокой степени в округе, где имеет место крупное агрегированное производство одного и того же типа, даже если никакой индивидуальный капитал не является очень большим. Ибо вспомогательные отрасли, каждая из которых занимается одной малой ветвью производственного процесса, обслуживая большое число своих соседей, способна постоянно загружать оборудование самого высокоспециализированного характера, так что оно окупается, хотя его первоначальная стоимость может быть очень большой, а темп амортизации высоким.

Далее, на всех стадиях экономического развития, кроме самых ранних, локализованная отрасль извлекает большое преимущество из того обстоятельства, что она предлагает постоянный рынок для профессионалов. Работодатели склонны мигрировать в любое место, где они рассчитывают иметь хороший выбор работников с необходимой квалификацией. В то же время люди в поисках работы естественно направляются в места, где имеется много работодателей, нуждающихся в их мастерстве, и где, следовательно, должен быть хороший рынок труда.

Собственник уединенной фабрики, даже если он не имеет проблем с наймом неспециализированной рабочей силы, часто вынужден пускаться во все тяжкие, чтобы найти специально подготовленных работников. И квалифицированный рабочий, потеряв работу на такой фабрике, также оказывается в сложном положении. Здесь социальные силы кооперируются с экономикой. Часто наниматели и наемные работники поддерживают хорошие дружеские отношения, но ни одна сторона не заинтересована в том, чтобы в случае каких-либо разногласий они были вынуждены приспособляться друг к другу. Обе стороны предпочитают иметь возможность без проблем разорвать старые связи, если они становятся обременительными. Эти трудности все еще представляют большое препятствие для успеха любого бизнеса, основанного на квалифицированном труде, но только не такого, который располагается в окружении себе подобных.

Alfred Marshall, *Principles of Economics*,
8th edition, Macmillan and Co., Ltd. 1920

Экономическую устойчивость промышленных районов Маршалл объясняет с помощью введенного им механизма внешних экономий. Он рассматривает три типа внешних экономий. Во-первых, он указывает на расширенные возможности закупок промежуточных изделий (полуфабрикатов, компонентов и т.п.), а также производственных услуг от множества специализированных поставщиков. Во-вторых, в агломерации складывается широкий пул специализированной рабочей силы. И, наконец, Маршалл говорит об “индустриальной атмосфере”, новых технологических идеях, которые “витают в воздухе” и растекаются (*spill over*) по всей агломерации. В терминах современной экономической науки это явление известно, как *спилловер технологий*.

Идеи Маршалла были в дальнейшем развиты в форме представления об экстерналиях (внешних эффектах). Экстерналии (*externalities*) – общее название для внешних влияний на фирму, не реализующихся через рыночные сделки и не имеющих определенного ценового выражения, но оказывающих положительное (внешние экономии) или отрицательное (внешние дизэкономии) действие на эффективность фирмы.

Таким образом, Маршалл указывает на три преимущества, которыми пользуется фирма, принадлежащая к локализованной отрасли:

- **быстрое распространение новых идей и усовершенствований в отрасли**
- **развитие специализированных поставщиков товаров и услуг**

- *широкий пул специализированной рабочей силы*

Наличие всех этих трех преимуществ мы можем рассматривать, как определяющий признак отраслевого кластера в рамках маршаллианской концепции.

ЛОКАЛИЗАЦИЯ И УРБАНИЗАЦИЯ

Экстерналии и спилловеры

Самый поразительный факт мировой экономической географии заключается в неравномерном распределении деятельности. Регионы с высокими доходами почти полностью сконцентрированы в нескольких ограниченных зонах. Почти 50% мирового ВВП производится 15% мирового населения и 54% ВВП производится странами, занимающими всего 10% мировой территории. Беднейшая половина мирового населения создает всего 14% мирового ВВП. 17 из 20 беднейших стран находятся в тропической Африке. Неравномерность также проявляется внутри стран в форме концентрации деятельности в метрополиях. В развивающихся странах в последние годы доля населения в урбанизированных зонах радикально возросла. Страны Латинской Америки (так же как европейские и северо-американские) урбанизированы на 75% и, хотя азиатские страны урбанизированы менее, чем на 30%, их городское население растет примерно на 4% в год.

Существуют два коренных географических вопроса. Почему так много тех, кто, принимая экономические решения, выбирают размещение вблизи друг друга? И каковы последствия для тех, кто не может разместиться в экономических центрах, от их расположения вне таковых и, возможно, на значительном удалении?

J.V.Henderson, Z.Shalizi, A.J.Venables.
Geography and Development,
London School of Economics, 29 Jun 2000

С примерами концентрации в ограниченном пространстве однородных экономических агентов, стремящихся воспользоваться выгодами «совместного проживания», мы достаточно часто сталкиваемся в повседневной жизни. Ярким примером такого рода является формирование агломераций розничной торговли в городах, когда на площади или перекрестке – любом подходящем «пяточке» - группируются разнообразные «торговые точки» - от лотков и киосков до универсамов и бутиков.

Покупатели имеют свои выгоды от таких агломераций: возможность сэкономить время, делая множество покупок в одном месте, а также возможность сравнения цен. Торговые ряды в прогулочных зонах, торговые площади и районные рынки – широко распространенные формы кластеризации розничной торговли. Часто можно наблюдать, что множество магазинов одежды и обуви располагается в одних и тех же торговых рядах. Одной из причин является то, что одежда и обувь являются дополняющими товарами. В такие зоны подтягиваются fast-food, кафе, рестораны. Как правило, где-то в центре торговых рядов мы обнаруживаем кластер предприятий «общепита» (eateries cluster), предлагающих выбор и экономящих время потребителей. Этот простой пример демонстрирует одну из фундаментальных характеристик отраслевых кластеров: *кластер обладает свойством притягивать новых участников.*

Наука об отраслевых кластерах и началась с наблюдения Маршалла о существовании «локализованных отраслей», которые «часто могут быть устойчивыми благодаря концентрации множества схожих малых бизнесов в определенном месте»³.

Малому предприятию недоступно получение значительной экономии от масштаба собственного производства (внутренней экономии), играющей решающую роль в конкурентоспособности крупных предприятий. Для объяснения причин устойчивости агломераций малых предприятий Маршалл ввел представление о *внешних экономиях* (external economies), которые фирмы могут получать от своего размещения в такой агломерации. При этом получаемые малыми предприятиями выгоды могут быть

³ Alfred Marshall, *Principles of Economics*, 1st edition, 1890; 8th edition, 1920

соизмеримыми с экономией от масштаба совокупного производства агломерации.

Идеи Маршалла были в дальнейшем развиты в форме представления об экстерналиях (внешних эффектах). *Экстерналии* (externalities) – общее название для внешних влияний на фирму, не реализующихся через рыночные сделки и не имеющих определенного ценового выражения, но оказывающих положительное (внешние экономии) или отрицательное (внешние дизэкономии) действие на эффективность фирмы.

А.Маршалл в своих исследованиях выявил три типа внешних экономий. Во-первых, он указывает на расширенные возможности закупок промежуточных изделий (полуфабрикатов, компонентов и т.п.), а также производственных услуг от множества специализированных поставщиков. В агломерации выбор больше, а цены ниже. Во-вторых, в агломерации складывается широкий пул специализированной рабочей силы. И, наконец, Маршалл говорит об “индустриальной атмосфере”, новых технологических идеях, которые “витают в воздухе” и растекаются (spill over) по всей агломерации. В терминах современной экономической науки это явление известно, как *спилловер технологий*.

Идеи Маршалла продолжают вдохновлять экономистов на новые поиски вплоть до наших дней⁴, чему имеется множество подтверждений в исследованиях последних лет в области экономического роста и развития, новой экономической географии и ряде других разделов экономической науки. Открытые Маршаллом три типа внешних экономий в ходе дальнейших исследований были положены в основу теории т.н. MAR (Marshall-Arrow-Romer) экстерналий.

Итак, в городских торговых зонах наблюдаются положительные экстерналии агломераций розничной торговли и смежных услуг, позволяющие *покупателям* получать внешние экономии в форме экономии времени (one-stop shopping), а также и денег, поскольку можно сравнивать цены и торговаться. Переговорная сила покупателя в таких зонах выше, а цены, пусть немного, но ниже, чем в отдельно стоящих магазинах.

Имеют свои выгоды и *продавцы*. Прежде всего, торговые зоны привлекают большую массу покупателей, многие из которых проявляют высокую лояльность данной зоне по обычным причинам: территориальная близость к дому, разумные цены. Продавцы получают свой шанс обратить эту лояльность к месту в лояльность к конкретному продавцу. Стремление расположиться поближе к обширному рынку вообще является важнейшим мотивом в процессах агломерации.

Хотя с первого взгляда это может показаться парадоксальным, но существенные выгоды от «совместного проживания» получают и продавцы, являющиеся прямыми конкурентами. Работа «бок о бок» с коллегами по цеху предоставляет уникальные возможности изучать методы работы конкурентов, их приемы рекламы, маркетинга (скидки, премии, торговые акции), организации доставки товара - работы с поставщиками и т.д. и т.п. Конкурент – лучший учитель. Плюс – обучение практически бесплатное.

Сравните практическую эффективность (умение общаться с покупателями и *продавать*) продавцов городских рынков, продавцов дорогих магазинов (не всех, но многих) и функционеров маркетингово-сбытовых служб корпоративных монстров «естественных» монополий. Чем дальше, тем хуже. И это при том, что работодатели

4

Блауг М, *Экономическая мысль в ретроспективе*. М.: <Дело Лтд>, 1994.

продавцов на рынках, несомненно, не склонны тратить на их обучение, и уж точно не доходят до таких крайностей, как приглашение международных консультантов. Нет лучшего учителя, чем конкурент...

В эпоху бурного роста торговли в российских городах в последние годы многие торговые кластеры развиваются практически с нуля, постепенно обустриваясь и расстраиваясь. Мы наблюдаем, как на месте палаток и лотков появляются киоски, на месте киосков - магазины, на месте одноэтажных строений – многоэтажные торговые центры. Таким образом, данный пример демонстрирует еще одну фундаментальную характеристику кластера: *кластер обладает свойством притягивать инвестиции*.

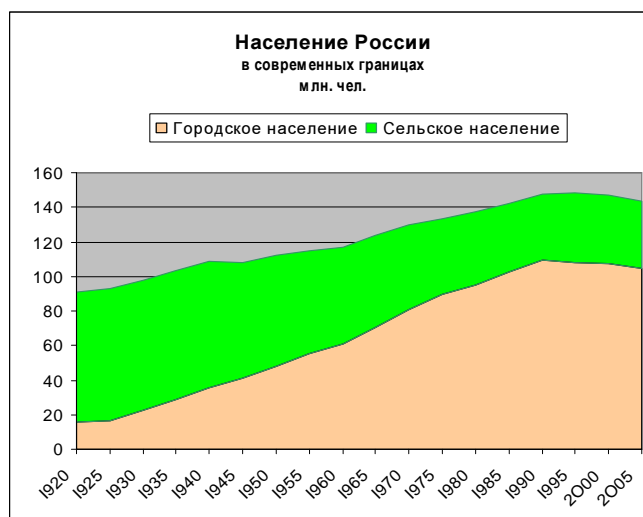
Есть еще группа экстерналий, связанных с формированием специализированного рынка труда в агломерациях конкурентов. Во-первых, создаются благоприятные условия для перехода работников из одной фирмы в другую - без необходимости переезда в другой город или район. Во-вторых, и у работодателей и у работников больше выбор и больше возможностей присмотреться друг к другу. В третьих (возможно, самое важное) при переходах работников из фирмы в фирму неизбежно имеют место спилловеры профессиональных знаний, а также спилловеры технологий.

Агломерация не есть абсолютное благо. Высокая концентрация предприятий в ограниченном городском районе ведет к перегрузке дорожной сети, проблемам с транспортировкой грузов, парковкой автомобилей и т.п. Получаем пример негативной экстерналии. Другой пример негативной экстерналии – рост загрязнения окружающей среды с ростом масштаба производства.

Роль урбанизации

Последние примеры скорее применимы к целому городу (региону), чем к отраслевым агломерациям. То же справедливо в отношении отмеченной выше позитивной экстерналии - внешних экономий, извлекаемых предприятиями из масштаба рынка, к которому они получают доступ в крупных городах (метрополиях). Сравним положение юридической фирмы, специализирующейся в области контрактного консалтинга, в маленьком городке, где предприятия можно пересчитать по пальцам, и в деловом центре города – в окружении множества офисов крупных бизнесов. Не случайно предприятия, оказывающие услуги (которые обычно ограниченно транспортабельны), стремятся разместиться в крупных деловых центрах. Впрочем, любая крупная компания, где бы ни располагались ее заводы, имеет офис в столице, а то и в нескольких столицах и крупных городах разных государств. И в век высокоразвитых телекоммуникаций важнейшие переговоры ведутся старым испытанным методом – лицом к лицу (face-to-face).

Таким образом, тенденция отраслей к концентрации на определенных территориях проявляется на фоне общей тенденции к территориальной концентрации экономических деятельностей безотносительно к отраслевой специфике. Первая ведет к образованию отраслевых кластеров, вторая реализуется в процессе урбанизации – росте городов, а также доли населения, живущего в городах. В основе обеих тенденций – получение внешних экономий от масштаба агломерации или города экономическими агентами - фирмами и частными лицами. Поскольку наряду с позитивными существуют и негативные экстерналии, то в случае преобладания последних проявляются и противоположные тенденции дисперсии – дегломерация (degglomeration) и дезурбанизация (desurbanization).



УРБАНИЗАЦИЯ РОССИИ

В истории разных стран в разные периоды наблюдались «приливы и отливы» урбанизации, но в масштабе столетий (например, двух последних) тенденция концентрации населения в городах в конечном счете решительно преобладала. В 1900 году только 15% всего населения планеты жило в городах, в настоящее время - 55%. В России процесс урбанизации начался почти на сто лет позже, чем в развитых странах - в конце XIX века. Российской спецификой стала высокая скорость урбанизации в период советской индустриализации 1930-1950 годов: только за 1929-1939 гг. городское население выросло на 25-28 млн. чел.

Рост городского населения прекратился в начале 1990-х годов под воздействием двух основных факторов: старения горожан и превышения смертности над рождаемостью, а также исчерпания людских ресурсов села, поставлявшего мигрантов в города. По доле городского населения (73%) Россия почти не отстает от крупных развитых стран (США - 75%, Канада - 77%). Однако городское население «размазано» по большому числу поселений, тогда как сеть крупных городов развита слабо.

В целом в России, так же как и во всем мире, наблюдается высокая неравномерность распределения экономической активности по территории страны. В таблице представлены 14 ведущих российских регионов (16 субъектов РФ, учитывая особый статус Москвы и Санкт-Петербурга) - по признаку наличия крупного городского центра – главного города или городской агломерации (в случае практического слияния города-спутника с главным городом) с населением, превышающим 1 млн. человек.⁵

Регион	Тыс. чел.	Главный город или агломерация	Тыс. чел.	Всего гор. нас.	Тыс. кв.км	ВРП_03 млрд. руб.
РОССИЯ	145182			106470	17075,4	11582,3

⁵ Данные соответствуют 2003 году (с тех пор Пермь фактически потеряла статус миллионника, ее население на 1.01.2005 составляло 989,5 тыс. чел.).

1	Москва и Московская область	16969	Москва	10342	15598	47,0	2888,4
2	Петербург и Ленинградская область	6332	Петербург	4661	5772	85,9	568,1
3	Республика Татарстан	3780	Казань	1110	2791	68,0	319,1
4	Свердловская область	4490	Екатеринбург	1406	3945	194,8	313,8
5	Республика Башкортостан	4103	Уфа	1036	2628	143,6	279,7
6	Самарская область	3240	Самара+Новокуйбышевск	1270	2612	53,6	274,9
7	Пермская область	2824	Пермь	1000	2125	160,6	232,2
8	Челябинская область	3606	Челябинск	1095	2951	87,9	230,4
9	Нижегородская область	3524	Нижний Новгород	1290	2755	76,9	222,4
10	Ростовская область	4407	Ростов-на-Дону	1058	2979	100,8	183,4
11	Новосибирская область	2692	Новосибирск	1406	2022	178,2	168
12	Волгоградская область	2702	Волгоград+Волжский	1309	2033	113,9	137,4
13	Саратовская область	2669	Саратов+Энгельс	1066	1965	100,2	131,3
14	Омская область	2080	Омск	1143	1428	139,7	125,7
	ВСЕГО	63418		29190	51604	1551,1	6074,8
	% к России	43,7%		20,1%	48,5%	9,1%	52,4%

Суммарное население 14-и городских центров составляет 20% населения страны, а все население этих регионов 43,7%. При этом здесь проживает 48,5% городского населения. При средней урбанизации России 73,3% урбанизация в ведущих регионах достигает 81,4%.

Территория, занимаемая 14-ю ведущими регионами, составляет всего 9% территории страны, тогда как суммарный валовой продукт - 52,4% от суммы ВРП всех субъектов РФ.

В основе наблюдаемой на уровне региональной статистики высокой неравномерности распределения экономической активности по регионам в действительности лежит еще более контрастная картина неравномерного распределения экономической активности по городам и поселениям, где собственно и совершается экономическая деятельность.

Традиционно считается, что "реальные" города с диверсифицированной сферой приложения труда, относительно развитой социальной инфраструктурой, преимущественно городским образом жизни начинаются со 100 тыс. жителей. Исследования Т. Нефедовой и А. Трейвиша показали, что в переходный период появилась еще одна граница - относительного благополучия, которая, при всех существующих отклонениях, чаще всего начинается с людности в 250 тыс. чел., т.е. с группы крупных городов (по классификации Госстроя).

Самыми "бесправными" являются малые города районного подчинения - их бюджеты сверхдотационны, социальная сфера недоразвита, даже по градостроительным нормам им не полагается иметь многие городские виды социальной инфраструктуры (многопрофильные больницы, профессиональные учебные заведения).

Можно расположить субъекты РФ на условной "шкале урбанизированности", где людность поселений, конечно, не единственный, но самый "исходный" и простой показатель. В этом случае с одной стороны крайние позиции займут Москва и Петербург, Московская область, где в условиях многомиллионной агломерации живет либо все население, либо подавляющее большинство, а также Самарская область, где в Самаро-Тольяттинской агломерации живет 86% городского и 2/3 всего населения. На другом полюсе будет находиться единственный субъект федерации, не имеющий городского населения - Усть-Ордынский Бурятский АО; а также другие слабоурбанизированные национальные образования, в основном в

Азиатской России.

Города играют особую роль "опорного каркаса расселения", являясь центрами развития и обслуживания для окружающей территории. Крайне важна доступность городов, густота их сети. В Европейской части России, где расположено 77% всех городов страны, среднее расстояние между городами составляет более 70 км, в том числе в наиболее освоенном Центральном районе - 45 км. Для сравнения, в Западной Европе этот показатель составляет 20-30 км. В восточных районах России среднее расстояние между городами превышает 225 км, в том числе в наиболее освоенной южной зоне Западной Сибири - 114 км, а на обширном Дальнем Востоке - 300 км. Малочисленность городов и значительные расстояния между ними имеют очевидные социальные последствия. Во-первых, это невысокая территориальная подвижность населения, неразвитость маятниковых миграций даже в пределах агломераций (за исключением Московской столичной), что не позволяет жителям находить лучшие места приложения труда и реализовывать свой потенциал без существенных затрат на смену места жительства. Во-вторых, это медленная модернизация образа жизни и гораздо худшая адаптация к реформам в обширных внеагломерационных пространствах.

Социальный атлас Российских регионов, 2005

Таким образом, фактически лишь на территориях, окружающих крупные городские центры, существуют предпосылки для развития современной конкурентоспособной экономики. Можно видеть, что экономически активная территория России не только невелика, но еще и географически фрагментирована. Отчетливо выделяются несколько зон: Центральная – Москва и сопредельные территории, Санкт-Петербургская зона, Южная, Западно-Сибирская и самая обширная – Урало-Поволжская, к которой принадлежат 9 из 14 регионов. Конечно, границы экономических лишь условно могут отождествляться с административными границами субъектов РФ. Например, экономическое доминирование Московской агломерации распространяется далеко за пределы Московской области.

Самарская область хорошо позиционирована в Урало-Поволжской зоне, к которой принадлежат 9 из 14 ведущих регионов. Используя объединенный потенциал Самары и Тольятти, область могла бы развиваться в экономический центр данной зоны – к собственной выгоде и выгоде всей зоны.

Самарская область отличается высоким уровнем урбанизации (81% городского населения) и неплохой по российским меркам инфраструктурной освоенностью. Мощная двухцентровая Самаро-Тольяттинская городская агломерация — третья по численности населения в стране (почти 2 млн. человек, включая Новокуйбышевск). Преимущество области, обладающей такой агломерацией, пока не до конца реализовано: население и муниципальные власти двух крупнейших городов не особо жалуют друг друга. Но это состояние преходяще и унаследовано от особого статуса Тольятти советских времен, когда крупнейший центр автомобилестроения управлялся скорее из Москвы, чем из Самары, которая была тогда "закрытым" городом со множеством предприятий ВПК. Мировой опыт показывает, что при близком соседстве крупных городов неизбежно возникают более тесные взаимосвязи и агломерационные эффекты. Мощная агломерация способствует концентрации мест приложения труда и рынков сбыта, расширению доходных видов экономической деятельности, диффузии инноваций за свои пределы.

Во всем мире модернизация ценностей, мотиваций и поведения, в том числе потребительского, распространяется не по регионам, а по иерархической системе городов — от крупнейших к более мелким. В России диффузия инноваций пока "застряла" на уровне региональных столиц и относительно крупных городов экспортной экономики. Только в регионах, ядром которых являются крупные городские агломерации, быстрее развивается сектор услуг, ускоряется модернизация образа жизни. Кроме того, только крупные агломерации способны хотя бы отчасти уравновешивать влияние Москвы, "вытягивающей" из регионов не только финансовые ресурсы, но и человеческий капитал.

Относительно крупные города вне агломерации — только Сызрань (центр нефтепереработки, расположенный на периферийном правобережье Волги) и Чапаевск (центр ВПК по хранению и переработке химического оружия, ставший депрессивным городом в 1990-е гг.). Из всех крупных городов устойчивый рост населения имеет только Тольятти, областной центр намного проигрывает своему динамичному соседу по агломерации. Остальные города Самарской области малы по численности населения (не более 50 тыс. человек), не имеют потенциала роста и привлекательных экономических

активов.

Города	Численность населения, тыс. человек		2002 г. к 1992 г., %
	2002 г.	1992 г.	
Самара	1153	1238	93,1
Тольятти	741	675	110,0
Сызрань	184	182	101,1
Новокуйбышевск	116	115	102,6
Чапаевск	80	90	88,9

Динамика численности населения крупных городов Самарской области

Социальный атлас Российских регионов, 2005

С учетом сосуществования явлений кластеризации отраслей экономики и общей концентрации экономических активностей, выражающейся в процессе урбанизации, внешние экономии, генерируемые агломерациями, вообще говоря, могут быть подразделены на:

Экономии от локализации (localization economies) описывают приращения эффективности, происходящие от возросшего масштаба некоторой отрасли, оперирующей в ограниченном пространстве.

Экономии от урбанизации (urbanization economies) описывают производственные преимущества, получаемые фирмами от размещения в крупных населенных центрах, таких как города. Фирмы извлекают выгоды от близости рынков закупок и сбыта, от масштаба рынков, а также от хорошей инфраструктуры и обеспечения общественными (public) услугами. Эти пространственные внешние экономии являются межотраслевыми (cross-industry), они – внешние по отношению к фирме и отрасли, но внутренние по отношению к городам.

В современных работах по вопросам кластеризации экономики рассматриваются в основном следующие типы экстерналий:

- MAR (Marshall-Arrow-Romer) – экстерналии, проявляющиеся вследствие территориальной концентрации предприятий одной и той же отрасли:
 - расширенные возможности закупок промежуточных изделий, а также производственных услуг от множества специализированных поставщиков
 - широкий пул специализированной рабочей силы
 - спилловеры (spillover – растекание) технологий между фирмами отрасли
- Якобс (Джекобс, Jane Jacobs) – экстерналии, которые проявляются от

разнообразия (diversity) возможностей, которыми может воспользоваться фирма в большом городе. Этот тип экстерналий не имеет отраслевой специфики и скорее отвечает не за агломерацию отраслей, а за более широкий и мощный процесс урбанизации – концентрации населения и экономических активностей в городах. Однако, несомненно, существует взаимовлияние между процессами урбанизации и отраслевой агломерации.

- Учитывая, что М.Портер не устает подчеркивать в своих работах значение внутренней конкуренции для успешного развития кластеров, экстерналии, проистекающие от внутрикластерной конкуренции, в литературе квалифицируют, как *экстерналии Портера* (Porter externalities)⁶.

В экономической литературе по региональному развитию ведется дискуссия о том, что более содействует экономическому росту регионов - их специализация в ограниченном числе отраслей или, напротив, диверсификация. С первой гипотезой лучше согласуются экстерналии MAR, со второй – экстерналии Якобс, а также экстерналии Потрера. Сам Портер полагает, что правильный ответ на этот вопрос вообще не может быть найден в рамках отраслевого подхода, но может быть найден в рамках кластерного подхода.

⁶ Rita Almeida, *Local Economic Structure and Growth*, World Bank Policy Research Working Paper 3728, October 2005

ПРОМЫШЛЕННЫЕ РАЙОНЫ ВОКРУГ МИРА

Промышленные районы (industrial districts) дают наиболее богатый эмпирический материал для теории отраслевых кластеров. Только в Италии число промышленных районов превосходит две сотни. При том, что многообразие реальных отраслевых агломераций далеко не исчерпывается тем типом, который представляют промышленные районы, без внятного представления о последних никакая наука о кластерах невозможна.

Промышленный район Альто Ливенца – крупнейший итальянский мебельный кластер

Промышленный район Альто Ливенца расположен на северо-востоке Италии на территории 11 муниципалитетов провинции Порденоне (регион Фриули-Венеция-Джулия) и частично на территории провинции Тревизо (регион Венеция). Общая территория района составляет около 820 кв. км (соответствует площади круга диаметром 32,5 км).



«Третья Италия» - родина 200 итальянских отраслевых районов

Район объединяет около 800 малых предприятий, занимающихся деревообработкой (20% фирм) и изготовлением мебели (80%) фирм. Основные специализации – кухонная мебель и мебель для офисов. Еще порядка 600 фирм занимаются смежными видами деятельности, связанными с мебельной отраслью. Число работающих в большинстве фирм составляет от 10 до 30 человек, достигая 200-300 в немногих крупнейших компаниях. Общее число занятых на этих предприятиях превышает 25 тыс. человек. На территории округа проживает около 170 тыс. человек – в основном в небольших поселениях и маленьких городках – с населением менее 20 тыс. чел.

История промышленного округа Альто Ливенца

Развитие предприятий, расположенных вдоль реки Ливенца, началось в послевоенные годы. Это распространенное явление, когда следом за сельским хозяйством развивается пред-индустриальная деятельность в деревообработке. Сильно помогало наличие рабочей силы,

нимаемой местными производителями мебели, так же как и некоторого, хотя и небольшого, количества квалифицированных мастеров.

Согласно исследованию, опубликованному в 1990г. советом города Бруньера (были интервьюированы собственники 30 компаний, основанных в период с 1960 по 1980 год), «исток этой предпринимательской энергии для местной мебельной промышленности зародились в семейном укладе сельской жизни безземельных крестьян - издольщиков». Данный тип социальной структуры побудил основателей этих компаний к созданию предприятий по изготовлению мебели.

Для объяснения стремительного превращения сельскохозяйственной общины в индустриальную выдвигается предположение, что местные жители обладали предпринимательскими качествами или хотя бы располагали начальным капиталом, но главное - они имели страстное желание обрести «ремесло».

Первоначально эти предприятия были довольно единообразны, и их профессиональная подготовка не сильно отличалась. Самым обычным способом обучения и обретения умений, необходимых для «ремесла», была работа в качестве рабочего на уже работающем мебельном предприятии в этом регионе.

Начиная с середины 1950-х, было создано множество малых бизнесов. Форма малого предприятия была «наиболее доступна для местного предпринимательства, еще не окрепшего для того, чтобы раскошелиться на крупную сумму и не имевшего опыта управления сложной организацией». Кроме того, проще решался вопрос с рабочей силой в регионе, состоящем из малых поселений и городков.

Очень интересно отметить обычный способ нахождения финансов для открытия этих малых предприятий. В большинстве случаев приходилось полагаться на семейные и личные средства, которые направлялись на развитие бизнеса. Как правило, не было также недостатка в друзьях и соседях, готовых оказать финансовую поддержку, иногда из своих собственных сбережений, в других случаях – выступая в качестве гарантов. Несомненно, что судьба новой отрасли находила отклик в сердцах всего населения, участвовавшего в этом не только из дружеского сочувствия, но и в виду общих перспектив предпринимательства.

Источник: *The Origins and Development of Enterprise in the Furniture District* – Renata Novaretti from "Brugnera, Feudo e Comune" – published by Grafiche Editoriali Artistiche Pordenonesi - 1990

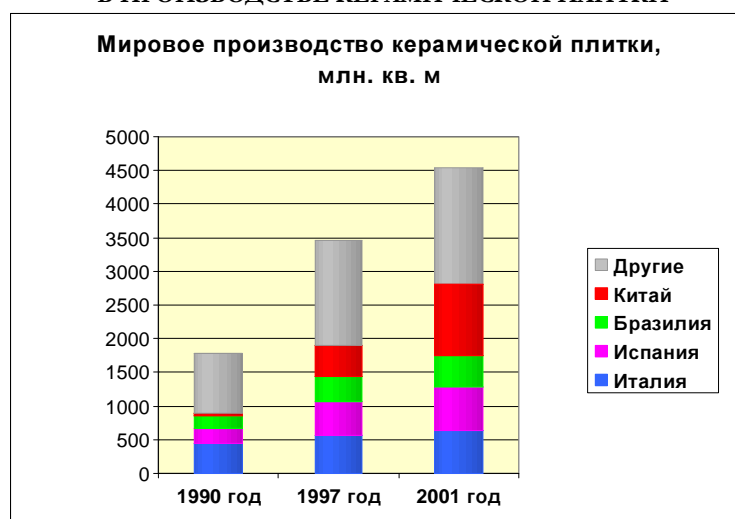
Кластеры производства керамической плитки

Пример мировой отрасли по производству керамической плитки интересен тем, что в этой отрасли ведущую роль играют отраслевые кластеры.

Более половины мирового объема производства керамической плитки делается в четырех странах: Италии, Испании, Бразилии и Китае.

Китай ворвался в число ведущих мировых производителей в 1990-х и к настоящему времени прочно утвердился на первой позиции. Несмотря на стремительный рост производства плитки в Китае, достаточно долго все производство поглощал быстро растущий внутренний рынок. Однако, в последние годы Китай утверждает и в роли экспортера, пока преимущественно на рынках Юго-Восточной Азии.

ОТРАСЛЕВЫЕ КЛАСТЕРЫ ИГРАЮТ ВЕДУЩУЮ РОЛЬ В ПРОИЗВОДСТВЕ КЕРАМИЧЕСКОЙ ПЛИТКИ



Источник: Margherita Russo, *The Ceramic Industrial District Facing the Challenge from China*
Conference on Clusters, Industrial Districts and Firms: the Challenge of Globalization, Modena, Italy, Sep 2003

Италия. Промышленный район Сассуоло

Сассуоло - небольшой город, с населением около 40 тыс. человек, расположенный в 17 км к юго-западу от города Модена, имеет репутацию ведущего центра не только итальянской, но и мировой керамической промышленности. Вокруг Сассуоло сложился промышленный район по производству керамической плитки, который отвечает за львиную долю выпуска керамической плитки в Италии (80% экспорта). Район включает в себя еще несколько малых городов, с населением от 4 до 20 тыс., удаленных друг от друга на расстояния не более 10-15 км. Промышленный район располагается на территории двух провинций региона Эмилия-Романия: Модена (60% фирм) и Реггио-Эмилия (40%). Площадь территории района – 485 кв. км (соответствует кругу диаметром 25 км). Население – 171 тыс. человек.

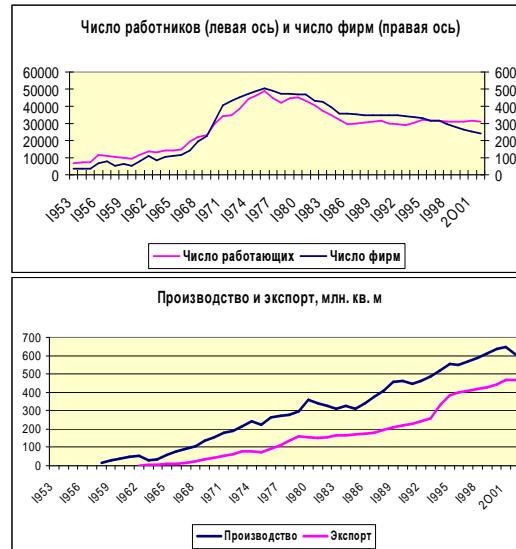
Каких-то сорок лет назад эта была депрессивная территория, практически полностью сельскохозяйственная, которая бросила вызов сильной позиции Германии в области производства керамической плитки и оборудования для ее изготовления.

Как и во многих других случаях, имеется предыстория данного промышленного района, относящаяся к эпохе ремесленного производства – еще в далеком прошлом местные гончары делали глиняную посуду, а керамическая плитка, как материал для полов, известна здесь по меньшей мере с XV века.

В районе Сассуоло производятся не только различные сорта керамических плиток, но также и самое передовое оборудование для технологических процессов. Поставить разработку и производство соответствующих машин и оборудования на современном уровне помогла близость разместившихся по соседству лидеров итальянского автомобилестроения Феррари, Мазерати и Ламборгини.

Среднее число работающих на одну фирму колеблется около 100 человек, что значительно больше, чем обычная для итальянских промышленных районов цифра 20 человек. Считается, что здесь вообще превалирует средний бизнес, так как имеется два – три десятка фирм с числом работающих более 300 человек.

История отраслевого района Сассуоло в цифрах



Источник: Margherita Russo, *The Ceramic Industrial District Facing the Challenge from China* Conference on Clusters, Industrial Districts and Firms: the Challenge of Globalization, Modena, Italy, Sep 2003

В последние тридцать лет общее число занятых в отрасли убывало, но при этом объемы производства непрерывно росли – за счет увеличения производительности труда в несколько раз. В то же время повышалась эффективность использования не только труда, но и других исходных ресурсов, в частности воды и энергии. В период 1981-85гг. затраты на энергию составляли 25% от общих затрат района. Однако, в 1990-х, за счет политики энергосбережения, они снизились до 13-14%⁷.

Важную роль в жизни промышленного района Сассуоло уже в течение нескольких десятилетий играет Национальная ассоциация производителей керамической плитки *Assopiastrelle*, основанная в 1964г. Она представляет интересы своих членов в органах власти и пользуется большим влиянием в решении вопросов развития местной инфраструктуры, тем более, что между муниципалитетами района не существует формальных механизмов координации. Ассоциация занимается вопросами подготовки кадров: организует тренинги для квалифицированных рабочих и подготовку инженеров по технологиям керамического производства (в сотрудничестве с университетом Модены), а также учебные курсы по маркетингу.

С 1980-х *Assopiastrelle* организует в Болонье выставку *Cersaie*, которая стала крупнейшей международной выставкой керамических изделий. Она считается самым знаменательным международным событием в этой сфере, как для производителей, так и для потребителей.

Ассоциация, в сотрудничестве с региональной администрацией и Болонским университетом, инициировала создание сервисного центра *Centro Ceramico* в 1976г. Центр занимается исследованиями по развитию новых технологий и созданию новых продуктов. Центр проводит испытания и оказывает консультационные услуги.

Дистрибуция продукции осуществляется через сеть предприятий торговли, число которых в районе составляет порядка 70. В районе имеется также концентрация

⁷ Vito Albino et al, *Energy and materials use in Italian and Chinese tile manufactures*, 15th International Conference of IOA, Beijing, China, 2005

транспортных компаний, которые предлагают разнообразные услуги, например, “groupage” – доставка одному и тому же клиенту продукции нескольких производителей. Предоставляются услуги мультимодальной транспортировки: автотранспортом, железной дорогой, морем. Транспортные предприятия создали свою ассоциацию ASSOCARGO для эффективной координации действий в оказании сложных транспортно-логистических услуг. Производители оборудования также имеют свою ассоциацию ACIMAC⁸.

Ведения глобализации не обошли стороной и район Сассуоло. В последние десятилетия имели место случаи слияния компаний, как местные, так и международные. Большинство международных сделок – приобретение иностранных компаний местными, хотя случаются и противоположные ситуации. Также проявилась тенденция к формированию групп, в рамках которых осуществляется координация деятельности нескольких производств.

Однако, несмотря на неуклонный рост производства керамической плитки в районе Сассуоло, относительная доля Италии в мировом производстве убывает ввиду высокой активности основных конкурентов – Испании, Бразилии и особенно Китая.

Испания. Промышленный район Каstellон де ла Плана

В Испании производство керамической плитки сосредоточено в промышленном районе Каstellон де ла Плана, где расположено около 250 фирм (93% от общего числа фирм отрасли) – в круге радиусом 30 км. Провинция Каstellон – часть региона Валенсии на востоке страны. Центром провинции является город Каstellон де ла Плана, давший название промышленному району. Население города – 167 тыс. человек. Территория промышленного района характеризуется как умеренно индустриализированная, здесь еще высок удельный вес сельского хозяйства, ведущей отраслью которого является выращивание апельсинов. Примечательно, что основным источником инвестиций в керамическую отрасль являются прибыли от сельскохозяйственной деятельности. Испанская керамическая плитка ведет отсчет своей истории с XI века и уходит своими истоками в арабскую культуру того периода.

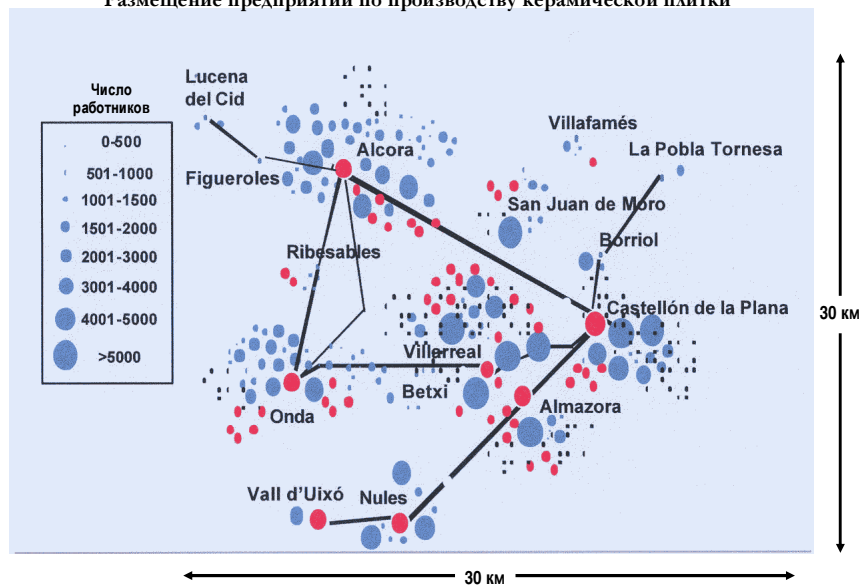
Кроме фирм - производителей плитки в этом районе расположены 35 карьеров, 20 производителей глазури и красителей, 100 транспортных фирм, а также 140 фирм, оказывающих услуги в работе с механическим оборудованием. Вместе с тем, в Испании не получило существенного развития производство технологического оборудования. В основном используется импортное итальянское оборудование. Однако, значительно более развиты поддерживающие химические производства.

Развитие отрасли первоначально стимулировалось ростом местного спроса. Испания превосходит все другие страны по потреблению керамической плитки на душу населения (лидером по валовому потреблению является Бразилия). В период с 1981 по 1995гг. объем внутреннего рынка вырос в 4 раза. С учетом экспорта объемы производства в промышленном районе за последние 30 лет выросли в 20 раз.

⁸ *Sassuolo cluster profile*, The UNIDO Cluster/Network Development Programme: The Italian Experience of Industrial Districts

Отраслевой район Каstellон де ла Плана

Размещение предприятий по производству керамической плитки



Источник: *Cluster-based policies*. The Cluster Competitiveness Group, Barcelona, 2002

Важную роль в районе играет отраслевая Ассоциация производителей ASCER, которая является весьма активным лоббистом и промоутером коммерческих интересов своих членов, организует техническую и юридическую поддержку. В районе имеется специализированный исследовательский центр Instituto de Tecnología de Cerámica (ITC), связанный с местным университетом⁹. ITC развился в организацию, авторитетную на международном уровне.

Бразилия. Агломерации Санта-Катарина и Санта-Гертрудес

В Бразилии производство керамической плитки сосредоточено в 3 отраслевых агломерациях в южных штатах страны. Одна из них находится на юго-востоке штата Санта-Катарина с центром в городе *Sticúma*. Две других – в штате Сан-Паулу, в окрестностях городов Санта-Гертрудес и Моги-Гуачи. Последняя, также как и агломерация Санта-Катарина, в определенной степени являются продуктом правительственной промышленной политики, они пользуются поддержкой Национального банка развития BNDES. Производство в этих агломерациях осуществляется небольшим количеством компаний сравнительно больших (для данной отрасли) размеров – полторы-две тысячи работающих. Таким образом, данные агломерации имеют мало общего с промышленными районами Италии и Испании.

В этих агломерациях производство успешно росло в 1970-80-х – до глубокого кризиса, который охватил бразильскую экономику в 1989г. Одна из крупных фирм Санта-Катарины обанкротилась, другие были недалеко от этого, объемы производства упали на треть. И даже к 1999 году производство здесь возросло лишь незначительно, в то время как в целом по Бразилии по отношению к 1990г. оно удвоилось.

В это же время агломерация Санта-Гертрудес развивалась по совершенно другому сценарию. Она сформировалась органически из большого числа малых и средних, в основном семейных, фирм. Можно усмотреть много общего между этой агломерацией и

⁹ José G. Albors, *Networking and Technology Transfer in the Spanish Ceramic Tiles Cluster: Its Role in the Sector Competitiveness*, Journal of Technology Transfer, 27, 263-273, 2002

промышленными районами Италии и Испании. В турбулентные для бразильской экономики 1990-е годы район Санта-Гертрудес успешно набирал силу за счет производства дешевой плитки для бедных домохозяйств и среднего класса, увеличив объемы производства в 10 раз.

В настоящее время агломерации Санта-Катарина и Санта-Гертрудес являются двумя основными производителями керамической плитки в Бразилии, на равных конкурирующими друг с другом.

Производители из Санта-Катарины пытались «уйти в отрыв» путем внедрения систем менеджмента качества по стандартам ISO 9000 и ISO 14000. Однако их ожидало разочарование. Некоторые их соперники смогли сделать то же самое, но самое главное, с сертификатом ISO или без, компании из Санта-Гертрудес смогли обеспечить не худшее качество продукции. При этом потребители проявили равнодушие к сертификатам, и желанное для Санта-Катарины конкурентное преимущество так и не было достигнуто.

Ассоциация работодателей *Sindiceram* играла заметную роль в жизни агломерации Санта-Катарина в первой половине 90-х, однако, в дальнейшем утратила это значение. Малоуспешным проектом оказалось и создание Центра керамических технологий СТС по образцу испанского исследовательского центра. В СТС возобладал академический подход, слишком далекий от практических нужд отрасли. В целом, в последние годы в Санта-Катарине внутренняя кооперация практически угасла, каждый борется за себя¹⁰.

Китай. Фошань

Специализация по производству керамической плитки имеет место в пяти китайских регионах. При этом 60% национального производства делается в городе Фошань провинции Гуандун (Южный Китай). Население города составляет 3,3 млн. человек, площадь городской территории - около 3800 кв. км. История китайской керамической плитки на этой территории насчитывает 5000 лет. В настоящее время в г. Фошань плитку производят 500 предприятий с общим числом занятых 86 тыс¹¹.

¹⁰ Jörg Meyer-Stamer, Silene Seibel, *Cluster, Value Chain and the Rise and Decline of Collective Action: The Case of the Tile Industry in Santa Catarina, Brazil*, Aug 2002

¹¹ Vito Albino et al, *Energy and materials use in Italian and Chinese tile manufactures*, 15th International Conference of IOA, Beijing, China, 2005

ОТ ПРОМЫШЛЕННЫХ РАЙОНОВ К ОТРАСЛЕВЫМ КЛАСТЕРАМ

Генезис понятия кластера

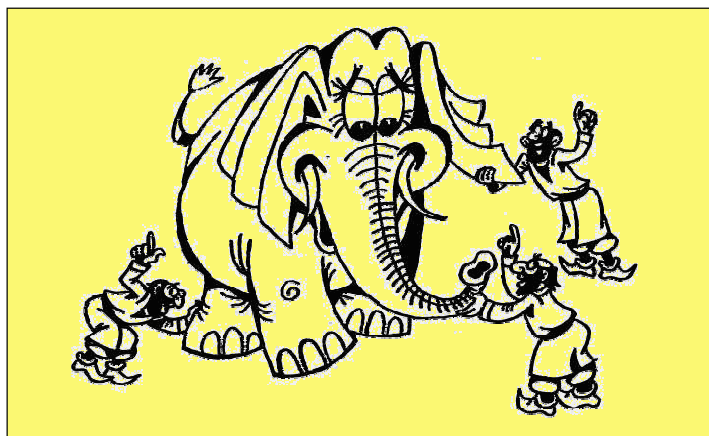
ЧТО ТАКОЕ КЛАСТЕР?

Три слепых мудреца очень хотели узнать, что такое слон. И вот однажды в город, в котором они жили, приехал цирк и привел с собой слона. После выступления мудрецы попросили разрешения изучить это таинственное животное.

Один потрогал слона за ухо и сказал, что слон - это огромная раковина.

Второй потрогал за ногу и сказал, что слон - это колонна.

Третий потрогал за хобот и сказал, что слон - это большая змея.



Но мы-то с вами знаем, что слон - это СЛОН!

Обсуждая феномен отраслевых агломераций, которому посвящена 10-я глава «Концентрация специализированных отраслей в определенных местностях» 4-ой книги его главного труда «Принципы экономики»¹², Маршалл пользуется выражением «локализованная отрасль» (localized industry).

В зависимости от контекста, английское слово *industry* может означать как *отрасль*, так и *промышленность*. Также, слово *district* переводится иногда как *округ*, а иногда, как *район*. В британской системе административно – территориального деления, как во времена Маршалла, так и в наши дни, район-district является частью региона (county)¹³, подобно современному административно – территориальному делению России. Маршалл в «Принципах экономики», широко использует слово *district* именно в таком его понимании, т.е. весьма близком к тому смыслу, который мы вкладываем в слово *район*. Соответственно, словосочетание *industrial district*, которому Маршалл нигде не придает строгого терминологического смысла, используется им для обозначения районов, экономика которых трансформировалась из преобладающе сельскохозяйственной в преобладающе промышленную. В соответствии с тогдашней структурой административно-территориального Англии, речь типично идет о территориях порядка 10-20 км в поперечнике с центральным поселением типа малого городка.

Цикл жизни английских промышленных районов, которые были объектом наблюдения

¹² Alfred Marshall, *Principles of Economics*, 1st edition, 1890; 8th edition, 1920

¹³ В тех регионах, где местное управление организовано на двух уровнях

Маршалла и его учеников, подошел к своему завершению во время второй мировой войны, когда распались ценностные цепочки Британской империи, часто замыкавшиеся через британские колонии.

Несмотря на некоторое оживление исследований по региональной экономике в 1950-70-х годах, в течение почти целого столетия после Маршалла интерес к теме отраслевых агломераций находился на периферии экономической науки, хотя и не затухал совсем.

Однако в 1970-80-х годах внимание экономистов оказалось снова привлечено к этой теме быстрым экономическим ростом на северо-востоке Италии (т.н. «третья Италия»), в основе которого были высокие концентрации малых фирм в определенных секторах и местностях. Благодаря работам итальянских экономистов и, прежде всего, Джакомо Бекаттини¹⁴, исследования данных агломераций были построены как развитие и продолжение работ А.Маршалла¹⁵.

Итальянские промышленные районы оказались способны завоевать прочные позиции на мировых рынках по ряду традиционных товаров, таких как обувь, кожаные сумки, вязаные изделия, мебель, кафельная плитка, музыкальные инструменты, продукты питания, - а также в отраслях, поставляющих оборудование для производства этих товаров. В такой традиционной отрасли как обувная, итальянские промышленные районы оказались способны расширить производство и экспорт в то время, когда крупные предприятия Великобритании и Германии испытывали упадок.

Что, быть может, наиболее важно, промышленные районы оказались способными к обновлению их продукции. Ряд факторов, таких как близкое соседство поставщиков сырья, поставщиков оборудования, производителей комплектующих, субподрядчиков и производителей конечной продукции - в совокупности с острым соперничеством фирм и их кооперацией в ассоциациях производителей, как оказалось, были способны продвигать вперед весь район.

С тех пор исследования промышленных районов превратились в значительное направление экономической науки. Успешно развивающиеся агломерации малых предприятий, близкие по типу к итальянским промышленным районам, были обнаружены во многих других странах.

Развитие понятия кластера

Различные потоки исследований по экономическому развитию начали более или менее сливаться в единое «кластерное русло» после выхода в свет теперь уже знаменитой книги М.Портера о национальных конкурентных преимуществах¹⁶, в которой впервые кластерам отводится значительная роль в повышении конкурентоспособности национальных экономик.

Что касается термина *кластер* (*cluster*)¹⁷, то, вопреки широко распространенному мнению об авторстве М.Портера, это не так. В экономическую литературу термин «кластер» впервые ввели, по-видимому, Стан Чамански (Корнельский университет,

¹⁴ Giacomo Becattini – современный итальянский экономист; автор ряда работ, посвященных исследованиям итальянских промышленных районов; исследователь творчества А.Маршалла

¹⁵ Giacomo Becattini, *Dal “settore industriale” al “distretto industriale”, Alcune considerazioni sull’unità d’indagine dell’economia industriale*, L’industria, 1979, n.1,

¹⁶ Michael Porter, *The Competitive Advantage of Nations* (New York: Basic Books, 1990) – русский перевод вышел под названием «Международная конкуренция» в 1993г., М.: «Международные отношения», с 896

¹⁷ В современном английском языке слово *cluster* имеет множество разнообразных применений, но все они происходят от его первоначального смысла “пучок”, “гроздь”.

США) и Луис де Аблас (Университет Сан-Пауло, Бразилия) в 1979 году¹⁸ в контексте исследований промышленных комплексов. *Промышленный комплекс* (industry complex) определяется ими, как «группа отраслей, связанных значительными потоками товаров и услуг, характеризующихся, кроме того, существенным сходством их территориального размещения». *Промышленный кластер* (industry cluster) представляет собой некоторое сужение понятия промышленного комплекса, отличающееся более сильными связями: «подмножество отраслей экономики, связанных потоками товаров и услуг между собой сильнее, чем с другими секторами национальной экономики»¹⁹.

Таким образом, в работах Чамански, Абласа и других публикациях того периода по промышленным комплексам и кластерам присутствовало представление об их территориальной специфике, тогда как в книге Портера рассматриваются кластеры отраслей исключительно на национальном уровне. К теме кластеров в регионах Портер обратился в более поздних своих работах.

Замечательным достижением М.Портера является то, что ему удалось «продвинуть» тему кластеров на уровень ведущих политических и государственных деятелей и лидеров бизнеса. Идея обеспечения устойчивого развития национальных и региональных экономик посредством «накачивания кластерных мускулов» овладела массами политиков, администраторов, экономистов – всех, кто имеет интерес или ответственность в этой сфере.

Ортодоксальные экономисты не вполне принимают М.Портера «за своего», позиционируя его как бизнес аналитика или, в лучшем случае, бизнес экономиста. Однако, он внес значительный вклад в экономическую науку уже тем, что благодаря его работам стало возможным создание «под флагом кластера» общего форума для обмена мнениями и дискуссий ученых, аналитиков, консультантов и практиков в области экономического развития. На этом «перекрестке» сталкиваются и взаимно обогащаются потоки экономической мысли из множества направлений, ранее существовавших разрозненно.

Естественно, первая проблема для такого форума, договориться, что же такое кластер. К настоящему моменту положение таково, что в литературе можно найти десятки (и это еще мягко сказано) определений кластера. Написано немало обзоров, специально посвященных этой проблеме²⁰. Однако, если отсеять поверхностно описательные конструкции, перепевы и периферийные дефиниции, то на главном направлении останется не так уж много полезных формулировок.

Рекорд по цитируемости в литературе, по-видимому, принадлежит *популярному определению* кластера, данному М.Портером в его работе «О конкуренции» в 1998г.²¹

Кластеры – это географические концентрации специализированных в определенных областях взаимосвязанных компаний, поставщиков, провайдеров услуг, фирм смежных отраслей, а также ассоциированных институтов (например, университетов, агентств по стандартизации и профессиональных ассоциаций), - которые конкурируют между собой, но в

¹⁸ Stan (Stanislaw) Czamanski, and Luis de Ablas, *Identification of industrial clusters and complexes: a comparison of methods and findings*, Urban Studies 16, pp 61-80, 1979

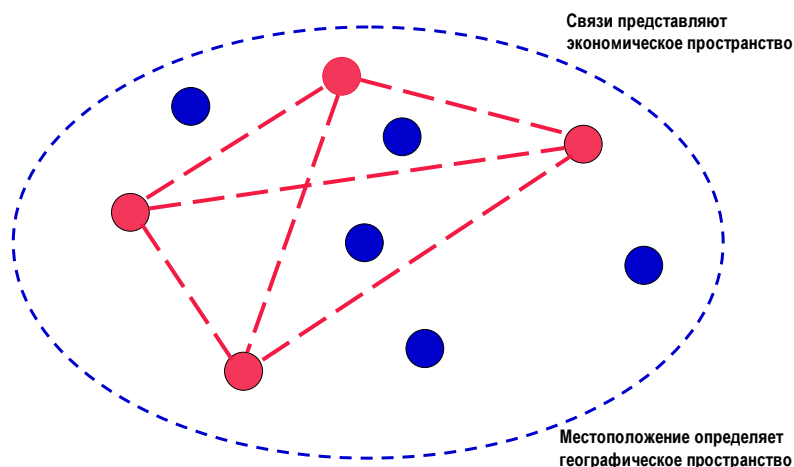
¹⁹ Цит. по Е.М.Бергман and Е.Ж.Фесер, *Industrial and Regional Clusters: Concepts and Comparative Application*, West Virginia University, 2000

²⁰ В том числе российская работа: Л.С.Марков, *Экономические кластеры: понятия и характерные черты*, Доклад на конференции "Актуальные проблемы социально-экономического развития: взгляд молодых ученых", Новосибирск, ноябрь 2004 г.

²¹ Michael E. Porter, *On Competition*, Harvard Business School Press, Boston, MA, 1998

то же время кооперируются

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВА ОТРАСЛЕВОГО КЛАСТЕРА



Источник: Edward Feser, *Regional Clusters: Theoretical Concepts, Analytical Methods & Policy Applications*
15th Annual International Seminar in Economic Geography, Hannover, 9-13 Jan 2006

Таким образом, кластер представляет собой некое структурированное множество организаций, подчиненное условиям *экономической связности* и *географической близости*. В этом смысле можно говорить об экономическом и географическом пространствах кластера.

Самое популярное (можно даже сказать, популистское) определение Портера настолько широко, что лишь обозначает кластер, как *экономический* и *географический* (территориальный) феномен. Географическую концентрацию можно понимать в широких пределах – от района в городе до наднационального региона. Сам Портер в своих работах пользуется этой свободой без ограничений, начиная с того, что в своем фундаментальном труде «Международная конкуренция» рассматривает исключительно *национальные кластеры*. Что касается взаимных связей, то где и у кого их нет? Единственный контрпример – хозяйство Робинзона Крузо на необитаемом острове.

Однако, данное определение обладает и несомненным достоинством – оно настолько общо, что под него можно подвести все или почти все остальные. К числу тех, кто часто цитирует данное определение, относится и сам профессор Портер. Однако от работы к работе он постоянно возвращается к этой теме, изменяя и уточняя определение кластера, в том числе в зависимости от темы работы, ожидаемой читательской аудитории и т.д. Необходимо иметь в виду, что не в стиле Портера *просвещать* свою аудиторию, его стиль – *увлекать и заражать своими идеями*.

Сопоставляя понятие промышленного района, впервые описанного Маршаллом, с широким определением отраслевого кластера Портера, можно отметить следующие различия:

1. Промышленные районы, описанные в литературе от Маршалла до наших дней являются отраслевыми агломерациями *товарного производства*. Отраслевые кластеры согласно определению Портера могут быть найдены в любых отраслях, например, финансовых услуг (Уолл Стрит, Лондонский Сити) или

нематериальных товаров (Голливуд).

2. Промышленные районы принципиально являются экономическими агломерациями, т.е. сосредоточены на ограниченных территориях (диаметром порядка 10-20 км в случае маршаллианских районов и до 30-40 – в случае итальянских). Географическая концентрация кластеров Портера трактуется чрезвычайно вольно, вплоть до выхода за пределы национальных территорий.

Еще одно практическое отличие состоит в том, что в силу генезиса промышленных районов (догоняющая индустриализация периферийных территорий, не попавших в зону первой волны промышленных революций) они, как правило, находятся вне крупных городов (хотя могут быть обнаружены в метрополиях). Для кластеров Портера подобного ограничения не существует.

В каждой отрасли механизм кластеризации обладает своей спецификой. Поэтому в реальности существует примерно столько же моделей отраслевых кластеров, сколько существует отраслей.