

文章编号:1002-980X(2007)08-0021-03

集群环境下区位因子的选择

苏兆国, 史本山, 陶磊

(西南交通大学 经济管理学院, 成都 610031)

摘要: 研究产业集群内区位因子的选择是有意义的。文章首先分析产业集群内区位主体的特征和区位选择动机, 然后采用动态分析的方法, 结合产业集群的发展阶段, 研究集群内区位主体决策选择时区位因子的种类和权重, 探索企业和政府区位决策的研究方向。

关键词: 产业集群; 区位因子; 企业; 公共产品

中图分类号: F270 **文献标志码:** A

1 引言

经济区位(Economic location)是指人类经济活动的空间场所, 是人类经济行为空间选择的表现。一般地, 任何地点(或场所)都赋予自然的或经济的质的规定性, 这种质的规定性在区位论中称为区位条件。对区位主体选择行为产生影响的区位条件, 即影响经济区位选择的因素是区位因子, 通常都以费用成本和收益的形式表现出来。

经济区位研究的内容包括两方面: 一是经济行为的区位选择, 也称布局区位论, 即区位主体已知, 根据区位主体本身固有的特征, 来分析适合该区位主体的可能空间, 然后从中选择最佳区位; 二是空间内经济活动的有机组合, 也称经营区位论, 即区位空间已知, 根据空间的地理特性、经济和社会状况等因素, 来研究区位主体的最佳组合方式和空间形态^[1]。由上分析可见, 区位主体的区位决策与区位因子间的作用关系是经济区位论研究的基本内容。区位选择必然受到区位主体的经济目的和客观因素的影响, 而影响主体区位选择行为的区位因素既可能源自特定地点或空间本身的资源状态, 也可能源自区位选择主体的经济行为, 以及空间的资源状态和经济主体相结合诱发的新的状态。由于区位主体所在具体环境的差异, 三种来源的区位因子对区位主体的决策行为影响程度是不同的。在产业集群内, 与

企业其他经济活动的决策相比, 企业的区位决策在实现企业的经济目标中同样发挥重要的作用。本文采用动态分析的方法, 以产业集群环境下区位主体的区位选择为研究对象, 分析区位主体本身的固有特征, 合理设定区位主体选择行为的动机, 结合产业集群的组织特点研究企业和公共设施空间分布的区位因子和区位因子的权重, 并进一步分析了集群环境下区位研究的可能方向。

2 区位研究的理论回顾

经济区位的研究最早可追溯到 19 世纪初, 德国经济学家杜能从区域地租出发, 探索因为地价不同而引起的农业分带现象, 即“杜能环”, 创立了农业区位论, 奠定了区位论的研究基础。杜能的研究焦点是运费对农业区位选择的影响。杜能之后, 经济学者布林克曼从集约度和经营方式出发研究了农业区位的布局。20 世纪初, 德国经济学家劳恩哈特和韦伯从运输费用角度研究工业区位问题, 重点研究了运输费用、劳动力费用、聚集和共同作用对工业区位选择的导向作用。以杜能和韦伯为代表人物的区位研究具有以下特点: 一是区位选择的动机是追求最小化费用; 二是假设特定地点的需求为常数只考虑费用因子的作用, 不考虑需求因子的作用; 三是忽视区位间的相互依存关系, 只研究单一区位选择问题。

继韦伯之后, 瑞典经济学家帕兰德和美国经济

收稿日期: 2007-03-20

基金项目: 四川省软科学基金(05ZR-025-077)

作者简介: 苏兆国(1974—), 男, 吉林长春人, 西南交通大学经济管理学院博士研究生, 研究方向: 企业经济、数量经济; 史本山(1958—), 男, 河南商丘市人, 西南交通大学经济管理学院教授、博导, 研究方向: 技术经济评价和投资决策、风险管理理论与实证研究; 陶磊(1977—), 男, 安徽合肥人, 西南交通大学经济管理学院博士研究生, 研究方向: 发展经济学、区域经济学。

学家胡佛对市场地域与区位的关系进行了精辟分析,同时也对运费理论做出了巨大的贡献。在某种意义上说,他们从局部开始了需求因子对区位选择行为影响的研究。为了克服区位主体追求最小费用动机这个假定的缺欠和忽略区位间相互依存关系研究区位选择行为所带来的负面影响,费特、郝特林和张伯伦等经济学家将不完全竞争理论引入区位选择研究,研究其他区位选择主体行为对区位决策的影响。在考察需求因子和其他区位选择主体行为对区位决策的影响时,经济学家们假定区位选择主体以能够占领更大的市场地域(销售量)为区位选择动机,占据最大市场地域的地点就是最佳区位,关注的焦点是给定空间条件和市场条件下,区位主体占据的市场区域的大小和形状;另一个焦点是需求因子和其他主体行为对区位选择的影响。但是,如同韦伯忽视了市场地域一样,他们忽视了费用因子的影响。

为了克服区位选择研究中忽视费用因子或需求因子的不足,德国经济学家廖什在《经济区位论》中谈到正确的区位是实现利润最大化的地点。区位选择既要考虑费用因子,也要考虑需求因子,确切的讲是二者的差,需求、价格和区位之间存在着密切的关系。廖什的研究是以不完全竞争和垄断竞争为前提来寻找利润极大化的区位,是比较完善和系统的区位理论。但是廖什的理论也存在缺欠,其缺欠主要在于对空间费用差的考虑不足,最佳区位的决定因素主要考虑了需求因子。

廖什之后的经济学者在前人研究成果的基础上,发展了区位理论,主要是将影响区位主体的区位因子进行了具体化,但是他们的研究并未突破前人的理论框架。

3 集群内区位选择主体的特征

近些年来,经济资源所呈现的集中趋势越来越明显。作为微观经济主体的企业,也不断地向更有利于自身发展的地区移动。这样,在经济发展过程中某些(或某一)产业的资本、劳动力、技术和企业家就集中于某一地区,许多相关企业和机构融合成为一个整体,形成成熟的内部组织,它的成长能力非常强,这就是产业集群(Industrial Cluster)。

1998年,波特给出了产业集群的描述性定义,产业集群是指在某一特定领域中(通常以一个主导产业为核心),大量产业联系密切的企业以及相关支撑机构在空间上集聚,并形成强劲、持续竞争优势的

现象^[2]。具体地说,产业集群内的经济活动主体包括生产最终产品或服务的企业,生产配件的企业,生产相关机械的企业,提供产业内服务的企业,以及在专业知识和技能方面能够产生支持作用的机构,如大学、研究机构、咨询中心、培训中心等。因此,集群内区位选择主体可分为两类:一类是从事直接生产活动的企业,因经济关系的不同,这些企业之间建立了纵向的合作关系(上下游企业)与横向的竞争关系(生产同类产品的企业);另一类是为从事生产活动企业提供支持的政府控制的公共事业管理部门,包括公共设施建设管理部门和科研机构(大学)。

3.1 集群环境下企业的特征

经济学中,关于人类经济行为的一个基本假定是理性经济行为的假定。理性的经济行为是说,经济行为的决策主体在做一项经济决策时,总是深思熟虑的对各种可能的抉择权衡比较,最终选择能够使他消耗给定的劳动和金钱,带来最大限度收益的方案。所以理性的行为通常表述为“产生最优化的行为”^[3]。

企业区位选择也是一种理性的行为,希望获得一个使经济收益能够最大化的地点。随着对经济活动认识的加深,经济学者对企业区位选择动机的假定经历了从最小化费用假设,到占领更大市场地域(最大销售量)假设,最终锁定在最大化利润假设的过程。企业区位研究者对区位主体选择动机的认识过程,与对区位因子认识和选择的过程是同步进行的。在这里,我们假定企业区位选择的动机为追求利润最大化。

根据钱志新等人的研究,集群内的企业由于地理上的接近,企业间交流的非编码化信息数量的增多,使得企业间可以共享大量生产和市场信息^[4]。因此,我们假定集群内的企业,作为独立决策的经济体是完全信息的。

共享信息量的增加降低了企业间的交易成本,促使生产过程中物质资料的交换更多的通过外部市场交易而不是企业部门间的协作来完成,企业间的联系得以加强,区位选择对其他企业行为的依赖性凸现出来。对于同一价值链中的上下游企业,上游企业为下游企业提供生产对象,是下游企业生产投入来源,上游企业市场行为将影响到下游企业的费用组成;下游企业是上游企业产品的消费群,构成上游企业的销售市场,下游企业行为将左右上游企业的收益组合。

同样,横向企业间由于信息沟通更便捷,企业间

对恶性竞争带来的后果容易达成共识,因此横向企业间容易达成共赢的协作关系,减少对双方都不利的恶性竞争。结果,横向企业间在选址方面的博弈关系将发生变化。

3.2 集群环境下政府的特征

在产业集群的产生和发展过程中起主导作用的是市场而不是政府,然而政府作为超经济组织,是区域经济发展的主要组织者,它能够解决产业集群发展中依靠市场本身难以解决的一些问题。尤其是,政府在优化产业集群的软硬件环境方面发挥重要的作用。政府通过借鉴发达国家的经验和做法,积极制定促进产业集群的法律法规、产权保护、融资、财税、劳动力供给、可持续发展等公共政策,发展中介组织和行业协会,为集群内企业提供充分的信息传递、技术咨询、创业指导等服务,引导企业与外界的合作与交流;加强交通、通讯等基础设施建设,推进产业园区建设,改善投资环境,从而营造出有利于产业集群成长的基础环境。集群内通常由政府提供公共产品,按照福利经济学理论假定政府的区位选择动机是集群整体利润最大化或整体福利实现帕累托最优是合理的^[5]。

政府是企业所需的公共设施和公共政策的提供方,企业是政府所提供的公共产品的需求方。由于公共产品具有消费上的非排他性和非竞争性,因此公共产品消费对企业区位选择行为的影响不同于非公共物品消费的影响。

4 产业集群内区位因子的分析

4.1 区位因子的种类

在《工业区位论》中韦伯把影响企业区位的经济因素分为区域因素和集聚因素^[6]。通过对区位论和集群研究已有成果的分析,我们把影响区位选择的主要区位因子分为三类:一是区域因子,是指区位或空间所特有的资源状态,成为影响企业生产的因素,它包括经济和非经济条件,如运输费用、劳动力成本、市场需求、地区政策、政治制度、文化习俗和自然环境等。二是集聚因子,它是指许多企业在地理上的邻近而具有的经济效应,是单个企业孤立地在某个区位生产所无法获得的优势,包括专业化分工、交易成本的节约、企业之间以及企业与大学、研究机构的合作、信息共享、知识和技术的扩散等。三是创新因子,包括本地化创新环境和协同创新。创新的形成和延续是建立在区域因子和集聚因子之上的(图1),“创新环境”学派认为创新是一种区域特征,强

调本地化因素对创新有影响作用,“创新系统”学派在承认本地化因素对创新的作用外,更强调区位选择主体在地理上集中的区域有利于创新^[7]。

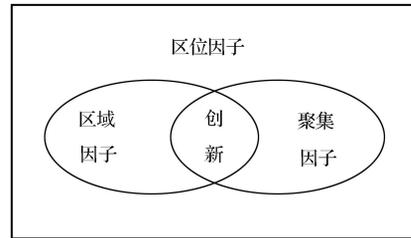


图1 区位因子的分类

4.2 集群环境下区位因子的确定

产业集群和其它任何事物一样,也要经历一个从产生到成熟的过程。产业集群的不同发展阶段为集群内的区位主体提供了不同的外界环境,区位因子对区位选择行为产生不同的影响程度(图2)。根据集群内部企业间地理关系和生产活动密切程度的变化,产业集群可分为基础阶段和成熟阶段^[8]。在基础阶段,企业和辅助机构主要表现为地理上的集中和接近,即产业的集聚,企业或辅助机构之间还未建立密切的协作关系,因此区域因子作用凸出,运输成本、劳动力成本等费用条件是影响区位选择的主要因素,集聚因子和创新因子的影响作用不强。随着经济主体间经济联系的逐渐增多,企业及其辅助机构之间建立了密切的生产活动关系,企业在地理上的集聚变成了类似于生物有机体的产业群落,产业集群进入了成熟阶段。在成熟阶段,企业间的收益和成本的变化既受到运输成本和劳动成本等费用条件的影响,专业化分工、交易费用和合作网络等集聚因素的影响也得到加强,并且随着企业创新活动的活跃,本地化的创新环境和协同创新对区位选择影响作用凸现出来。

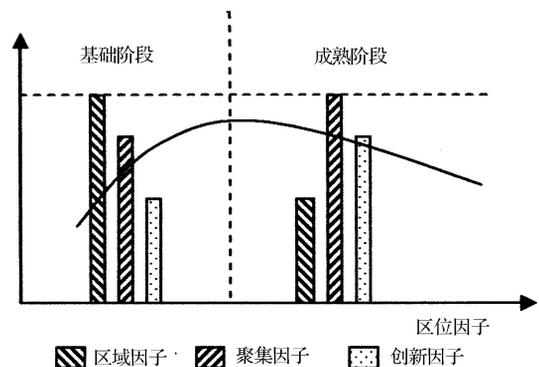


图2 集群环境下区位因子的组成

(下转第 85 页)

单独的电子商务专业课程,而是通过把电子商务的主要内容融合到每门学科中以提供电子商务教育。

参考文献

- [1] ABIHOLLAH REZAEI. Electronic Commerce Education: Analysis of Existing Courses[J]. the Accounting Educators' Journal, 2005(6):1-24.
- [2] RICHARD JOSEPH. Raising the Standard of Management Education for Electronic Commerce Professionals[J]. Prometheus, 2002, 20(2):119-130.

- [3] HELEN MOSHKOVICH, ALEXANDER MECHITOV. Infusion of Electronic Commerce into the Information System Curriculum[J]. Journal of Computer Information Systems, 2005(8):1-8.
- [4] 刘宝存. 加州大学伯克利分校的本科主教育[J]. 中国大学教学, 2005(10):50-56.
- [5] HARLAN L., KATHY H. E-business Education at AACSB-Affiliated Business Schools: a Survey of Programs and Curricula[J]. Journal of Education for Business, 2001(7):33-36

The Study of Electronic Commerce Education in America

YANG Jing, ZHANG Qing-liang

(Anhui University of Finance and Economics, Bengbu Anhui 233041, China)

Abstract: While electronic commerce education and training in university are drastically developing, many people have expressed concern over them. So many experts and scholars at home and abroad have conducted lots of researches and have received many helpful results. The paper summarized these studies American scholars carried out. The author hopes that it can provide readers with a whole view for American EC education and do a favor for people who are interested in the EC education and instructors in universities.

Key words: electronic commerce education; syllabi; electronic commerce course

(上接第 23 页)

5 结论

在对集群内经济主体的区位选择行为进行研究时,建议应考虑以下内容:

产业集群的发展阶段和产业集群的结构特征; 区位因子的类型和数量; 区位因子影响区位主体决策时的权重。

在产业集群的基础阶段,研究区位选择行为主要考虑区域因子的影响,借鉴前人的研究结论就能解释区位选择行为。在产业集群的成熟阶段,除了考虑区域因子的作用,还必须考虑集聚因子和创新因子对区位选择的影响。企业最终的区位选择是在三种因子共同作用下权衡费用和收益后的结果。在成熟的产业集群内,上下游企业的特征、同类竞争对手的行为都会影响企业的区位选择。根据产业集群的特征,对下面三种前提条件下的企业和公共产品区位选择进行研究是有意义的。其一,资源(上游企

业)均匀分布和资源非均匀分布对厂商区位选择的影响;其二,消费者(下游企业)均匀分布和消费者非均匀分布对厂商区位选择的影响;其三,公共产品在集群环境下的区位选择。

参考文献

- [1] 张文忠. 经济区位论[M]. 北京:科学出版社,2000.
- [2] PORTER M E. Clusters and the New Economics of Competition[J]. Harvard Business Review, 1998:77-90.
- [3] 高鸿业. 西方经济学(微观部分)[M]. 北京:中国人民大学出版社,2001.
- [4] 钱志新. 产业集群的理论与实践——基于中国区域经济发展的实证研究[M]. 北京:中国财政经济出版社,2004.
- [5] 徐梅. 当代西方区位选择理论研究的新进展[J]. 贵州财经学院学报,2004(5):71-75.
- [6] 韦伯. 工业区位论[M]. 北京:商务印书馆,1997.
- [7] 童旭红. 企业区位决策因素分析[J]. 现代企业,2004(11):11-12.
- [8] 王 2. 论集群经济的阶段性演进[J]. 学术研究,2002(7):5-9.

The Choice of Location Factors in Industry Cluster

SU Zhao-guo, SHI Ben-shan, TAO Lei

(School of Economics and Management, Southwest Jiaotong University, Chengdu 610031, China)

Abstract: It is important to study the location factors in industry cluster. It firstly analysis the body's characters and choice motive of location decision. Then, using dynamics analysis method, combine the development stages of industry cluster, it research the kinds of location factor and their power in decision, explore the impossible directions when we study firms and governments make location decisions in industry cluster.

Key words: industry cluster; location factor; firms; public goods