

УДК 91:338.45:687(5)

Швейная промышленность Азии на современном этапе: географические особенности развития и главные ареалы концентрации

В. В. Акимова^{1,2}, М. А. Купцова¹

¹ Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Российская Федерация, 119991, Москва, Ленинские горы, 1

² Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Российская Федерация, 119571, Москва, пр. Вернадского, 82

Для цитирования: Акимова, В. В., Купцова, М. А. (2022). Швейная промышленность Азии на современном этапе: географические особенности развития и главные ареалы концентрации. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Науки о Земле*, 67 (3), 386–408. <https://doi.org/10.21638/spbu07.2022.301>

Швейный сектор играет одну из ведущих ролей в экономике развивающихся стран Азии, на которые приходится три четверти мирового экспорта одежды. Исторически с производства одежды начиналась экспортно ориентированная индустриализация ряда азиатских государств (Японии, Республики Корея и т. д.). Сегодня, по мере того как новые страны встают на этот путь, расширяется география швейной промышленности, удлиняются цепочки поставок крупнейших фирм за счет включения в них новых производственных центров азиатского региона. Статья посвящена комплексному анализу территориальной организации швейной промышленности в азиатском регионе. Рассматривается динамика современных экономических показателей отрасли в регионе на национальном уровне, обозначаются ключевые тенденции в ее развитии. Выявляются параметры поиска поставщиков ведущими фирмами в сочетании с факторами размещения швейной промышленности, объясняется их влияние на формирование территориального паттерна отрасли. В рамках перехода на региональный уровень на основе обширной базы данных расположения производственных мощностей ведущих фирм отрасли (созданной в результате процессов геокодирования) проводится выявление, качественный и количественный анализ ареалов концентрации швейной промышленности. Всего выделены 14 ареалов экспортно ориентированной швейной промышленности Азии, которые объединены в три типа: на основе их продуктовой и технологической специализации, размера и структуры собственности предприятий, развития обратных связей с текстильным сектором. Было выявлено, что на современном этапе территориального развития отрасли сохраняется тенденция «дрейфа» швейного производства как на уровне национальных экономик (в другие страны), так и на региональном уровне (из крупных центров во внутренние районы стран), однако

отдача от модели постоянного поиска новых производственных площадок в странах с более дешевой рабочей силой, как и само значение этого фактора, снижаются.

Ключевые слова: швейная промышленность, производственная цепочка одежды, пошив одежды, глобальные цепочки стоимости, глобальные производственные сети, ареалы концентрации, Азия.

1. Введение

Швейная промышленность является одной из важнейших составляющих жизнеобеспечивающего промышленного комплекса. Исторически инновации в отрасли, такие как, например, появление ткацкого станка, были катализатором масштабных изменений в мировой хозяйственной деятельности. Именно со швейной промышленности в XX в. началась экспортно ориентированная индустриализация азиатских стран. Япония в 1950-х и 1960-х годах, Гонконг, Республика Корея и Тайвань в 1970-х и 1980-х годах, Китай в 1990-х годах последовательно становились крупными экспортерами текстиля и одежды. По мере роста затрат на рабочую силу они переходили от трудоемкого производства к более капиталоемким видам деятельности. Сегодня для швейной промышленности характерна высокая географическая фрагментация производства в сочетании с пространственной концентрацией: большая часть трансграничного производства сосредоточена в ограниченном количестве специализированных кластеров в Азии. Швейная промышленность способствует созданию значительного числа рабочих мест, экономическому росту и повышению инвестиционной привлекательности региона. Швейный сектор играет ключевую роль в экономике стран Азии, ответственных за три четверти мирового экспорта одежды (UN Comtrade, 2019). По оценкам Международной организации труда (МОТ), 75% работников в мире, занятых в швейной отрасли, приходится на долю азиатских стран¹ (Нунн, 2016). В современной экономической географии динамичное развитие отрасли в регионе освещается лишь как одна из общемировых тенденций, чаще всего в рамках экономического анализа. Цель работы заключается в проведении географического исследования особенностей развития швейной промышленности Азии, выявлении основных центров производства одежды, объединяемых в ареалы развития отрасли.

2. Современные экономико-географические тенденции в швейной промышленности Азии

2.1. Теоретические подходы к изучению производства одежды в мире

К началу третьего десятилетия XXI в. швейная промышленность стала одной из самых глобализированных отраслей мирового хозяйства. Постоянное географическое перераспределение торговых потоков поддерживается фрагментацией производственного процесса и усиливается торговыми соглашениями. С одной стороны, среди развитых стран наблюдается постоянное, хотя и неравномерное снижение доли швейного сектора в структуре занятости, объеме производства и торговле. С другой стороны, в развивающихся странах отрасль стала основным

¹ В статистике МОТ учтены страны Восточной, Юго-Восточной и Южной Азии.

источником занятости и генератором валютных поступлений (Bair and Gereffi, 2001). Исследования швейной промышленности развитых стран касаются роста импорта одежды (Chi and Kilduff, 2010; Lee et al., 2013) и сокращения внутреннего производства и занятости в отрасли (Brauer, 2008; Greta and Lewandowski, 2010; Hodges and Karpova, 2006). Параллельно возникает ряд работ по изучению возрастающей роли государств Восточной и Юго-Восточной Азии, прежде всего Китая, в мировой торговле продукцией текстильной и швейной промышленности (ТШП) (Zhang and Hathcote, 2008 и пр.) Однако в странах Западной Европы, где индустриализация на базе ТШП была запущена несколько столетий назад, и в Азии, где она началась по принципу «догоняющего развития» с середины XX в., модели формирования и пространственной организации отрасли принципиально различаются. Это обуславливает применение разных теоретических концепций в экономико-географических исследованиях.

В европейских странах получил распространение анализ территориальной структуры швейной промышленности на локальном уровне через процессы генерации инноваций и перетоков знания. Изучая ТШП Северной Италии, Беккатини и его коллеги продолжили разрабатывать идеи Маршалла о промышленных районах (плотной концентрации взаимозависимых малых и средних предприятий (МСП) одного сектора, глубоко укорененных в местном социокультурном контексте) (Becattini et al., 2003). Промышленные районы функционируют за счет экономии на масштабе в результате высокой степени специализации, внешней экономии при наличии общей инфраструктуры и наличия специальных навыков. В совокупности эти локально сконцентрированные группы фирм и учреждений создают основу конкурентоспособности местной ТШП на региональных или глобальных рынках.

В свете усиливающихся процессов интернационализации и вывода производственных операций на аутсорсинг ключевое значение приобретает место промышленного района/кластера в глобальной производственной цепочке одежды (Humphrey and Schmitz, 2002). Если в естественно формирующихся районах Беккатини² инновации генерируются в сфере дизайна одежды, то для целенаправленно созданных в азиатских странах кластеров, специализирующихся на трудоемких этапах производства, инновации означают технологические изменения, которые ускоряют и оптимизируют производственный процесс (Dicken, 2004). Для анализа развития данного сектора в азиатских странах ряд авторов во главе с Г. Джереффи использовали концепцию производственной (*commodity chain*) цепочки (позднее — цепочки добавленной стоимости (ЦДС)). Метафора цепочки акцентирует внимание на последовательных и взаимосвязанных структурах экономической деятельности, где каждое звено добавляет ценность конечному товару или услуге. Джереффи утверждал, что успех экспортно ориентированной индустриализации восточноазиатских государств объясняется способностью местных фирм «подниматься по цепочке стоимости» от выполнения простейших производственных операций до сложных многофазовых производств, получая в процессе все боль-

² Итальянский экономист Дж. Беккатини оптимизировал концепцию индустриальных районов и выделил районы концентрации малых и средних предприятий одной специализации, ключевую роль во взаимодействии которых играет социокультурный фактор (родственные связи предпринимателей и руководителей фирм). Позднее такие районы стали называть «районами Беккатини».

шую добавленную стоимость (Gereffi et al., 2005). Этот процесс автор определил как *промышленная модернизация (industrial upgrading)* — «повышение способности фирмы или экономики к переходу в более прибыльную и/или технологически сложную нишу, требующую больших капиталовложений и компетенций». Промышленная модернизация происходит путем организационного обучения местных фирм у иностранных компаний-заказчиков, которые становятся для производителей одежды основным источником не только первичных ресурсов, но и знаний (табл. 1). В цепочке создания стоимости одежды выделяется четыре основных этапа функциональной промышленной модернизации.

Таблица 1. Характеристика типов промышленной модернизации

Типы промышленной модернизации	Суть процесса модернизации
Функциональная модернизация	Производители одежды расширяют сферу деятельности до сегментов производственно-сбытовой цепочки с более высокой добавленной стоимостью по схеме: <i>CMT</i> → <i>OEM</i> → <i>ODM</i> → <i>OBM</i> → <i>ведущая фирма</i>
Интеграция в ЦДС	Установление обратных производственных связей в цепочке поставок: <i>одежда</i> → <i>текстиль</i> → <i>волокно</i> → <i>швейное оборудование</i>
Диверсификация рынков сбыта	Приобретение новых навыков в связи с обслуживанием новых покупателей или новых рынков
Совершенствование технологии производства	Снижение издержек производства за счет повышения производительности и гибкости достигается инвестициями в оборудование или логистику
Совершенствование продукта	Переход на более технологически сложную продукцию либо диверсификация номенклатуры

Источник: (Cattaneo et. al, 2010).

1. *Сборка/CMT (cut-make-trim)* — базовый этап, на котором на швейных фабриках готовая ткань преобразуется в одежду. Заказчик предоставляет производителю ткань вместе с подробными производственными спецификациями.

2. *Original equipment manufacturing (OEM)* — фирма берет на себя ответственность за все производственные операции, включая организацию логистики и финансирование закупок необходимого сырья, CMT, упаковку и доставку конечного продукта покупателю.

3. *Original design manufacturing (ODM)* — это бизнес-модель, которая включает дизайн одежды в дополнение к производству. Производитель полностью замыкает цепочку стоимости одежды, выполняя дизайн продукта, подбор и закупку материалов, изготовление, упаковку и распространение продукта среди конечных потребителей.

4. *Original brand manufacturing (OBM)* — фирма переходит к продаже продукции под собственным брендом, как правило, на внутреннем рынке (Cattaneo et al., 2010).

Растущая роль азиатских стран в глобальных производственных цепочках одежды обуславливается факторами, связанными с характером производственных процессов швейной промышленности. Производство одежды остается последовательностью связанных машинно-ручных операций, которые по определению являются трудоемкими, однако требуют относительно низкой квалификации рабочей силы. При низких барьерах для выхода на рынок одежды сохраняется высокий уровень конкуренции. Развивающиеся страны входят в нижние сегменты ЦДС благодаря таким преимуществам, как дешевая рабочая сила и выгодные заключенные торговые соглашения. По мере перехода на более высокие сегменты ЦДС первостепенными становятся другие факторы. К ним относятся наличие локальных и региональных производителей текстиля и одежды; при модернизации до ОВМ — приверженность/заинтересованность в росте отрасли со стороны как государственного, так и частного секторов для создания национального бренда (Whalley, 2006).

Внедряя в анализ элементы акторно-сетевой теории, Н. Коу, П. Диккен, Д. Хендерсон, М. Хесс вводят понятие «глобальных производственных сетей» (ГПС), которое концептуализирует глобальные, региональные и местные экономические и социальные аспекты процессов экономической глобализации. ГПС подчеркивает сложность сетей фирм и институтов, вовлеченных в глобальную экономическую деятельность, их организационную и территориальную структуру. ГПС состоит из различных иерархических уровней — от ведущих фирм до множества мелких специализированных сетевых поставщиков (Henderson et al., 2002). С точки зрения ведущих фирм распространен метод изучения кейсов отдельных компаний модной индустрии, таких как Zara (2008, 2015), WalMart (2007), Burberry (2012) и Gucci (2013). Так, в статьях Н. Токатли автор рассматривает цепочки поставок транснациональных компаний (ТНК) в рамках экономической географии и сравнивает бизнес-модели (например, Uniqlo и Zara) в традициях культурной социологии.

На первый взгляд географическая концентрация фирм смежных отраслей или в пределах нескольких крупных интегрированных фирм противоречит логике глобальной цепочки добавленной стоимости. Но концепция глобальных производственных сетей подчеркивает взаимосвязь между глобальными производственно-сбытовыми цепочками и локализованными полюсами роста. В исследовании производственной цепочки одежды Nike, по большей части сконцентрированной в Азии, показано, как компания развивает субподрядные связи, привлекая местных поставщиков ресурсов для производства одежды и обуви, и тем самым способствует включению локальных компетенций в ГПС (Donaghu and Barff, 1990). По мере установления производственных связей фирмы ТШП концентрируются и формируют ареалы развития отрасли, отображающие глобальные производственные сети в локальном режиме. В настоящем исследовании выявление ареалов развития ТШП производится путем совокупного анализа паттерна развития ГПС крупнейших фирм отрасли как главных заказчиков, на которых ориентировано экспортное производство одежды азиатских стран.

2.2. Ключевые тенденции и факторы развития швейной промышленности в Азии на современном этапе

С начала XXI в. пространственная организация швейной промышленности менялась прежде всего под влиянием институционального фактора. В 1995 г. соглашение по международной торговле текстилем (МФА) от 1974 г. было поэтапно отменено для всех стран-членов недавно созданной Всемирной торговой организации (Nordås, 2004). Хотя квоты полностью были ликвидированы к 2009 г., швейная промышленность остается одной из самых регулируемых³ отраслей мировой торговли. В современных условиях для экспортеров одежды возрастает значение неквотированных рынков — прежде всего азиатских стран. В 2009 г. объем внутриазиатской торговли одеждой составил четверть общемирового по сравнению с 12 % в 1996 г. (UN Comtrade, 2013). Некоторые из наиболее крупных экспортеров, такие как Китай и Индия, переориентируют производство с экспортных рынков на крупные внутренние и близлежащие региональные рынки. Эти в значительной степени неосвоенные местные рынки часто предоставляют больше возможностей — от функциональной модернизации до разработки собственных брендов. Таким образом, производственные и торговые сети в цепочке поставок одежды все больше концентрируются в Азии.

Основной массив швейных производств в регионе работает на внешние рынки. Сравним азиатские страны по стоимостным показателям экспортной торговли одеждой. Безусловным лидером является Китай — на него приходится 34 % мировой экспортной торговли одеждой, однако с 2014 г. его доля непрерывно снижается (UN Comtrade, 2019). Из-за роста производственных затрат, прежде всего стоимости рабочей силы, Китай уже не является наиболее конкурентоспособным производителем одежды. Место Китая в нижнем сегменте ЦДС одежды заняли следующие по объему экспорта Вьетнам и Бангладеш (28 и 33 млрд долл. США) (рис. 1). Наряду с другими странами Южной и Юго-Восточной Азии они представляют ключевые направления для инвестиций ведущих фирм в рамках стратегии «Китай плюс один»⁴ (Le et al., 2019).

Одним из крупнейших экспортеров одежды на 2019 г. с общим объемом в 22 млрд долл. является Индия. По мере того как Китай и Индия развивают свои возможности вертикальной интеграции в сфере производства одежды, их зависимость от экспорта снижается, поскольку процессы модернизации способствуют промышленной диверсификации. Доля одежды в общем экспорте Китая и Индии — не более 7 % (рис. 1). Относительное значение швейной продукции для внешнеторгового оборота азиатских государств сильно различается. В Бангладеш одежда — главная экспортная статья (три четверти торгового потока), в Камбодже — почти 60%. В значительной степени от экспорта продукции швейного сектора зависят Шри-Ланка и Мьянма (37, 31 и 28 % соответственно) (UN Comtrade, 2019). Во всех других странах доля швейной

³ Ключевыми инструментами выступают: а) региональные и двусторонние торговые соглашения (преференциальный доступ «наименее развитых стран» на рынки ЕС); б) Всеобщая система преференций (GSP, Generalized system of preferences), которая предусматривает снижение тарифов на импорт некоторых видов продукции, в том числе одежды (Fukunishi et al., 2013).

⁴ China Plus One — это стратегия ТНК, позволяющая избежать инвестиций исключительно в Китай и, как следствие, чрезмерной концентрации деловых интересов в Китае; расширять бизнес в других странах из соображений стоимости, безопасности или долгосрочной стабильности.

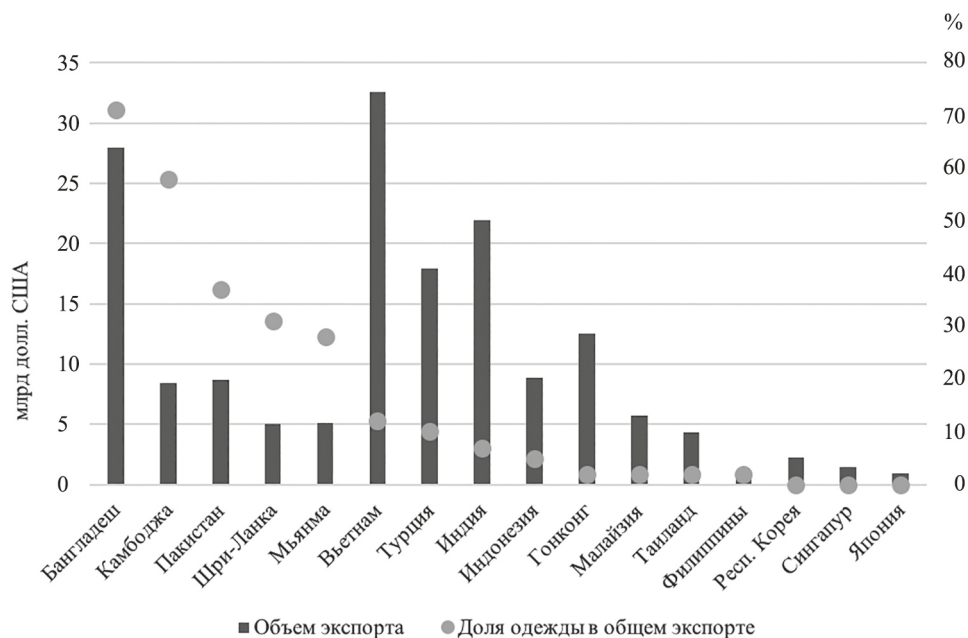


Рис. 1. Соотношение объемов экспортной торговли одеждой и доли швейного сектора во внешней торговле азиатских стран (без Китая). Рассчитано авторами по данным UN Comtrade

продукции в общем экспорте составляет 12 % или ниже, что отражает их недавний вход в ЦДС (например, Лаос) либо более диверсифицированную промышленную базу (восточноазиатские новые индустриальные страны (НИС) «первой» волны — Гонконг, Тайвань, Республика Корея). Швейные фабрики стран Восточной и Юго-Восточной Азии интегрированы в ГПС через компании-посредники Большого Китая⁵, Республики Кореи, Малайзии (Cattaneo et al., 2010).

После отмены квот MFA общий объем производства одежды увеличился за счет более эффективного распределения производства между странами, что привело к снижению цен на одежду и усилению ценовой конкуренции. Страны, вошедшие в ЦДС одежды благодаря наличию неиспользованных квот, столкнулись с конкуренцией со стороны тех, кто ранее этими квотами был ограничен (прежде всего, Китая) (Lopez-Acevedo and Robertson, 2012). По мере того как разрыв в оплате труда между странами сокращается, снижается отдача от модели постоянного поиска новых производственных площадок в странах с более дешевой рабочей силой. Согласно опросу McKinsey⁶, на 2019 г. только 20 % ведущих фирм модной индустрии определяют изменение страны поставок как приоритетное направление развития (с 2015 г. их доля стабильно снижалась). Вместо этого эффективность производственных процессов и устойчивость поставок (соблюдения трудовых и экологиче-

⁵ Термин «Большой Китай» относится ко всем территориям, которыми управляет КНР (материковый Китай, Гонконг и Макао), и территориям, которые контролируются КНР (прежде всего, Тайвань).

⁶ McKinsey Apparel CPO Survey — ежегодное исследование трендов развития швейной отрасли, проводимое путем опроса ведущих фирм США и ЕС (в 2019 г. приняли участие 63 директора разных фирм по закупкам на общую стоимость более 137 млрд долл. США).

ских норм) стали наиболее важными факторами, влияющими на стратегии поиска поставщиков. Для обеспечения большей скорости и гибкости, повышения устойчивости поставок требуется более тесное взаимодействие с ограниченным количеством поставщиков. Это ведет к консолидации базы поставок и в совокупности с расширением набора функций, требуемых от поставщиков, повышает входные барьеры для предприятий швейного сектора (McKinsey, 2019).

В условиях усиления ценовой конкуренции в мировой индустрии одежды, сокращения сроков поставок и повышения требований со стороны покупателей важнейшее значение приобрела **материально-техническая и административная инфраструктура** и развитие **обратных связей** с поставщиками волокна и тканей. Как правило, обратные связи более развиты в трикотажном сегменте, чем в тканом, из-за более высокой капиталоемкости производства тканых материалов. Индия имеет крупные текстильные производства и полностью обеспечивает швейные фабрики сырьем. Наоборот, швейный сектор Камбоджи, Вьетнама и Шри-Ланки характеризуется слабыми внутренними обратными связями: они импортируют более 90, 75 и 65 % материалов для производства одежды соответственно (Le et al., 2019). Поскольку развитие ткачества напрямую определяет международную конкурентоспособность швейного сектора, далее текстильная и швейная промышленность будут рассматриваться в комплексе.

Таким образом, основными факторами, которые способствовали глобализации мировой швейной промышленности, являются: потеря сравнительных преимуществ развитых стран вследствие трудоемкости процесса производства одежды; поиск производственных площадок с более низкими затратами на рабочую силу; резкое снижение транспортных и коммуникационных издержек, а также таможенно-тарифное регулирование отрасли. На конец второго десятилетия XXI в. критерии поиска поставщиков ведущими фирмами, а значит, и факторы формирования производственных сетей изменились в пользу эффективности, производительности, устойчивости и внедрения инноваций. Рыночные тенденции показывают регионализацию производственной цепочки одежды в Азии, сдвиги в потребительском спросе, а также возрастание международной конкуренции.

3. Ареалы концентрации швейной промышленности

В современной ТШП международная конкуренция смещается с уровня стран на уровень локализованных промышленных центров, в которых наблюдается укрепление кооперационных связей и усиление производственной специализации. По мере развития и трансформации эти центры образуют ареалы развития отрасли, выходя за пределы локальных территорий. В настоящей работе ареал определяется как «качественно внутренне однородная часть территории, в пределах которой проявляются явления и процессы, не наблюдаемые на сопряженных территориях» (Human geography..., 2013). Промышленные центры, выделенные на основе синтеза данных о поставщиках крупнейших фирм отрасли, объединяются в ареалы концентрации — совокупности расположенных на конкретной территории предприятий швейной промышленности в азиатском регионе. Между фирмами промышленных центров в пределах ареалов установлены производственные связи в форме потоков сырья, материалов и готовой продукции, а также сервисных услуг

и информации. Ареалы концентрации фирм швейного сектора отображают развитие ГПС в локальном режиме, их выделение и характеристика позволяют выявить региональную иерархию в производственной цепочке одежды.

Одна из основных гипотез подхода ГПС заключается в том, что для развития экспортно ориентированного производства требуется интеграция с «ведущими фирмами» отрасли. В швейной промышленности это крупные ритейлеры, выводящие производственные операции на аутсорсинг поставщикам в азиатские страны. В результате формируется территориальный паттерн, выявить который можно, нанеся на карту данные фабрик-партнеров крупнейших фирм отрасли. Согласно отчету по индексу прозрачности в сфере моды Fashion Transparency Index 2020⁷, из 250 крупнейших компаний 40% публикуют информацию о своих поставщиках первого уровня, 24% включают сведения об обрабатывающих производствах и только 7% — о поставщиках исходных материалов (сырья для производства). В настоящем исследовании были использованы все имеющиеся данные выбранных компаний.

3.1. Методика выделения ареалов

Для начала были выгружены данные с официальных корпоративных информационных сайтов компаний и отфильтрованы в MS Excel. Затем была проведена процедура автоматизированного прямого геокодирования — назначения адресам фабрик географических координат с помощью соответствующих инструментов в геоинформационных системах⁸. Далее получившиеся визуальные данные были агрегированы в зоны концентрации (радиусом не более 100 км) и настроено их отображение в зависимости от числа фабрик в получившихся зонах⁹. Наконец, данные различных компаний и наиболее выраженные промышленные центры были объединены в ареалы развития отрасли — совокупности расположенных на конкретной территории предприятий швейной промышленности в азиатском регионе. Всего были проанализированы порядка 3 тыс. производств пяти ведущих фирм отрасли — Nike, Fast Retailing, VFcorporation, Adidas, H&M — крупнейших по объемам продаж компаний, выпускающих одежду сегмента масс-маркет. Было подтверждено, что, несмотря на различные характеристики компаний — от ценового сегмента продукции до стратегии закупок, пространственная организация их производственных сетей во многом повторяется, так как поставщики располагаются в ограниченном кругу промышленных центров. Под действием интенсификации производственных связей такие центры объединяются в ареалы развития ТПП. Именно за счет этих ареалов национальные и региональные экономики включены в глобальные производственные сети швейной промышленности.

Всего в работе были выделены 14 ареалов концентрации экспортно ориентированной швейной промышленности Азии (рис. 2). Территории, не охваченные ареалами, отличаются низкой концентрацией швейных производств либо вследствие

⁷ Fashion Transparency Index оценивает 250 крупнейших мировых модных брендов в зависимости от доступности и объема информации о поставщиках, проводимой ими социальной и экологической политики. Публикуется ежегодно некоммерческой организацией Fashion Revolution, выступающей за ответственное потребление в сфере моды.

⁸ В данном случае применялся модуль MMQGIS.

⁹ Для этого был специально написан программный код на языке программирования Python.

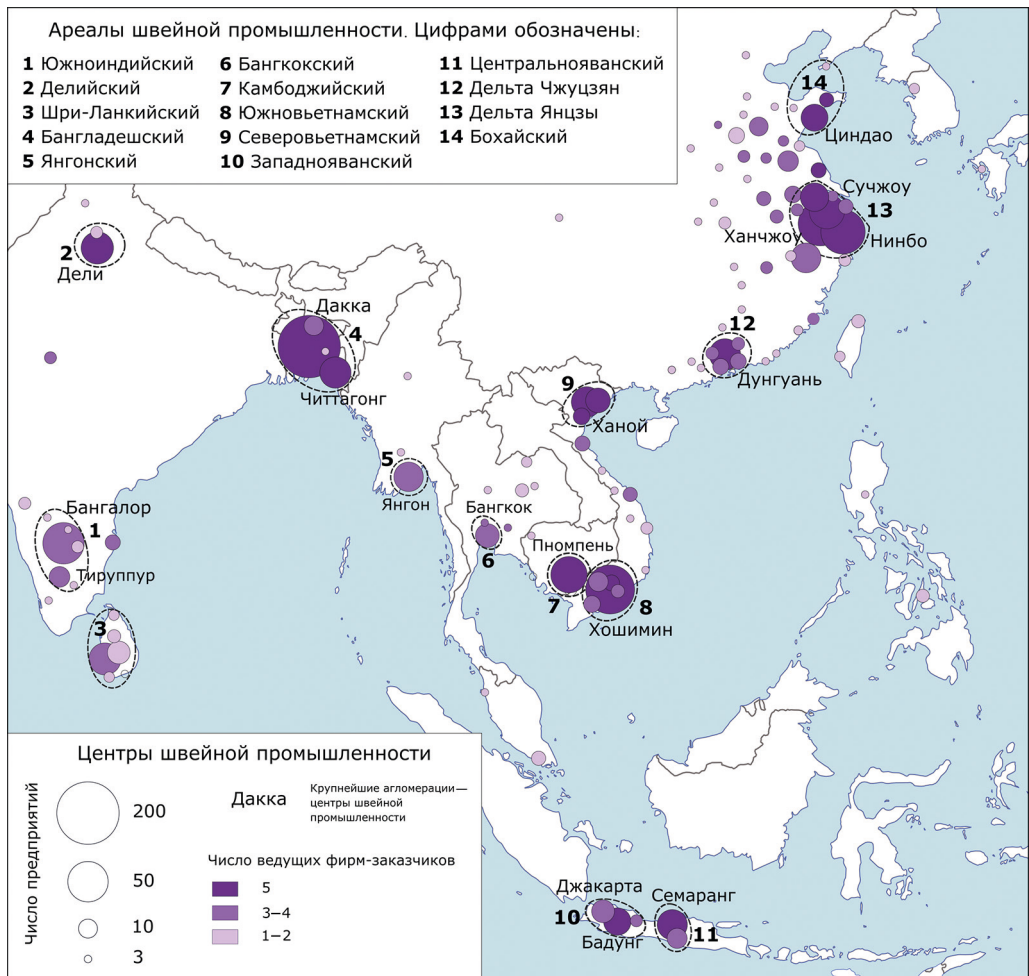


Рис. 2. Ареалы концентрации швейной промышленности в Азии. Составлено авторами

общего низкого развития ТШП или ориентации отрасли на внутренний рынок, либо, наоборот, из-за замещения швейных фабрик высокотехнологичными производствами материалов. Во всех крупных ареалах швейной промышленности развиваются мультинаправленные производственные связи: с поставщиками из них сотрудничают минимум четыре из пяти рассмотренных ведущих фирм. Тем не менее каждый ареал обладает своей спецификой, сформированной под влиянием географических, социальных, экономических, институциональных и культурно-исторических факторов, и вносит свой уникальный вклад в развитие мировой ТШП.

3.2. Характеристика выделенных ареалов

По совокупности проанализированных в работе данных выделенные ареалы можно дифференцировать по ряду параметров: продуктовой и технологической специализации, размеру и структуре собственности предприятий, развитию об-

ратных связей с текстильным сектором (табл. 2). Большинство ареалов включают фабрики по производству всех типов одежды, однако есть случаи ярко выраженной специализации, например Шри-Ланкийский ареал, специализируется на пошиве одежды из трикотажа. С точки зрения интеграции в ЦДС одежды фабрики некоторых ареалов (Янгонского или Камбоджийского) ограничены базовыми швейными операциями, материалы для пошива одежды изготавливаются в Дельте Чжуцзян или Дельте Янцзы.

Местная текстильная промышленность может быть включена в производственные сети лишь ограниченным кругом ведущих фирм, как в Северо- и Южноиндийском ареале. Если перейти в плоскость функциональной модернизации, некоторые ареалы (Бангкокский, дельта Янцзы или Делийский) характеризуются наличием ODM/OBM-компетенций и созданием собственных брендов, в то время как фирмы других (Северовьетнамского или Центральновьетнамского ареалов) работают почти исключительно в качестве подрядчиков. По размеру предприятий в Китае, в силу высокого уровня модернизации производств, или в Индии выделяются мелкомасштабные ареалы, сложившиеся под влиянием институционального фактора. Помимо всего прочего, ареалы можно дифференцировать по структуре собственности — отрасль может быть полностью организована за счет иностранного капитала (Бангладешский ареал), может в ретроспективе перейти на развитие за счет местного капитала и компетенций (Бангкокский), а может сложиться вне влияния иностранных активов (Делийский).

В соответствии с сочетанием оптимальных параметров ареалы концентрации швейных производств делятся на три типа: 1) *ареалы комплексного мелкомасштабного развития ТШП* (Дельта Янцзы и дельта Чжуцзян, а также Бангкокский, Североиндийский и Южноиндийский ареалы); 2) *ареалы крупномасштабного исключительно швейного производства на базе иностранного капитала* (Бангладешский, Камбоджийский и Янгонский, Центральновьетнамский ареалы); 3) *ареалы крупномасштабного швейного производства с высоким потенциалом к модернизации* (Западновьетнамский, Бохайский, Северовьетнамский, Южновьетнамский, Шри-Ланкийский).

Ареалы первого типа характеризуются глубокой интеграцией текстильного и швейного секторов за счет интенсификации производственных связей между технологически специализированными предприятиями в ЦДС одежды. На примере кейса производственной цепочки предмета одежды одной из рассмотренных ведущих фирм было подтверждено, что в пределах одного ареала (речь шла о Дельте Чжуцзян) может иметь место практически полный производственный цикл одежды. Чаще всего такое разделение труда внутри ареала формируется в условиях низкой зависимости от иностранного капитала. Действительно, в структуре собственности швейных предприятий обоих ареалов Китая и Индии, а также Таиланда, доминирует местный капитал. Однако у ареалов данного типа наблюдаются расхождения в структуре внешненаправленных производственных связей. Так, если Дельты рек Чжуцзян и Янцзы являются приоритетными направлениями для установления западными фирмами производственных связей в азиатском регионе, то Индия (в широком смысле), в силу преимущественной ориентации ТШП страны на внутренний рынок и слабого развития региональных южноазиатских производственных сетей, остается опциональным выбором в стратегии поиска поставщиков ведущими фирмами. Кроме того, в отличие от Китая и Таиланда, текстильное про-

изводство в Индии имеет низкотехнологичный характер, поэтому лишь ограниченно включается в экспортно ориентированное производство одежды. Таким образом, целесообразно выделить два подтипа: 1) *низкотехнологичного комплексного мелкомасштабного развития ТШП* (к нему относятся Северо- и Южноиндийский ареалы); 2) *модернизированного комплексного мелкомасштабного развития ТШП* (к нему относятся ареалы Дельта Янцзы и дельта Чжуцзян, а также Бангкокский).

Ареалы крупномасштабного исключительно швейного производства на базе иностранного капитала характеризуются почти полным доминированием предприятий сектора СМТ, что указывает на их недавнее вхождение в ЦДС одежды. Как правило, на фабрики Бангладешского, Камбоджийского, Янгонского и Центральнаяванского ареалов поступают все необходимые материалы для пошива одежды и поставки 100 % продукции на экспорт. В широком смысле эти территории пошли по пути интеграции в производственные цепочки одежды, контролируемые ведущими фирмами, с привлечением прямых иностранных инвестиций из стран, стоящих «выше» в иерархии развития ТШП Азии. Конкурентным преимуществом данных регионов остается доступ к большим резервам недорогой рабочей силы, который и выступает основным фактором размещения трудоемких исключительно швейных предприятий. Ограничивающим фактором является отсутствие материально-технической инфраструктуры, а также низкий уровень контроля за соблюдением международных этических и экологических норм, грозящий репутационными рисками для фирмы-заказчика.

Поставщикам одежды ареалов третьего типа также присуще развитие крупномасштабного швейного производства, однако их отличает высокий потенциал к модернизации: интеграционной — за счет развития обратных связей в текстильный сектор, например производство синтетических тканей в Западной Яве или Северном Вьетнаме; функциональной — поднятие по цепочке стоимости до сегмента дизайна (Шри-Ланка). Фирмы данных ареалов функционируют по большей части на базе модели OEM, отвечая за закупки материалов для пошива одежды у сторонних поставщиков, тем самым способствуя формированию региональных производственных сетей.

Рассмотрим каждый ареал по отдельности более подробно.

Южноиндийский ареал. Охватывает территории индийских штатов Карнатака и Тамилнад, где расположены крупнейшие центры экспортно ориентированной ТШП страны — города Бангалор и Тирупур. На Южную Индию приходится 90 % национального экспорта трикотажных изделий (Mezzadri, 2014). Под влиянием исторического фактора сложилась четкая региональная специализация, к примеру, Бангалора — на производстве шелка и верхней одежды, Тируппура — на переработке хлопка. Здесь же прослеживаются и внутриареальные различия: если Тирупур специализирован на ТШП, то Бангалор имеет диверсифицированную промышленную базу. Ареал отличает широкое распространение горизонтальных связей: плотная региональная сеть малых и средних фирм функционирует в разных сегментах производственно-сбытовой цепочки. Наблюдается тенденция двусторонней интеграции предприятий вверх и вниз по цепочке добавленной стоимости. Большое значение также имеют неформальные связи между сообществами вследствие сохранения института кастовой принадлежности. В отличие от Делийского ареала, преобладают более крупные фирмы, однако

Таблица 2. Характеристики ареалов швейной промышленности азиатского региона

Название	Состав	Средний размер фирм, тыс. чел.	Специализация	Доминирующая форма собственности
Южноиндийский	Штат Карнатака: города Бангалор, Читра-дурга, Майсур, Мандья Штат Тамилнад: города Тирупур, Ченнаи	1.0	Хлопковый трикотаж, мужская и верхняя одежда Тирупур — «город футболки» — 1/3 выпуска — бланковые предметы одежды	Преимущественно местные фирмы
Делийский	Национальный столичный регион: города Дели, Ноида, Фаридабад, Гургаон	0.5–1.0	Тканая женская одежда с декоративными элементами вышивки Компетенции в дизайне (ODM)	Преимущественно местные фирмы
Шри-Ланкийский	Западная провинция: города Коломбо, Дехивала-Маунт-Лавиния, Негомбо Восточная провинция: город Баттикалоа	1.5	СMT/OEM/ODM со специализацией на трикотажной одежде; нижней продукции — нижней и спортивной одежде. Развитие местных брендов (OBM) «Одежда без вины»	Преимущественно местные фирмы, особенно МСП
Бангладешский	город Дакка (+Савар, Нараянгандж), город Читтагонг	От 3 в среднем до 10–13 максимум	Дакка — широкий спектр базовых товаров; Читтагонг — нижняя одежда	Доминирует иностранный капитал
Янгонский	город Янгон	1.5–2.0	Исключительно пошив одежды (СMT)	Доминирует иностранный капитал
Бангкокский	Большой Бангкок: город Бангкок и 5 провинций: Нонхабури, Самутпракан, Патхумтхани, Самутсакхон, Накхонпатхом	1.0	Производство одежды всех типов на базе OEM; дизайн (ODM); производство высокотехнологичных материалов	Преимущественно местные фирмы
Камбоджийский	город Пномпень и провинция Кандаль; а также провинции Кампонгтям, Кампонгчанг, Кампонгспы, Такео	2.0–3.0	Преимущественно пошив одежды (СMT)	Доминирует иностранный капитал

Южновьетнамский	город Хошимин и провинции Донгнай, Биньзюнг, Лонган, Тэйнинь и Бариа-Вунгтау	От 2.5–3 в среднем до 10 максимум	Пошив одежды всех типов на базе СМТ/ОЕМ; производство высокотехнологичных материалов; дизайн (ОВМ)	Доминирует иностранный капитал
Северовьетнамский	Регион Дельта Красной реки: города Ханой и Хайфон и соседние провинции	2.5–3.5	Пошив тканой одежды на базе ОЕМ	Иностраннй и вьетнамский капитал
Западнояванский	Города Джакарта, Бадунг, Богор, Серанг	2.0	Пошив одежды всех типов на базе СМТ и ОЕМ Текстильное производство (синтетические ткани)	Доминирует иностранный капитал
Центральнояванский	Города Семаранг и Джокьякарта, Суракарта	2.5	Пошив тканой одежды на базе ОЕМ и СМТ	Иностраннй и индонезийский (китайский) капитал
Дельта Чжуцзян	Провинция Гуандун: города Шэньчжень, Гуанчжоу, Фошань, Дунгуань, Чжуншань Гонконг	0.5–1	Узкая отраслевая специализация отдельных кластеров Детская одежда — Гуанчжоу, нижняя одежда — Дунгуань, верхняя одежда — Чжуншань ОВМ-возможности	Капитал «Большого Китая»
Дельта Янцзы	Шанхай Провинция Цзянсу: города Сучжоу, Нанкин, Чанчжоу, Янчжоу, Яньчен; провинция Чжэцзян: города Нлибо, Ханчжоу, Вэньчжоу, Даганг	0.5–1	Широкий спектр всех предприятий ТШП Шанхай — детская одежда, услуги по управлению цепочками поставок; Даганг — чулочно-носочные изделия ОВМ-возможности	Капитал «Большого Китая»
Бохайский	Провинция Шаньдун: города Циндао, Цзинин, Тайань; провинция Ляонин: город Далайнь	0.5–1	Пошив тканой одежды на базе ОЕМ; наличие текстильных и обрабатывающих мощностей	Капитал «Большого Китая» и европейских стран

Примечание. Составлено авторами.

в среднем размер предприятий меньше, чем в других крупных странах-экспортерах одежды (Roy, 2009).

Делийский ареал. Формируется вокруг столичной агломерации и распространяется на соседние с Дели города Ноиду, Фаридабад и Гургаон. Характерна ярко выраженная специализация центров ТШП с вовлечением традиционного кустарного промысла в глобальные производственные сети. Получили развитие текстильный и обрабатывающий сектор, частично задействованный в ЦДС одежды ведущих фирм, в частности H&M. Благодаря аутентичности местного швейного промысла развиваются компетенции в дизайне. Большинство предприятий составляют малые высокоспециализированные фабрики, на которых работают менее 500 человек, занятых в среднем по ареалу, за счет чего достигается гибкость в производстве и высокий уровень развития горизонтальных связей. Модель организации производства построена вокруг владения местными экспортерами множеством мелких хозяйственных единиц и использования неформальных трудовых отношений. Комбинация неформального детского, женского труда и труда мигрантов преобладает повсеместно, при этом заметны гендерные диспропорции: в формальном секторе основу рабочей силы составляют мужчины-мигранты из других регионов Индии (Tewari, 2006). Сложившиеся условия не способствуют соблюдению трудовых корпоративных кодексов ведущих фирм, что при публичном освещении¹⁰ приводит к снижению международной репутации ареала в качестве поставщика одежды.

Шри-Ланкийский ареал. Предприятия ТШП расположены на территории Западной и Восточной провинций Шри-Ланки, повышена концентрация вокруг Коломбо — крупнейшего города и главного порта страны. Важность его определяется не только для экспорта готовой продукции, но и для импорта материалов, на который полагается швейная промышленность Шри-Ланки вследствие неразвитости местного текстильного сектора. В пределах ареала функционируют крупные вертикально интегрированные предприятия, полностью координирующие цепочки поставок, в том числе из-за рубежа. Отрасль обеспечивает значительный вклад ареала в экономику страны: швейные изделия составляют 31 % экспорта Шри-Ланки (UN Comtrade, 2019). Страна известна производством нишевой продукции, а именно нижней одежды, а также своими компетенциями в сегменте дизайна (ODM), для стимулирования развития которого на базе университетов были запущены образовательные программы в сфере моды (Gopura et al., 2016). Шри-Ланка также выделяется международным авторитетом производителя одежды, в наибольшей степени соответствующего международным экологическим и этическим стандартам (Khattak et al., 2015).

Бангладешский ареал. Ареал объединяет фабрики в пределах столичной агломерации Бангладеш — городов Дакка, Савар, Газипур и Нараянгандж. Дакка — крупнейший город Бангладеш и один из самых густонаселенных и быстрорастущих городов в мире (плотность населения составляет более 30 тыс. чел./км²). Постоянный массовый приток внутренних мигрантов в Дакку обеспечивает ТШП Бангладеш, на 95 % сконцентрированную в столичной агломерации, резервами рабочей силы (Hossian et

¹⁰ В 2008 г. вышел документальный фильм ВВС, рассказывающий про производство одежды в Дели через призму цепочки поставок известного британского ритейлера Primark. Эту и другие ведущие фирмы, у которых были установлены связи с поставщиками данного ареала, публично обвинили в использовании «рабского труда».

al., 2019). В силу минимальных качественных различий и небольшой доли в общем объеме швейного производства в данный ареал входит и второй по численности населения в Бангладеш город Читтагонг. Предприятия ареала специализируются на выполнении базовых операций СМТ и обработке ткани, а обратные связи с местной текстильной промышленностью развиты слабо: импортируется до 60 % материалов. Для отрасли характерна 100%-ная ориентация на экспорт и высокая зависимость от иностранных инвестиций. Швейные фабрики массово выпускают однотипную продукцию, используя выгоды экономии на масштабе и компенсируя низкую производительность труда ввиду низкой квалификации рабочих (Rahman, 2014).

Янгонский ареал. Формируется в пределах крупнейшего города и порта Мьянмы, которую называют «швейным фронтиром Юго-Восточной Азии» (Kudo, 2012). В силу ограниченности развития ТПП Мьянмы границами данного ареала можно говорить о его значительном вкладе в экономику страны: швейные изделия составляют 28 % экспорта страны (UN Comtrade, 2019). Предприятия ареала специализируются почти исключительно на швейном сборочном производстве на базе модели СМТ, где цепочку поставок регулируют сторонние фирмы. Экспортно ориентированная швейная промышленность Мьянмы создана за счет 100 % иностранного капитала, но каналов сбыта продукции меньше, чем в других ареалах, так как Мьянма по-прежнему остается специфическим выбором для ведущих фирм с точки зрения размещения швейных производств. Этому сопутствуют инфраструктурные, в том числе транспортные проблемы: от нестабильных поставок электричества до ограничений по тоннажу заходящих в порт Янгон судов. Отрицательно сказывается на ТПП Мьянмы в целом и Янгона в частности нестабильная политическая ситуация: введенные экономические санкции почти полностью блокировали развитие отрасли в те периоды, когда другие страны на той же ступени иерархии развития швейной промышленности Азии (такие как Камбоджа или Бангладеш) испытывали значительный рост (Kudo, 2012).

Бангкокский ареал. Охватывает территорию Большого Бангкока — столицы и пяти соседних провинций, где проживает более 20 % населения страны. По сравнению с ареалами стран Юго-Восточной Азии (ЮВА) этот ареал выделяется относительно качественной физической инфраструктурой. Фирмы Бангкока способствуют развитию региональных производственных сетей за счет выноса трудоемких операций во внутренние районы Таиланда или во Вьетнам, Мьянму и Камбоджу (Watchravesringkan et al., 2010). Нехватка рабочей силы компенсируется за счет мигрантов из тех же Мьянмы, Камбоджи и других стран, которые составляют 52 % персонала швейных фабрик (Mizuno, 2020). Столица Таиланда располагает компетенциями в сегменте дизайна, разработки и маркетинга — тайские бренды широко узнаваемы на азиатском рынке одежды (Goto and Endo, 2014).

Камбоджийский ареал. Этот ареал включает столицу Пномпень и окружающую ее провинцию Кандаль. Многие фабрики здесь являются дочерними предприятиями более крупных азиатских материнских компаний — в целом отрасль создана за счет иностранного капитала, доля местных фирм составляет не более 10 % от общего числа. Также развит неформальный сектор: в период сезона высокого спроса на одежду заключаются субподрядные отношения с официально зарегистрированными предприятиями (Natsuda et al., 2010). Фабрики камбоджийского ареала работают на базе модели СМТ, большая часть материалов для пошива производ-

ства одежды импортируется из-за рубежа, а вся цепочка поставок контролируется извне. Местные компетенции в прядении и ткачестве не используются в экспортно ориентированном производстве.

ТШП Камбоджи испытывает трудности с обеспечением физической инфраструктуры — функционированием железных дорог, морских портов, а также электроснабжением, которые сопоставимы только с Бангладеш. Обслуживает ареал крупнейший морской порт Камбоджи — Сиануквиль. Экономика Камбоджи в наибольшей степени среди всех остальных стран зависима от экспорта одежды, весь объем которого генерируется именно в столице и соседних провинциях. Однако на 2021 г. Камбоджа потеряла беспошлинный доступ на рынок ЕС примерно для 20 % торгового потока из-за проблем с правами человека.

Южновьетнамский ареал. Самый густонаселенный город Вьетнама — Хошимин — вместе с соседними провинциями составляет крупнейший ареал концентрации швейных предприятий в ЮВА с развитой сетью мультинаправленных производственных связей. Вьетнам — вторая страна после Китая по объему экспорта одежды, более половины которого приходится на данный ареал. В экспортно ориентированном секторе преобладают крупные по численности занятого населения высокопроизводительные швейные фабрики (Le et al., 2019).

Южновьетнамский ареал отмечен активным наращиванием обратных связей в производство материалов и частичным включением текстильной промышленности в ЦДС одежды. По аналогии с Китаем здесь развивается сектор высокотехнологичных материалов, ориентированный на производство спортивной одежды по заказам таких фирм, как Nike или Adidas. Параллельно фирмы Хошимина расширяют компетенции в дизайне, за счет чего создают в ареале ОВМ-возможности с выходом на емкий внутренний и международный рынки (Thoburn, 2013). Ареал вносит важнейший вклад в развитие ТШП на всей территории страны: местные и иностранные фирмы Хошимина способствуют созданию швейных производств в Центральном Вьетнаме и вовлечению их в ЦДС.

Северовьетнамский ареал. Охватывает вьетнамский регион Дельта Красной реки и генерирует до трети от общего объема экспортно ориентированного швейного производства Вьетнама (Nhung and Thuy, 2018). Из конкурентных преимуществ выделяется близость к Китаю — базе поставок материалов для производства одежды. Велика роль данного ареала в качестве альтернативного направления для инвестиций ведущих фирм в рамках модели «Китай плюс один». При этом больше половины фирм основаны за счет местного (вьетнамского) капитала, в том числе фирм Хошимина. По сравнению с южновьетнамским ареалом для северовьетнамского характерно крайне ограниченное вовлечение местной текстильной промышленности в цепочки поставок ведущих фирм: большая часть материалов для производства одежды импортируется.

Западнояванский ареал. Это крупнейший ареал концентрации швейных предприятий в Индонезии с широким спектром мультинаправленных производственных связей. Западная Ява выполняет функции «ворот в Индонезию» для иностранных инвесторов в ТШП и координации региональных производственных сетей как в Индонезии, так и в других странах ЮВА. По числу швейных фабрик в провинции Западная Ява выделяется Джакарта, здесь преобладают большие по численности занятого населения швейные предприятия (в среднем около двух ты-

сяч рабочих), массово производящие однотипную продукцию. Развивается производство отделочных материалов и синтетических тканей, широко включаемое в сети поставок ведущих фирм. В целом ТШП Индонезии зависима от иностранного капитала, особенно сильно ощущается влияние китайских бизнес-сообществ (Kung and Soepriyanto, 2020).

Центральная Ява с центром в г. Семаранг, а также Особый округ Джокьякарта. Ареал считается наиболее привлекательным для иностранных инвесторов в Индонезию, так как операционные расходы ниже, чем на Западной Яве, при прочих равных значениях остальных факторов (Kung and Soepriyanto, 2020). Включение в экспортное производство одежды местной текстильной промышленности крайне ограничено, однако для развития отрасли есть потенциал в виде многолетних традиций производства одежды (техника батика, вышивка) (Steelyana, 2012). Экспортно ориентированная швейная промышленность зависима от иностранного капитала и по большей части управляется азиатскими экспатриантами. Для Центральной Явы характерно массовое производство однотипной продукции с использованием выгоды экономии на масштабе.

Ареал «Дельта Чжуцзян». Этот ареал охватывает крупнейшие города юга провинции Гуандун — города Шэньчжень, Гуанчжоу, Дунгуань и прочие, где формируются специализированные кластеры по производству различных типов одежды. Этому способствует кластерная политика Китая и наличие множества свободных экономических зон, к которым тяготеют предприятия ТШП. Юг Гуандуна — один из ведущих экономических и производственных центров в материковой части Китая. Также ареал дельты Чжуцзян включает Гонконг — источник инвестиционного капитала и крупнейшую экспортную базу. На экономическую зону дельты Жемчужной реки приходится почти 1/3 торгового оборота страны, этот регион является приоритетным направлением для установления западными фирмами производственных связей с Китаем и имеет исторически развитые каналы экспорта (Pickles and Zhu, 2014). Ареал характеризуется обилием квалифицированной рабочей силы, поддержкой отрасли со стороны местных властей, высоким качеством деловой среды и доступом к мировым рынкам. Присутствует широкий спектр высокотехнологичных предприятий¹¹ сферы ТШП, конкретно швейные предприятия составляют минимальную долю от общего числа поставщиков данного ареала. Помимо поставки материалов для производства одежды, местные фирмы также занимаются предоставлением услуг по организации ЦДС. Гонконг позиционируется как координационный центр швейного производства по всему азиатскому региону.

Ареал «Дельта Янцзы». Охватывает территории Китая на юге провинции Цзянсу и севере провинции Чжэцзян, а также агломерацию Шанхая. Экономический регион «Дельта реки Янцзы» является одним из ведущих экономических и производственных центров в материковой части Китая. Его отличает высокое качество физической инфраструктуры: морской порт Шанхая — крупнейший в мире по грузообороту, а также качество деловой среды и развитые многочисленные каналы экс-

¹¹ К высокотехнологичному производству в ТШП относится массовое применение инновационных материалов (тканей с полимерным покрытием, кругловязаного трикотажа, искусственной кожи), а также использование лазерных раскройных станков, роботизированных комплексов по пошиву одежды.

порта. Шанхай известен как азиатская столица высокой моды и выполняет функции управления цепочками поставок одежды как в Китае, так и за рубежом. Отмечаются широкие компетенции местных фирм в дизайне и высокий уровень развития научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) в сфере ТШП.

Ареал лидирует по числу поставщиков западных ведущих фирм модной индустрии, занятость на заводах которых невысока (0,5–1,0 тыс. человек в среднем) в силу их специализации на высокотехнологичном производстве тканей. При этом наблюдаются внутриареальные различия: г. Вэнчжоу в провинции Чжэцзян — центр семейного текстильного мелкомасштабного специализированного производства, а в городах юга Цзянсу (Сучжоу, Чанчжоу и т. д.) преобладают крупномасштабные коллективные предприятия, инициированные и управляемые местными органами власти (Wei, 2011). Имеет место тенденция релокации фирм ТШП из ареала дельты Чжуцзян в менее развитые регионы Китая или ЮВА.

Бохайский ареал. Формируется вокруг залива Бохайвань предприятиями ТШП в городах Циндао и Яньтай китайской провинции Шаньдун, а также частично в г. Далянь провинции Ляонин. Бохайский ареал отличает влияние исторического и социокультурного фактора на установление производственных сетей. Кроме того, ареал расположен поблизости к крупным рынкам сбыта — городам Пекин и Тяньцзинь. По концентрации швейных фирм ареал не сопоставим с дельтой Жемчужной реки или дельтой реки Янцзы, его доля в общей численности поставщиков рассмотренных ведущих компаний сравнима с Бангкокским ареалом. Компетентность в производстве и уровень качества швейной продукции, как правило, ниже, чем в двух других крупнейших ареалах Китая, однако он имеет большой потенциал для привлечения фирм из дельты Жемчужной реки или дельты реки Янцзы (Zhang et al., 2004).

4. Заключение

По результатам проведенного исследования можно сделать следующие выводы. Ключевыми параметрами в выборе поставщиков выступают: а) стоимость исполнения заказа; б) время исполнения заказа; в) выполнение этических и экологических норм. Постоянное повышение конкуренции на рынке одежды является одним из факторов макротенденции консолидации базы поставок, которая проявляется в уменьшении количества фирм- и стран-поставщиков. Сохранение конкурентных позиций в качестве производителей одежды для ведущих фирм отрасли предполагает постоянную модернизацию и поиск новых конкурентных преимуществ, например в виде развития обратных связей в текстильный сектор (интеграционная модернизация в восточноазиатских НИС), захват сегментов производственно-сбытовой цепочки с более высокой добавленной стоимостью (функциональная модернизация путем развития компетенций в дизайне в Шри-Ланке), углубление специализации и использования эффекта экономии на масштабе (в швейных кластерах Китая), повышение гибкости поставок за счет развития горизонтальных связей (в Индии) и т. д.

С точки зрения размещения швейных производств в соответствии с запросами ведущих фирм и технико-экономическими особенностями отрасли важнейшее значение имеют факторы наличия резервов рабочей силы и материально-техниче-

ской инфраструктуры. Оптимальное их сочетание приводит к сверхконцентрации фирм отрасли в крупнейших городах и столичных агломерациях Азии, таких как Джакарта, Дакка, Хошимин и т. д. Формируется ограниченный круг промышленных центров, которые под действием интенсификации производственных связей объединяются в ареалы развития ТШП.

В современной ТШП международная конкуренция смещается с уровня стран на уровень локализованных промышленных центров, в которых наблюдается укрепление кооперационных связей и усиление производственной специализации. По мере развития и трансформации эти центры образуют ареалы развития отрасли, выходя за пределы локальных территорий. Между фирмами промышленных центров в пределах ареалов установлены производственные связи в форме потоков сырья, материалов и готовой продукции, а также сервисных услуг и информации. Ареалы концентрации фирм швейного сектора отображают развитие ГПС в локальном режиме, их выделение и характеристика позволяют выявить региональную иерархию в товарной цепочке одежды.

Всего в работе выделены 14 ареалов концентрации экспортно ориентированного швейного производства, в которых развиваются мультинаправленные производственные связи. Из них могут (в случае Джакарты, Хошимина) контролировать региональные производственные сети в менее населенных и развитых районах страны или (в случае Шанхая и Бангкока) межстрановые производственные сети.

В соответствии с сочетанием оптимальных параметров ареалы концентрации швейных производств делятся на три типа: 1) ареалы комплексного мелкомасштабного развития ТШП (модернизированного — дельты Янцзы и Чжуцзян и Бангкокский, низкотехнологичного — Северо- и Южноиндийский); 2) ареалы крупномасштабного исключительно швейного производства на базе иностранного капитала (Бангладешский, Камбоджийский и Янгонский, Центральнаяванский); 3) ареалы крупномасштабного швейного производства с высоким потенциалом к модернизации (Западнаяванский, Бохайский, Северовьетнамский, Южновьетнамский, Шри-Ланкийский).

Литература/References

- Bair, J. and Gereffi, G. (2001). Local Clusters in Global Chains: The Causes and Consequences of Export Dynamism in Torreón's Blue Jeans Industry. *World Development*, 29 (11), 1885–1903. [https://doi.org/10.1016/S0305-750X\(01\)00075-4](https://doi.org/10.1016/S0305-750X(01)00075-4)
- Becattini, G., Bellandi, M., Dei Ottati, G. and Sforzi, F. (2003). *From industrial districts to local development: An itinerary of research*. Cheltenham, U. K.: Edward Elgar.
- Brauer, D. (2008). *Factors Underlying the Decline in Manufacturing Employment Since 2000. A series of issue summaries from the Congressional Budget Office*. [online] Available at: <https://ecommons.cornell.edu/handle/1813/77530> [Accessed 25.09.2020].
- Cattaneo, O., Gereffi, G. and Staritz, C. (2010). *Global value chains in a postcrisis world: a development perspective*. Washington, D. C.: World Bank. 157–208.
- Chi, T. and Kilduff, P. P. (2010). An empirical investigation of the determinants and shifting patterns of US apparel imports using a gravity model framework. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 14, 501–520. <https://doi.org/10.1108/13612021011061915>
- Dicken, P. (2004). Global shift: industrial change in a turbulent world. *Progress in Human Geography*, 28 (4), 507–515. <https://doi.org/10.1191/0309132504ph499xx>
- Donaghu, M. T. and Barff, R. (1990). Nike just did it: International Subcontracting and Flexibility in Athletic Footwear Production. *Regional Studies*, 24 (6), 537–552. <https://doi.org/10.1080/00343409012331346204>

- Fukunishi, T., Goto, K. and Yamagata, T. (2013). *Aid for Trade and Value Chains in Textiles and Apparel*. [report] OECD/WTO/IDE-JETRO.
- Gereffi, G., Humphrey, J. and Sturgeon, T. (2005). The governance of global value chains. *Review of International Political Economy*, 12 (1), 78–104. <https://doi.org/10.1080/09692290500049805>
- Gopura, S., Payne, A. and Buys, L. (2016). Industrial Upgrading in the Apparel Value Chain and the Role of Designer in the Transition: comparative analysis of Sri Lanka and Hong Kong. *Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research*, 4 (4), 10–15.
- Goto, K. and Endo, T. (2014). Upgrading, Relocating, Informalising? Local Strategies in the Era of Globalisation: The Thai Garment Industry. *Journal of Contemporary Asia*, 44 (1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/00472336.2013.794365>
- Greta, M. and Lewandowski, K. (2010). The textile and apparel industry in Italy: Current state and challenges to further growth. *Fibres & Textiles in Eastern Europe*, 18 (83).
- Henderson, J., Dicken, P., Hess, M. Coe, N. and Yeung, H. (2002). Global production networks and the analysis of economic development. *Review of International Political Economy*, 9 (3), 436–464. <https://doi.org/10.1080/09692290210150842>
- Hodges, N. N. and Karpova, E. (2006). Employment in the US textile and apparel industries: A comparative analysis of regional vs. national trends. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 10, 209–226. <https://doi.org/10.1108/13612020610667513>
- Hossian, Md. S., Kabir, R. and Latifee, E. H. (2019). Export Competitiveness of Bangladesh Readymade Garments Sector. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147–4478), 8 (3), 45–63. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v8i3.205>
- Human geography: concepts and terms. Encyclopedic dictionary* (2013). Ed. by Gorkin, A. P. Smolensk: Oikumen Publ., 25. (In Russian)
- Humphrey, J. and Schmitz, H. (2002). How does insertion in global value chains affect upgrading in industrial clusters? *Regional Studies*, 36 (9), 1017–1027.
- Huynh, P. (2016). Assessing the gender pay gap in Asia's garment sector. International Labour Organization. Bangkok: ILO.
- Khattak, A., Stringer, C., Benson-Rea, M. and Haworth, N. (2015). Environmental upgrading of apparel firms in global value chains: Evidence from Sri Lanka. *Competition & Change*, 19 (4), 317–335. <https://doi.org/10.1177/1024529415581972>
- Kudo, T. (2012). How Has the Myanmar Garment Industry Evolved? In: Fukunishi (ed.) *Dynamics of the Garment Industry in Low-Income Countries: Experience of Asia and Africa [Interim report]*. IDE-JETRO.
- Kung, K. M. and Soepriyanto, G. (2020). To Relocate Or Not To Relocate? A Case Study of a Korean Garment Manufacturing Company In Indonesia. *Palarch's Journal Of Archaeology Of Egypt/Egyptology*, 17 (7), 2743–2755.
- Le, Q. A., Tran, V. A. and Nguyen Duc, B. L. (2019). The Belt and Road Initiative and Its Perceived Impacts on the Textile and Garment Industry of Vietnam. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 5 (3), 59. <https://doi.org/10.3390/joitmc5030059>
- Lee, J., Farr, C. and Hathcote, J. (2013). Comparative analysis of apparel import by fiber content: The case of the United States and Japan. *Journal of Fashion Technology & Textile Engineering*, 1 (1).
- Lopez-Acevedo, G. and Robertson, R. (2012). *Sewing success? employment, wages and poverty following the end of the multi-fibre arrangement*. Washington, DC: World Bank.
- Mezzadri, A. (2014). Indian Garment Clusters and CSR Norms: Incompatible Agendas at the Bottom of the Garment Commodity Chain. *Oxford Development Studies*, 42 (2), 238–258. <https://doi.org/10.1080/13600818.2014.885939>
- Mizuno, A. (2020). Labour Migration and Relocation of Apparel Production between Thailand and Myanmar. *Journal of Southeast Asian Economies*, 37 (2), 183–189.
- Natsuda, K., Goto, K. and Thoburn, J. (2010). Challenges to the Cambodian Garment Industry in the Global Garment Value Chain. *The European Journal of Development Research*, 22 (4), 469–493. <https://doi.org/10.1057/ejdr.2010.21>
- Nhung, T. T. B. and Thuy, T. T. P. (2018). Vietnam's Textile And Garment Industry: An Overview. *Business & IT*, VIII (2), 45–53. <https://doi.org/10.14311/bit.2018.02.05>
- Nordås, H. K. (2004). The global textile and clothing industry post the agreement on textiles and clothing. *WTO Discussion Paper, No. 5*. Geneva: WTO.

- Pickles, J. and Zhu, S. (2014). Bring, In, Go Up, Go West, Go Out: Upgrading, Regionalisation and Delocalisation in China's Apparel Production Networks. *Journal of Contemporary Asia*, 44 (1), 36–63.
- Rahman, S. (2014). *Broken promises of globalization: the case of the Bangladesh garment industry*. Lanham: Lexington Books.
- Roy, S. (2009). Garments Industry in India: Lessons from Two Clusters. *ISID Working Paper 2009/01*, 11–30.
- Steelyana, E. (2012). Batik, A Beautiful Cultural Heritage that Preserve Culture and Support economic Development in Indonesia. *Binus Business Review*, 3 (1), 116. <https://doi.org/10.21512/bbr.v3i1.1288>
- Tewari, M. (2006). Adjustment in India's Textile and Apparel Industry: Reworking Historical Legacies in a Post-MFA World. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 38 (12), 2325–2344. <https://doi.org/10.1068/a38279>
- The Fashion Transparency Index 2020*. Fashion Revolution. [online] Available at: <https://www.fashionrevolution.org/about/transparency/> [Accessed 25.09.2020].
- The State of Fashion 2019*. Business of fashion McKinsey & Company. [online] Available at: <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/state-of-fashion> [Accessed 25.09.2020].
- Thoburn, J. (2013). Vietnam as a Role Model for Development. In: Fosu, A. K. (ed.) *Achieving Development Success*. Oxford: Oxford University Press, 99–118.
- United Nations Commodity Trade Statistics Database*. [online] Available at: <https://comtrade.un.org/> [Accessed 25.09.2020].
- Watchravesringkan, K., Karpova, E., Hodges, N. N. and Copeland, R. (2010). The competitive position of Thailand's apparel industry. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 14 (4), 576–597. <https://doi.org/10.1108/13612021011081751>
- Wei, Y. H. D. (2011). Beyond the GPN—new regionalism divide in China: restructuring the clothing industry, remaking the Wenzhou model. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 93 (3), 237–251.
- Whalley, J. (2006). *The Post MFA Performance of Developing Asia*. NBER Working Paper Series Working Paper 12178. National Bureau of Economic Research. Massachusetts: Cambridge.
- Zhang, Z., Ning, C. and Chester, T. (2004). How do Industry Clusters Success: A Case Study in China's Textiles and Apparel Industries. *Journal of Textile and Apparel, Technology and Management*, 4 (2), 1–10.
- Zhang, Q. and Hathcote, J. M. (2008). Factors Influencing Apparel Imports From China. *Clothing and Textiles Research Journal*, 26 (1), 23–40.

Статья поступила в редакцию 22 августа 2021 г.

Статья рекомендована к печати 15 июня 2022 г.

Контактная информация:

Акимова Варвара Владимировна — varvaraakimova1576@gmail.com

Купцова Маргарита Андреевна — margarita.kuptsova@student.msu.ru

Modern garment industry of Asia: Geographical features of development and the main areas of concentration

V. V. Akimova^{1,2}, M. A. Kuptsova¹

¹ Lomonosov Moscow State University,

1, Leninskie Gory, Moscow, 119991, Russian Federation

² Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration,

82, Vernadskogo pr., Moscow, 119571, Russian Federation

For citation: Akimova, V. V., Kuptsova, M. A. (2022). Modern garment industry of Asia: Geographical features of development and the main areas of concentration. *Vestnik of Saint Petersburg University. Earth Sciences*, 67 (3), 386–408. <https://doi.org/10.21638/spbu07.2022.301> (In Russian)

The global textile and apparel sector has historically played a key role in the developing economies of Asia, which now account for three quarters of global apparel exports. Today as new countries embark on the path of export-oriented industrialization, the geography of the in-

dustry is expanding due to the emergence of new clothing manufacturing centers in Asia. The article provides a comprehensive analysis of the spatial organization of the garment industry in the Asian region. The modern dynamics of the economic indicators of the industry at the national level is considered, key trends are indicated. The parameters of the suppliers search in combination with the location factors of the textile and apparel industry are revealed, and their influence on the spatial pattern of the industry is explained. At the regional level, the identification, qualitative and quantitative analysis of the concentration areas of the textile and apparel industry is carried out based on location of production sites of the leading companies in the industry. In total, 14 areas of the export-oriented textile and apparel industry in Asia have been highlighted and divided into three types based on their product and technological specialization, the size and ownership structure of enterprises, and backward linkages to the textile sector. It was revealed that the trend of shift of garment production continues both at the level of national economies (to other countries) as well as at the regional level (from large centers to the inner regions of countries), however, the return on the model of constant search for new production facilities for cost reduction is decreasing.

Keywords: garment industry, fashion industry, apparel commodity chain, clothing production global value chains, global production networks, zones of concentration, Asia.

Received: August 22, 2021

Accepted: June 15, 2022

Authors' information:

Varvara V. Akimova — varvaraakimova1576@gmail.com

Margarita A. Kuptsova — margarita.kuptsova@student.msu.ru