
УДК 330. 1(075.8)

В.К.Лебедєва, канд. екон. наук

Національна металургійна академія України

АУТСОРСИНГ У КОНТЕКСТІ МЕРЕЖЕВОЇ ЕКОНОМІКИ

Проаналізовано прояви "економіки доступу" на споживчому ринку і ринках факторів виробництва. Розглянуто аутсорсинг як фактор мережоутворювального процесу в економіці. Обґрунтовано гіпотезу про перспективу трансформації диверсифікованих компаній із стовідсотковим виробничим аутсорсингом у центри протопланування в мережевій економіці.

На перший погляд може здатися, що аутсорсинг і мережева економіка – окремі самостійні теми, досить далекі одна від одної. Проте, уявляється, теоретичне осмислення вказаних явищ як взаємоізолюваних є малопродуктивним. Однією із спроб хоча б непрямо їх пов'язати в рамках єдиного парадигмального поля є концепція "економіки доступу", запропонована американським дослідником Джеремі Ріфкіном¹. Він виокремлює дві основні тенденції, що характеризують кардинальний процес трансформації сучасного гіперкапіталізму і перетворення його на так звану економіку доступу. По-перше, відбувається поступова заміна фундаментального для індустріальної доби поняття власності поняттям доступу. В економіці індустріалізму процес купівлі зазвичай був короткостроковим процесом обміну грошей на товар, який ставав власністю покупця. Нова культура гіперкапіталізму, що формується в сучасній економіці, передбачає, що в результаті купівлі споживач не обов'язково отримує товар у власність. Дедалі частіше він дістає лише доступ до користування товаром, який залишається у власності продавця або виробника. До такого висновку Ріфкіна привів аналіз схем лізингу, довгострокових кредитів і т. д., що, своєю чергою, пов'язане із скороченням життєвих циклів товарів тривалого користування і безперервним упровадженням інновацій. Наприклад, на Заході дедалі менше людей купують автомобілі й інші товари тривалого користування, оскільки вони швидко застарівають. Вигідніше придбавати їх у лізинг або кредит, зберігаючи зв'язки з продавцем, а після завершення терміну повертати продавцеві й натомість отримувати сучасніші моделі. В такому разі покупець і продавець перебувають у контакті не лише в момент купівлі, а й упродовж цілого життєвого циклу продукту. По суті, споживач платить абонентську плату за користування автомобілем, що приводить до трансформації матеріального товару в послугу. При цьому змінюється сама концеп-

¹ Rifkin J. The Age of Access: The new culture of hypercapitalism, where all of life is a Paid-For Experience/New Jersey: Penguin Putnam, 2001.

ція автомобільних компаній. Вони пропонують покупцям безкоштовні бензозаправки, готелі, в яких можна отримати знижку, тощо.

Такий підхід отримав розвиток також у сфері житлового будівництва. Тут з'явилися комплекси "common-interest development" – житлові квартали, які є під охороною і повністю автономні від навколишнього світу – із своїми магазинами, туристичними і транспортними компаніями, школами тощо. Мешканці таких кварталів навіть не намагаються шукати кращі умови купівлі-продажу поза комплексом, установлюючи довготермінові зв'язки і надаючи всілякі знижки один одному (що викликає деякі асоціації із споживчою кооперацією). Аналогічні процеси відбуваються також у секторі дитячих товарів. У США, наприклад, можна заздалегідь укласти контракт на придбання всіх дитячих товарів – від харчування для немовлят до шкільних підручників на весь період дорослішання дитини. По суті, в обмеженого кола продавців з'являється можливість планувати придбання у покупців їхніх майбутніх доходів; образно кажучи, купити ціле життя, включаючи мешкання, пересування, розваги тощо.

Друга тенденція сучасної економіки, на яку вказує Д.Рифкін, пов'язана з заміною поняття "ринок" поняттям "мережа". В індустріальному капіталізмі місцем купівлі товару у власність був ринок – спочатку фізичне місце, де зустрічалися покупці та продавці, а пізніше – уявний простір обміну. В "епоху доступу" місцем діставання доступу до товарів стає "мережа", і тенденція до мережевої організації підприємств продовжує зміцнюватися.

Указані тенденції "економіки доступу" знаходять свій прояв не лише на споживчому ринку, але і на ринку факторів виробництва. Оренда обладнання, оренда робочої сили – невід'ємні атрибути сучасної економіки. В низці явищ "економіки доступу" перебуває й аутсорсинг. У теоретичному плані це недостатньо вивчене явище. Елементи його аналізу містяться у працях Ф.Уебстера, А.Коптелова, Є.Логиновських, А.Попова, Є.Носкової та ін. У перекладі з англійської "outsourcing" означає "користування зовнішнім, стороннім джерелом ресурсів". Визначення аутсорсингу є досить узгодженими і відрізняються тільки ступенем деталізації. "Аутсорсинг означає передання якої-небудь із своїх функцій сторонній зовнішній установі"², – відзначає Є.Носкова. Згідно з думкою Є.Логиновських і А.Попова, "...аутсорсинг – це виконання сторонньою установою певних завдань або деяких бізнес-процесів, що зазвичай не є профільними в діяльності компанії, проте необхідних для її повноцінного функціонування"³.

Обмовка про "непрофільність" передаваних в аутсорсинг бізнес-процесів, на наш погляд, є зайвою, оскільки дедалі частіше передають і профільні. За принципове вважають збереження за головною компанією функції визначення (вибору) вироблюваного продукту і зв'язків із замовниками (споживачами продукту). Дотримуючись цього принципу, багато комп'ютерних компаній перейшли до стовідсоткового виробничого аутсорсингу. Щодо комерційної діяльності А.Коптелов визначає аутсорсинг

² Носкова Е. Критическое осмысление новых форм занятости в инновационной экономике // Инновационное развитие экономики России: национальные задачи и мировые тенденции. – М., 2008. – С. 434.

³ Логиновских Е.А., Попов А.Ю. Технология аутсорсинга в условиях современного финансово-экономического кризиса // www.aef.ru.

як "...відмову від власного бізнес-процесу і придбання результатів його реалізації у сторонніх установ. Інакше кажучи, аутсорсинг – це сучасна методологія створення високоефективних конкурентоздатних установ в умовах жорсткої конкуренції"⁴.

Хоча витоки аутсорсингу сягають ще 30-х років минулого століття, сам термін у сучасному його розумінні виник на Заході в середині століття. Значних результатів у використанні аутсорсингу досягли японські компанії, реалізувавши систему "Just in time" ("абсолютно вчасно"), за якої зовнішній постачальник поставляє деталі та компоненти виробу абсолютно вчасно за визначеним графіком, а одержувачеві навіть немає потреби мати у себе резервні запаси цих деталей і компонентів. Використання аутсорсингу концерном "Volvo Carsab" дозволило йому значною мірою спростити власне виробництво і технологічну лінію – постачальники і підрядники поставляють уже не окремі деталі, а цілі агрегати. Часто аутсорсинг стосується служб з охорони, прибирання, кур'єрського обслуговування, громадського харчування. На аутсорс передають упровадження й обслуговування нових інформаційних технологій, зокрема технічну підтримку управлінського і бухгалтерського обліку, власне бухгалтерський облік, ремонтні, транспортні, складські роботи.

Поширення аутсорсингу відбувається за схемами західних кадрових технологій. Згідно з цими технологіями, великі установи, перш за все, які входять у ТНК, а також компанії за участю іноземного капіталу почали виводити своїх працівників за штат. Цілі підрозділи ставали самостійними юридичними особами, але продовжували за угодами надавати послуги головній компанії, одночасно розширюючи коло замовників. Аутсорсингова компанія юридично і фактично є працедавцем, із нею оформляють трудові відносини, її керівник відповідає за охорону й умови праці, що дозволяє головній установі економити на цих статтях витрат. Стратегія аутсорсингу добре пристосована до скорочень персоналу. Позбавлення робочої сили, коли вона стає надмірною, відбувається без процедури скорочення штатів, пов'язаної з виплатою компенсацій звільненим. Просто із сторонніми аутсорсинговими компаніями не поновлюють контракти. Так, наприклад, фірма "Benetton", італійський виробник одягу, використовує працю 12 тисяч працівників, хоча безпосередньо у своєму штаті має лише 1500 осіб⁵. Аутсорсинг дозволяє перерозподілити фінансові ризики, понизивши їх для головної компанії і поклавши на зовнішні фірми і структури. Викупляючи продукцію аутсорсингових фірм (часто за монопольно низькими цінами), головні компанії економлять на основному капіталі, відтворення якого перестає бути предметом їх турбот.

Серед переваг аутсорсингу, як правило, вказують такі моменти: можливість зосередитися на основному бізнесі за допомоги доручення зовнішньому виконавцеві операційних функцій; перерозподіл ресурсів установи, раніше задіяних у другорядних функціях і напрямках; зниження витрат; доступ до технологій і рішень вищого рівня, яких немає в установи (наприклад, за винесення ІТ-функції в аутсорсинг); можливість скористатися

⁴ Коптелов А. Аутсорсинг в зеркале современного бизнеса // CITForum.ru.

⁵ Уэбстер Ф. Теории информационного общества. – М., 2004. – С. 104.

спеціалізованими функціями, для виконання яких установа не має фахівців або ресурсів.

Не слід вважати, що аутсорсинг як економічне явище існував до цього часу лише на Заході. Ще в дореформений період у господарській лексиці були такі поняття, як "отримувати через кооперацію", "бути на субпідряді". При цьому підряд розглядали як угоду, за якою одна сторона, підрядник, зобов'язується під свою відповідальність виконати за завданням іншої сторони, замовника, певну роботу з використанням власних матеріалів або матеріалів замовника за певну плату. За угодою підряду оплачують лише готовий результат, зданий замовникові. Підрядник має право залучати до виконання замовлення інші установи, які стають субпідрядниками, а підрядник перетворюється на генерального підрядника. Таким чином, субпідрядник – це фірма, яку залучає генеральний підрядник до участі у виконанні підряду⁶.

Видатний український економіст М.Туган-Барановський у праці "Політична економія. Курс популярний" згадував про велике поширення артільної форми праці в сільському будівництві. Він указував, що значну частину сільських будинків будують артілі теслярів. На чолі такої артілі стояв керівник артілі – рядник, обов'язком якого було організація артілі та пошук роботи⁷. Етимологічне коріння термінів "підряд" і "субпідряд", очевидно, пов'язані із словом "рядник", яке, своєю чергою, є спорідненим словам "упорядкування", "упорядковувати". Так чи так, "вітчизняний аутсорсинг" має власне історичне коріння, і коріння це треба шукати у традиціях кооперації. Туган-барановський виокремлював дев'ять видів кооперативів: кредитні та позиково-ощадні товариства; споживчі товариства; закупівельні товариства; будівельні товариства; товариства із збуту; товариства з переробки; виробничо-підсобні артілі; трудові артілі; виробничі артілі. Він вважав, що кооператив – це самодопомога населення, і в цьому – його сила.

Ми вже наголошували вище на певній схожості інституційної форми споживчої кооперації з деякими явищами на споживчому ринку в "економіці доступу". Справді, довгостроковий контракт про придбання на пільгових умовах, наприклад, товарів дитячого асортименту в обмін на пільговий контракт про придбання яких-небудь інших товарів і послуг формує замкнену виробничо-споживчу ланку, в якій інтереси стратегічної довготривалої сталості поставлені вище за інтереси максимізації прибутку в короткостроковому періоді. І хоча зміст відносин не виходить за межі капіталістичного підприємництва (мається на увазі використання найманої праці), цільові установки виходять за межі мотивів власне підприємництва.

Повертаючись до проблем суто виробничої сфери, потрібно відзначити, що в явищі аутсорсингу виявляється тенденція свого роду розукрупнення компаній. Видатний економіст-аграрій О.Чаянов, який розробив оригінальну концепцію сільськогосподарської кооперації, вважав, що вертикальна кооперація дрібних господарств покликана компенсувати ті пе-

⁶ Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – 2-е изд., исправ. – М., 1999. – С. 333.

⁷ Туган-Барановський М.І. Політична економія. Курс популярний. – К., 1994. – С. 244.

реваги, які велике господарство має перед дрібним⁸. Сьогодні розукрупнення господарств (не тільки аграрних) виступає умовою отримання ними нових переваг. Аутсорсингові фірми, які нерідко були відокремленими підрозділами великих компаній, здобувши самостійність, надають доступ до своїх товарів і послуг іншим компаніям. Причому їх інституційна форма виявляється досить близькою до принципів виробничої та трудової кооперації. За задумом А.Чаянова, до кооперативів мають відійти ті операції, здійснювати які вони здатні ефективніше, ніж окремі господарства. Але ж аутсорсингові фірми і беруть на себе ті функції, які вони можуть виконати ефективніше за великі компанії. Таким чином, за своїм функціональним призначенням та інституційною формою аутсорсингові фірми, певною мірою, близькі до кооперативів. Так, лізинг, що передбачає оренду виробничого обладнання, є дуже близьким до такої форми кооперації, як товариство із спільного використання машин; фірми з оренди робочої сили формально є близькими до трудових артілей, які також не були прив'язані просторово до певного виробничого об'єкта. Звичайно, соціально-економічний зміст кооперативних товариств і аутсорсингових фірм аж ніяк не є тотожним, але якщо врахувати, що "форма, в певному сенсі, – це вже зміст", то можна спробувати знайти кооперативні тенденції в розвитку аутсорсингу й усієї "економіки доступу".

Суттєвим є те, що з часів М.Туган-Барановського і О.Чаянова не змінилося бачення основної мети кооперативу – взаємодопомоги⁹. Може здатися парадоксальним, але, як уявляється, саме до подібної мотивації підштовхують економічних суб'єктів виклики сучасної економіки, й указана мотивація складає основу таких нових інституційних економічних форм, як кластерні об'єднання і мережеві структури, покликані подолати найзначніші вади й обмеження існуючої ринкової системи.

Слово "кластер" у перекладі з англійської означає "блок", "група". Кластеризацію економіки і розвиток теорії кластерів пов'язують із становленням на розі ХХ і ХХІ століть нової економіки, за якої, зокрема, конкуренти вступають у партнерські відносини¹⁰. Як глобальна тенденція виступає формування різноманітних формальних і неформальних угод і альянсів. Посилення ролі міжнародної конкуренції, ускладнення її механізмів призводять до неспроможності підприємств поодиночки ефективно діяти на зовнішніх і внутрішніх ринках, змушують їх шукати нові, ефективніші стратегії розвитку і форми взаємодії.

Існує безліч визначень поняття "кластер" в економічній літературі. Уявляється, що сутнісні риси кластера краще відображають ті з них, у яких наголошується на кооперативних принципах взаємодопомоги. Важливо, що більшість членів того чи того кластера не є прямими конкурентами, а мають спільні проблеми й інтереси. Можна сказати, що кластером є результат добровільної кооперації "знизу", хоча і підтримуваною до певної міри державою. Він орієнтований на довгострокові взаємовигідні від-

⁸ Чаянов А.В. Краткий курс кооперации // Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков: В 5 т-х. – Т. IV. Век глобальных трансформаций. – М., 2004. – С. 568.

⁹ Наумов В.К. Кооперация в Италии. – М., 1989. – С. 154.

¹⁰ Семенов Т.А., Богма О.С. Створення кластерних об'єднань в умовах нової економіки: Монографія. – Запоріжжя, 2008. – С. 11.

носини між його учасниками. У зв'язку з цим заслуговує на увагу точка зору Е.Бергмана і Е.Фесера, які розглядають промисловий кластер як групу комерційних підприємств і некомерційних установ, для яких членство у групі є важливим елементом індивідуальної конкурентоспроможності¹¹. З позиції Т.Андерсона, кластер – це кооперація фірм навколо певної функціональної ніші та встановлення тісних взаємозв'язків і робочих альянсів для посилення їх колективної конкурентоспроможності¹². Досить повно і точно характеризують суттєві риси кластера В.Чевганова і І.Брижань: "Кластер – це одна з форм об'єднання подібних, пов'язаних між собою підприємств і установ, які доповнюють один одного: кооперуються з метою взаємної підтримки і координації"¹³.

Кластери можуть формуватися різними шляхами. Наприклад, у шотландській моделі кластера ядром спільного виробництва стає велике підприємство, яке об'єднує навколо себе невеликі фірми, зокрема на засадах аутсорсингу. Італійська модель є гнучкішою і рівноправнішою співпрацею підприємств малого, середнього і великого бізнесу.

Таким чином, якщо аутсорсинг пов'язаний із кооперацією, то кооперація, своєю чергою, виявляється у кластеризації економіки. Формування кластерів із використанням аутсорсингу можна розглядати як мережотворювальний процес в економіці. У граничній формі компанії переходять до повного виробничого аутсорсингу, залишаючи за собою тільки вибір продукту і контракт із замовником. У цьому разі компанія не має капіталу у продуктивній формі, а має лише у своєму розпорядженні ліцензію на бізнес і дозвіл на ведення робіт.

Цей граничний випадок заслуговує на особливу увагу, оскільки, на наш погляд, відбиває тенденцію, що визначає майбутні риси економіки. Уявляється, що саме такі компанії в перспективі стануть головними вузлами "кристалізації" кластерів у мережевій моделі економіки.

Щодо мережевої економіки, мережевих структур існує безліч трактувань і підходів. Теоретично найбільш коректною й обґрунтованою, на наш погляд, є концепція мережевої економіки, запропонована С.Паріновим і Т.Яковлевою¹⁴.

Автори розділяють розуміння "мережевих форм організації", запропоноване Дж.Подольни і К.Пайджем, як будь-якої групи "...дійових осіб, яка має повторювані, тривалі обмінні зв'язки між собою і, водночас, у цій групі відсутній владний орган, уповноважений розв'язувати спірні питання, що виникають упродовж обміну"¹⁵. Таке розуміння відразу дозволяє розставити крапки над "і" в розрізненні "ієрархії" та "мережі".

У соціально-економічній еволюції суспільства С.Парінов і Т.Яковлева пропонують розрізнити общинно-мережеву, ринкову та ієрархічну структу-

¹¹ Bergman E.M., Feser E.I. Industrial and Regional Clusters: Concepts and Comparative Applications, Regional Research Institute, WVU, 1999.

¹² Andersson T., Sorvik I., Hansson E.W. The Cluster Policies Whitebook. – IKED, 2004.

¹³ Чевганова В., Брижань І. Кластери и их экономическое значение // Экономика Украины. – 2002. – № 11. – С. 35–41.

¹⁴ Паринов С.И., Яковлева Т.И. Экономика 21 века на базе Интернет-технологий. – Новосибирск, 2000.

¹⁵ Podolny J.M., Page K.J. Network Forms of Organization, Annual Review of Sociology, 1998, Forthcoming.

ри і відповідні їм форми управління. Общинно-мережева форма характерна тим, що дозволяє підтримувати безпосередні, прямі контакти "всіх з усіма". Ця історично перша форма управління вичерпала себе, коли розподіл праці почав виходити за рамки общини, а обмежені можливості засобів комунікацій і систем обміну інформацією того часу не забезпечували ширшому колу людей той рівень обміну інформацією, який потрібний для нормального функціонування общинної економіки. В результаті соціальної еволюції було знайдено структури і форми управління, які дозволяли координувати діяльність груп, що перевищують за чисельністю общину, оскільки ці структури вимагали менших обсягів комунікацій і менш інтенсивного обміну інформацією. Це ієрархічна і ринкова структури, які надалі історично співіснували і конкурували між собою. Ієрархічна форма управління заснована переважно на вибірковому й односторонньому інформаційному обміні – головно, між керівником і керованим. Тому за того самого рівня засобів обміну інформацією вона дозволяла керувати більшою кількістю людей, аніж общинна форма. Ринкова форма звужує обмін інформацією до розповсюдження "цінових сигналів" і тому виставляє ще скромніші вимоги до обміну інформацією між учасниками ринку, ніж ієрархічна. За того самого рівня комунікацій вона дозволяє регулювати спільну діяльність ще більшої кількості людей. Інакше кажучи, общинно-мережева форма є адекватною максимальній інформаційній проникності середовища економічної діяльності, ієрархічна – середньому рівню такої проникності, ринкова – мінімальному. Можна сказати, що для традиційних суспільств постобщинного періоду (рабовласницького і феодального) характерне домінування ієрархічних структур, які співіснують із ринковими і підпорядковують їх собі (пригадаймо феодальне державне регулювання ринку в середні віки). Для капіталізму вільної конкуренції ринкова структура виявилася практично всеохопною, але з появою монополій і державного регулювання ієрархічна складова збільшилася. В командно-адміністративній економіці радянського типу домінувала ієрархія, але ринкова складова також була репрезентована вельми значно.

Не буде перебільшенням сказати, що сучасна структура економіки як комбінація ієрархічної та ринкової форм перебуває у критичному стані. Поточна світова фінансово-економічна криза – яскрава тому ілюстрація. Інформаційна недостатність ринкової та ієрархічної структур сьогодні ставить межі економічному зростанню і соціальному прогресу. Є підстави припускати, що вони вичерпали себе як домінанти.

Ф.Хайек характеризував становлення капіталістичної ринкової економіки як перехід до "розширеного економічного порядку". Діалектичний підхід схиляє до згоди з думкою С.Парінова і Т.Яковлевої, що "...очевидно, на початку 21-го століття соціальна еволюція завершує свій черговий виток і сучасна економічна система може незабаром опинитися в точці, коли "розширений економічний порядок" базуватиметься на співтоваристві людей, що "перебувають у безпосередньому контакті один з одним"¹⁶. Інакше кажучи, можна чекати, що перспективна економіка – це економіка

¹⁶ *Парінов С.И., Яковлева Т.И.* Экономика 21 века на базе Интернет-технологий. – С. 11.

мережевого типу, але вже не общинного, а національного і глобального масштабу. Можливо, що мережева домінанта якоюсь мірою співіснуватиме з ієрархічною і ринковою формами або, принаймні, дозволить асимілювати в себе їх продуктивні властивості, але сутнісний вплив цих форм має бути елімінований.

Інші дослідження також містять певні доводи на користь мережевих трансформацій. Так, В.Яременко, хоча і закликає не скидати з рахунків ієрархію, вельми критично оцінює поточну ситуацію: "Той рівень невизначеності, який характеризує сучасне суспільство, не може бути визнаний прийнятним ані з гуманітарно-соціальних позицій, ані з позицій раціонального використання глобальних ресурсів"¹⁷.

Тут доречно пригадати, що сутнісною межею класичного товарного виробництва є опосередковане (через ринок як сферу обміну) визнання суспільного характеру (суспільної корисності) втіленої в товарі праці апостеріорно процесу виробництва цього товару для невідомого споживача. Інакше кажучи, спочатку товар виробляють, а потім з'ясовують, чи слід було його виробляти. Всі засоби сучасного маркетингу і самé провідне місце маркетингових служб у сучасних компаніях свідчать про напружену боротьбу з цим дефектом ринку, проти методу спроб і помилок, що став непомірно дорогим. Фактично ринок веде боротьбу проти самого себе за ту нову якість економіки, шлях до якої прокладають, зокрема, і мережеві структури. Мережоутворювальний процес перебуває в початковій стадії становлення. Сформовані мережі різного рівня часто несуть на собі відбитки інших структур, ще тільки набуваючи іманентних собі властивостей. Разом з тим, як справедливо відзначає В.Яременко: "Схильність суб'єктів до вступу в мережеві структури певним чином пов'язана з максимізуючою поведінкою... З одного боку, обмежуючи поле вибору суб'єкта лише індексом суцільства, вони зменшують кількість доступних і оцінюваних альтернатив, що призводить до зниження рівня корисності. З іншого боку – мережеві структури вочевидь ведуть до значної економії на трансакційних витратах..."¹⁸.

Можна погодитися з А.Олейніком, що на сьогоднішній день основа моделі мережевого обміну – це локалізація трансакцій¹⁹. Економічні агенти діють не на знеособленому ринку з невизначено великою кількістю учасників, а на локальному, обмеженому території або колом агентів. Завдяки цьому досягається економія часу, креативного ресурсу, сталість структури. Проте мірою поширення єдиних позитивних цінностей, отримання технічних можливостей щодо прискорення трансакцій зона вибору для кожного економічного агента розширюватиметься до меж мегамереж, що діють за правилами прямого доступу і безпосереднього контакту. Дуже важливо при цьому забезпечити здатність мережевого світу, як відзначає С.Менард, мотивувати індивіда до дотримання умов взаємодії в мережі²⁰.

¹⁷ Яременко В.Г. Рациональный выбор в сетевых структурах в контексте механизмов социально-экономического развития // Экономическая теория. – 2008. – № 1. – С. 44.

¹⁸ Там же. – С. 47.

¹⁹ Олейник А. Модель сетевого капитализма // Вопросы экономики. – 2003. – № 8. – С. 132.

²⁰ Menard C. Maladaptation of Regulation to Hybrid Organizational Formy // International Review of Law and Economics. – 1998. – Vol. 18. – № 4. – P. 410.

Уявляється, що у процесі мережоутворення створюються умови переходу до безпосередньо суспільного виробництва, в якому праця має безпосередньо суспільний характер – виробництво здійснюється для відомого споживача, а праця, втілена в товарі за дотримання заздалегідь обумовлених кількісних і якісних параметрів, визнається суспільно необхідною априорі процесу виробництва товару, тобто до процесу виробництва. Процес руху до такого економічного порядку може виявитися складним і суперечливим. Проте його диктує логіка подолання ринком власних дефектів і обмежень.

Особлива роль у цьому процесі, на наш погляд, належатиме компаніям, які еволюціонують у структури із стовідсотковим виробничим аутсорсингом. Диверсифікуючи свою діяльність і переходячи до ділових проєктів як оперативних одиниць мережевої економіки, такі компанії ставатимуть центрами "кристалізації" кластерів, вузлами мережевих структур, що поступово набуватимуть функцій протопланування, з'єднання виробників із споживачами в економічному середовищі з максимальною інформаційною проникністю і єдиними мережевими цінностями, а також забезпеченням доступу кожного учасника мережі до її ресурсів.

Отже, можна зробити такі висновки.

1. Принципи "економіки доступу" поширюється не лише на споживчий ринок, але і на ринки факторів виробництва, внаслідок чого розширюється використання аутсорсингу.

2. Аутсорсинг індукує інституційну форму "кооперації знизу" і виступає фактором формування кластерів в економіці як певному різновиді мережевих структур, що розвиваються.

3. Виявляється тенденція до появи компаній із стовідсотковим виробничим аутсорсингом (А-100), що диверсифікують свою діяльність у різноманітних ділових проєктах.

4. Указані компанії виступають вузлами "кристалізації" іманентних властивостей мережевої економіки, безпосередніх зв'язків між економічними агентами.

5. Компанії А-100 мають тенденцію до отримання в перспективі статусу центрів протопланування, що забезпечують реалізацію принципу безпосередньо суспільного характеру праці в рамках кластерів, які формуються, та інших мереж, що виступає одним із проявів трансформації ринкових економічних форм у форми мережевої планомірності.

Мережевій формі організації економіки з безпосередньо суспільним характером зв'язків між економічними суб'єктами адекватні гнучкі форми зайнятості та зміна діяльності, які поступово витіснятимуть традиційний розподіл праці як основу класичного ринку. Їх розвиток і зв'язок із становленням мережевої протопланомірності складуть актуальну тематику досліджень із обговорюваних проблем у недалекій перспективі.