

Gamybos koncentracija rinkos ekonomikoje

Romualdas Ginevičius

Profesorius habilituotas daktaras
Vilniaus Gedimino technikos universiteto
Verslo ekonomikos katedra
Saulėtekio al. 11, 2040 Vilnius
Tel. (370 2) 30 05 57, faks. (370 2) 70 04 96

Algirdas Andriūškevičius

UAB „Giedra“
Metalo g. 21. 2038 Vilnius
Tel. 23 60 26, faksas (370 2) 23 6815

Įvadas

Lietuvai integruojantis į Vakarų pasaulio ekonominę sistemą, ūkio subjektai turi tapti lygia-verčiais užsienio firmų partneriais. Neatsitiktinai šiandieną jiems keliamas pagrindinis uždavinys – didinti konkurencingumą. Teorijoje ir praktikoje jis dažnai suprantamas kaip užimama tiek užsienio, tiek ir vidaus rinkos dalis [1]. Įmonės konkurencingumas yra integralus visapusiškos jos plėtotės rezultatas. Rinkas išlaikyti ir didinti galima tik sugebant taikytis prie nuolat kintančių išorinių sąlygų. Šis taikymasis negali būti pasyvus, t. y. siekiantis tik išlaikyti turimas pozicijas. Valstybės bendros ekonomikos raidos rezultatas yra rinkos augimas, todėl ir įmonės turi didinti savo veiklos mastą, būti novatoriškos, nes antraip praras pozicijas ir sunyks. Vis didesnės rinkos dalies siekimas tampa įmonių konkurencinio pajėgumo pagrindu. Tik išlaikydamos tempus, ne mažesnius už bendros rinkos augimą, jos gali padidinti ir bent išlaikyti turimą rinkos dalį [1].

Taigi konkurencija rinkoje verčia įmones koncentruoti gamybą. Iš šių išorinių gamybos koncentraciją (GK) skatinančių veiksnių išplaukia ir vidiniai. Užimamų rinkos pozicijų įtvirtinimas

ir išplėtimas įmanomas tik didinant gamybos efektyvumą, t. y. tobulinant darbo įrankius. Kita vertus, daugiametė patirtis rodo, kad vis pažangesnės technikos ir technologijos diegimas, o ypač efektyvus jos panaudojimas, įmanomas tik koncentruojant gamybą. Taigi konkurencinė kova rinkoje lemia koncentracijos, kuri yra gamybos augimo sąlyga, poreikį. Savo ruožtu didėjant gamybos mastams didėja šios gamybos produktyvumas, taigi ir konkurencingumas (1 pav.).

Nagrinėti gamybos koncentracijos procesus aktualu keliais aspektais. Visų pirma, nežabotos GK rezultatas yra rinkos monopolizavimas, o tai kelia didelę grėsmę smulkesniems gamintojams. Be to, gali būti pažeistas pagrindinis rinkos ekonomikos principas, kai pirkėjas laisvai pasirenka labiausiai jam tinkantį pardavėją, apribotos naujų prekių ir paslaugų pardavėjų (gamintojų) pasirodymo rinkoje galimybės ir t. t.

Kita vertus, koncentracija didina gamybos efektyvumą, stiprina įmonių pozicijas rinkoje ir



1 pav. Konkurencijos poveikis gamybai

pan. Tą patį galima pasakyti ir apie tarptautinę konkurenciją, nes tik stambi gamyba gali pasipriešinti užsienio firmoms vidaus rinkose, taip pat sėkmingai plėsti užsienio rinkas ir apskritai didinti šalies konkurencingumą.

Straipsnio tikslas – apibrėžti koncentracijos prigimtį, raiškos formas, kiekybinio jos vertinimo galimybes.

1. Įmonės augimas

Koncentracija yra įmonės augimo forma. Pats įmonės augimas suprantamas kaip jos ilgalaikiai teigiami kiekybiniai pasikeitimai [1]. Jis gali būti išorinis ir vidinis.

Aiškinant pirmojo esmę, vartojamos tokios sąvokos – „išorinio pobūdžio augimas“, „laisvas augimas“ arba tiesiog „išorinis augimas“ (anglų ir amerikiečių literatūroje) [3]. Taigi išorinio augimo esmė – įmonių susijungimas, kuris gali pasireikšti pačiomis įvairiausiomis formomis.

Ne kiekvienas įmonių susijungimas yra koncentracija. Esminiai skiriamieji bruožai, kurie ją išskiria iš kitų gamybos augimo formų, yra ūkinis ir teisinis besijungiančių subjektų statusas. Apie koncentraciją galime kalbėti tik

tada, kai po susijungimo fakto įforminimo jie netenka tiek ūkinio, tiek ir teisinio savarankiškumo (2 pav.).

Vidaus augimas – tai papildomų galimybių sukūrimas įmonėje suformavus naujus pajėgumus. Šių gamybos priemonių, taip pat jas aptarnaujančio personalo darbu derinti su esmais ištekliais įmonė vadovauja pati. Vidinio įmonės augimo esmė aiškinama tokiomis sąvokomis – „naujų našių gamybos kombinacijų sukūrimas“, „įmonės vidaus elementų ir jų ryšių sisteminis pakeitimas“, „vidinio pobūdžio augimas“, „natūralus augimas“, „augimas išplečiant gamybą“, „originalus įmonės padidėjimas“ bei „vidinis augimas“ (anglų ir amerikiečių literatūroje) [3].

Aptarti įmonės augimo būdai vienas nuo kito skiriasi tuo, kad pirmu atveju įmonė prijungia iš šalies jau esamus pajėgumus, antru – juos suformuoja pati. Laikoma, kad pirmasis būdas, palyginti su vidiniu augimu, yra pranašesnis, kadangi atsiranda geresnės galimybės [1]:

- mažinti investicijų kaštus;
- išvengti arba sumažinti likutinius bei neracionalius pajėgumus ir dubliuojančias investicijas, derinti turimus pajėgumus;
- greičiau pajusti augimo galimybes;
- greičiau įeiti į didesnių rinkų erdvę;
- sumažinti rinkos riziką.

2. Gamybos koncentracija

Etimologine prasme koncentracija yra bet kokių elementų grupavimas (sutelkimas) apie centrą. Pritaikius šį supratimą ūkio realijoms, tai būtų funkcijų, uždavinių, kitų ekonominių dydžių sutelkimas ar sujungimas.

Gamybos koncentracijos prasmė dviejopa ir apima tiek funkcijų apribojimą, t. y. koncentraciją

		Ūkinis įmonių savarankiškumas	
		savarankiškos	nesavarankiškos
Teisinis įmonių savarankiškumas	savarankiškos	Kitos gamybos augimo formos	
	nesavarankiškos		Koncentracija

2 pav. Įmonių koncentracijos ir kitų gamybos augimo formų ryšys

vimasi į uždavinius, tiek ir šių funkcijų kombinacijas, t. y. keleto uždavinių arba ekonominių subjektų sujungimą [2; 3; 4]. Labiausiai ir dažniausiai nagrinjamas antrasis GK aspektas. Pagrindinis objektas šiuo atveju yra įmonė.

Koncentracija suprantama ir kaip neproporcingas augimas, t. y. kai dalis įmonių auga neproporcingai greitai, o kitos neproporcingai lėtai arba netgi mažėja. Taip galvojant, koncentracija apibrėžiama kaip ženklus išaugimas didesnių įmonių grupių, palyginti su mažesnių įmonių grupėmis, arba kaip ilgalaikis procesas, pasireiškiantis didelių įmonių (jų grupių) galimybių augimu, palyginti su mažų įmonių (jų grupių) galimybėmis [3].

Jeigu manoma, kad koncentracija yra neproporcingas gamybos augimas, pabrėžiamas jos vyksmas ir ji suprantama kaip procesas. Tačiau teoriškai gali būti, kad visų įmonių turima rinkos dalis didėja proporcingai. Tokiu atveju koncentracijos, kaip proceso, nėra, turime tik būklę. Šių dviejų situacijų skirtumas labai aiškiai matomas monopolinėje rinkoje: koncentracija, kaip procesas, daugiau vykti negali (rinkoje viešpatauja tik atskiros įmonės) ir todėl turime koncentraciją kaip būklę pačia aštriausia jos forma.

Gamybos koncentraciją mokslas ir praktika vertina labai prieštarinai. Vieniems tai galimybė užtikrinti sėkmingą įmonių egzistenciją vis labiau aštrėjančios vidaus ir tarptautinės konkurencijos sąlygomis, kitiems – visų ūkio negeorvių pradžia. Ir vieni, ir kiti sutinka, kad tai amžiaus problema.

GK padarinių vertinimas priklauso nuo to, kokį reiškinio aspektą mato oponentai – teigiamą ar neigiamą. Nurodomi šie GK pranašumai ir trūkumai [5].

Pranašumai:

1) didesnės įėjimo į rinkas, ypač išorės, galimybės;

2) galimybė gauti išsamesnę informaciją apie rinkas;

3) palankesnės veiklos rinkoje sąlygos;

4) galimybė ilgiau veikti rinkoje;

5) masinės gamybos nauda;

6) galimybė panaudoti aukštesnės negu iki šiol kvalifikacijos specialistus ir vadybininkus;

7) galimybė panaudoti pažangesnius negu iki šiol gamybos planavimo, kontrolės, vadovavimo ir organizavimo būdus;

8) galimybė sumažinti veiklos riziką diversifikuojant gamybą;

9) padidėjusios finansavimosi galimybės panaudojant tiek vidaus, tiek ir išorės šaltinius;

10) iš devinto punkto išplaukiančios didesnės investicijų galimybės finansuoti mokslinius gamybos, produkcijos realizavimo ir valdymo tyrimus;

11) didesnės galimybės kelti vadovaujančių darbuotojų, kitų darbuotojų, išsimokslinimo ir kvalifikacijos lygį;

12) didesnis įmonės patrauklumas parenkant darbuotojus;

13) didesnės galimybės dalyvauti stambesniuose verslo projektuose ir atviruose konkursuose;

14) didesnis visuomenės dėmesys.

Pernelyg didelės koncentracijos trūkumai:

1) peržengiamas tikslingas įmonės dydis;

2) sudėtinga ir paini informacijos, komunikacijos ir koordinavimo sistema;

3) nelanksti ir neoperatyvi įmonės planavimo, organizavimo, vadovavimo ir kontrolės sistema;

4) didesni nuostoliai dėl nelaiku ir neefektyvaus sprendimų priėmimo;

5) gamybos ir valdymo procesų dubliavimas ir sustabarėjimas;

6) darbuotojų motyvacijos, saviraiškos ir iniciatyvos galimybių sumažėjimas dėl veiklos kolektyvizacijos tendencijų;

7) ne visų gamybos veiksmų įvertinimas;
8) socialinių konfliktų galimybės padidėjimas;

9) monopolinės pasiūlos ir paklausos struktūros bei socialinės ir ekonominės jėgos pozicijos formavimasis;

10) didesnės valstybės pastangos reguliuoti šalių ekonomiką, netgi jos suvalstybinimo pavojus.

Gamybos koncentracija įmonėje lemia kiekybinius ir kokybinius jos pokyčius.

Bendro GK proceso kiekybinė išraiška yra įmonės gamybinė programa (GP). Įgyvendinant ją suskaidoma į siauresnius uždavinius, kuriems atlikti, laikantis technologinių reikalavimų, suformuojami tam tikro profilio gamybiniai padaliniai. Didėjant GP, didėja kiekvieno tokio padalinio darbų mastas. Tai lemia tam tikrų gamybų, uždavinių, susijusių su galutinio produkto gamyba, organizacinį atsirbojimą. Šio reiškinio priežastis yra darbo pasidalijimas, t. y. siekimas ne tik kiekvieno produkto gamybą, bet ir ją sudarančias technologines operacijas, uždavinius, dalumus, didėjant gamybos mastui, į vis smulkesnes dalis, paversti savarankiškais vienetais, kad, remiantis šiuo specializavimusi, būtų sumažintos darbo sąnaudos, savikaina ir padidintas produktyvumas. Taigi darbo pasidalijimo pradžios pozicija yra gamybos koncentracija, o jo ypatinga forma – specializacija, kuri kyla iš tam tikro GK lygio ir skatina tolesnę gamybos koncentraciją. Kuo didesnis darbų mastas, tuo smulkiau skaidomas technologinis procesas, ir kuo daugiau sukuriami padaliniai, tuo didesnė specializacija. Kita vertus, šis procesas skatina vis sudėtingesnius technologiškai suskaidytų padalinių tarpusavio ryšius [1, 6].

Įmonės padalinių kūrimo „statybinė medžiaga“ yra įrengimai, technologinė ir kita įranga, taip pat gamybos proceso realizavimo, jo aptar-

navimo, planavimo, valdymo, kontrolės ir kitas funkcijas atliekantis personalas. Nuo šių pirminių elementų, kuriuos pavadinsime strateginiais ištekliais, skaičiaus priklauso objektyvios produkcijos gamybos ir realizavimo galimybės.

Taigi tam tikru laiko momentu gamybos koncentracijos procesą *tiesiogiai* galima apibūdinti turimos techninės įrangos, skirtos produkcijai gaminti ir gamybai aptarnauti, taip pat personalo kiekiu. Tai tiesioginis GK rodiklis.

Yra ir kitų nuomonių, ką laikyti įmonės gamybinės struktūros pirminiais elementais. Pavyzdžiui, įrodinėjama, kad šiandieną materialinius (daiktinius) gamybos veiksmus, taip pat personalą laikyti tokiais elementais būtų klaida. Ši tezė grindžiama tuo, kad minėti ištekliai dar neleidžia iškelti adekvačių esamai padėčiai strateginių įmonės tikslų, tuo labiau nustatyti įmonės pasiruošimą juos įgyvendinti. Todėl, kalbant apie potencialias įmonės galimybes, siūloma įvertinti įmonės sugebėjimą analizuoti padėtį, rinkų konjunktūrą, prisitaikyti prie besikeičiančių sąlygų ir pan. [7].

Iš esmės čia jokio prieštaravimo nėra. Pirminiai elementai arba strateginiai ištekliai parodo įmonėje sukaupto gyvojo ir sudaiktinto darbo kiekį, išreikštą gamybos priemonių ir darbo išteklių visuma [6]. Kitaip tariant, tai tam tikra dalis visuomenės gamybinių jėgų, sukoncentruota įmonėje. Taigi tai grynai kiekybinė gamybos koncentracijos proceso įmonėje išraiška, tiesiogiai apibūdinanti šį procesą.

Kitas klausimas, kokia yra šių strateginių išteklių kokybė, kadangi, minėjome, jų daugėjant, turėtų atsirasti platesnių galimybių panaudoti aukštesnės kvalifikacijos darbuotojus, techniką ir technologijas, pažangesnius gamybos valdymo, organizavimo būdus, efektyviau veikti rinkose ir t. t., kartu labiau panaudoti turimas objektyvias produkcijos gamybos galimybes.

Kitaip tariant, kokybinė koncentracijos išraiška leidžia vertinti įmonės entrepreneriškumo laipsnį: jos pozicijos aktyvumą aplinkos atžvilgiu, siekių santykį su turimomis galimybėmis ir ištekliais, komandinio ir grupinio darbo kultūrą, taip pat sugebėjimą mokytis ir spręsti problemines situacijas [8]. Kitaip sakant, strateginių išteklių kokybė apibūdina įmonės sugebėjimą sujungti šiuos išteklius į racionalią, kryptingai ir efektyviai funkcionuojančią aukštą organizacinę kultūrą pasižyminčią struktūrą. Padėtį komplikuoja tai, kad pasikeitus įmonės tikslams, taigi ir situacijai, tam tikros strateginių išteklių galimybės gali pasirodyti nepakankamos. Todėl, norint įvertinti šį atitikimą (ar neatitikimą), strateginių išteklių kokybę reikėtų apibūdinti rodiklių, įvairiais aspektais įvertinančių šių išteklių parengtumą įgyvendinti iškelto įmonės tikslo, sistema. Ją formuluojant reikėtų atsižvelgti į išorės aplinkos poveikį parenkant tikslus ir juos įgyvendinant, taip pat įmonės vidaus situacijos poveikį objektyvioms produkcijos gamybos galimybėms.

Galimybės, kurias apibūdina strateginių išteklių kokybės rodikliai, glūdi įvairiose įmonės veiklos srityse. Visas šias sąlygas galima pavaizduoti strateginių išteklių matrica. Joje aprašomos įmonių veiklos išorės ir vidaus sritys, taip pat nurodomi vertinami strateginiai ištekliai [7].

Aplinką apibūdina šie rodikliai, susiję su gebėjimu:

- analizuoti šalies ir užsienio makroekonominę situaciją;
- laiku nustatyti svarbius potencialių pirkėjų poreikius;
- analizuoti prekių ir paslaugų rinkos ekonominę konjunktūrą siekiant efektyviai, laiku ir kokybiškai patenkinti poreikius;
- analizuoti gamybos veiksmų rinkos ekonominę konjunktūrą, taip pat strateginės įtakos grupių veiklą;

- iškelti konkurentabilias tų prekių ir paslaugų, kurios yra paklausios rinkose, konstravimo, technologijos ir gamybos organizavimo idėjas;
- įgyvendinti konkurentabilias idėjas prekes ir paslaugas pateikiant rinkai, organizuojant paslaugas jas pardavus;
- užtikrinti įmonės nepriklausymą nuo prekių, finansinių ir rinkos gamybos veiksmų konjunktūros įmonės gamybinės struktūros išoriniu lankstumu;
- palaikyti įmonės konkurencinį statusą ūkininkavimu zonų strateginių priemonių sąrankos valdymu.

Vidaus situaciją apibūdina šie rodikliai, išreiškiantys sugebėjimą:

- užtikrinti gamybinės struktūros vidinį lankstumą panaudojant tam tinkamą technologinę ir kitą įrangą;
- užtikrinti gamybinės struktūros vidinį lankstumą panaudojant vaisingas technologijas;
- užtikrinti gamybinės struktūros vidinį lankstumą formuojant tam tikslui adekvatų besikeičiantiems tikslams darbuotojų potencialą;
- vykdyti architektūrinių planinių sprendimų, adekvačių besikeičiantiems gamybinės struktūros tikslams, pakeitimus;
- užtikrinti tokių prekių ir paslaugų konkurencingumo lygį, kuris yra būtinas užimti pirmaujančias pozicijas aptarnaujamuose ir perspektyviuose rinkos segmentuose;
- užtikrinti aukštą funkcionavimo laipsnį racionaliai naudojant tam įmonės investicines galimybes;
- parengti firmos techninės ir socialinės plėtros strateginę programą ir efektyviai ją įgyvendinti.

Vertinami remiantis įmonės pirminių elementų prigimtimi strateginiai ištekliai sugru-

puojami į gamybos priemones ir personalą. Pirmieji dar skirstomi į techninius ir technologinius, antrieji į darbuotojų organizacinės valdymo struktūros, informacinius, finansinius ir kt.

Strateginių išteklių, kurių sudėtis gali būti nuolat tikslinama, matrica leidžia apibūdinti įmonės padėtį ne tik analizės metu, t. y. atsakyti į klausimą, ką ji gali šiandieną, bet ir sukonkretinti strateginių tikslų nustatymo kryptis, t. y. atsakyti į klausimą, ką reikia padaryti, siekiant užtikrinti stabilią įmonės padėtį rinkoje. Matricos grafose gali būti pateikiamos tiek verbalinės charakteristikos, tiek ir kokybiniai rodikliai.

Remiantis strateginių išteklių matrica galima nustatyti įmonės strateginį potencialą:

$$\begin{array}{l} \text{Įmonės} \\ \text{strateginis} \\ \text{potencialas} \end{array} = \begin{array}{l} \text{Strateginių} \\ \text{išteklių} \\ \text{kiekis} \end{array} \times \begin{array}{l} \text{Strateginių} \\ \text{išteklių kokybė} \\ \text{(panaudojimo} \\ \text{laipsnis)} \end{array}$$

Taigi įmonės strateginis potencialas – tai įmonės sugebėjimas panaudoti objektyvias produkcijos gamybos ir realizavimo galimybes, kurias jai suteikia turimi strateginiai ištekliai.

Žinoti įmonės strateginį potencialą dar nereiškia, kad bus pagamintas ir realizuotas jį atitinkantis produkcijos kiekis. Kliūčių gali būti įmonės viduje ir išorėje. Visų pirma strateginių išteklių kokybės rodikliai dėl skaičiavimo sunkumų gali būti nustatyti netiksliai. Potencialui panaudoti neigiamą poveikį gali turėti nuolat besikeičiančios rinkos sąlygos, konjunktūra. Todėl tiek strateginių išteklių, tiek ir strateginio potencialo atžvilgiu galime kalbėti apie jo panaudojimo laipsnį. Jį parodys pagamintas ir realizuotas produkcijos kiekio ir strateginio potencialo dydžio santykis:

$$\frac{\text{Pagamintos ir realizuotos} \\ \text{produkcijos kiekis}}{\text{Strateginis potencialas}} = \text{Strateginio potencialo} \\ \text{panaudojimo laipsnis.}$$

Kuo geriau panaudojamas įmonės strateginis potencialas ir kuo daugiau bus pagaminta ir realizuota produkcijos, tuo didesnis bus įmonės pelnas, kurio dalis gali būti skirta didinti turimų strateginių išteklių kiekį, taigi ir tolesnei gamybos koncentracijai (3 pav.).

Taigi įvertinus strateginių išteklių, tiesiogiai apibūdinančių gamybos koncentracijos procesus įmonėje, kokybę, nuo kurios priklauso šių išteklių panaudojimas, objektyvias produkcijos gamybos galimybes galima transformuoti į faktiškai pagamintos ir realizuotos produkcijos kiekį. Tokiu būdu pastarasis dydis, kaip ir strateginiai ištekliai, irgi, tačiau tik *netiesiogiai*, parodo gamybos koncentracijos procesą įmonėje.

3. Rinkos koncentracija

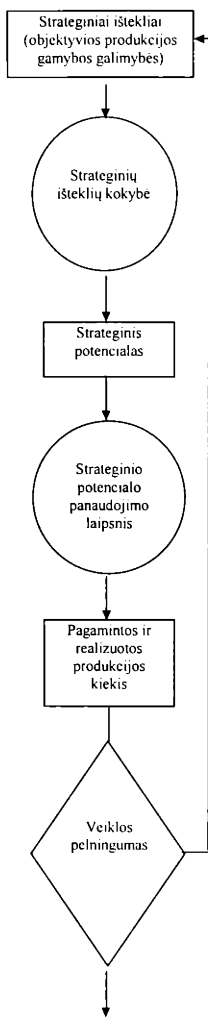
Dabar siūloma skirti tris rinkos koncentracijos lygmenis – globalų, šakos ir pavienės rinkos [3].

Pirmu atveju nagrinėjimo objektas yra globaliai apibrėžta veiklos sritis, į priklausomumą konkrečioms šakoms neatsižvelgiama. Šiam lygmeniui galima priskirti koncentraciją šalies ūkio ir tarptautiniu mastu.

Antru atveju koncentracijos nagrinėjimas tikslinamas ir objektu yra konkreti šaka, pvz., pagrindinių metalų pramonė, tekstilės industrija ir pan.

Trečiu atveju nagrinėjimo aspektas yra pavienė rinka. Tokios rūšies analizė tiksliausiai perteikia konkurencijos vaizdą, tačiau kyla nemažų įmonių rinkų atribojimo sunkumų.

Visais šiais lygmenimis esminiu koncentracijos požymiu laikoma rinkos struktūra, parodanti rinkos dalyvių skaičių ir jų veiklos mastą. Taigi konkurencijos indikatorius yra turima rinkos dalis. Taip yra neatsitiktinai, kadangi būtent nuo jos priklauso įmonės jėga rinkoje. Įmonė, turinti tokią jėgą, labiau veikia



3 pav. Įmonės objektyvių galimybių transformacija į faktiškai pagamintos ir realizuotos produkcijos kieki

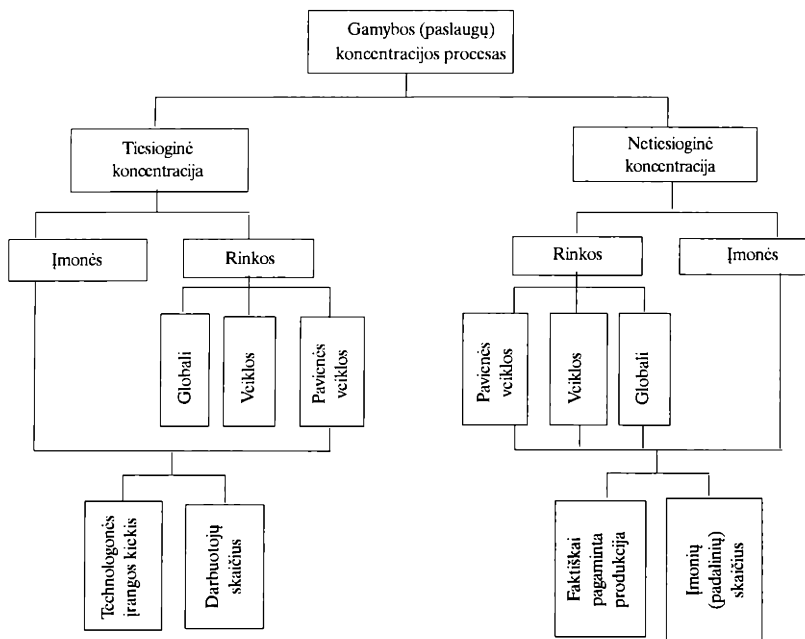
produktų kainas, mažiau jautri įvairiems pokyčiams ir pan., t. y. ji labiau konkurencinga.

Kita vertus, koncentracijos ir užimamos rinkos dalies sutapatinti negalima, kadangi pastaroji yra tik vienas iš GK rezultatų. Augdama įmonė paprastai plečia ir gamybos asortimentą, t. y. diversifikuojasi [1]. Tai didina finansinį jos stabilumą, mažina bendrą riziką, užtikrina pelną ir ilgalaikę egzistenciją, taip pat yra gamybos koncentracijos, vykstančios įmonėje, rezultatas. Todėl, siekiant aprėpti koncentraciją visapusiškai, visų pirma reikia įvertinti jos procesą, vykstantį įmonėje, ir tik po to – koncentracijos rezultatus, tarp jų ir turimą rinkos dalį. To nepadarius, galima gauti iškreiptą GK vaizdą. Tai matyti iš matricos, kurioje pavaizduotos trijų įmonių dalys trijose rinkose (4 pav.).

Pirma ir antra įmonės diversifikuotos ir todėl iš to, kiek produkcijos jos realizuoja pavienėje rinkoje, negalima spręsti apie gamybos koncentracijos mastą jose. Visų pirma turėtų būti nagrinėjamas GK procesas įmonėje, o paskui, kaip jo rezultatas – rinkos koncentracija (5 pav.).

Rinkos Įmonės	1	3	Iš viso	Rinkos koncentracija	
1	1000		1000		
2	500	1000	1500		
3	500	300	2500		3300
Iš viso		1300	2500		5800
Gamybos koncentracija					

4 pav. Rinkos matrica



5 pav. Gamybos (paslaugų) koncentracijos formos

Aukštą globalią, veiklos ar pavienės rinkos koncentraciją turėsime, jeigu surasime nedidelį skaičių minėtose konkurencinėse erdvėse veikiančių teisiškai ir ūkiškai savarankiškų ūkio subjektų.

Rinkos koncentraciją, taikant tuos pačius kaip ir įmonei kriterijus, galima parodyti tiesiogiai ir netiesiogiai. Netiesioginės rinkos koncentracijos kriterijumi iš dalies gali būti ir joje veikiančių įmonių skaičius (5 pav.).

5. Gamybos koncentracijos matavimas

Buvo parodyta, kad gamybos koncentracijos įmonėje matai yra du. Pirmasis tiesiogiai parodo

GK procesą ir jį apibūdina turimos techninės įrangos, skirtos produkcijos gamybai ir techninei priežiūrai, taip pat personalo kiekis. Antrasis matas gamybos koncentraciją atspindi netiesiogiai ir apibrėžiamas faktiškai pagamintos ir realizuotos produkcijos kiekiu.

Vakarų literatūroje plačiau nagrinėjama rinkos koncentracija. Ji gali būti absoliuti ir snatykinė. Pirmoji yra tada, kai didžiausia realizuotos produkcijos apimtis tenka mažam įmonių, veiklos rūšių ar pan. skaičiui, antroji – kai didelė realizuotos produkcijos dalis tenka mažai daliai įmonių, veiklos rūšių ar pan. [3].

Absoliuti koncentracija matuojama Hiršmano–Herfindalio indeksu D_{11} [3]:

$$D_H = \sum_{i=1}^n P_i^2, \quad (1)$$

P_i – i -s įmonės, veiklos ar pan. santykinė realizuotos produkcijos apimtis; įmonių, veiklos rūšių ar pan. skaičius.

Santykinė koncentracija matuojama Gini koeficientu:

$$K_G = \frac{K}{0,5}, \quad (2)$$

K_G – Gini koeficientas, K – Lorenco kreivės apibrėžtas plotas.

Dydžiai D_H ir K_G kinta nuo 0 iki 1.

Remiantis (1) ir (2) formulėmis bei 1 lentelė buvo apskaičiuota Lietuvos tekstilės pramonės veiklos absoliuti ir santykinė koncentracija (1 lentelė).

Gautos tokios tekstilės pramonės koncentracijos įvairių raiškos formų skaitinės reikšmės (2 lentelė).

1 l e n t e l ė. Lietuvos tekstilės pramonės įmonių darbuotojų skaičius ir parduota produkcija (paslaugos) 1998 m.* (lyginamoji dalis)

Rodikliai	Iš viso	Iš to skaičiaus pagal įmonių grupes (darbuotojų skaičių)						
		0–9	10–19	20–49	50–99	100–199	200–499	500 ir daugiau
1. Įmonių skaičius	1,0	0,26	0,14	0,17	0,12	0,12	0,12	0,07
2. Darbuotojų skaičius	1,0	0,01	0,01	0,03	0,05	0,10	0,22	0,58
3. Parduota produkcijos (galiojančiomis kainomis be PVM ir akcizo)	1,0	0,01	0,02	0,02	0,02	0,19	0,18	0,54

2 l e n t e l ė. Lietuvos tekstilės pramonės koncentracija 1998 m.

Požymiai	Koncentracija			
	Tiesioginė		Netiesioginė	
	absoliuti	santykinė	absoliuti	santykinė
Darbuotojų skaičius	0,39	0,63		
Technologinės įrangos kiekis	*	*		
Parduotos produkcijos (paslaugų) kiekis			0,36	0,6
Įmonių skaičius			0,16	0,2

* Nėra duomenų

Iš 2 lentelės matyti, kad tiesioginės ir netiesioginės, absoliučios ir santykinės koncentracijos rodikliai tarpusavyje nedaug skiriasi. Tai rodo aukštą tekstilės pramonės įmonių produkcijos gamybos objektyvių galimybių panaudojimo lygį.

Išvados

1. Gamybos koncentracija yra prieštaringas procesas, suteikiantis ūkio subjektams pranašumą, tačiau turintis ir tam tikrų trūkumų. Ji yra įmonės augimo forma. Pats augimas gali būti išorinis ir vidinis. Pirmu atveju įmonė prijungia iš šalies jau esamus pajėgumus, antru – juos suformuoja pati.

2. Nagrinėjant įmonėje vykstantį gamybos koncentracijos procesą, tikslinga skirti dvi jo dalis – kiekybinę ir kokybinę. Kiekybinė apibūdina įmonės strateginius išteklius – techninės įrangos ir personalo – skaičiaus augimą, kokybinė – jų kokybę.

3. Įvertinant įmonės strateginių išteklių, tiesiogiai parodančių gamybos koncentracijos procesą įmonėje, kokybę ir panaudojimo laipsnį, šiuos išteklius galima transformuoti į faktiškai pagamintos ir realizuotos produkcijos kiekį, netiesiogiai apibūdinantį GK procesą įmonėje.

4. Visų pirma turėtų būti nagrinėjamas gamybos koncentracijos procesas, vykstantis

įmonėje, o jau po to, kaip jo rezultatas, rinkos koncentracija, kuri gali būti globali, šakos (veiklos) ir pavienės rinkos.

5. Tiek tiesioginė, tiek ir netiesioginė gamybos koncentracija gali būti nustatoma absoliuti ir santykinė. Artimos šių kriterijų reikšmės rodo aukštą Lietuvos tekstilės pramonės įmonių produkcijos gamybos objektyvių galimybių panaudojimo lygį.

LITERATŪRA

1. Gincvičius R. Įmonių veiklos diversifikacija. Vilnius: Technika, 1998.

2. Handwörterbuch für Betriebswirtschaftslehre / Hrsg. v. E. Grochla u. W. Wittmann. Bd. 5. Konzentration. Stuttgart. Poeschel, 1975. S. 2220–2234.

3. Vahlens Großes Wirtschaftslexikon / Hrsg. v. E. Dichtl u. O. Issing. Bd. 1. München: Beck, 1987. S. 1069–1071.

4. Management Enzyklopädie: die Managementwissen unserer Zeit. Bd. 2. München: Verlag Moderne Industrie, 1983. S. 550–572.

5. Poesche J. Grundlagen und Ziele der Unternehmenskonzentration. Handbuch der Unternehmens-

zusammenschlüsse. Von A. Sölter u. C. Zimmerer. München: Verlag Moderne Industrie, 1972. S. 13–47.

6. Gincvičius R. Statybos įmonių organizacinių valdymo struktūrų situacinė analizė ir formavimas. Vilnius: Technika, 1995.

7. Экономическая стратегия фирмы. Второе издание / Под ред. А. П. Градоваю. Санкт-Петербург: Специальная литература, 1999.

8. Jucevičius R. Strateginis organizacijų vystymas. Antrasis ir papildytas leidimas. Kaunas: Pasaulio lietuvių kultūros, mokslo ir švietimo centras, 1998.

9. Lietuvos statistikos metraštis 1999. Vilnius: Metodinis leidinybis centras, 1999.

PRODUCTION CONCENTRATION UNDER THE MARKET ECONOMY

Summary

The production concentration is a contradictory process providing some advantages for industrialists, but also having some shortages. It is a form of an enterprises growth. The growth itself may have an inner and outer expressions. In the first case, an enterprises attaches the existing industrial capacities from the outside, in the second case it develops them itself.

When analysing the production concentration, taking place at an enterprise, it is necessary to distinguish two aspects and the qualitative one. The first of them describes the growth of strategic resources (namely, technical equipment and personnel) cha-

acterising this process directly, and the second aspect discloses their quality.

When assessing the strategic resources, which reflect directly the concentration process in an enterprise, these resources may be transformed into an actually produced and realised production quantity, which shows indirectly the production concentration at a factory.

First of all the production concentration taking place at an enterprise should be analysed and only then the market concentration (which may be a global process), followed by the analysis of concentration in a branch and separate market.

Įteikta 2000 m. kovo mėn.