

TURINYS

Sutrumpinimai	5
IVADAS	6
1. ĮMONĖS PLĖTRA IR AUGIMAS	9
1.1. Įmonės plėtra – jos augimo prielaida	9
1.1.1. Įmonės plėtros supratimas	9
1.1.2. Įmonės augimo supratimas	12
1.1.3. Ryšys tarp įmonės plėtros ir augimo	13
1.2. Įmonės dydis ir jo matavimas	16
1.2.1. Įmonės dydžio supratimas	16
1.2.2. Įmonės dydžio matai	20
2. ĮMONĖS AUGIMO STRATEGIJOS	27
3. ĮMONĖS VEIKLOS DIVERSIFIKACIJOS PRIELAIDOS, TIKSLAI IR APIBŪDINIMAS	34
3.1. Įmonės veiklos diversifikacijos prielaidos ir tikslai	34
3.2. Įmonės veiklos diversifikacijos apibrėžimas	39
3.3. Strateginis rinkos segmentavimas	47
4. ĮMONIŲ VEIKLOS DIVERSIFIKACIJOS RŪŠYS IR JŲ TARPUSAVIO RYŠIAI	54
5. ĮMONIŲ VEIKLOS DIVERSIFIKACIJOS RAIDA 1900–1990 METAIS	66
6. ĮMONIŲ VEIKLOS DIVERSIFIKACIJOS MATAVIMAS	74
6.1. Įmonės gamybinės programos (paslaugų) diversifikacijos matavimas	74
6.1.1. Kiekybinis matavimas	74
6.1.2. Diskretinis ir kategorinis diversifikacijos matavimas	83
6.2. Geografinės (regioninės) diversifikacijos matavimas	88
6.2.1. Kiekybinis matavimas	88
6.2.2. Diskretinis kategorinis matavimas	90
6.3. Siūlomas produkto (paslaugų) diversifikacijos matavimas	92
6.3.1. Kiekybinis matavimas	92

6.3.2. Diskretinis kategorialinis matavimas	96
6.3.3. Įmonės gamybinės programos diversifikacijos apibendrinančio rodiklio nustatymas	100
7. ĮMONĖS VEIKLOS DIVERSIFIKACIJOS PLANAVIMAS	101
7.1. Naujų rinkų paieškos koncepcija	101
7.1.1. Naujų veiklos sričių identifikavimas	102
7.1.2. Naujų rinkų įvertinimas	103
7.3. Įėjimo į naujas rinkas strategijos planavimas	106
7.4. Įėjimo į naujas rinkas strategijos pasirinkimas	115
7.5. Diversifikuotų įmonių veiklos sėkmė	119
8. ĮMONĖS VEIKLOS DIVERSIFIKACIJOS ĮTAKA JOS ORGANIZACINEI VALDYMO STRUKTŪRAI	126
9. ĮMONIŲ VEIKLOS DIVERSIFIKACIJOS PLĖTROS GALIMYBĖS IR PERSPEKTYVOS LIETUVOJE	135
Apibendrinimas	140
LITERATŪRA	143