

LATVIJAS UNIVERSITĀTE
EKONOMIKAS UN VADĪBAS FAKULTĀTE
STARPTAUTISKO EKONOMISKO ATTIECĪBU KATEDRA

**SHIPCO TRANSPORT DARBĪBA STARPTAUTISKAJĀ
LOGISTIKAS PAKALOPOJUMU TIRGŪ**

SHIPCO TRANSPORT IN THE INTERNATIONAL MARKET OF
LOGISTICS SERVICES

BAKALaura DARBS

Autors: Turāids Puķītis
Stud. apl. TP07002
Darba vadītājs: Lektors maģ.soc.zin. Vadims Ivaščuks

RĪGA 2012

ANOTĀCIJA

Bakalaura darba „Shipco Transport darbība starptautiskajā loģistikas pakalpojumu tirgū” darba mērķis ir balstoties uz iegūto informāciju par uzņēmumu un tajā esošajām problēmām kā arī transporta tirgū kopumā, izstrādāt priekšlikumus SIA „Shipco Transport” darbības organizācijai un optimizācijai kravu pārvadājumu jomā.

Darba gaitā teorētiskajā daļā ir apskatīts loģistikas definējums, kā arī ir dots ieskats Latvijas loģistikas pakalpojumu tirgū. Praktiskajā daļā autors analizēja uzņēmuma iekšējo un ārējo vidi un uzņēmuma sniegtos pakalpojumus tirgū.

Darbs sastāv no 82 lappusēm, 3 nodaļām, to papildina 3 tabulas, 23 attēli, un 2 pielikumi. Darba izpildei izmantoti 43 literatūras avoti.

ANNOTATION

The aim for Bachelor's degree work „Shipco Transporti in the international logistics service market” , basing on the gathered information about the problems of the company as well as the information about the problems in the market of logistics services, is to develop proposals for „Shipco Transport” LTD and it's organization and optimization of work in the field of cargo shipping.

In the bachelors degree work in the theoretical part of the work author analyses the definiton of logistics as well as a look in the logistics service market in Latvia. In the practical part author has analized the company's inner and outer environment and the offered services by the company.

Bachelor's degree work consists of 82 pages, 3 chapters, with 3 tables, 23 pictures and 2 attachements. In the work was used 43 different reference sources.

SATURS

IEVADS	5
1. LOĢISTIKA UN TRANSPORTA LOĢISTIKA..	7
1.1. Loģistikas loma starptautiskajā ekonomikā	7
1.2. Loģistikas sistēmu darbības veidi	12
1.3. Transporta loģistika kā loģistikas sistēmas pamatelements.....	15
2. TRANSPORTA LOĢISTIKA LATVIJĀ	17
2.1. Latvijas loma starptautiskajā transporta tirgū	17
2.2. Transporta loģistikas pakalpojumu tirgus Latvijā, regulēšana un galvenās sastāvdaļas	19
2.3. Jūras transports Latvijā	23
2.4. Sauszemes transports Latvijā	28
2.5. Avio transports Latvijā	31
3. SIA „SHIPCO TRANSPORT” LOĢISTIKAS TIRGŪ	35
3.1. Uzņēmuma raksturojums	35
3.2. Uzņēmuma darbība starptautiskajā tirgū	37
3.3. Mērķi un uzbūve	40
3.4. Pakalpojumi un cenu politika	41
3.5. Salikto kravu pārvadājumi	43
3.6. Pilno konteineru pārvadājumi un gaisa kravu pārvadājumi.....	49
3.7. Uzņēmuma marketinga analīze.....	51
3.8. Klientu aptauja.....	59
3.9. Noliktavas darbība un IT atbalsts	60
SECINĀJUMI un PRIEKŠLIKUMI	68
IZMANTOTĀS LITERATŪRAS SARAKSTS	71
Pielikums nr.1	75
Pielikums nr.2.....	79
Pielikums nr.3.....	82

IEVADS

Vēsturiski pasaules iedzīvotāju darbaspēka, dabas resursu un enerģētisko nevienmērīgais resursu sadalījums starp dažādām pasaules valstīm ir starptautiskās darba dalīšanas pamats, kas attīstīja starpvalstu tirdzniecību un nodrošināja arī transporta un loģistikas attīstību. To sekmēja arī valstu atšķirības dažādu preču pieprasījumā un iedzīvotāju pirktspēja. Šodien daudzās valstīs darba dalīšana ir pārgājusi jaunā posmā – specializācijā, tās galvenā īpatnība ir tā, ka konkrēto produktu ražo noteiktā valstī, bet tā sastāvdaļas, pusfabrikātus un citus ražošanas materiālus piegādā citu valstu specializētie uzņēmumi. Līdz ar to veidojas stabila kooperācijas saites, kuras nodarbojas ar starptautisko tirdzniecību, un kuru aizsākumi ir meklējami jau ļoti sen, bet to attīstība un pilnveidošana ir aktuāla šodien un nākotnē. Augstākminētais transportu un loģistiku šodien ir attīstījis līdz tādām līmenim, ka bez tās nav iedomājama neviena cita tautsaimniecības nozare: ražotājiem vajag piegādāt izejvielas un resursus, tirgotājiem gatavās preces un produkciju pārdošanai. Bez transporta mūsdienās nevar eksistēt arī pakalpojumu sfēra, jo pakalpojumu sniedzējiem ir nepieciešami dažādi produkti, kas nodrošina pakalpojuma iespējamību. Starptautiskā tirdzniecība un globalizācija ir attīstījusies tik tālu, ka preču ražotāji vairs nepēta tikai tuvāko tirgu, lai iegūtu ražošanas materiālus, bet ir gatavi tos importēt no otras pasaules malas, ja tas ir lētāk un izdevīgāk. Starpvalstu robežas ir paplašinājušās, un šķiet, ka dažviet, pat izzudušas, šāda tirgus saimniecība nodrošina ar darbu tūkstošiem cilvēku pasaulē, kas nodarbojas ar transporta un loģistikas pakalpojumiem.

Šobrīd Latvijā pilnā apjomā darbojas Eiropas Savienības muitas tiesību aktu normas preču importam, tranzītam un eksportam starp Eiropas Savienību un trešajām valstīm. Latvijā vēl ir liels darbs darāms ostu labiekārtošanā, robežkontroles punktu darbības uzlabošanā, autoceļu stāvokļa un dzelzceļa infrastruktūras uzlabošanā un uzturēšanā, lai paaugstinātu Latvijas pievilcību starptautisko pārvadātāju acīs. Mūsu valstij ir zināmas konkurences priekšrocības starptautiskajā transporta tirgū, tās ģeogrāfiskais stāvoklis un vēsturiska pieredze, kā arī sauszemes transporta vienmērīga attīstība un ostu specializācija galvenajos kravu veidos. Taču jāņem vērā, ka visas konkurences priekšrocības mūsdienu strauji mainīgajā ekonomikā ir īslaicīgas, un ir jāiegulda nemitīgs darbs transporta infrastruktūras uzlabošanā.

Bakalaura darba mērķis ir, balstoties uz iegūto informāciju izstrādāt idejas un priekšlikumus SIA „Shipco Transport” darbības optimizācijai kravu pārvadājumu jomā.

Mērķa sasniegšanai izvirzīti sekojoši uzdevumi:

- Noteikt mūsdienu starptautiskās loģistikas pakalpojumu tirgus būtību
- Aplūkot Latvijas transporta loģistikas sistēmu un tās pamatelementus
- Izanalizēt Shipco darbības principus, trūkumus un priekšrocības loģistikas pakalpojumu tirgū.
- Izpētīt klientu vēlmes no pārvadājumu pakalpojumiem
- Izanalizēt darba organizāciju kravu importa un eksporta pārvadājumiem,
- Izstrādāt priekšlikumus un idejas darba optimizācijai un rentabilitātes paaugstināšanai uzņēmumā SIA „Shipco Transport”

Bakalaura darbs sastāv no 3 pamatdaļām, ievada, uzņēmuma analīzes, secinājumiem un priekšlikumiem.

Darbā ir izmantotas vairākas pētīšanas metodes: Salīdzinošās analīzes, grafiskās attēlošanas, prognozēšanas, dokumentu analīzes, aptaujas (anketēšanas) metodes. Uzņēmuma pētījuma periods ir no tā Latvijas filiāles darbības sākšanas līdz pārskata gada beigām - 2004. - 2011.gads.

Darbā tiek izmantoti gan vairāki literatūras avoti, gan internetā pieejamie resursi un materiāli.

Darbā tiek pētīta nozare un uzņēmums atsevišķi, tā uzbūve, noteikti kompānijas stratēģiskie un operatīvie mērķi, izpētīta uzņēmuma vēsture un iekšēja uzbūve, kas dod iespēju labāk izprast kompānijas neitrālo politiku.

1. LOĢISTIKA UN TRANSPORTA LOĢISTIKA

1.1. Loģistikas loma starptautiskajā ekonomikā

Loģistika ir uzskatāma par jaunu zinātņu, tāpēc šim jēdzienam nav precīza un konkrēta skaidrojuma, globalizācijas laikā loģistika turpina attīstīties un modernizēties, līdz ar to mainās arī jēdziena loģistika skaidrojumi, kas arvien tiek papildināti. Loģistika mūsdienā izpratnē ir saimniecisko darbību plānošana, organizēšana un kontrole, kas nodrošina materiālo vērtību plūsmu un ar to saistītās informācijas plūsmas mērķtiecīgu glabāšanu, pārvietošanu un citas darbības, lai apmierinātu klientu vajadzību nogādāt konkrētas lietas no viena punkta otrā. Loģistikas mērķis ir kravu nogādāšana noteiktajā vietā, vajadzīgajā skaitā un asortimentā, un laikā. Materiālo vērtību plūsmas, ja tās apskata loģistikas darbību lietošanas procesā, parasti sauc par kravām.

Loģistikas jēdziens šodienas izpratnē nāk no senās Grieķijas saistībā ar militāro nozari. Loģistika tās izpratnē ir aprakstīta kā procesu sadalījums ar to izvietojumu, transportu un militāro vienību uzturēšanu, ievērojot militāro notikumu attīstību. Līdz ar to vairāki autori apskatot loģistikas vēsturisko izcelsmi, norāda, ka tā ir attīstījusies no militārās darbības jomas līdz zinātnei kādu to pazīstam šodien. [1, 7-13 lpp]

Literatūrā atrodamas vairākas loģistikas jēdziena definīcijas, pēc autora viedokļa visprecīzākā definīcija skan sekojoši: „Loģistika ir izejvielu, materiālu, nepabeigtās ražošanas, gatavās produkcijas, pakalpojumu un informācijas plānošanas, izpildes un kontroles process no tās radīšanas vietas līdz patērētājam (ieskaitot importu, eksportu, iekšējo un ārējo pārvietošanu) ar mērķi samazināt izmaksas un pilnīgi apmierināt patērētāja vajadzības.” – šādi loģistikas būtību definēja 1985. gadā amerikāņu loģistikas menedžmenta padome [2, 20 lpp]

Angļu zinātnieki, piemēram D.Bensons loģistiku definē šaurākā nozīmē. Pēc viņu domām definīcija skan šādi: „Loģistika aptver tirgus prognozēšanu un izpēti, ražošanas plānošanu, materiālu iekārtu un izejvielu iepirkšanu, ieslēdzot kontroli pār rezervēm un virkni tālāk ejošas operācijas, klientu vēlmju izzināšanai” [3, 112 lpp.]. Pēc autora viedokļa loģistikas virzieni, funkcijas, operācijas un izpausmes ir pārāk daudzi, lai loģistikai dotu vienu konkrētu, galēju definīciju. Loģistika aptver procesus daudz un dažādiem nosacījumiem, laika posmiem, veidiem, attīstības pakāpēm, tāpēc nav iespējams izmantot kādu vienīgu definīciju, bet tomēr autors uzskata ka Praudes V., Beļčikova J. definīcija ir visprecīzākā.

No mūsdienu ekonomiskā viedokļa loģistikai ir divas funkcijas – preču patēriņš un to ražošana. Līdz ar to sanāk, ka pati loģistikas būtība ir saglabāt resursus, laiku un pasūtījumu daudzumu ražošanā un patēriņā. No iepriekšminētā izriet, ka loģistika ir process operatīvai produktu, finanšu, informācijas materiālu un produktu piegādāšana no nosūtītāja līdz saņēmējam. Loģistikas mērķis ir apgādāt un nodrošināt patērētājus ar pakalpojumiem un precēm, konkrētajā vietā un laikā. Attēlā 1.1. redzami galvenie loģistikas procesi.



Attēls 1.1 Galvenās loģistikas darbības nozares (autora veidots)

Skatoties uz starptautisko kravu kustības sistēmu formēšanās vēsturi, redzam, ka sākuma attīstības posmos loģistika parādījās balstoties uz kopīgo darbu sadalījumu starp dažādām valstīm, bet pats preču kustības process tika attīstīts līdz ar saimnieciskas dzīves internacionalizāciju. Pašlaik blakus ģeogrāfiskajiem faktoriem uz preču kustības sistēmas formēšanos arvien lielāku ietekmi atstāj procesi, kurus radīja zinātniski tehniskie faktori, firmu centieni uzlabot produkcijas rādītājus un paaugstināt rentabilitāti un konkurētspēju uz starptautiskās ražošanas kooperācijas fona.

Starptautiskā biznesa apjoms un temps būtiski izmainījās. Arvien biežāk kompānijas apskata pasaules tirgu kopumā kā savas darbības zonu. Kļūstot starptautiskām, tās nodarbojas ar izejvielu avotu, telpu ražošanas organizēšanu un daudzu tirgu meklēšanu gatavās produkcijas realizācijai. Ražotāju centienus pakāpeniski paplašināt produkcijas asortimentu, ņemot vērā pēdējos zinātniski tehniskos sasniegumus un dizaina tendences, ievērojami piepilda preču kustības kanālus.

Ražošanas tehnoloģijas, kuras balstītas uz kalendārā grafika ievērošanu, samazinājuši izdevumus materiāli ražošanas krājumu izveidei un ļāva organizēt elastīgus ražošanas procesus. Sagādes ķēde pagarinājās. Rezultātā, pieauga prasības korporatīvo materiāli tehnisko sagādes sistēmu efektīvam darbam.

Starptautisko loģistikas operāciju īpatnības:

- tās pieprasa kravu un dokumentu daudzvalodu pavadījumu;
- pastāv daudzas atšķirība prasībās pret produktu ekspluatācijas īpašībām, pārtika avotiem, drošības kritērijiem utt. Tas rada papildus vajadzību pēc krājumiem;
- pieaug nepieciešamās produkcijas apjoms. Starp galvenajiem starptautiskajiem dokumentiem ietilpst starptautiska transporta pavadzīme vai konosaments, muitas rēķins faktūra un izcelsmes sertifikāts;
- rodas nepieciešamība formēt vairākas noliktavas platības sakarā ar produkcijas distribūcijas ģeogrāfisko tīklu platuma;
- paliek sarežģītāka starptautisko kravu pārvadājumu sistēma. Ja iekšējos virzienos vel tiek praktizēta līgumu slēgšana ar vienu transporta kompāniju, tad mūsu tirgū tas vairs praktiski netiek praktizēta.

Speciālistiem transporta loģistikas biznesa jomā tiek izvirzītas īpašas prasības:

- pieaug tehnoloģisko iespēju svarīgums, piemēram, darba iemaņās ar datoru ceļu satiksmes vadībā un zināšanas par alternatīvajām degvielas iespējām, kuras tiek pielietotas apkārtējās vides aizsardzībai;
- transporta politikas formēšanās specifiskās iezīmes var pieprasīt izprast to tematiku, kā satiksmes optimāla un objektīva vadība, dažādu degvielas veidu un mašīnu dzinēju ietekme, vajadzība pēc enerģijas un citi sabiedrība dzīves aspekti, piemēram, pilsētas struktūra un ekonomiskā attīstība;
- pastāv tādi netradicionāli politiski saimnieciskie aspekti, kā stratēģiskās vadības pārzināšana, darbības programmu, cilvēcisko resursu un finanšu atbildības vadības prasmes;
- dažiem kalpotājiem jāpilnveido savas iemaņas paaugstinot kvalifikāciju tehnoloģiju sfērā, dažāda veida drošības un esošos transporta sistēmu un jaukto sistēmu apkalpošanas sfērā [4, 352].

Laika gaitā daudzi uzņēmumi veidoja loģistikas funkcijas, lai pārraudzītu augošo pārvadājumu un glabāšanas funkcijas, lai būtu spējīgi precīzi apkalpot savus klientus. Svarīgi ir atzīmēt, ka loģiska nav eksakta zinātne, lai gan vairums uzskata, ka lielais aprēķinu un skaitļu daudzums, ko pielieto loģistikā, norāda, ka tā varētu būt piesaistīta pie eksaktajām zinātnēm, tomēr pēc autora viedokļa, loģistiku nevar izpildīt pēc tabulām vai formulām, bet

gan izmantojot ilgu gadu pieredzi, prasmes, akadēmisko izglītību kā arī intuīciju. Katrs darbības gads loģistikā pilnveido cilvēka prasmi, līdz ar to ilga darba pieredze ļauj ne tikai saskatīt kļūdas darbībā, bet arī ļauj pilnveidot loģistikas pakalpojumus un to izpildi.

Loģistiku nevar ierobežot konkrētā darbības rāmī, jo, loģistikas tirgum mainoties, loģistikas tendences attīstās un mainās līdz. Tehnoloģijas kļūst jaunākas un modernākas, pircēju vēlmes kļūst arvien sarežģītākas, infrastruktūras kļūst arvien diferencētākas, līdz ar to loģistikai nākas pielāgoties apkārt esošajai videi un apstākļiem, lai ne tikai kalpotu kā veids, kā apmierināt klientus, bet arī veicinātu uzņēmumu un valsts ekonomisko izaugsmi loģistikas nozarē.

Neviens uzņēmums nevar gaidīt peļņu, ja tiek ignorēta loģistika, turpretī efektīva loģistika uzņēmumā var veicināt konkurētspējīgas uzņēmuma priekšrocības, līdz ar to loģistika uzņēmumā:

- ir nepieciešama, jo visas organizācijas balstās uz materiālu pārvietošanu, pat tās, kuras piedāvā netaustāmus servissus
- ir dārga un visbiežāk sastāda lielāko daļu no izmaksām
- tieši ietekmē peļņu
- veido kontaktu un savstarpējās attiecības ar piegādātājiem
- veido kontaktu un savstarpējās attiecības ar pircējiem
- nosaka iekārtu izmērus un atrašanās vietu
- ir riskanta, jo ietekmē, drošības, veselības un vides pasākumi
- veicina saistīto organizāciju izaugsmi [21.,47.lpp]

Kā iepriekš autors minēja, loģistika laika gaitā ir mainījusies līdzī laimam, jo apkārtējās vides ietekmē, loģistikas darbību spektrs tika paplašināts. Tabulā 1.1. redzama salīdzinoši vienkāršotu loģistikas attīstības attēlojumu, izskaidrojot loģistikas procesu kā atgriezenisko saiti industriālās vides sekām, kā rezultātā loģistika kā zinātne no vienkāršas krājumu vadības pārtapa par visaptverošu plaša spektra biznesa procesu (skat.1.1. Tabulu)

Laika periods	Industriālā vide	Galvenā industrijas iezīme	Galvenā loģistikas iezīme
50. gadi	Nepiesātināti tirgi, ražošanas apjoms	Izmaksas	Krājumi
60. gadi	Servisa pieaugums	Serviss	Sadale
70. gadi	Kapitāla saimniekošana	Rentabilitāte	Ražošana
80. gadi	Konkurence, piesātināti tirgi	Kvalitātes vadība	Iepirkumi, ražošana, pārdošana
90. gadi	Globalizācija, partnerattiecības, ekoloģija	Laiks	Biznesa procesi

Tabula 1.1 - Industriālās vides izmaiņu ietekme pasaulē uz attiecīgā laika periodu loģistiku, 50.-90.gadi [5.,37.pp]

Tūkstoš deviņi simti piecdesmitajos gados darbība vairāk tika akcentēta uz ražošanas apjomiem un šajā posmā loģistikas darbības neattiecās uz ražošanu. Loģistika galvenokārt tika saistīta ar krājumu pārvietošanu. Pieaugošais pakalpojumu tirgus un produktu diversifikācija bija galvenās tirgus tendences sešdesmito gadu ekonomikā. Krājumi šajā laika periodā bija dominējošais faktors starp piedāvājumu un pieprasījumu. Pārmaiņas no izaugsmes un uz stagnāciju notikās septiņdesmitajos gados. Loģistikas izmaksas palielinājās, līdz ar to palielinājās kapitāla izmaksas. Krājumu apgrozījumu temps bija galvenais, uz ko koncentrējās uzņēmumi, līdz ar to loģistika tika saskatīta kā sistēmas perspektīva. Astoņdesmitajos gados informācijas tehnoloģiju attīstība veicināja jaunus pavērsienus loģistikas attīstības tendencēs. Savukārt deviņdesmitajos gados parādījās aspekti kā globālā sasilšana, ekoloģija, ar kurām saskārās pat vidēja un maza lieluma uzņēmumi. Laiks tiek akcentēts kā svarīgākais faktors loģistikā. Kā sekas tam visam ir tas, ka uzņēmumi bija spiesti pārveidot savu ražošanu – sākumā tās saražoja un uzglabāja, bet pēc pārmaiņām tās koncentrējās uz konkrētās preces ražošanu vai arī pasūtījuma ražošanu jeb *make-to-order*. [5., 38.lpp].

Līdz ar to var secināt, ka ražošana sāka orientēties uz pircēju pieprasījumu, līdz ar to pircējs sāka ieņemt galveno lomu ražošanā un loģistikā. Balstoties uz pircēju vēlmēm, tika izstrādāti pakalpojumi, jo vairs nebija nozīmes ražot lielā apjomā, jo pieprasījums pēc saražotā daudzuma kritās. Tātad, mainoties industriālajai videi, mainījās arī loģistikas virzieni – no krājumu vadības tā laika gaitā strauji pārorientējās uz biznesa procesu kopumu.

Līdz ar to autors nonāk pie secinājuma, ka starptautiskā loģistika ir unikāla nozare ar daudz un dažādām apakš nozarēm un mainīgām tendencēm starptautiskajā vidē, kas savā starpā ir saistītas un tās visu laiku atrodas nepārtrauktā kustībā un mijiedarbībā. Lai labāk izprastu loģistikas darbības galvenās sistēmas, autors apskatīs tās nākamajā nodaļā.

1.2. Loģistikas sistēmu darbības veidi

Mūsdienu loģistika ietver sevī netikai transportēšanu, piegādi uzglabāšanu, bet arī citas ne mazāk svarīgas darbības. Autors piedāvā izdalīt loģistikas sistēmu darbības veidus divās grupās – galvenās darbības un papildus darbības, kā arī apskatīt tās sīkāk.

Galvenās darbības:

- ✓ Klientu apkalpošana:
 - Klientu vajadzību noteikšana attiecībā uz loģistikas pakalpojumiem
 - Klientu apmierinātības līmeņa par sniegto pakalpojumu noteikšana
 - Apkalpošanas standartu definēšana atsevišķiem loģistikas pakalpojumiem [6., 10lpp]

Mūsdienu loģistikas tirgus apstākļos klientu apkalpošana ir viena no svarīgākajām loģistikas sistēmu sastāvdaļām. Faktiski pārējās loģistikas darbības ir jāveido tā, lai tās atbalstītu firmas pircēju apkalpošanas mērķus. Mūsdienu uzņēmējdarbības tirgus balstās uz ne tikai produktu vērtības paaugstināšanu ar personalizētiem piedāvājumiem, bet arī uz sniegtajiem pakalpojumiem, kas savukārt ir tendēti uz individuālu pircēju, izslēdzot vienādus produktus visiem jeb „one size to all” produktus. Tākā pircēju pieprasījums ir palielinājies, jo ir pieejama plašāka informācija par produktu vai pakalpojumu, līdz ar to varas sadalījums ir par labu pircējam, tāpēc ļoti liela nozīme ir cik kvalitatīvu pakalpojumu spēj piegādāt pārdevējs konkrētajai precei. [5., 9.lpp]

✓ Krājumu pārvaldība:

- Izejvielu un gatavās produkcijas uzglabāšanas stratēģijas noteikšana
- Pārdošanas apjoma prognozēšana
- Preču komplektēšana uzglabāšanas vietās
- Noliktavu skaita, lieluma un izvietojuma noteikšana
- Just-in-time (JIT), vilkšanas (PUSH) un grūšanas (PULL) stratēģijas izvēle

Krājumi nozīmē preču un materiālu uzglabāšanu dažādu iemeslu dēļ, bet galvenokārt lai apmierinātu normāla pieprasījuma modeli, spētu piegādāt preces, materiālus konkrētajā vietā noteiktā laikā. Līdz ar to autors secina ka, krājumi ir materiāli, kas tiek glabāti, lai apmierinātu pircēju pieprasījumu.

✓ Informācijas plūsmas vadība:

- Tirdzniecības un krājumu vadības attiecības
- Pasūtījuma nodošanas metodes

Informācijas plūsmas vadīšanai uzņēmumiem ir jācenšas izmantot pēc iespējas ērtākas un vienkāršākas metodes, lai paaugstinātu darba efektivitāti. Izmantojot neefektīvas un lēnas informācijas plūsmas sistēmas, tas var novest pie zaudējumiem, klientu neapmierinātības kā arī sadārdzināt transportēšanas, glabāšanas un citas izmaksas.

✓ Transportēšana

- Transportēšanas veida izvēle
- Kravu konsolidēšanas iespējas analīze
- Maršrutu izvēle
- Transportēšanas grafika noteikšana
- Aprīkojuma izvēle [6., 10lpp]

Transportēšana pēc autora viedokļa ir pati svarīgākā no loģistikas darbībām, kuras mērķis ir nodrošināt materiālo resursu un gatavās produkcijas pārvadāšanu ar noteiktu transporta veidu, kā arī veikt citus pakalpojumus, jo, kā galveno aspektu var minēt, ka bez kravu transportēšanas nav iespējama resursu un produkcijas plūsmas pārvietošana, kā arī tieši transporta izmaksām ir vislielākais īpatsvars loģistikas izmaksu struktūrā. Autors šo apakšnozari pētīs dziļāk nodaļā 1.3.

Autors secina, ka galvenās loģistikas darbības ir transportēšana, klientu apkalpošana, krājumu pārvaldība, kā arī informācijas plūsmas vadīšana, kas ir pamats mūsdienu loģistikas plānošanai un izpildei. Neraugoties uz to ka šīs galvenās darbības ir mūsdienu loģistikas

pamats, tomēr vēl ir virkne ar loģistiku saistītu darbību, kuras autors apskatīs nodaļas turpinājumā.

Papildus loģistikas sistēmas darbības:

- ✓ Noliktavu saimniecība:
 - Telpas platības noteikšana
 - Noliktavas iekārtojums
 - Krājumu izvietošana
- ✓ Rīcība ar materiāliem un precēm:
 - Iekārtu izvēle
 - Iekārtu nomaiņa un tehniskā apkope
 - Pasūtījumu komplektēšanas procedūras
 - Krājumu uzglabāšana un atjaunošana
- ✓ Iepirkumi:
 - Piegādes avota izvēle
 - Iepirkumu veikšanai nepieciešamā laika noteikšana
 - Pirkuma lieluma noteikšana
- ✓ Iesaiņošana:
 - Nepieciešamais iesaiņojums preču transportēšanai
 - Iesaiņojums preču uzglabāšanai
 - Aizsargāšana pret bojājumiem
- ✓ Sadarbība ar ražošanas nodaļu:
 - Kopējā preču apjoma noteikšana
 - Termiņu un iepirkumu kārtības saskaņošana
- ✓ Informācijas plūsmas nodrošināšana:
 - Informācijas vākšana, uzglabāšana un operēšana ar to
 - Datu analīze
 - Kontroles procedūras [6., 10lpp]

Kā iepriekš minēts, loģistikas sistēmu darbības veidi ir daudz un dažādi. Visus no šiem sistēmu veidiem nevar attiecināt uz visiem uzņēmumiem, tas ir atkarīgs no uzņēmuma nozares, uzņēmuma lieluma, kā arī uzņēmuma vadīšanas stila. Tomēr mūsdienu ekonomiskajos apstākļos, loģistikas, preču transporta nozīme ir ļoti svarīga. Vairumam mūsdienu ražošanas uzņēmumu ir šķirti no izejvielu avotiem kā arī no patērētājiem, līdz ar to šie uzņēmumi ir atkarīgi no transporta, kas ir savienojošais posms starp ražotāju un

izejvielām/patērētājiem. Par cik bakalaura darba subjekts SIA „Shipco Transport” darbojas tieši transporta loģistikas nozarē, autors apskatīs transporta loģistiku nākamajā nodaļā detalizētāk.

1.3. Transporta loģistika kā loģistikas sistēmas pamatelements

Daudzi autori dod skaidrojumu terminam transporta loģistika, kā, piemēram, Praude Valērijs un Beļčikovs Jakovs transporta loģistiku definē kā „darbības veidu, kuras mērķis ir nodrošināt materiālo resursu un gatavās produkcijas pārvadāšanu ar noteikta transporta veidu, kā arī veikt papildpakalpojumus (ekspedīciju, pārkraušanu u.c.)”[2., 259] Ir arī tādi autori, kas loģistikas definīciju saskata savādāk, piemēram, pēc Kent N. Gourdin, loģistika ir nepārtraukts process, sasniedzot patērētāju vajadzības. Tā nodrošina konkrētam pircējam konkrētajai precei pareizajā vietā un laikā un tādā daudzumā un stāvoklī, kādā patērētājs vēlas un ir spējīgs samaksāt [11.,2lpp]

Transporta loģistiku autors definētu, ka transporta loģistika nodrošina preču piegādi no punkta A līdz punktam B, plānojot maršrutus un transportēšanas procesus, izmantojot dažādus transporta veidus un līdzekļus tā, lai minimizētu transportēšanas izmaksas.

Transporta loģistiku var definēt kā nozari, kas aptver trīs galvenos darbības virzienus:

- kravu (preču) racionālās un lētās piegādes (pārvadāšanas) plānošanas, organizēšanas un īstenošanas process no ražošanas vietām līdz patēriņa vietām;
- visu transportēšanas un cita veida operāciju uzraudzība, kas rodas kravu pārvadāšanas gaitā, iekļaujot mūsdienīgos telekomunikāciju, informātikas un citu informācijas tehnoloģiju līdzekļus;
- atbilstošās informācijas sniegšana kravu īpašniekiem. [16]

Transporta loģistika ietver to problēmu kopumu, kas ir saistītas ar kravu pārvadāšanas organizēšanu ar sabiedriskās un privātās izmantošanas transportlīdzekļiem. Tā pēta šādus jautājumus:

- transportlīdzekļu veida izvēle;
- transportlīdzekļu tipa izvēle;
- transportēšanas procesa plānošana līdz ar noliktavu un ražošanas procesiem;
- transportēšanas procesu vienlaicīgā plānošana dažādiem transportlīdzekļu veidiem (gadījumos, ja tiek izmantoti vairāki veidi);
- transportēšanas un noliktavu loģistikas tehnoloģiskās vienotības nodrošināšana;
- racionālo piegādes maršrutu noteikšana. [16]

Transporta loģistikas sistēma var būt pavisam vienkārša un tā var arī sastāvēt no vairākām apakšsistēmām, piemēram, kombinētās dzelzceļa un autotransporta sistēmas, kombinētās sistēmas ar jūras transporta līdzdalību vai kombinētās sistēmas ar gaisa transporta līdzdalību. Šādus pārvadājumus sauc par kombinētiem vai multimodāliem pārvadājumiem.[7., 210] Loģistikā ļoti izplatītas ir starpniekfirmas jeb ekspeditori, kas var nebūt tiešais pārvadātājs, bet organizēt kravas piegādi, slēdzot līgumus ar citām transporta kompānijām. Atšķirībā no tirdzniecības starpniekiem, vairumtirdzniecības bāzēm vai mazumtirgotājiem, kas ir preču tirgus subjekti, transporta ekspedīcijas organizācijas ir saikne starp pārdevēju un pircēju, kuras veic preču piegādes organizēšanu un nodrošināšanu no viena pie otra, un parāda sevi transporta pakalpojumu tirgū. Ekspeditors ne tikai koordinē dažādu pārvadātāju, terminālu, transporta mezglu, staciju un citu preču pārvietošanas procesa dalībnieku sadarbību, bet arī pats bieži vien izpilda noteiktas funkcijas: dokumentu noformēšanu, muitas formalitāšu kārtošanu, kravas uzglabāšanu un konsultēšanu. Starpniekfirmas spēj organizēt pārvadājumu, izvēloties izdevīgākos maršrutus un kombinējot dažādus transporta veidus, lai samazinātu transportēšanas perioda ilgumu, optimizētu izmaksas un nodrošinātu nepieciešamo pārvadājuma kvalitāti. Transporta līdzekļi un noliktavas ne vienmēr ir starpniekfirmu īpašums, bieži vien šīs loģistikas kompānijas izmanto īrētas noliktavas un citu pārvadātāju īpašumos esošos transporta līdzekļus. Pretēji izplatītajam viedoklim, ka tieši pie ražotāja iegādāties ir lētāk, transporta nozarē starpnieks, tai skaitā ekspeditors, ļauj samazināt cenu uz apgrozījuma izdevumu samazināšanas rēķina, t.i., samazināt izdevumus, kas saistīti ar līgumu apkalpošanu.

Transporta loģistika ir sena un stabila nozare, kas gadu gaitā attīstījusies un pilnveidojusies no vienkāršiem zirgu pajūgiem līdz sazarotiem transporta tīkliem, kas pārklāj visu pasauli. Mūsdienās transports ir neaizstājams, un tādās mazās valstīs kā Latvija, ar piekļuvi pie nozīmīgiem ūdenstransporta satiksmes mezgliem tā ir ļoti nozīmīga nozare valsts labklājības nodrošināšanai. Lai sekmīgi veiktu bakalaura darba subjekta „Shipco Transport” analīzi, autors izvēlas konkrētu tirgu, kurā šis uzņēmums darbojas, kas šajā gadījumā ir vietējais Latvijas transporta loģistikas tirgus. Lai izprastu Latvijas tirgus īpatnības un uzbūvi, autors to pētīs nākamajā nodaļā.

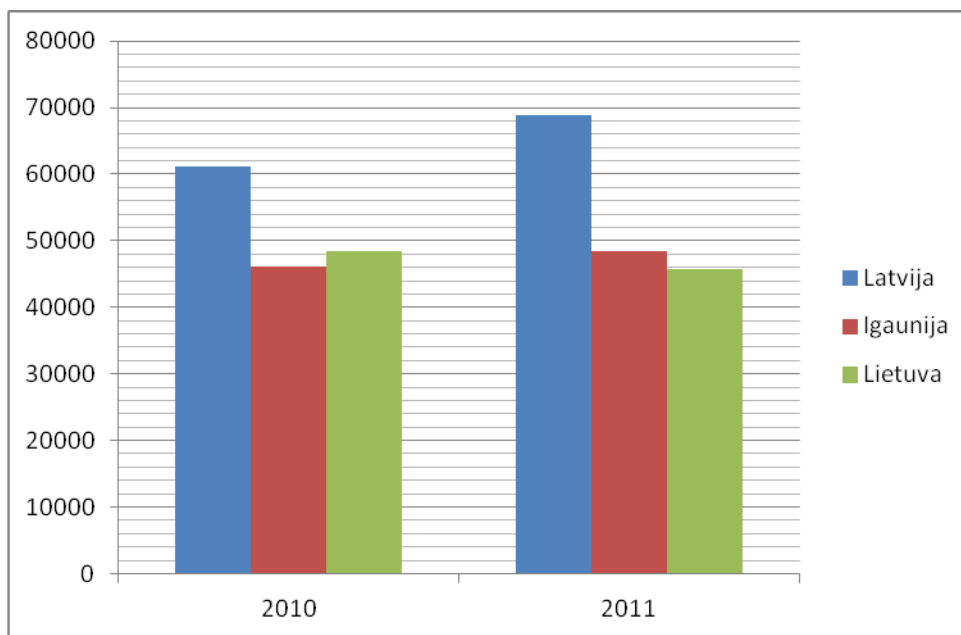
2. TRANSPORTA LOĢISTIKA LATVIJĀ

2.1. Latvijas loma starptautiskajā transporta tīrū

Latvija jau kopš seniem laikiem ir atradusies lielu transporta plūsmu krustpunktā starp Eiropu, Āzijas valstīm un Krieviju. Latvijas ģeogrāfiskais stāvoklis pie Baltijas jūras ar neaizsalstošām ostām, pietiekami blīvu un sazarotu ceļu un dzelzceļu infrastruktūru paver tai plašas iespējas būt par svarīgu posmu pasaules transporta kartē.

Latvijas vietu globālajā transporta kartē, pirmkārt, iezīmē mūsu ģeogrāfiskais stāvoklis, kas ir ļoti labvēlīgs transporta attīstībai, jo savieno vairākus, nozīmīgus transporta ceļus virzienā no austrumiem uz rietumiem un no ziemeļiem uz dienvidiem. Otrkārt, tā ir mūsu vēsture, kas Latviju ir izveidojusi par daudznacionālu valsti, kā rezultātā lielākā daļa Latvijas iedzīvotāju ir apguvuši lielās kaimiņvalsts Krievijas valodu un mācējuši pielāgoties tās kultūras īpatnībām. Mazais iekšējais patēriņa tirgus un lielais krievvalodīgo iedzīvotāju īpatsvars mūsu valstī nosaka to, ka lielāko daļu no kravu pārvadājumiem veido tranzīta kravas, līdz ar to transporta kompāniju skaitā ir ļoti liels ekspeditorfirmu īpatsvars, kas sadarbojas tieši ar Krieviju un NVS valstīm, un rada vissīvāko konkurenci šajā transporta apakšnozarē. Mazāka konkurence ir tajās apakšnozarēs, kur ir nepieciešami lielāki ieguldījumi, lai uzsāktu darbību, un specifiskas zināšanas. Pozitīvi ir vērtējams tas, ka, varētu teikt, ka nepastāv vai pastāv ļoti minimāla savstarpējā konkurence starp dažādām transporta apakšnozarēm, sauszemes kravu pārvadājumus gandrīz vienmērīgās daļās sadala auto transporta un dzelzceļa kravu pārvadātāji, kas veiksmīgi sadarbojas ar jūras kravu pārvadātājiem. Tāpat nav izteikti liela konkurence Latvijas starptautisko ostu starpā, jo katra no tām ir vairāk specializējusies konkrētu kravu veidu apkalpošanā. Tas viss kopumā veido mūsu konkurences priekšrocību bāzi transporta nozarē, salīdzinājumā ar citām valstīm. Tomēr jāatceras, ka pagātnes priekšrocības, ne vienmēr ir nemainīgas, un, mūsu gadījumā, tās arī nav unikālas, jo tieši tādā pat situācijā ir mūsu tuvākās kaimiņvalstis pie Baltijas jūras – Lietuva un Igaunija.

Autors veica salīdzinājumu starp Baltijas valstīm, kā atskaites punktu ņemot jūras kravu pārvadājumu apjomus visās Baltijas valstīs 2010.-2012. gadam (sk. 2.1 attēlu)



2.1.att. „Pārvadātās kravas ar jūras transportu Baltijas valstīs 2010. - 2011.gads, tūkst. t” [18; 17; 19]

Kopumā uz Baltijas valstu jūras kravu pārvadājumu fona pēc statistikas datiem, Latvija ieņem līdera pozīciju. (sk. 2.1 attēlu) tomēr mūsdienās galveno lomu ostu izvēlē vairs nenosaka to ģeogrāfiskais stāvoklis, tas ir, attālums starp nosūtītājostu un saņēmējostu, bet gan apkalpošanas kvalitāte un pieejamā infrastruktūra - modernu loģistikas centru pieejamība, sazarots dzelzceļa un ceļu tīkls, kas ļauj kravas ātri un droši nogādāt līdz gala saņēmējam, tādēļ valstij ir jāpievērš liela uzmanība transporta infrastruktūras uzlabošanai, lai tā spētu attīstīt loģistiku Latvijā un piesaistīt jaunas kravas.

Pēc autora viedokļa palielināt kopējo Latvijas konkurētspēju pasaules transporta tirgū ir valsts nevis uzņēmēju interesēs, jo uzņēmēji nav piesaistīti Latvijas valstij un savas kravas var novirzīt uz citām ostām, kas spēs nodrošināt augstāku servisa līmeni. Autora prognoze, ka tuvākajos gados, kravu apjoms Baltijas valstīs palielināsies, balstoties uz ekonomisko atlabšanu kā Baltijas valstīs tā visā pasaulē. Latvijai prognozētais kravu apjoms saglabāsies vislielākais starp Baltijas valstīm, tomēr pats svarīgākais ir transporta infrastruktūras uzlabošana. Lai izprastu transporta tirgu Latvijā, autors sīkāk apskatīs to nākamajā nodaļā.

2.2. Transporta loģistikas pakalpojumu tirgus Latvijā, regulēšana un galvenās sastāvdaļas

Latvija atrodas Baltijas jūras austrumu krastā, lielās kravu plūsmas starp Krieviju un citām valstīm mijiedarbības punktos. Latvijas trīs lielākās ostas – Rīga, Ventspils, Liepāja – spēlē svarīgu lomu Krievijas ārējā tirgus kravu transportā.

Skatoties globālā mērogā, Latvijas ostas galvenokārt kalpo mazās jūras kuģniecības vajadzībām. Tā ir saistīta ar Baltijas jūras ostām, kā arī ar citām lielākajām Eiropas ostām, tādām kā Roterdama, Antverpene, Hamburga un pārējo kontinentālo kuģniecību. Pateicoties attīstītam dzelzceļam, autoceļam, cauruļvadu maģistrāļu tīklam, Latvijas ostas ir saistītas ar Krieviju un citām valstīm, kas nodrošina efektīvu transporta darbību un ļauj piegādāt preces pa īsāko ceļu, kā arī Krievijas virzienā, šķērsojot tikai vienu sauszemes robežu.

Kā jebkuru nozari, arī transporta nozare balstās uz tiesisko bāzi un ir likumi, normatīvie akti, konvencijas, noteikumi, u.c., ar kuriem jārēķinās, veicot komercdarbību šajā nozarē. Kā galvenie jāmin:

- Komerclikums (Latvijas Republikas Saeimas un Ministru Kabineta Ziņotājs, 2000, 4.maijā, 11.nr.), kas reglamentē visu uzņēmējdarbības sfēru;
- Darba likums, stājās spēkā ar 2002.gada 1.jūniju, regulē darba tiesiskās attiecības;
- likums "Par darba aizsardzību" (Latvijas Republikas Augstākās Padomes un Valdības Ziņotājs, 1993, 20./21.nr.);
- Muitas likums, stājās spēkā 1997.gada 1.jūlijā (laikraksts "Latvijas Vēstnesis" 27.06.1997);
- Muitas konvencija par starptautiskajiem kravu pārvadājumiem, izmantojot TIR grāmatiņu, stājās spēkā 1993.gada 19.oktobrī, (laikraksts "Latvijas Vēstnesis" 1999.gada 30.jūlijā, nr.243 (1703));
- Konvencija par starptautisko autopārvadājumu līgumu (CMR), pamatdokuments, kas reglamentē kravu starptautiskos pārvadājumus ar auto transportu;
- LAFF Ģenerālie noteikumi (Latvijas Nacionālās Kravas Ekspeditoru Asociācijas (LAFF) Ģenerālie pakalpojumu sniegšanas noteikumi, kas, ar nelielām izmaiņām, atbilst Ziemeļvalstu Kravas Ekspeditoru Asociācijas Ģenerālajiem Noteikumiem NSAB 2000);

- Autopārvadājumu likums, spēkā esošs no 26.09.1995. (laikraksts "Latvijas Vēstnesis", 12.09.1995, nr.138) - ļoti svarīgs autopārvadājumu tirgu reglamentējošs dokuments;
- Dzelzceļa likums un Dzelzceļa pārvadājumu likums, kā arī tiem pakārtotie Ministru kabineta tiesību akti;
- Fizisko personu datu aizsardzības likums (Latvijas Republikas Saeimas un Ministru Kabineta Ziņotājs, 2000, 9.nr.);
- likums "Par pievienotās vērtības nodokli" (Latvijas Republikas Saeimas un Ministru Kabineta Ziņotājs 1995, 9., 24.nr.);
- likums "Par darba aizsardzību" (Latvijas Republikas Augstākās Padomes un Valdības Ziņotājs, 1993, 20./21.nr.);
- "Darba strīdu likums" - likuma mērķis ir nodrošināt darba strīdu taisnīgu un ātru izšķiršanu, nosakot darba strīdu izšķiršanas institūcijas un darba strīdu izšķiršanas procesuālo kārtību, likums stājas spēkā ar 2003.gada 1.janvāri;
- likums "Par nodokļiem un nodevām" (Latvijas Republikas Saeimas un Ministru Kabineta Ziņotājs, 1995, 7.nr.);
- likums "Par grāmatvedību" (Latvijas Republikas Augstākās Padomes un Valdības Ziņotājs, 1992, 44./45.nr.);
- Kravas izsniegšanas noteikumi, MK noteikumi Nr.158 (2003.gada 8.aprīlī (prot. Nr.19, 23.§)), izdoti saskaņā ar Dzelzceļa pārvadājumu likuma 39.panta trešo daļu;
- Noteikumi par grāmatvedības kārtošānu un organizāciju, izdoti saskaņā ar likuma "Par grāmatvedību" 15.pantu.

Protams, ir vēl daudz un dažādi likumi un noteikumi, kas ievērojami, bet autors augstākminētos ir atzinis par galvenajiem. Bez tam, katra uzņēmuma darbība balstās uz uzņēmuma vadības izdotiem iekšējiem noteikumiem un rīkojumiem.

Jebkurā valstī transporta loģistikā sastopami vairāki transporta tirgus spēlētāji, kas savā starpā konkurē, bet tajā pašā laikā atbalsta viens otru. Katram no šiem transporta veidiem ir savas īpatnības, katrs no tiem ir paredzēts savam pārvadājumu tipam, veidam, pārvadājuma attālumam, kvalitātei un citiem rādītājiem.

Izšķir sekojošus transporta veidus:

- Auto transports
- Dzelzceļa transports
- Cauruļvadu transports
- Jūras transports
- Avio transports
- Intermodālais transports [8., 359]

Latvijā ir aktīvi darbojās uzņēmumi, kas pārstāv jebkuru no iepriekšminētajām nozarēm, tomēr autors izšķir 3 svarīgākos transporta veidus Latvijā : Jūras transports, sauszemes transports un avio transports. Tabulā 2.1 parādīts uzņēmumu īpatsvaru katrā no šīm nozarēm.

Transporta apakšnozares/gadi	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Ekspeditori un noliktavas	3753	4375	4933	5590	5441	5590	6676
Sauszemes transports un cauruļvadu transports	2347	3076	3542	3847	3658	3937	4608
Ūdens transports	34	34	37	53	56	54	89
Gaisa transports	16	17	16	14	18	23	26
Kopā	6150	7502	8528	9504	9173	9904	11099

Tabula 2.1. Reģistrēto transporta uzņēmumu skaits Latvijā, sadalījumā pa apakšnozarēm, 2005. – 2011.gads [autora tabula, Centrālās statistikas pārvaldes un Lursoft dati]

Kā novērojams 2.1. Tabulā 2011. Pārskata gadā transporta kopējais uzņēmumu skaits ir audzis gandrīz vai divas reizes salīdzinot ar 2005. gada rezultātu. Pārskata periodā ir novērojams mērens dibināto transporta uzņēmumu augšanas temps. Salīdzinot 2008. gada datus ar 2009. gada datiem ir novērojams kritums, ko var izskaidrot ar ekonomisko recesiju, kas neapšaubāmi ietekmē transporta nozares un transportu kopumā. 2011. gadā pēc 2.1. Tabulas datiem ir novērojams straujāks kāpums, ko savukārt var izskaidrot straujāku ekonomikas atlabšanu un pastiprinātu transporta uzņēmumu dibināšanu. Pēc autora prognozēm turpmākajos gados tiks novērots mērens jaunu uzņēmumu pieaugums Latvijas transporta tirgū, atbilstoši ekonomiskajai izaugsmei. Pirms Tabulā 2.1 aplūkotā pārskata

perioda galvenokārt loģistikas attīstību sekmēja Latvijas pievienošanās Eiropas Savienībai, kā rezultātā Latvijas kravu pārvadātājiem radās pieeja Eiropas tirgum un būtiski samazinājās muitas un robežšķēršošanas procedūras. Taču, lai varētu darboties Eiropas tirgū Latvijas pārvadātāji bija spiesti uzlabot arī savu pakalpojumu kvalitāti un izpildīt Eiropas Savienības prasības, kas savukārt paaugstināja transporta pakalpojumu izmaksas un līdz ar to mazināja Latvijas pārvadātāju cenu pievilcību. Autopārvadājumiem Eiropas Savienības teritorijā bija nepieciešamas Eiropas Ekonomiskās kopienas atļaujas, kas nomainīja virkni starptautisko kravu un pasažieru autopārvadājumu dokumentu, kurus pārvadātājiem bija jāsaņem iepriekšējos gados. Kopienas atļauja atbilstoši Eiropas Savienības normatīvajiem aktiem deva komercsabiedrībai tiesības piekļūt vienotam autopārvadājumu tirgum.[13., 61]

Šobrīd Latvija ir sekmīgi izpildījusi ES prasības autotransporta jomā un iestrādājusi Latvijas likumdošanā pamatnosacījumus par pieeju pasažieru un kravu autopārvadājumu tirgum, profesionālo autovadītāju braukšanas un atpūtas režīmiem, autotransporta līdzekļu tehniskajiem parametriem un satiksmes drošības nosacījumiem, bīstamo kravu autopārvadājumu organizāciju, kontroli autopārvadājumu jomā un citām ar autopārvadājumiem saistītajām prasībām. Latvijā ir reģistrēti un darbojas 4417 kravu autopārvadātāji [23], no kuriem liela daļa ir ekspeditori, kas orientējušies un Krievijas un NVS tirgu. Tas izskaidrojams ar mūsu valsts vēsturisko pieredzi, kā arī iedzīvotāju labajām krievu valodas zināšanām un personīgajiem sakariem. Lielākā daļa ekspeditoru kompānijas piedāvā ne tikai autopārvadājumus, bet nodrošina arī dažādus citus transporta pakalpojumu palīgdarbus – kravu iekraušanu, izkraušanu, dokumentu noformēšanu u.tml. Autopārvadājumu jomā Latvijā ir vislielākā konkurence, jo šos uzņēmumus ir samērā viegli dibināt, salīdzinājumā ar dzelzceļa jūras vai gaisa kravu pārvadājumiem, kur nepieciešamas lielākas investīcijas un profesionālās iemaņas.

Mūsu valstij ir zināmas konkurences priekšrocības starptautiskajā transporta tirgū, tās ģeogrāfiskais stāvoklis un vēsturiska pieredze, kā arī sauszemes transporta vienmērīga attīstība un ostu specializācija galvenajos kravu veidos. Taču jāņem vērā, ka visas konkurences priekšrocības mūsdienu strauji mainīgajā ekonomikā ir īslaicīgas, un ir jāiegulda nemitīgs darbs transporta infrastruktūras uzlabošanā.

Lai izprastu transporta tirgus specifiku autors nākamajā nodaļā ieskatīsies katrā no galvenajiem transporta veidiem Latvijā.

2.3. Jūras transports Latvijā

Pat vislielākajam ritošajam sastāvam ir ierobežota vienības celtspeja (līdz aptuveni 500 tūkstošiem tonnu), taču jūras ceļu caurlaides spēja ir praktiski neierobežota. Jūras transporta izmantošanas ierobežojumus, savukārt, rada ostu pārstrādes spēja un atkarība no dabīgiem faktoriem (dažu ostu aizsalšana, navigācijas apstākļi).

Latvijā aktīvi darbojas desmit jūras ostas. Lielās – Rīgas, Liepājas un Ventspils ostas – ir starptautiskas nozīmes ostas, kurās tiek pārkrauti vairums caur Latviju transportēto tranzīta kravu. Gar Latvijas jūras robežu ir izvietotas arī septiņas mazākas vietējās nozīmes ostas – Skulte, Mērsrags, Salacgrīva, Roja, Pāvilosta, Engure un Lielupe. Tās galvenokārt nodarbojas ar zvejas produktu pieņemšanu un vasaras sezonā darbojas arī kā jahtu ostas. Ostas ir nozīmīga valsts tranzīta sistēmas sastāvdaļa. Ģeogrāfiskais stāvoklis, neizsalstošas ostas un attīstīta infrastruktūra rada labus priekšnoteikumus ostu darbībai. Lielākās ostas nodarbojas galvenokārt ar tranzītkravu pārkraušanu. Tranzītkravu plūsmas galvenais virziens ir no NVS valstīm uz Rietumiem, mazajām ostām ir vietējā nozīme.

Pēc Lursoft datiem šobrīd Latvijā ir reģistrēti 89 uzņēmumi, kas nodarbojas ar kravu jūras un piekrastes ūdens transportu, salīdzinājumā ar 2010.gadu uzņēmumu skaits šajā apakšnozarē ir pieaudzis par 35 uzņēmumu, kas nozīmē, ka ir palielinājusies konkurence. Ar pārējām transporta palīgdarbībām nodarbojas 1309 uzņēmumi, kuru skaitā ir arī tādi uzņēmumi, kas pārstāv starptautiskas kuģu līnijas un darbojas kā to aģenti, līdz ar to varam uzskatīt, ka ar kravu jūras un piekrastes ūdens transportu Latvijā pašreiz nodarbojas vairāk nekā minētie 89 uzņēmumi.[25]

Balstoties uz centrālās statistikas pārvaldes datiem (sk.attēlu 2.2), Latvijas ostas ir vairāk eksporta nekā importa ostas, ko nodrošina jau iepriekš pieminētais apjomīgais eksporta apjoms, kas uz Latvijas ostām tiek piegādāts ar dzelzceļa transportu. Balstoties uz centrālās statistikas pārvaldes datiem redzams, ka pēdējo trīs gadu laikā nosūtīto kravu apjomi sastādīja vairāk kā 90% no kopējā kravu apjoma Latvijas ostās.

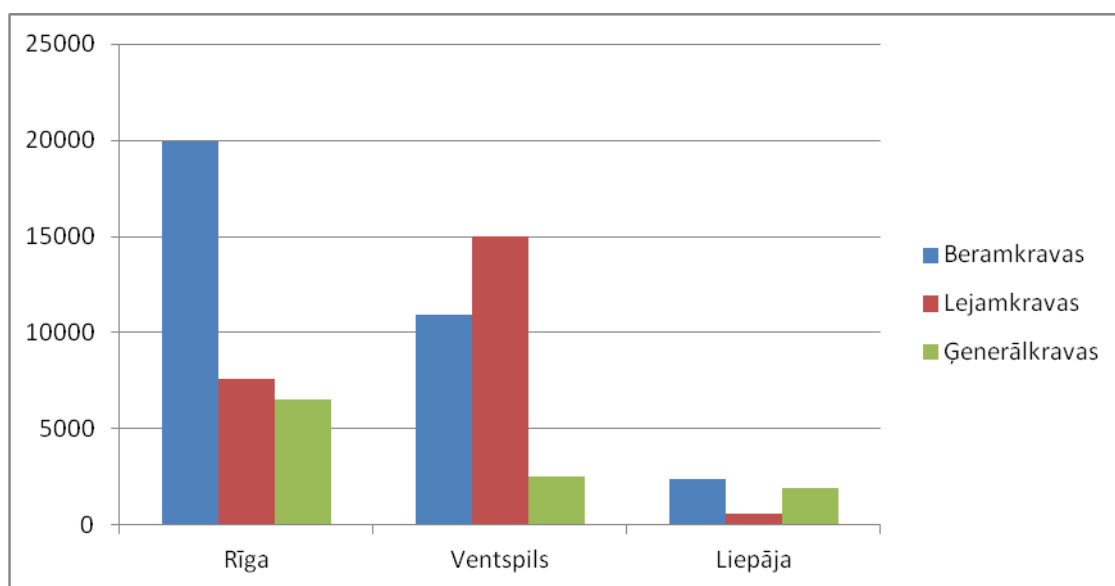


2.2 . att. „Pārvadātās kravas ar jūras transportu Latvijā 2007. - 2010.gads, tūkst. t”

[Centrālās statistikas pārvaldes dati]

2007.gadā eksports sastādīja 86,98 % (nosūtītas 55 178 tūkst. tonnas, saņemtas 7256 tūkst. tonnas); 2008.gadā eksports sastādīja 90,59% (tika nosūtītas 57 653 tūkst. tonnas, saņemtas 5 990 tūkst. tonnas); 2009.gadā eksports sastādīja 92,88% (nosūtītas 57 575 tūkst. tonnas, saņemtas 4 414 tūkst. tonnas), un 2010.gadā eksports sastādīja 91,11% no kopējā kravu apjoma (nosūtītas 55 723 tūkst. tonnas, saņemtas 5436 tūkst. tonnas), savukārt 2011. gadā eksports sastādīja 88,70% (nosūtītas 61 028 tūkst. tonnas, saņemtas 7793 tonnas) (sk. att.2.2..) Attēlā 2.2. norādītas pārvadātās kravas ar jūras transportu Latvijā 2007. - 2011.gads, tūkst. T. Analizējot eksporta un importa kravu apjomus dinamikā, redzams, ka eksporta apjomi 2011.gadā ir atgriezušies un pat pārsnieguši 2008.gada pirmskrīzes līmeni. Līdzīgi importa apjomiem ir tendence ar katru gadu palielināties. Salīdzinājumā ar 2007. gadu 2011.gadā eksporta nosūtīto kravu apjoms Latvijas ostās ir pieaudzis par 0,99%, bet saņemto kravu apjoms palielinājies par 6%. Importa un eksporta apjoma pieaugums atkal ir izskaidrojams ar pirktpējas izmaiņām vietējā un Krievijas un NVS valstu tirgū, kā arī Latvijas nodokļu politikas izmaiņām attiecībā pret kravu importu no ārpus Eiropas Savienības valstīm. Izvērtējot iepriekš minēto autors secina, ka jūras transporta apakšnozare Latvijā ir samērā stabila, galvenokārt pateicoties nosūtīto kravu apjomiem, ko nodrošina eksporta kravu plūsma no Krievijas, Baltkrievijas un citām NVS valstīm, kurās ir attīstīta ražošana un dažādu dabas resursu ieguve. Pēc autora viedokļa tuvākajos gados importa un eksporta apjoma atšķirība mazināsies.

Autors pozitīvi vērtē to, ka Latvijas starptautiskās ostas ir specializējušās galvenajos kravu veidos un neizjūt asu konkurenci savā starpā. Ventspils osta galvenokārt darbojas ar lejamkravām, pēdējo astoņu gadu laikā lejamkravas sastāda vidēji 63% no kopējā kravu apgrozījuma tonnās ostā, ko pārsvarā sastāda jēlnafta un naftas produkti, ko Ventspils saņem pa cauruļvadu sistēmu vai dzelzceļu.[20] Ventspilī ir izveidoti ne tikai naftas un to produktu pārkraušanas termināļi, bet arī viens no lielākajiem Baltijas jūras reģionā ķīmisko produktu pārkraušanas terminālis, kura galvenie apstrādājami produkti ir amonjaks, dažādi spirti, metanols un bāzes eļļas, un moderns augļu sulu koncentrātu pārkraušanas un uzglabāšanas terminālis. Galvenās kravas Rīgas ostā ir ogles, minerālmēsli, koksne un dažādi metāli, kā arī konteineri un ķīmiskās kravas.[21] Liepājas ostas ieguldījums nosūtīto kravu apjoma ir vērojams pēdējos gados, kas, galvenokārt saistīts ar labības produktu pārkraušanu. Liepājas ostas beramkravu lielāko īpatsvaru sastāda labība un labības produkti, mazāk ogles, celtniecības materiālu un koksnes šķelda.[22] Attēlā 2.3. redzama kravu attiecība Latvijas ostās (% kopējā kravu apjoma), pēc ostu mājas lapu datiem.



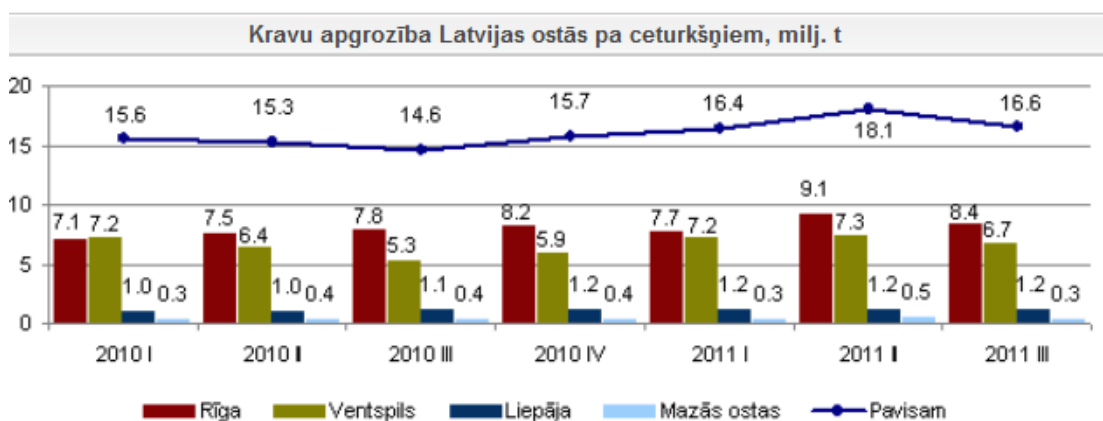
1.3. att. „**Kravu sadalījums ostās Latvijā, tūkst. t., 2011.gadā**”[Centrālās statistikas pārvaldes dati]

Ostu savstarpējā konkurence balstās no infrastruktūras attīstības, dzelzceļa pieejamības, apkārtesošo ceļu stāvokļa, sadales centru atrašanās vietas.

2010. gada sākumā Latvijā palielinājās maksa par infrastruktūras izmantošanu uz publiskās lietošanas dzelzceļa par aptuveni 7%, kā rezultātā pagājušā gadā Tallinas ostas

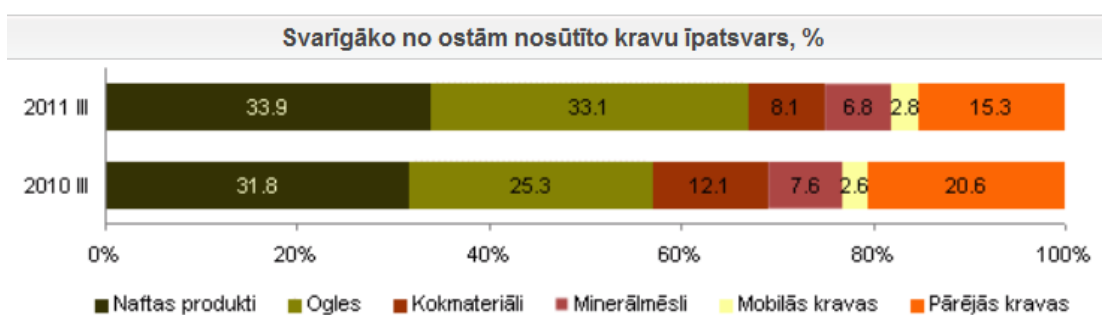
apgrozījums audzis par 16%, Klaipēdas ostas apgrozījums par 12%, bet Rīgas ostā tikai par 2.5%, un Ventspils ostā tas pat samazinājās par vairāk kā 6%. Jomas speciālisti neatzīst šo kritumu par traģēdiju, bet uz visas Baltijas valstu ostu fona, šis kritums ir patiešām ievērojams. Šī situācija ir izveidojusies ne tikai augstāk minētā iemesla dēļ, bet vairāku apstākļu sakritības dēļ. Kā svarīgākos no apstākļiem analītiķi piemin esošās attiecības nozarē starp ostu un tranzīta biznesu, kā arī Ventspils ostu uzņēmēju konflikts. Tomēr neņemot vērā šos negatīvos aspektus, Latvijas ostas ir spējušas kāpināt kravu apjomus, ar augstu pievienotu vērtību, kas ir pozitīvi. [26]

Centrālās statistikas pārvaldes dati liecina, ka 2011.gada 3.ceturksnī kravu apgrozība Latvijas ostās bija 16,6 milj. t kravu, kas ir par 13,7% vairāk nekā 2010.gada 3.ceturksnī. Attēlā 2.4 parādīts kravu apgrozījums Latvijas ostās pa ceturkšņiem, milj. t. 2010.g – 2011.g.



2.4. Att. „Kravu apgrozījums Latvijas ostās pa ceturkšņiem, milj. t. 2010.g – 2011.g.” [27]

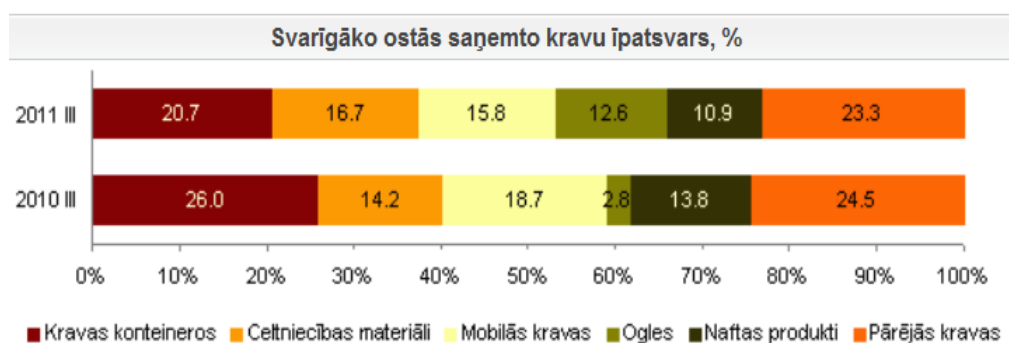
2011.gada 3.ceturksnī Latvijas ostās kuģos iekrāva un nosūtīja 14,4 milj. t kravu, kas ir par 9,7% vairāk nekā 2010.gada jūlijā–septembrī.



2.5. att. „Svarīgāko Latvijas ostās nosūtīto kravu īpatsvars 2010. – 2011. gadā (%)” [27]

Ostās kuģos iekrauto un nosūtīto naftas produktu apjoms 2011.gada 3.ceturksnī bija 4,9 milj. t – par 16,9% vairāk nekā 2010.gada 3.ceturksnī, nosūtīto ogļu apjoms veidoja 4,8 milj. t – pieaugums par 43,7%. No Latvijas ostām nosūtīto mobilo kravu apjoms pieauga par 21,7% un sasniedza 0,4 milj. t. Citu svarīgāko nosūtīto kravu apjomi ir samazinājušies: kokmateriālu (1,2 milj. t) – par 26,9% un minerālmēslu (1 milj. t) – par 2%.

2011.gada jūlijā–septembrī ostās saņemto un no kuģiem izkrauto kravu apjoms veidoja 2,2 milj. t kravu, kas ir par 48,7% vairāk nekā 2010.gada jūlijā–septembrī.



2.6. att. „Svarīgāko Latvijas ostās saņemto kravu īpatsvars 2010. – 2011. gadā (%)”[27]

Lielāko no kuģiem izkrauto kravu apjomu veidoja kravas konteineros: 0,5 milj. t – par 18,4% vairāk nekā 2010.gada 3.ceturksnī, celtniecības materiāli: 0,4 milj. t – 1,7 reizes vairāk, kā arī mobilās kravas (0,4 milj. t) – pieaugums par 25,8%. Parādījies jauns saņemtās kravas veids: ogles, kas 2011.gada 3.ceturksnī sasniedza apjomu 0,3 milj. t.

Kravu apgrozība Rīgas ostā 2011.gada 3.ceturksnī, salīdzinot ar 2010.gada 3.ceturksni, pieauga par 7,8% un bija 8,4 milj. t. Ostā kuģos iekrāva un nosūtīja 7,2 milj. t kravu, par 5,7% vairāk nekā iepriekšējā gada jūlijā–septembrī, bet izkrāva 1,2 milj. t kravu – pieaugums par 22,6%.

2011.gada 3.ceturksnī Ventspils ostā iekrāva un izkrāva 6,7 milj. t kravu, kas ir par 26,4% vairāk nekā 2010.gada 3.ceturksnī. Nosūtīto kravu apjoms pieauga par 22,1% veidojot 6,1 milj. t, bet saņemto kravu apjoms palielinājās 1,9 reizes.

Kravu apgrozība Liepājas ostā 2011.gada 3.ceturksnī bija 1,2 milj. t, kas ir par 6,7% vairāk nekā 2010.gada 3.ceturksnī. No ostas nosūtīja 0,8 milj. t kravu, kas ir par 14,3% mazāk nekā iepriekšējā gada attiecīgajā periodā. Saņemto kravu apjoms ostā pieauga 2,2 reizes.

Nosūtīto un saņemto kravu apjoms mazajās ostās 2011.gada 3.ceturksnī bija 0,3 milj. t, kas ir par 19,1% mazāk nekā 2010.gada 3.ceturksnī. [27]

Autora prognoze, ka turpmākajos gados galveno kārt augs pārējo kravu īpatsvars attīstoties konteineru darbības principam visā pasaulē.

Kā novērojams abos attēlos, Latvijas ostās visstraujākais samazinājums ir pārējo kravu apjomā gan nosūtīto kravu vidū, gan saņemto. Tie galvenokārt ir konteineru pārvadājumi un tie tiek uzskatīti par pārvadājumiem transporta tirgū ar visaugstāko pievienoto vērtību. Šodienas tirgus ekonomikas prasības par kravas piegādes termiņu mazināšanu ar saglabājot drošību un augstu servisa līmeni, ir iespējams izmantojot mūsdienīgas loģistikas tehnoloģijas, kuru mūsdienās pazīstam kā konteineru pārvadājumu sistēmu. Konteineru sistēmu ieviesa 1963.gadā ASV, kas pavēra pavisam jaunu pārvadājumu kārtību loģistikas vēsturē, standartizējot un optimizējot vispasaules transporta kustību. Konteineru sistēma ir organizatorisko un tehnoloģisko lēmumu kopums, kas paredz kravas piegādi no nosūtītāja līdz saņēmējam ar visātrāko tranzīta laiku un pie viszemākajām izmaksām.

Sākumā konteineri tika piesieti pie kuģa klāja, vēlāk tie tika novietoti zem kuģa klāja, lai mazinātu iespējamību konteineriem apgāzties. Laika gaitā tika izveidota konteineru savstarpēja savienošanas sistēma, kas tika ņemta par pamatu esošajai konteineru pārvadāšanas sistēmai. Shipco Transport galvenokārt nodarbojas ar Jūras transportu, tāpēc darba gaitā tas tiks pētīts vissmalkāk, bet nedrīkst aizmirst par citiem transporta veidiem, ko autors apskatīs turpmākajās nodaļās.

2.4. Sauszemes transports Latvijā

Sauszemes transportu autors iedala 3 grupās:

- Dzelzceļa transports
- Autotransports
- Cauruļvadu transports

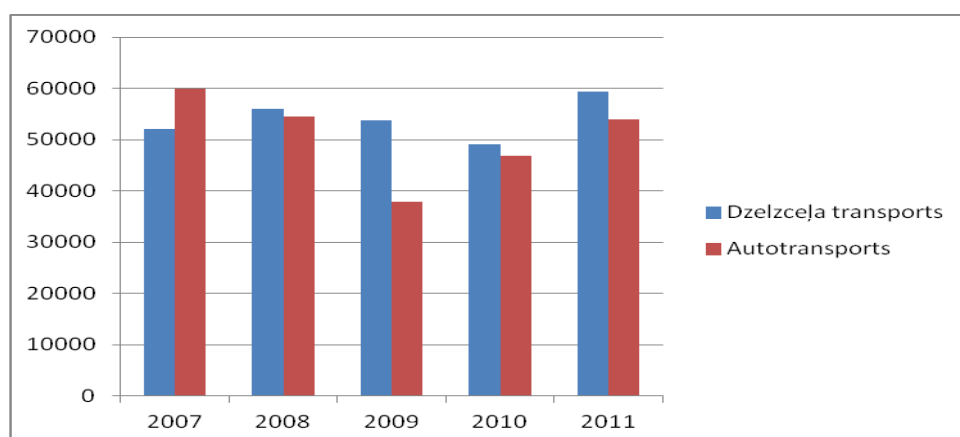
Dzelzceļa transporta pakalpojumi uzskatāmi par vienu no nākotnes perspektīvākajiem sauszemes transporta veidiem gan no drošības, gan ekoloģiskā viedokļa. Kravas uz un no Latvijas ostām galvenokārt tiek pārvadātas pa dzelzceļu. Pārvadājumos pa dzelzceļu tranzītā tiek pārvadāti aptuveni 85% no visām pa to transportētajām kravām; galvenokārt no Krievijas un Baltkrievijas uz Latvijas ostām (Austrumu - Rietumu tranzīta koridors).

Dzelzceļa kravu pārvadājumos dominē naftas produktu, ķīmikāliju un minerālmēslu kravu tranzīts. Latvijas dzelzceļa tīkla galvenās priekšrocības ir šādas:

- sazarots tīkls, kas savieno Rīgas, Ventspils un Liepājas ostas ar kravu pārkraušanas punktiem, Krieviju, NVS un citiem reģioniem;
- kaimiņvalstu (Krievija, NVS) dzelzceļa tīklam analogs sliežu ceļa platums
- sazarots pievadceļu tīkls ostās, kas ļauj veikt iekraušanu kuģos;
- automatizēta, ar kaimiņvalstīm savienota, pārvadājumu vadības sistēma, kas ļauj kontrolēt vilcienu un vagonu kustību; mūsdienīgas tehnoloģijas, kas ļauj ātri veikt kravu iekraušanu un izkraušanu; elastīga tarifu politika. [28]

Lai dzelzceļa sistēmas ritošais sastāvas paliktu mūsdienīgs, komfortabls un efektīvs, tā modernizēšanai ir plānots investēt gan valsts, gan Eiropas reģionālajai attīstībai pieejamos līdzekļus. Dzelzs ceļa infrastruktūras attīstībai tiek veidoti dažādi projekti. Dzelzceļa nozares likumdošana ir savstarpēji līdzīga ar Eiropas Savienības tiesību aktiem, un praksē izpildītas ES prasības par dzelzs ceļa transporta tirgus liberalizāciju, par satiksmes drošību kā arī par var valsts pārvaldi. Latvija, Polija, Lietuva un Igaunija, ir iesaistījušies starptautiskā dzelzceļa projektā „Rail Baltic”, kas paredz nodrošinājumu mūsdienīgai dzelzceļa satiksmes nodrošinājumam starp Baltijas valstīm un Rietumeiropu [28] Uz doto brīdi ar dzelzceļa pārvadājumiem Latvijā nodarbojas 20 uzņēmumi, 2007.gadā tie vēl bija tikai 15 [24] uzņēmumi, no kā var secināt, ka šī transporta nozare Latvijā ir pievilcīga uzņēmējiem. Lai gan nesen dibināto uzņēmumu skaits ir audzis nedaudz, ņemt vērā šīs nozares sarežģītību un specifiku, šajā nozarē strādājošu uzņēmumu skaita pieaugums ir novērtējams atzinīgi.

Tomēr pārvadāto kravu apjomi, salīdzinājumā ar 2007.gadu (kas ir pirmskrīzes gads) ir atgriezušies tikai 2011.gadā (att.2.7.), kā liecina Centrālās statistikas pārvaldes dati.

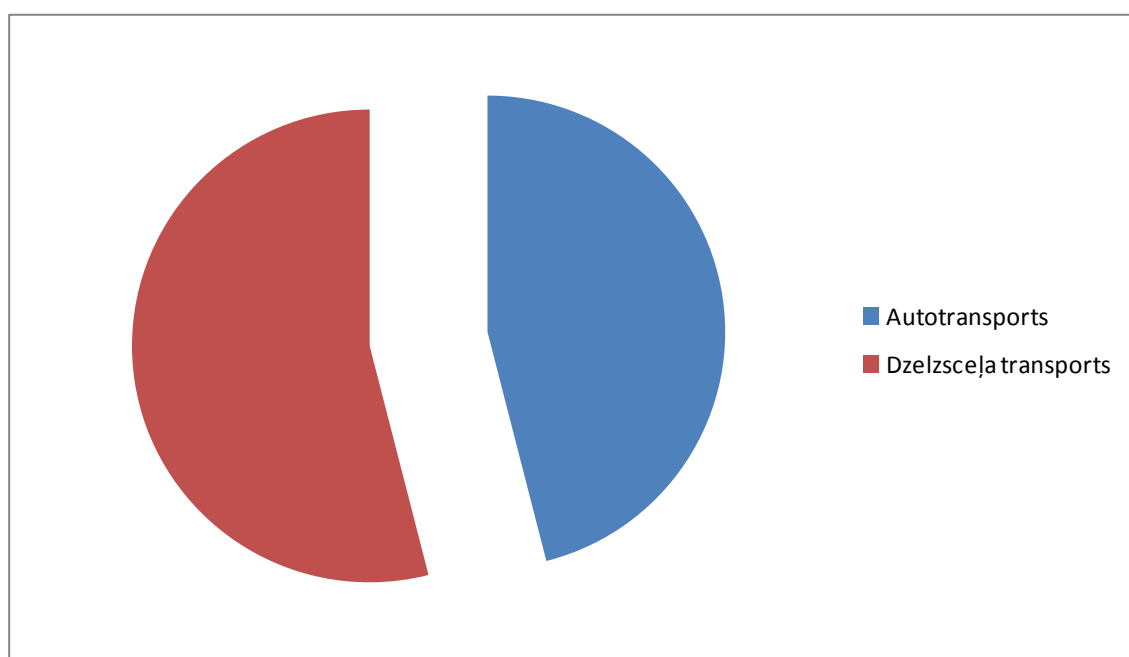


2.7.att. „Pārvadātās kravas ar sauszemes transportu 2007. - 2011.gads, tūkst. t”

[autora attēls, Centrālās statistikas pārvaldes dati]

Vismazākie apjomi autopārvadājumiem bija 2009.gadā, kad ar autotransportu tika pārvadātas tikai 37 819 tūkst. tonnas, kas ir par 16 640 tūkst. tonnām mazāk nekā 2008.gadā, kad tikai pārvadātas 54 459 tūkst. tonnas, un par 14 381 tūkst. tonnām mazāk, salīdzinot ar 2007.gadu. 2011.gadā autotransporta pārvadājumu apjomi atkal sāka pieaugt un gada laikā tika pārvadātas 53 936 tūkst. tonnas. Dzelzceļa pārvadājumu apjomi sākuši atgūties pēc ekonomiskās lejupslīdes perioda. 2007.gadā tika pārvesti 59 900 tūkst. tonnas, 2008.gadā 56 061 tūkst. tonnas, 2009.gadā 53 678 tūkst. tonnas, bet 2011.gadā 59 385 tūkst. tonnas. Kopējais apakšnozaru apjoma kritums salīdzinājumā ar 2007.gadu autotransportam ir 10,33%; dzelzceļa transportam 17,92%.

Ja salīdzina kopējos sauszemes kravu pavadījumus procentos, var redzēt, ka vidēji puse no tiem tiek veikti ar autotransportu un puse ar dzelzceļa transportu, precīzāk, 2007.gadā ar autotransportu tika pārvesti 47% no visiem sauszemes transporta pārvadājumiem, 2008.gadā tie bija 49%, 2009.gadā 41% un 2010.gadā tāpat kā 2009.gadā tie bija 49% un 2011. gadā 47 %, gluži kā 2007. gadā.



2.8. att. „Sauszemes transporta sadalījuma īpatsvars Latvijā, vidējais īpatsvars % laika periodā 2007-2011.gads, [Autora veidots, centrālās statistikas pārvaldes dati]

Autotransporta pārvadājumi vairāk apkalpo importa virzienu uz Krieviju un NVS valstīm, bet dzelzceļa transports vairāk ir noslogots piegādājot apjomīgas eksporta kravas no Krievijas un Baltkrievijas uz Latvijas ostām tālākam eksportam.

No iepriekšminētā var secināt, sauszemes transports ieņem ievērojamu vietu kopējā transporta sistēmā un, nepastāv nopietnas nobīdes auto vai dzelzceļa transporta pārvadājumu labā. Abi šie transporta veidi var sekmīgi darboties un līdzās pastāvēt Latvijas tirgū, kas ir ļoti pozitīvi, jo ļauj abiem transporta veidiem attīstīties vienmērīgi, paplašinot piedāvāto pakalpojumu klāstu, kvalitāti un uzlabojot sauszemes transporta infrastruktūru, no kā ieguvējs ir gala patērētājs, transporta pakalpojuma pircējs.

Nākošajā nodaļā autors apskatīs pēc būtības pilnīgi atšķirīgu transporta veidu – gaisa transportu.

3.5. Avio transports Latvijā

Avio transports transporta tirgū iezīmējās kā ātrākais un drošākais, tomēr dārgākais transporta veids. Līdz ar globalizāciju un ekonomisko attīstību, gaisa transporta loma transporta tirgū palielinās. Galvenā transporta tirgus infrastruktūras sastāvdaļa ir lidostas, taču to attīstība tiek apgrūtināta gan ar pastāvīgi augošajām drošības prasībām, valstu savstarpējām attiecībām un robežu šķērsošanas noteikumiem.

Pārvadāšanas veidu, izmantojot gaisa transportu, nosaka intermodālo kontinentu pārvadājumu tehnoloģijas, kā arī gaisa kuģu konstrukcijas īpatnības.

Pasaules praksē izšķir divus galvenos pārvadāšanas veidus:

- jauktos (pasažieru un kravas);
- speciālos.

Jauktos kravu pārvadājumus, savukārt, iedala kravu pārvadājumos speciālos kravu nodalījumos pasažieru lidmašīnās un kravu pārvadājumos konvertējamās kravu – pasažieru lidmašīnās. Pirmais kravu pārvadāšanas veids ir tradicionālais un kalpo par papildinājumu pasažieru pārvadājumos. Pasažieru lidmašīnu kravu nodalījumos pārvadā visbiežāk steidzamas un vērtīgas kravas, kuru gabarīti un masa nepārsniedz noteiktus lielumus, kas, atkarībā no kravas lūku izmēriem, noteikti katram lidmašīnas tipam. [7.,496]

Kravu pārvadājumi konvertējamās lidmašīnās sāka attīstīties salīdzinoši nesen. Tie īstenojās lidmašīnās, kuru salons ir pielāgots gan pasažieru pārvadājumiem, gan kravu pārvadājumiem. Bez tam salons var būt pilnīgi pakārtots tikai viena pārvadājumu kategorijai (teiksim – kravas) vai daļēji (viena puse lidmašīnas tiek atvēlēta kravu pārvadāšanai, bet otra puse – pasažieru pārvadāšanai).

- Speciālie kravu (atsevišķie kravu) pārvadājumi notiek speciāli konstruētās kravas lidmašīnās, kas parīkotas kravu pārvadāšanai. Kravu pārvadāšana speciāli aprīkotās lidmašīnās notiek ar regulāriem reisiem un čarterreisiem.
- Regulārie reisi – tie ir reisi, kurus izpilda saskaņā ar publicētiem sarakstiem pa līguma aviolīnijām. Sarakstā norādīts lidojuma maršruts, nosēšanās starppunkti, izlidošanas laiki katrā maršruta punktā, kustības biežums un gaisa kuģu tips, uz kura notiek kravas pārvadājumi. Šo regulāro reisu izpildes noteikumu izmaiņas var notikt tikai tad, ja savstarpēji vienojušās līgumslēdzēju puses.

Kravu pārvadāšana ar regulāriem kravas reisiem notiek pa speciālām kravu aviolīnijām. Daudzas aviokompānijas šobrīd nonāk pie secinājuma, ka kravu pārvadāšana regulārajās līnijās vairums gadījumos ir būtiski izdevīgākas par pārvadājumiem jauktajās kravu – pasažieru līnijās un ne tikai no piegādes ātruma redzes loka, bet arī no kravu plūsmas redzes loka. Pārvadājumus kravu aviolīnijās regulē ar starpvaldību vienošanos par gaisa satiksmi, kā arī ar komercvienošanās starp aviokompānijām, kas nozīmētas līguma aviolīniju ekspluatācijai.

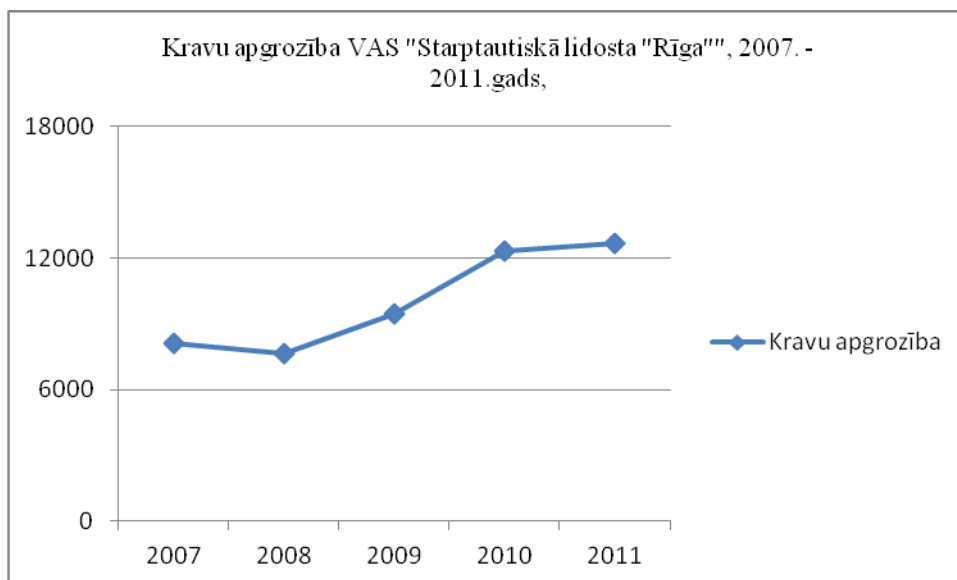
Čarterreisi – tie ir reisi, kurus izpilda kravu pārvadāšanai saskaņā ar speciālu kontraktu starp pārvadātāju un pasūtītāju. Katrs čartera reiss tiek veikts pēc īpašas attiecīgu valstu kompetentu valdību atļaujas. Čarterreisu aviopārvadājumi Rietumeiropas aviokompānijās plaši praksē ieviesās 60. gadu sākumā, bet vēlāk amerikāņu un citās aviokompānijās. Tas izskaidrojams ar to, ka čartera reisu pārvadājumi radīja pieprasījumu to lielo kategoriju klientūrai, kurai parastā kravu pārvadāšanas maksa pēc tarifiem, ko piedāvā regulārajās līnijās, bija pārāk liela. Turklāt, kravu čartera reisu pārvadājumos lielu lomu spēlēja speciālu lielgabari, ātri bojājamos kravu pārvadājumi, kā arī steidzamu kravu pārvadājumi tajos virzienos, kur nav regulāro kravu aviolīniju. [7., 496]

Mainoties tūkstošgadēm, aviotransporta nozares attīstība piedzīvojusi strauju izaugsmi. Līdz ar iestāšanos ES ir mainījusies un ievērojami paplašinājusies Latvijas ekonomiskā telpa. Pie mums tagad valda "atvērto debesu" politika, un lidojumi netiek liegti ne vienai ES aviosabiedrībai un netiek ierobežots lidojumu skaits. Līdz ar to pastiprinās konkurence aviopārvadātāju vidū. Bez tam par aviācijas attīstības straujo tempu liecina arī tādi rādītāji kā pasažieru un lidojumu skaita pieaugumu. Pēdējos 10 gadus kravu apjoma pieaugums ir bijis pastāvīgs un stabils.

Starptautiskā lidosta Rīga ir lielākais starptautiskais gaisa transporta mezgls Baltijā, kas turpina pilnveidoties. Mazākas lidostas ir Liepājā, Ventspilī, Tukumā, Daugavpilī, Jelgavā, Ikšķilē un Ādažos. Līdz 2004. gadam lidostas "Rīga" attīstības koncepcija balstījās uz tradicionālo jeb pilna servisa aviosabiedrībām nepieciešamo pakalpojumu nodrošināšanu, ko tā spēja izdarīt samērā īsā periodā, pateicoties lidostas menedžmenta un darbinieku augstajam profesionālismam, nepārtrauktībai paplašinot pakalpojumu sortimentu, paaugstinot to kvalitāti, ieviešot modernas tehnoloģijas. Savukārt, līdz ar pievienošanos ES, 2004. gads lidostai iezīmējās vēl ar nepieredzētu attīstības dinamiku. Latvijas aviācijas tirgū ienāca lēto jeb zemo izmaksu, jeb nepilna servisa aviosabiedrības. Tas izraisīja visai būtiskas izmaiņas lidojumu, pasažieru, kravu lidostas pakalpojumu struktūrā. Lidosta kļuva par vienu no nedaudzajām Eiropas valstu galvenajām lidostām, kur vienlaikus apkalpo gan pilna servisa aviosabiedrības, gan lētās aviosabiedrības. [35]

Starptautiskā lidosta „Rīga“ kļuvusi par vienu no visstraujāk augošajām lidostām Eiropā un tās apkalpoto pasažieru skaits pēdējo četru gadu laikā ir četrkārtšojies. Lidosta „Rīga” jau tagad uzskatāma par Baltijas reģiona centru aviācijā. Atbilstoši pieaugošajam pārvaldījumu apjomam un Eiropas Savienības (ES) prasībām rekonstruēti un modernizēti starptautiskās lidostas „Rīga” un VAS „Latvijas gaisa satiksme” (LGS) infrastruktūras objekti. Turpinās LGS integrācija ES programmā "Eiropas kopējās debesis" (Single Sky), kas nodrošinās jauno tehnoloģiju ieviešanu, nesamazinot uzņēmuma finansiālo un operacionālo efektivitāti. [31]

Lai gan piedzīvota ļoti strauja izaugsme, tomēr Latvijas aviotransporta īpatsvars uz kopējo lidojumu un pasažieru skaitu Eiropas Savienības valstīs ir niecīgs. Tā piemēram, ja Latvija lepojas ar 2,5 miljoniem pasažieru gadā, tad tīri salīdzinājumam jāatzīmē, ka pirmās 20 Eiropas pilsētas (pat ne valstis) pēc apkalpoto pasažieru skaita katra no tām pārsniedz 15 miljonu pasažieru apgrozījumu gadā. [30]



2.9. att. „**Kravu apgrozība VAS "Starptautiskā lidosta "Rīga"", 2007. - 2011.gads, tonnas**” [autora attēls, Starptautiskās lidostas Rīgas dati; 30]

Kā redzams attēlā kravu apgrozījums Starptautiskajā lidostā „Rīga” laika periodā no 2007. Gada līdz 2011. gadam ir novērojams pieaugums. 2008. Ekonomiskās krīzes gadā ir redzams kravu apjomu kritums, tomēr nākamajā 2009. pārskata gadā lidosta piedzīvoja mērenu kravu apjomu pieaugumu. Autors prognozē, ka kravu pārvadājumi Rīgas lidostā pieaugs attiecīgi ekonomikas attīstībai valstī.

Transporta loģistikai Latvijā iedalās vairākos transporta veidos, galvenie no tiem ir jūras, sauszemes un avio transports. Šie transporta veidi Latvijā mazāk konkurē, vairāk sadarbojas savā starpā. Katram no šiem transporta veidiem ir sava specifika atkarībā no pārvadājuma attāluma, nozīmes, cenas un citiem faktoriem.

Shipco Transport nodarbojas ar visiem augstākminētajiem transporta veidiem, tomēr galvenokārt ar jūras transportu. Nākamajās nodaļās autors apskatīs uzņēmuma „Shipco Transport” darbību Latvijas un pasaules tirgū, kā arī uzņēmuma darbību katrā no galvenajiem transporta veidiem.

3. SHIPCO TRANSPORT LOGISTIKAS PAKALPOJUMU TIRGŪ

3.1. Uzņēmuma raksturojums

Uzņēmums Shipco Transport SIA ir viens no „Scan Group” grupas uzņēmumiem. 2004. gadā SIA „Shipco Transport” vēra durvis Rīgā, Ķīpsalas ielā 39, (oficiāli uzņēmums darbojās no 2005.gada 19. Jūlija), šobrīd uzņēmumā tiek nodarbināti septiņi cilvēki. Latvijas filiāle līdzīgi kā Lietuvas filiāle darbojas kā Igaunijas filiāles aģents – tas ir, ka pārdodot Igaunijas filiāles sniegtos pakalpojumus, Rīgas filiāle iegūst noteiktu atlīdzību par katru TEU vai kubikmetru (LCL gadījumā). Veiksmīgas attīstības rezultātā, pastāv iespēja, ka Rīgas filiāle varētu kļūt neatkarīgs, pastāvīgs uzņēmums, bet pagaidām tas nav mērķis ar visaugstāko prioritāti. Visas trīs Baltijas valstis ir tendētas uz vienu tirgu, kurā ietilpst Latvija, Krievija, Lietuva, Igaunija un Baltkrievija, tādējādi filiāles Lietuvā un Latvijā darbojas kā aģenti Baltijas vecākajam uzņēmumam Shipco Transport EESTI, līdz ar to savstarpēji nekonkurējot, turpretī maksimāli nostiprinot savas pozīcijas tirgū pret citiem transporta tirgus dalībniekiem.

Latvijas filiāles svarīgākie kravu pārvadājumu virzieni ir ASV, tālie austrumi. Regulāri, bet retāk tiek organizēti pārvadājumi uz Austrāliju, AAE, Āfrikas valstīm, Dienvidamerikas valstīm, Libānu un citām.

Shipco Transport Rīgā piedāvā:

- Salikto kravu jūras pārvadājumus – LCL (*less load container*)
- Pilno konteineru jūras pārvadājumus – FCL (*full load containers*)
- Gaisa kravu pārvadājumus (*airfreight*)
- Nestandarta kravu pārvadājumus (*project*) [40]

Shipco transport Amerikā (uzņēmuma dzimtenē) ir trīs stiprāko tirgus dalībnieku vidū salikto kravu pārvadājumu segmentā. Baltijas valstīs saliktās kravas ir galvenais, vislielākais uzņēmuma peļņas avots. Galvenokārt uzņēmuma galvenie panākumu iemesli ir ļoti veiksmīgi izveidots kompānijas tīkls - ofisi un aģentu ofisi, kas dod iespēju pārvadāt, konsolidēt kravas no gandrīz jebkuras ostas uz jebkuru citu. Latvijas tirgū Shipco Transport piedāvā 14 tiešos salikto kravu līnijas uz Baltijas valstīm, no aptuveni 160 ostām visā pasaulē, ar parasti iknedēļas izpeldēšanas grafiku, kas tādējādi ir viegli paredzams, līdz ar to ir ērts un izdevīgs klientam. [40] Kravas tiek konsolidētas kādā noteiktā punktā un bez pārkraušanas, kas ietver sevī konteineru atvēršanu, tiek piegādātas kādā no Baltijas ostām (parasti Tallinā). Šāda tipa

serviss sevī ietver labāku tranzīta laiku un mazina kravas pazušanas/bojāšanas draudus. Vedot saliktās kravas, jūras līnija ir jāizvēlas īpaši rūpīgi, jo šajos konteineros, ko pārvadā līnija ir vairāku klientu kravas, līdz ar to šis konteineru pārvadājums iegūst krietni svarīgāku statusu. Cenas sadārdzināšanās, pārlietu liels tranzīta laiks, vai kāds cits negatīvs apstāklis var veicināt klientu neapmierinātību ar doto servisu, tādējādi mazinot uzņēmuma konkurētspēju vietējā kā arī vispasaules tirgū. Katrai kravai pirms izpeldēšanas tiek piešķirts tās numurs, un klientam ir iespēja uzņēmuma mājas lapā sekot šai kravai, ko atbalsta uzņēmuma IT risinājumi.

Vairums uzņēmuma saliktās importa kravas tiek vestas caur Tallinas ostu, kas ir šīs iepriekšminētās konsolidācijas pamatā, jo, ja konteineri tiktu vesti uz Rīgu, tad uzņēmums nespētu nodrošināt iknedēļas izpeldēšanas servisu, vai ieslīgtu zaudējumos. Saliktās eksporta kravas turpretī tiek konsolidētas Rīgā, kur katru nedēļu tās tiek izsūtītas uz vairākiem virzieniem. Shipco Transport Latvija piedāvā 3 galvenos eksporta virzienus – Singapūra, Pusana (Dienvidkoreja) un Ņujorku (Amerikas Savienotās valstis). Šīs trīs līnijas piedāvā unikālu servisu piegādāt kravas uz neskaitāmām ostām ASV un tālajos austrumos. Kā arī kompānija piedāvā kravu piegādes uz tuvajiem austrumiem un Indiju. Šis pakalpojums tiek organizēts caur Hamburgas ostu arī ar iknedēļas izpeldēšanu uz iepriekšminētajām lokācijas vietām. Hamburgas osta arī dod iespēju bīstamo kravu eksportam, kas ir transporta tirgū ir ekskluzīvs pakalpojums. Analizējot LCL kravu pārvadājumu principu nianse autors visaugstāk novērtēja tā saukto spieķu rumbas principa efektivitāti, kur kravas tiek konsolidētas punktā A lai tās pēc tam tiktu nogādātas punktā B, kur savukārt tiek veikta konsolidācija, lai tās piegādātu citā punktā C, ja tas nepieciešams. Šāds princips tiek veidots arī Rīgā, kur kravas tiek konsolidētas no Lietuvas un Igaunijas, tad tās tiek vienā konteinerī nosūtītas uz kādu citu noliktavu, piemēram, Singapūru, un tur savukārt ar citām vietējām kravām, tās tiek konsolidētas sūtīšanai uz Japānu un citām vietām. Šāda kravu distribūcijas shēma nodrošina maksimāli zemākās izmaksas kravu pārvadājumam kā arī ātrāko tranzīta laiku. Šo iemeslu rezultātā Shipco Transport spēj piedāvāt tirgū pakalpojumu par lētāku cenu un pakalpojumu ar īsāku tranzīta laiku, kas, pēc autora viedokļa, ir divi svarīgākie aspekti pēc kā klients izvēlās pārvadātāju.

Laikā no 2006. līdz 2011.gadam salikto kravu pārvadājumi ir piedzīvojuši salīdzinoši mērenu bet, stabilu izaugsmi. Salīdzinājumā ar 2006. gadu, 2011.gada pārvadāto kravu apjomi ir palielināti par vairāk kā divām reizēm. 2007.gada rādītāji salīdzinājumā ar 2006.gadu bija novērtējami ar 16.9% kāpumu, 2008.gadā salīdzinājumā ar 2007.gadu apjoms bija audzis par 53.84% , pēc tam 2009.gadā bija 5.88% kritums (to var attiecināt uz globālo

ekonomisko krīzi), bet 2010. un 2011. gadā Shipco Transport sāka atgūties un strādāt pozitīvu koeficientu.[41]

Pārvadāto salikto kravu apjoms ir stabils gada šķēlumā, bet tam tomēr ir novērojamas sezonālās atšķirības. Visvairāk kravas tiek pārvadātas ir gada izskaņā, kad tirdzniecība ir visaktīvākā, kā atskaites punktu var minēt Ziemassvētkus un Jauno gadu. Salīdzinoši mazāks kāpums ir novērtējams vasaras izskaņā, kad cilvēki atgriežas no atvaļinājumiem un gatavo bērnus skolai. Turpretī viszemākais kravu apjoms ir novērojams Februārī, ko var izskaidrot ar salīdzinoši garajām Jaunā gada brīvajām dienām Āzijā (t.i. Ķīna, Vjetnama, Taizeme), jo šīs tās valstis, no kurām parasti tiek importētas preces. Otrs zemākais kravu apjoms gada griezumā ir novērojams vasarā, kad cilvēki iet atvaļinājumos, un kad tirdzniecība apjomi samazinās jebkurā jomā.

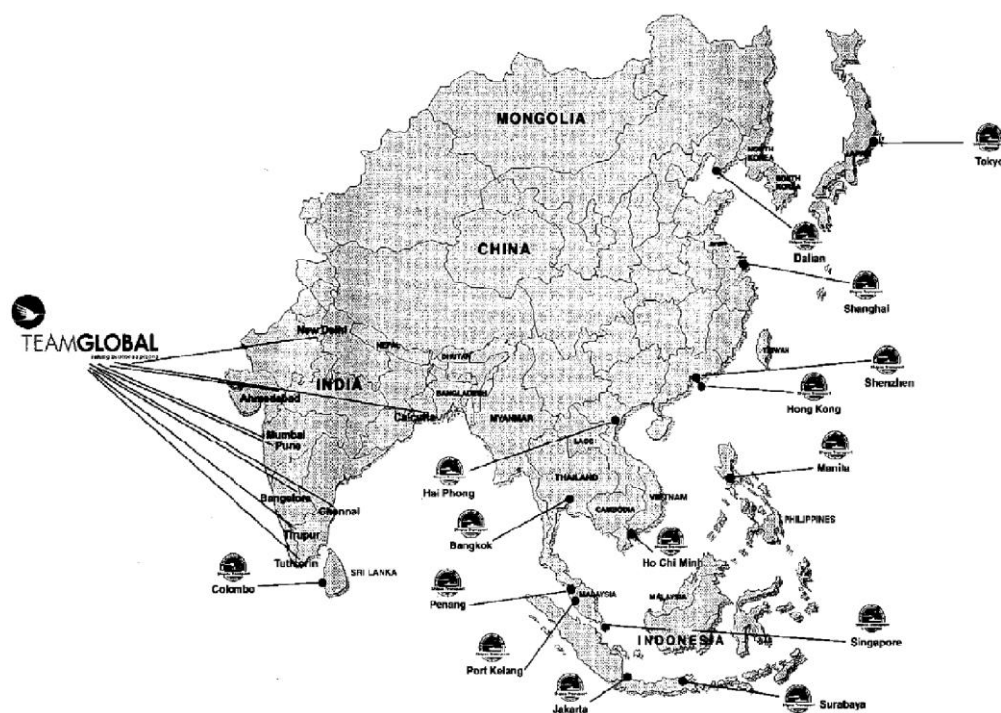
3.2. Uzņēmuma darbība starptautiskajā tirgū

Shipco Transport tika dibināts 1988. gadā, šodien uzņēmums ir viens no vadošajiem NVOCC uzņēmumu grupā. NVOCC (Non Vessel Operating Common carriers) tiešā tulkojumā nozīmē, ir ekspeditori, bez sava kuģu transporta, kas darbojas kā starpnieki starp kuģu līnijām un klientiem. [40] SIA Shipco Transport ir viens no vispasaules uzņēmuma „Shipco Transport” meitas uzņēmums. Shipco Transport ir ekspeditoru uzņēmums. Ekspedīcijas būtība ir transporta pakalpojumu starpniecības sniegšana. Atšķirībā no starpniekiem tirdzniecībā, kas ir preču tirgus subjekts, transporta ekspeditoru uzņēmumi ir saikne starp pārdevēju (nosūtītāju) un pircēju (saņēmēju), kuri savstarpēji veic dažāda veida kravu pārvadājumus. Parasti ekspeditori ne tikai koordinē dažādu transportu veidu, noliktavu, staciju un citu transporta dalībnieku plūsmu, bet arī pats veic vairākas funkcijas, kā piemēram, no konsultēšanas un dokumentācijas veidošanu līdz pat pastāvīgus pārvadājumu nodrošinājumam, izmantojot vairākus transporta veidus.

Shipco Transport ir arī viens no SCAN-SHIPPING locekļiem. Scan-Shipping group tika dibināts 1969. gadā, Kopenhāgenā. Ambiciozais, 24 gadus vecais jauneklis vārdā Arme Siemonsen, ar plašu vīziju un mērķtiecību panāca uzņēmuma strauju attīstību un, 1977. gadā krietni izvērta savu pamatdarbību - Scan Shipping sāka pārvadāt, ne tikai jūras kravas, bet arī gaisa pārvadājumus un citus nestandarta (lielgabarīta, bīstamos) u.c pārvadājumus, kurus dēvē par projektiem [38]. Turpinot paplašināt savu darbību Scan-Shipping 1987.gadā tika izlemts dibināt vairākus uzņēmumus, kuri katrs nodarbosies katrs ar tam noteikto transporta pārvadājumu sfēru. Līdz ar to tika izveidoti 3 pamata meitas uzņēmumi, no kuriem Shipco Transport pārstāv jūras pārvadājumus, Straight Air pārstāv gaisa kravu pārvadājumus un

Scanway pārstāv sauszemes pārvadājumus. [40] Arī 1987. gadā Arme Simonsens pārņēma savā īpašumā viesnīcu „Nayboogaard”, kuras teritorijā viņš izbūvēja vienu no prestižākajiem golfa klubiem Dānijā ar nosaukumu „Simons Golf Klub”. Šodien Arme Simonsen vadītajā uzņēmumu kompleksā darbojās vēl vairāki uzņēmumi. Šādus uzņēmumus Arme Siemonsens ir atvēris:

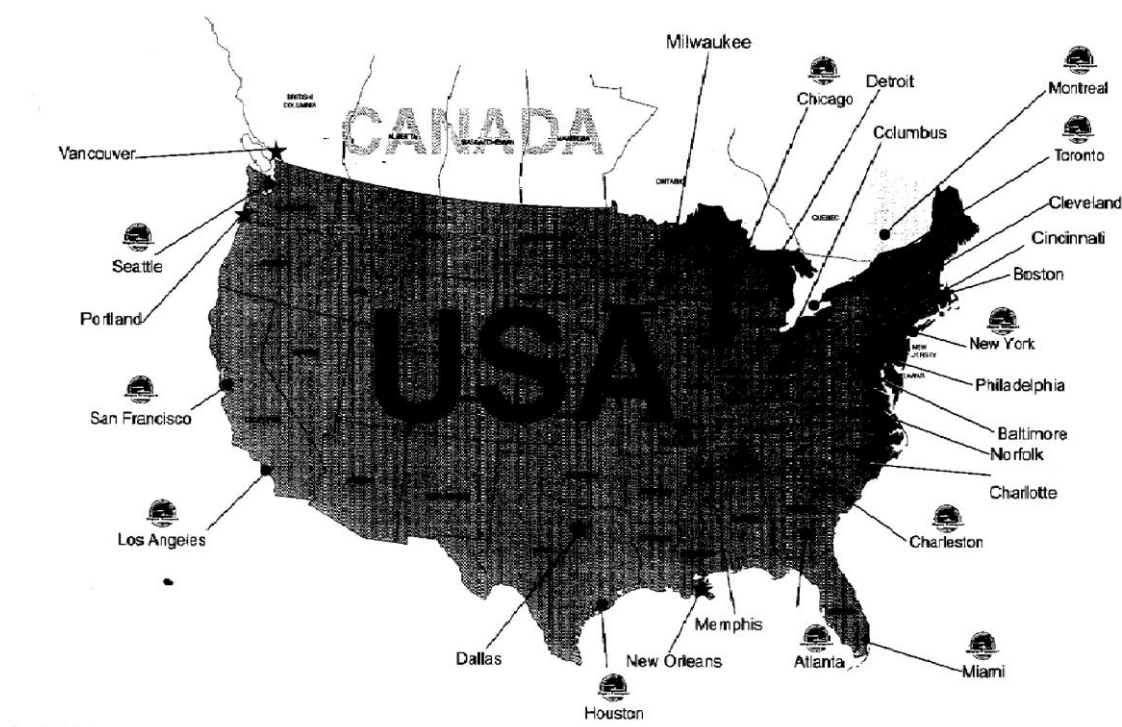
- Scan- Shipping transporta uzņēmumi
- Strait Air – Gaisa transporta uzņēmumi
- Shipco Transport – Jūras transporta uzņēmumi
- Simons Golf – Golfa klubs
- Strait Mediterterranean
- Hotel Naybogaard
- Scan – Group Food and Beverage
- Scan Real Estate Properties
- Frednesborg Vagt & Security [36]



3.1.att. „Shipco ofisi Āzijā, 2010. gads” [38]

1988. gadā tika atvērts šī bakalaura darba subjekta Shipco Transport pirmais ofiss, Amerikā, Ņujorkas pilsētā. Šī ofisa pamat uzdevums bija organizēt un izpildīt pārvadājumus no Āzijas valstīm uz Amerikas Savienotajām valstīm. Neilgā laikā šis uzņēmums spēja strauji

attīstīties starpkontinentālajā tirgū. Uz šo brīdi Shipco Transport ir vairāk kā 50 ofisi ar aptuveni 900 darbiniekiem visā pasaulē, kas nodrošina pastāvīgu pārvadājumu servisu no gandrīz visām pasaulē lielākajām ostām visā pasaulē. [42] Attēlos 3.1 un 3.2. ir norādīti visi Shipco Ofisu izvietojums Āzijā (3.1) kā arī Amerikas Savienotajās Valstīs (3.2), kas uzskatāmi parāda, ka uzņēmums ir ļoti spēcīgs konkurents starptautiskajā tirgū, kā arī Latvijas tirgū.



3.2.att. "Shipco Transport ofisi ASV, 2010.gads"[38]

Attēlā 3.2. norādīta Shipco ofisu izvietojums ASV.

Shipco Transport arī ir viens no WWA (World Wide Alliance) pamatlicējiem. World Wide Alliance ir asociācija, kas vieno visus pasaules lielākos NVOCC (Non Vessel Common Carrier), līdz ar to tas veicina savstarpēju sadarbību visos pasaules tirgos, tādējādi nodrošinot efektīvu un galvenokārt ātru kravu piegādi un konsolidēšanu gandrīz no katras ostas visā pasaulē. WWA dalībnieki : AGS, Allink, CFR freight, Combimar & Agemar, Eldan Cargo 2000, Interteam, Mahe, Mesco, Multimodal, NL Neutral Logistics, Oceanair, Panama Consolidation, Profreight International, Saco Shipping, Scanway Shipping, Shipco Transport,

SSC Consolidation, SLL Consolidation, Teamglobal, Transglory [39]. WWA spēj sniegt 1500 tiešos servisos starp vispasaules ostām par konkurētspējīgu, parasti zemu cenu. Shipco transport veiksmes atslēga vispasaules tirgū ir izskaidrojami ar uzņēmuma globālo darba politiku, individuālo attieksmi pret klientiem, spēcīgā aģentu tīkla izveide un protams konkurētspējīgā cena starp konkurentiem. Shipco Transport darbinieki arī vienmēr ir centušies, lai viņu serviss ietekmētu labvēlīgi arī pašu kravas gala saņēmēju, kas 90% gadījumos nav tiešais klients.

Shipco Transport uzņēmuma devīze ir „Small enough to know you, but big enough to serve you”, kas tulkojumā nozīmē, „Pietiekami mazs, lai pazītu jūs, bet pietiekami liels, lai jums palīdzētu!”. Uzņēmuma devīze precīzi raksturo uzņēmuma tēlu un un darbības principus, jo Shipco Transport pasaules mērogā nav pazīstams kā uzņēmums ar pārpildītiem ofisiem un nevajadzīgu birokrātiju, turpretī daudz un mazu, efektīvi izvietotu ofisu tīkls, kas ir pārdomāti sazarots, tādējādi spējot noturēt augsta līmeņa servisu, piegādājot kravas gandrīz no un uz jebkuru valsti.

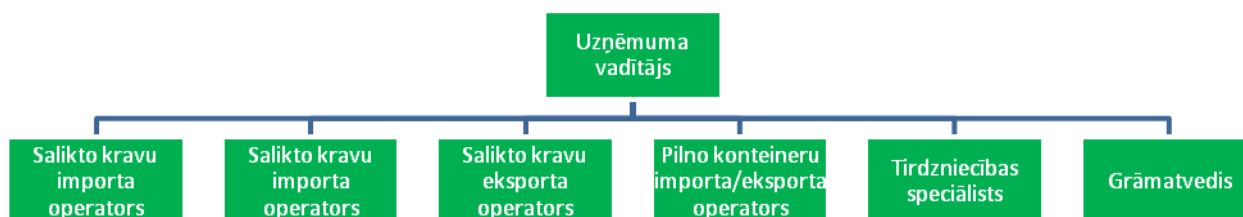
3.3. Mērķi un uzņēmuma uzbūve

Shipco Transport uzņēmuma mērķi ir vispārēji un globāli, piemēram, iegūt līdera pozīcijas pasaulē vai Baltijā, respektīvi visi mērķi ir tieši pakārtoti organizācijas vadības stratēģijai un plānam. Šīs stratēģijas paredz, ka katram mērķim ir izstrādāti apakš mērķi, kas ir mērāmi kravu apjomu apstrādes formā (Kubikmetri vai Teusi TEU) kā arī peļņa. Katra no šīm pozīcijām tiek precīzi saplānotas gada šķēlumā, kā arī katru mēnesi tiek izveidota pārskata perioda atskaite, kuru pēc tam apvieno lielākā reģionā un nosūta uzņēmuma augstākajai vadībai.

Lai gan pēc autora viedokļa, uzņēmumā katram no darbiniekiem nav noteikti uzdevumi lokālo mērķu sasniegšanai, uzņēmumam izdodas sasniegt cerētos mērķus un nereti tos pārspēt. Pēdējā pārskata periodā (6 gadi) balstoties uzņēmuma iekšējiem statistikas datiem, uzņēmums ir spējis parādīt stabilu izaugsmi kravu apstrādes apjoma ziņā kā arī peļņas ziņā. Autora ieteikums būtu arī darbiniekus motivēt, sekmīgu rezultātu gadījumā piedāvājot, piemēram, papildus bonusus, atalgojumu kā arī radīt savstarpēju konkurenci starp darbiniekiem.

Uzņēmuma operatīvie mērķi ir piesaistīt jaunus klientus gan Latvijā, gan ārzemēs.

SIA „Shipco Transport” ofisā ik dienas strādā 7 cilvēki pēc sekojošas struktūras (sk. 3.3 att)



3.3. att. SIA Shipco Transport personāla uzbūves shēma, 2012. gadā .[autora veidots]

Kā redzams 3.3. attēlā uzņēmumā raksturīga ļoti īsa varas distance, kas nozīmē, ka darbinieki vairāk izturas viens pret otru kā kolēģi un nav novērojama kāda varas distance, kas ir ļoti raksturīgi tieši maziem uzņēmumiem. Pēc autora viedokļa pie tik maza darbinieku skaita šī struktūra ir pieņema un strādā labi. Ja tuvākajā nākotnē tiks palielināts darbinieku skaits, autors iesaka dalīt darbiniekus nodaļās pēc transportēšanas veida, katrā ar savu vidējā līmeņa vadītāju. Kā arī autors iesaka uzņēmumam pieņemt darbā sekretāri, jo ļoti bieži šie pienākumi paliek neizpildīti.

3.4. Pakalpojumi un cenu politika

Transporta pārvadājums ir pakalpojums, ko pērk klients. Atšķirībā no preču ražošanas transporta pakalpojuma subjekts ir vieta un laiks. Laika un vietas nozīme transporta pakalpojumu organizēšanā ir ļoti svarīga, līdz ar to kavējoties pārvadājumam var zust tā pieprasījums. Raugoties no šī viedokļa transportēšanas uzsākšanai ir jābūt precīzai un transportēšanai jābūt viegli pārskatāmai, līdz ar to apmierināts būs kā preces nosūtītājs tā saņēmējs.

Izšķir sekojošus transporta veidus:

- Auto transports
- Dzelzs ceļa transports
- Cauruļvadu transports
- Jūras transports
- Avio transports
- Intermodālais transports [8., 359]

No šiem transporta veidiem SIA Shipco Transport spēj piedāvāt četrus veidus, tie ir : Jūras transports, avio transports, auto transports (pēc klienta pieprasījuma), intermodālais transports.

Transporta pārvadājumu pieprasījuma elastību noteicošie faktori ir pieprasījuma un piedāvājuma savstarpējā attiecība, tas ir konkurences apstākļi transporta tirgū: pietuvojoties pilnvērtīgas konkurences apstākļiem, kad transporta tirgū strādā daudzi ekspeditori, pieprasījums kļūst elastīgs. [13.,357]

Lai noteiktu cenu transporta pārvadājumiem izmanto vairākus kritērijus. Tie mēdz mainīties atkarībā no situācijas, kādos cena jānosaka. Cenas galvenokārt balstās uz pārvadājuma attālumu, apjomu kā arī pieprasījumu pēc šī konkrētā pakalpojuma.

Cenas transportā iedala – uz pārvadājamās distances balstīto cenu un uz apjoma balstītās cenu. Shipco Transport pārsvarā tiek izmantotas uz apjomu balstītās cenas. Klientiem tiek izsūtīti tarifi, pēc kuriem tie paši var izrēķināt cenu sev nepieciešamajam kravas pārvadājumam. Tarifos minētās cenas, protams, var būt savādākas atkarībā no klienta, kravu apjoma, un pārvadājuma biežuma.

Tarifu lapās tiek norādīti, pārvadājuma izmaksas uz/no katru konkrēto ostu, kā arī vietējās izmaksas Rīgas noliktavā, kuras pakalpojumi tiek īrēti. Šīs izmaksas ir norādītas ja krava tiek vesta uz vispopulārākajiem FOB nosacījumiem. Ja klients vēlas vest kravu uz kādu no pārējiem nosacījumiem, tad tas parasti tiek nokotēts atsevišķi, ko parasti dara operāciju menedžeri vai pārdošanas vadītājs.

Shipco Transport ir bez kuģiem un/vai konteineriem operējošais pārvadātājs (NVOCC), tādēļ uzņēmumā piedāvāto cenu klāsts ir tieši atkarīgs no apkārtējā tirgus, it īpaši no jūras kuģu līniju dotajām cenām. Transporta tirgū ir novērojama tendence, ka parasti gada beigās aug transporta īpatsvars, līdz ar to sāk palielināties transporta cena. Uzņēmums pielieto zemo cenu stratēģiju, kas paredz, ka uzņēmums piesaista jaunu klientus ar zemām cenām, kā arī pievilina liela apjoma kravas no pastāvīgajiem klientiem par zemām cenām, visa gada griezumā, bet gada beigās, kad cenas ir ievērojami augstākas, uzņēmums mēģina sasniegt maksimālo peļņu.

Pārdodot salikto kravu pakalpojumus Shipco Transport piekopj līdzīgu cenu politiku kā vairumā biznesā, kad klients pērkot vairāk, saņem lielāku atlaidi. Līdzīgi ir transportā, kad, ja ved vairāk, tiek dota lielāka atlaide.

LCL kravām cenu tarifi tiek noteikti pēc w/m sistēmas (weight or measure), kas nozīmē, ka cenu nosaka pēc apjoma (kubikmetriem) vai svara (tonnām), kas ir vairāk. Tiek noteikti arī nosacījumi, kas nosaka cik drīkst svērt viens kubikmetrs, lai nerastos nevēlamas izmaksas par pārāk smagu kravu. Tarifos norādītās cenas attiecās tikai uz pamatkravu

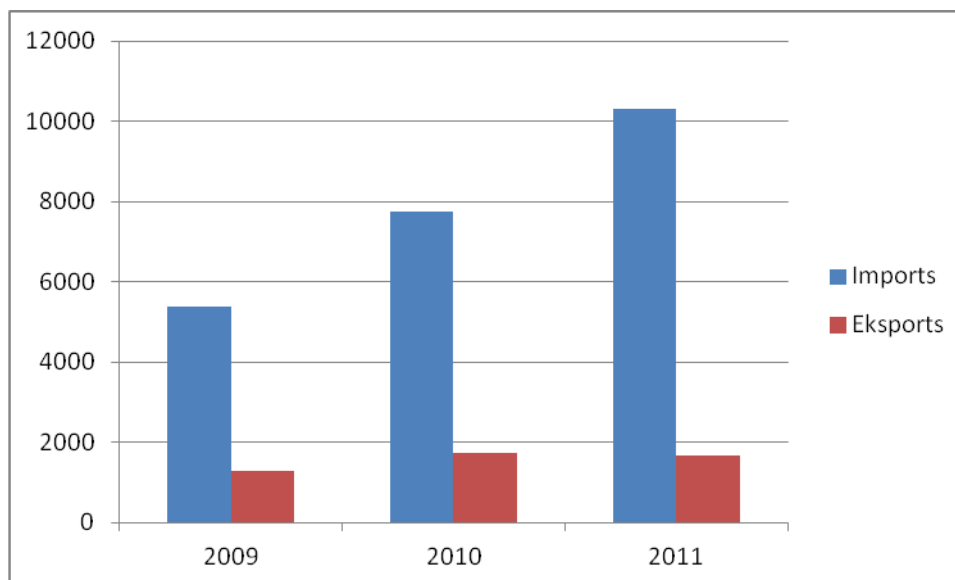
pārvadājumiem. Bīstamo, trauslo, šķidro kravu pārvadājumiem cenas tiek izskatītas un iedotas atsevišķi, jo parasti šiem pārvadājumiem ir jāizmanto cita veida konteineri, kas parasti ir dārgāki. [43]

Latvijas tirgū uzņēmumam Shipco Transport nākas stāties pretī vairākiem konkurentiem, kā piemēram, Kuehne Nagel, DHL, Schenker, DSV, u.c. Tāpēc pie šī elastīgā tirgus, ļoti svarīgs aspekts ir cena, ko uzņēmums spēj piedāvāt labā līmenī, kas starp konkurentiem ir konkurētspējīgs, pateicoties zema pašizmaksai, kas ir veiksmīga spieķu-rumbas principa izpildes rezultāts.

3.5 Salikto kravu (LCL) pārvadājumi

Balstoties uz teorētisko analīzi bakalaura darba *2. nodaļā* autors secina, ka Latvijas ostas ir izteiktas eksporta ostas, un ka eksporta kravu pārvadājumi daudz mazāk ietekmējas no apkārtējās vides izmaiņām nekā importa, kas norāda uz šī pārvadājumu segmenta stabilitāti, līdz ar to uzņēmumam arī vairāk vajadzētu orientēties uz eksporta apjoma kāpināšanu, nevis importa pārvadājumiem, kā tas ir bijis līdz šim. Protams, autors neiesaka uzņēmumam neattīstīt importa kravu pārvadājumus, tik pat svarīgi, kā attīstīti eksporta pārvadājumu sektoru ir arī noturēt esošās pozīcijas importa pārvadājumu sektorā un attīstīt šo pārvadājumu sektoru, jo Shipco Transport ir labas esošās iestrādes importa pārvadājumu sektorā. Bet jāatceras, ka attīstot eksporta kravu pārvadājumus uzņēmums mazāk riskē ciest zaudējumus, ko var radīt ārējās vides radīto draudu sekas. Autors iesaka, noturēt vienmērīgu attīstību LCL importa kravu pārvadājumos un koncentrēties uz straujāku LCL eksporta kravu pārvadājumu sektora attīstību.

Uzņēmums galvenokārt nodarbojas ar LCL kravu importu, kas pēc Shipco Transport statistikas datiem ir attēlots attēlā 3.4.



3.4. att. SIA Shipco Transport importa un eksporta kravu apjomi ,2009-2011. gadā .[41]

Attēlā 3.4. ir attēloti kravu apjomi pēdējo 3 gadu laikā. Uzskatāmi ir redzams, kas LCL kravu importa apjomi krietni pārspēj LCL kravu eksportu. Pie tam LCL kravu importa apjomi katru gadu turpina augt, turpretī eksporta apjomi ir nemainīgi, turklāt ar tendenci mazināties. Autors prognozē, ka importa kravu apjomi turpinās augt, atkarībā no pirkstspējas Krievijā un citās NVS valstīs, turpretī eksporta apjomi paliks nemainīgi, ja vien tie netiks attīstīti.

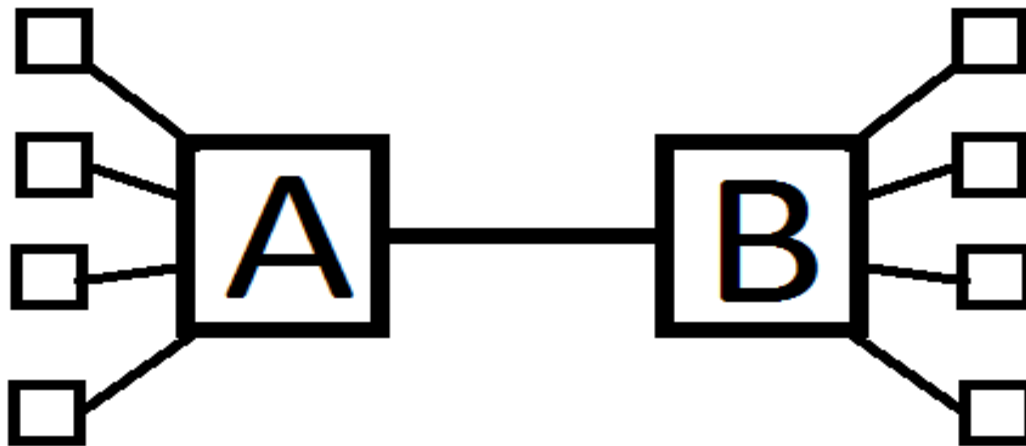
Iepriekšējos gados uzņēmums pārsvarā darbojās tikai ar importa kravām, un eksporta kravu pārvadājumiem sāka nodarboties tikai 2007.gadā. Laika periodā no 2006. līdz 2008.gadam importa kravām bija strauji augošas tendences, jo Latvijā attīstījās būvniecība un cilvēki daudz naudas tērēja patēriņa preču iegādei, kuras pārsvarā tika ievestas no ārvalstīm. Sākoties ekonomiskajai lejupslīdei, cilvēku ienākumi strauji samazinājās, samazinājās iedzīvotāju pirkstspēja un to tā cieta arī preču importētāji, kas savukārt izraisīja kritumu importa kravu pārvadājumos. 2009.gadā salīdzinājumā ar 2008.gadu importa kravu pārvadājumi samazinājās par 15,23%. 2010.gadā laikā pārvadājumu importa apjomi atkal pieauga un pat pārspēja 2007.gada apjomus, jo uzņēmums vairāk orientējās uz tranzīta kravu piesaisti. [41]

Ņemot vērā uzņēmuma iepriekšējo pieredzi un nozares īpatnības, autors uzņēmumam ieteiktu straujāk kāpināt eksporta kravu pārvadājumu apjomus, tādā veidā tiks dažādota arī uzņēmuma ienākumu struktūra, kas radīs lielāku stabilitāti.

Latvijas Rūpniecības un Tirdzniecības kamera ir nevalstiska, politiski neitrāla, brīvprātīga visu Latvijas teritoriju aptveroša dažādu nozaru Latvijas uzņēmēju apvienība, kura balstoties uz tirdzniecības un rūpniecības kameru darbības pasaules praksi, veido uzņēmējdarbībai labvēlīgu vidi, apzinot un aizstāvot Latvijas uzņēmumu saimnieciskās intereses un sniedzot uzņēmējdarbību vecinošus pakalpojumus, to skaitā dažādus pakalpojumus Latvijas eksportētājiem. [33] Lai veicinātu Latvijas eksportu Latvijas Rūpniecības un Tirdzniecības kamera organizē dažādas apmācības, eksporta konsultācijas. Shipco Transport pārstāvji varētu piedalīties semināros, informējot Latvijas uzņēmējus par dažādām formalitātēm un citiem jautājumiem, kad saītīti ar eksporta kravu pārvadājumiem, tādā veidā netieši popularizējot savu vārdu un iegūstot jaunus kontaktus. Saskaņā ar globālajām nostādnēm uzņēmums nedrīkst tiešā veidā iet pie klientiem, izvērst aktīvas mārketinga aktivitātes, jo tādā veidā var tikt bojāta uzņēmuma neitralitātes slava pārvadātāju jeb *business-to-business* klientu vidū. Bet piedaloties dažādos semināros vai konferencēs, kas ir saistītas ar Latvijas eksporta veicināšanu uzņēmumam ir iespējas iegūt labu slavu un kontaktus Latvijas eksportētāju vidū un attīstīt tiešo klientu, jeb *door-to-door* segmentu.

Autors arī ieteiktu uzņēmumam sistemātiski vākt un uzkrāt informāciju par reālajiem kravu saņēmējiem un nosūtītājiem un izveidot datu bāzi, ko vajadzības gadījumā varētu izmantot, ja kāds no *door-to-door* segmenta konkurentiem atstātu tirgu. Datu bāze ir loģisks sistematizēts informācijas apkopojums, kas izveidota, lai varētu vienkārši atrast un izmantot noteiktu informāciju. Datu bāžu lietošana uzņēmējdarbībā mūsdienās ir kļuvusi arvien populārāka, jo uzņēmējiem ir svarīgi orientēties lielajā informācijas pārpilnībā. Bieži vien pareizi sakrāta un pārskatāma informācija mūsdienu uzņēmējdarbībā tiek uzskatīta par vienu no nozīmīgākajiem uzņēmuma resursiem.[34.,491]

Importa LCL kravu pārvadājumi ir no daudz pasaules punktiem konsolidēto kravu organizēšana un vešana uz Latviju. Kā minēts iepriekš šī nodaļa ir Shipco Transport vislielākais peļņas gūšanas avots. Līdz ar to no šī procesa organizācijas un veiksmīgas izpildes ir atkarīgs gan klientu apmierinātība gan visa uzņēmuma peļņa.



3.5. att, Rumbas un spieķu princips (Autora veidots)

Kā Shipco Transport pārvadājumu mehānisms kā iepriekš minēts ir balstīts uz Rumbas un spieķu principa (3.5 attēls). Šis princips ļauj taupīt līdzekļus kā arī pamat nosacījums efektīvai transporta organizēšanai, kā arī zemas cenas saglabāšanai.

Šis princips paredz, ka kravas tiek konsolidētas vienā punktā A (sk.attēlu 3.5), kas parasti ir 20 vai 40 pēdu konteineri, pēc tam šis konteineris tiek piegādāts punktā B, kur tas tiek attaisīts, un konsolidētās kravas tiek piegādātas jau citās, mazākās noliktavās.

Shipco Transport, kā piemēru šim principam var minēt piegādes shēmu no Šanghajas. Šī pārvadājuma sākumā kravas tiek konsolidētas Shipco Shanghai noliktavā. Tās parasti tiek sasūtītas no tuvējām noliktavām vai no tuvējām ostām, kuras pašas nav spējīgas savākt pietiekamu apjomu, lai nodrošinātu katras nedēļas konteineru izpeldēšanu. Pēc tam šīs kravas tiek sakonsolidētas konteinerī, un tās tiek vestas uz Tallinu, kur konteineris tiek taisīts vaļā un kravas tiek distributētas uz Rīgu, Viļņu, Maskavu un citām pilsētām.

Saliktās kravas parasti tiek pārvadātas 20 un 40 pēdu un 40 pēdu HC (high cube) konteineros. Ir sastopami arī citi konteineru veidi, bet to pielietošana salikto kravu pārvadājumos uz Rīgu, Latviju šodien nav izdevīga.

20 pēdu konteineris (*pielikums nr.2.*) ir vismazākais starp standarta konteineriem, kas visbiežāk tiek izmantots kravu sūtīšanai no tālākām, eksotiskām ostām, no kurām kravu apjoms nav pietiekami liels, lai tās vestu lielākos, izdevīgākos konteineros. Šī konteineru ietilpība ir 33.9 kubikmetri, bet šis apjoms ir dots, ja konteineri piepildītu ar ūdeni. Praksē tas nav ģeometriski iespējams. Šos konteinerus Shipco transport plaši izmanto eksporta sūtījumos, jo tie atmaksājas jau pie maziem apjomiem.

Pielikumā nr.2 ir attēlots 40 pēdu konteineris, šis konteineris ir visbiežāk izmantotais konteineris, kā salikto tā pilno konteineru pārvadājumos. Šos konteinerus Shipco Transport visbiežāk izmanto salikto kravu importā. Kā arī šī konteineris ir izdevīgāks kā 20 pēdu konteineris, jo vienas lieluma vienības pašizmaksa ir krietni lētāka vedot lielāku kravas apjomu.

Pielikumā nr.2 arī norādīti 40 pēdu High Cube konteinera raksturlielumi, tas ir lielākais praksē izmantotais konteineris, kurš ir visizdevīgākais, ja vien to ir iespējams piepildīt.

LCL salikto kravu eksporta atšķirība no importa Shipco Transport Rīgā ir tā, ka Rīga ir eksporta vārti, tas nozīmē, ka kravas tiek konsolidētas Rīgā un vestas pamatā uz trīs ostām, kas otru pusē okeānam ir kā vārti kravu saņemšanai un distribūcijai. Šīs trīs ostas kā minēts iepriekš ir Singapūra, Pusana (Dienvidkorejā), Ņurjorka (ASV). Šie trīs unikālie maršruti spēj nogādāt kravas uz daudz neskaitāmām ostām tālajos austrumos un ASV.



3.6. att. „Eksporta kravu piegādes sistēma Rīgas noliktavā un no tās” [autora veidots]

Šajā pozīcijā var novērot rumbas un spieķu principa sākuma pozīciju skat (3.6 att), kad kravas no Viļņas un Tallinas ved uz Rīgu, un konsolidē, lai tās pēc tam varētu kraut konteinerī un sūtīt uz tālāko punktu, vai arī kraut mašīnā un sūtīt tās uz Hamburgu tālākai distribūcijai. Ja kravu plānots piegādāt uz tālajiem austrumiem, tad tā tiek krauta konteinerī uz Singapūru

vai Pusanu, atkarībā no gala mērķa. Ja krava ir paredzēta uz Amerikas Savienotajām valstīm, tad tā tiek krauta konteinerī sūtīšanai uz Ņujorku, bet ja tā ir jāpiegādā uz tuvajiem austrumiem t.i Āfriku, Indiju, Pakistānu u.c., tad krava tiek krauta mašīnā un vesta uz Hamburgas ostu, kurā tiek konsolidētas kravas šim virzienam.

Izkraušanas ostās konteinerus ver vaļā un tie tiek dekonsolidēti un tajos esošās kravas tiek piegādātas uz galapunktiem, kur konsolidējot jaunus konteinerus vai smagās mašīnas atkarībā no piegādes gala mērķa, kā rezultātā krava nonāk pie gala saņēmēja.

Šī pārvadājuma shēma ir parādīta attēlos 3.6. un 3.7. Ievērojot un precīzi sekojot šīs shēmas izpildei ir iespējams ievērojami samazināt piegādes pašizmaksu. Tādējādi Shipco Transport spēj piedāvāt lētāko produktu transporta tirgū, kas pie šīs cenas ir ar vislabāko tranzīta laiku, kvalitāti un drošības līmeni, tādējādi padarot pakalpojumu un uzņēmuma vārdu daudz patīkamāku klienta acīm.



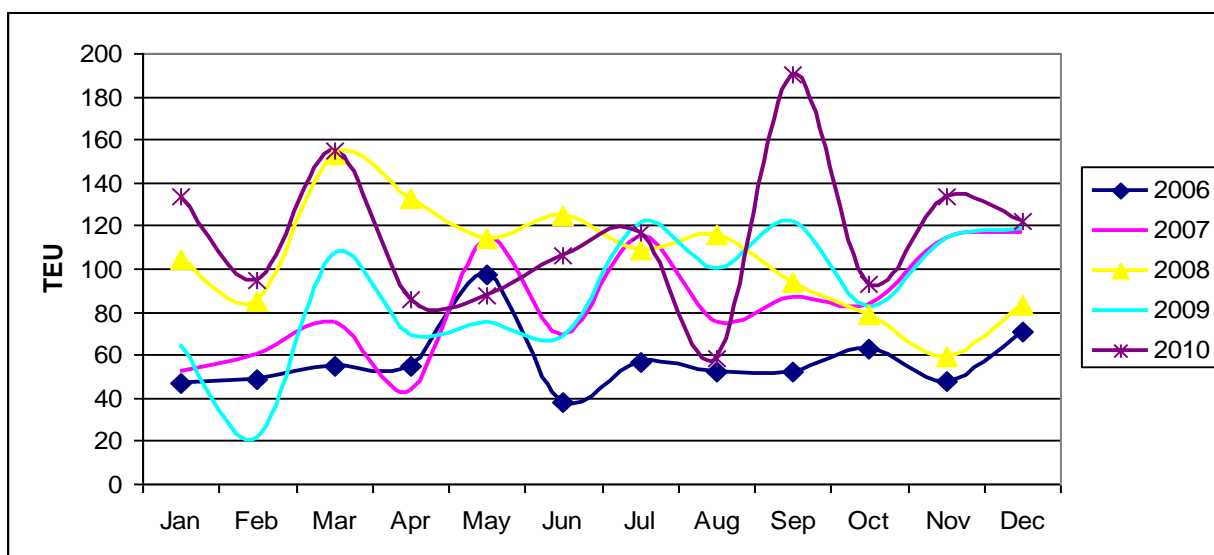
3.7. att. „Eksporta kravu distribūcija Āzijā”[autora veidots]

Eksporta nodaļā ir novērojama tieša saskarsme ar muitas formalitātēm un to kārtošanu. Piemēram, kā eksporta deklarāciju kārtošana, komerciālo dokumentu sagatavošana eksportam, kas ļoti bieži nav patīkams process, Latvijas likumdošanas un birokrātijas dēļ.

Salikto kravu pārvadājumi ir uzņēmuma galvenais pelnīšanas un ienākumu avots, šim pārvadājumu veidam tiek pievērta visvairāk uzmanības un pūles, kā arī vislielākais nodarbināto darbinieku īpatsvars ir tieši šim pārvadājuma veidam. Bet ne mazāk svarīgi ir pilno konteineru un gaisa pārvadājumi, ko autors apskatīs nākamajā nodaļā.

3.6. Pilno konteineru (FCL) un gaisa pārvadājumi

FCL jeb pilno konteineru pārvadājumi ir salīdzinoši vienkāršākais no pakalpojumiem, ko piedāvā Shipco Transport. Uzņēmums pērk konteineru pārvadājumus no vairākām kuģu līnijām, izmantojot līgumu izdevīgās cenas, kā viens no vadošajiem uzņēmumiem NVOCC pasaules mērogā. Līdz ar to šīs cenas ir krietni lētākas par cenām tirgū un tādējādi klienti Latvijā un citur dod priekšroku šo pakalpojumu iegādāties pie Shipco Transport nevis pašiem iegādāties pakalpojumu pie kuģu līnijām. Pats Shipco Transport uz šo komercdarbību pelna cenu starpību. Pilno konteineru pārvadājumi tiek vesti pa tiešo uz un no Rīgas ostas un tālāk šis pakalpojums tiek organizēts izmantojot dzelzceļa un auto transporta palīdzību, lai nogādātu konteineri kādā no Latvijas pilsētā vai kādā no tuvējām austrumu valstīm. Uz pilno konteineru pārvadājumiem neattiecas Shipco Transport kompānijas neitralitātes politika, līdz ar to kompānija strādā ne tikai ar pārvadātājiem, bet arī ar tiešajiem klientiem. Pilno konteineru rentabilitāti krietni paaugstina programmatūra, kas nodrošina vietējo piegāžu cenu aprēķināšanai, līdz ar to uzņēmums spēj piedāvāt cenu piegādei no durvīm līdz durvīm (door-to-door) ļoti ātrā laika posmā, kas mūsdienu konkurences apstākļos ir ļoti svarīgs faktors.



3.8. att. „Shipco Transport Riga FCL pārvadājumu apjoms TEU 2006. – 2010. gads”[41]

Attēlā 3.8 redzams, ka visstabilākais pilno konteineru (FLC) pārvadājumu apjoms bija 2007.gadā, kas bija visstabilākais ekonomiskais periods šajā laika posmā. Sākoties ekonomiskajai krīzei pilno konteineru pārvadājumu apjoms kritās, 2009.gada apjoms salīdzinājumā ar 2008.gadu kritās par 15.23 %. Šāda parādība novērojama, jo vairāki klienti kas izmantoja FCL pārvadājumus, krīzes iespaidā, lai taupītu, bija spiesti pāriet no pilnajiem konteineriem uz saliktajiem konteineriem, līdz ar to FLC apjomā krīzes periodos bija novērojams kritums. 2010. gadā beigās tika novērtos straujš apjomu augums, bet, kas apsīka uzreiz nākamajā mēnesī. 2011.gadā novērojams mērens bet pastāvīgs apjomu palielinājums.[41]

Uzņēmuma pirmsākumos Shipco Transport nodarbojās tikai ar kombinētajiem kravu pārvadājumiem, pēc tam vēlāk tika noslēgti līgumi ar jūras līnijām par pilno konteineru pārvadājumiem, un tam pēc vairāku klientu pieprasījuma Shipco Transport sāka organizēt arī gaisa kravu pārvadājumus. Šodien gaisa pārvadājumi ir kā atsevišķa pastāvīga nodaļa uzņēmuma piedāvāto produktu klāstā. Shipco Transport gaisa kravu kustība tika atklāta 6 gadus pēc uzņēmuma dibināšanas – 1994.gadā, ASV. [40] Šodien jūras un gaisa pārvadājumu pakalpojumi veiksmīgi darbojās paralēli, viens otru papildinot tādējādi nodrošinot visātrāko servisu klientam. Gaisa pārvadājumus parasti izvēlās sekojošu aspektu pēc – kad krava ir maza, dārga, plīstoša un kad ir vajadzīgs visātrākais tranzīta laiks. Klienti Latvijā novērtē to, ka Shipco Transport spēj piedāvāt šo pakalpojumu un ka viņiem šo reto kravu sūtīšanai nav

jāvēršas pie citiem pārvadātājiem. Gaisa pārvadājumu būtība ir būvēta līdzīgi kā jūras pārvadājumi. Shipco Transport izmanto vairāk kā 100 avio līniju sniegtos pakalpojumus, lai visoptimālāk risinātu klientu vēlmēs un nospraustos uzdevumus. Avio pārvadājumi tiek izvēlēti priekš dārgām, plīstošām precēm, vai precēm, kas bojājās ātri, jo tranzīta laiks ir ievērojami ātrāks, kā arī transports ir drošāks. Tomēr avio transportam ir liels trūkums – tā izcenojums, tomēr tas ļauj gūt krietni lielāku peļņu no mazākiem apjomiem.

Shipco Transport Rīgas filiālē gaisa pārvadājumu veids ieņem mazu lomu, tomēr pārvadājumi ir regulāri un tiem ir novērojama augoša tendence. Lai izprastu uzņēmuma komercdarbības pievilcību, autors nākamajā nodaļā veiks uzņēmuma marketinga analīzi.

3.7. Uzņēmuma mārketinga analīze

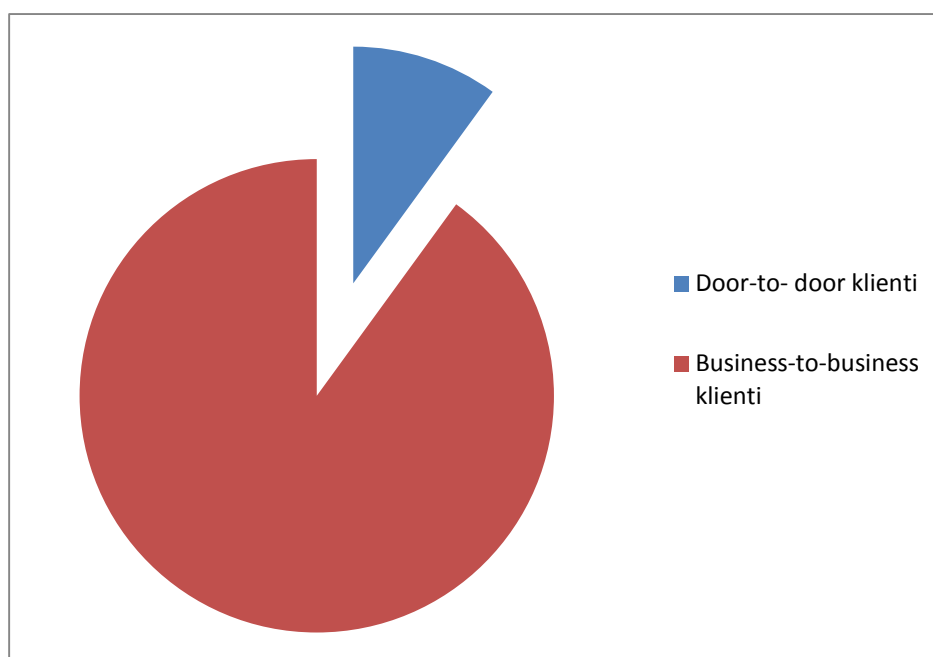
Mārketingu ir darbību komplekss, kas sevī ietver plānošanu, organizēšanu, motivēšanu un kontroli, kas vērsts uz uzņēmuma darbinieku, finanšu, materiālu un informācijas resursu pilnvērtīgu izmantošanu, lai organizācija mērķus sasniegtu ar augstāku efektivitāti. Tas ir uzņēmuma uzvedības princips, kas ietver visu ar tirgu saistīto lēmumu pieņemšanu, vadoties pēc klientu vēlmēm vajadzībām un vērtībām.

Uzņēmuma mārketinga stratēģija ir vienāda visās pārstāvētajās valstīs un kompānijas profils tiek veidots globāli. Uzņēmumā tiek izmatota diferenciacijas stratēģija savienojumā ar fokusēšanās stratēģiju, jeb daudz segmentu mārketingu, kas balstās uz diviem segmentiem, izmantojot atšķirīgu mārketinga stratēģiju katrā no segmentiem, un fokusējoties uz drošāko un stabilāko segmentu, kas arī nodrošina uzņēmumam lielāko peļņas daļu. Shipco Transport mārketinga stratēģija balstās uz STP (*segmentation, targeting, position*; no angļu val. segmentācija, mērķa segmenta izvēle, pozicionēšana) modeli. Uzņēmums segmentē tirgu pēc industriālā principa, sadalot to divos segmentos *business-to-business* un *door-to-door*. [15] Katram segmentam tiek izmantota atšķirīga mārketinga stratēģija, kuru veido pēc 4P principa (*price, production, promotion, place*; no angļu val. cena, produkcija, izplatīšana tirgū jeb noieta veicināšana, vieta). [14, 17] Skatīt 3.1. tabulu.

	<i>Business – to – business</i>	<i>Door – to – door</i>
Cenu līmenis	zemas cenas	Augstas cenas
Peļņa uz kubikmetru	maza peļņa	Liela peļņa
Atlaides un kredītlaiķs	Tiek piešķirts kredītlaiķs rēķinu apmaksai, ir iespēja vienoties par atlaidēm	krava tiek izsniegta tikai pēc rēķina apmaksas, ir iespēja vienoties par atlaidēm
Pamata pakalpojumi	kravas pārvadājums pa jūru vai gaisu; kravas uzglabāšana; termināla apstrāde; dokumentācija	kravas pārvadājums pa jūru vai gaisu; kravas uzglabāšana; termināla apstrāde; dokumentācija; atmuitošana kravas piegāde līdz durvīm
Papildus pakalpojumi, kas tiek nodrošināti pēc klienta pieprasījuma	Atmuitošana kravas piegāde līdz durvīm (pa sauszemi)	visi pakalpojumi tiek iekļauti pārvadājumā, ja kāds no tiem klientam nav vajadzīgs, viņam ir iespējams no tā atteikties
Tirģus apsekošana	notiek regulāra tirģus apsekošana, klientu vēlmju un vajadzību apzināšana	tirģus apsekošana netiek veikta, bet tiek apzinātas dažu pastāvīģo klientu vēlmes un vajadzības
Pakalpojumu noieta veicināšanas pasākumi	dalība starptautiskās loģistikas izstādēs un konferencēs, regulāras tikšanās ar patstāvīģajiem klientiem, reprezentatīvas dāvanas	praktiski netiek veikti nekādi pasākumi uzņēmuma popularizēšanas nolūkos, bet tiek uzturēts regulārs kontakts ar pastāvīģajiem klientiem
Apstrādāto kubikmetru īpatsvars segmentā no kopēģi apstrādātajiem kubikmetriem	90.00%	10.00%

Tabula 3.1. „Shipco Transport mārķetinga stratēģiju atšķirības katrā tirģus no segmentiem” [autora veidots]

Door-to-door segmentu raksturo liels konkurentu skaits, liels segmenta izmērs un liela peļņa no katra pārvestā kubikmetra. Šis tirgus ir ļoti ienesīgs, bet sagaidāmā lielā peļņa pievilina daudzus konkurentus. *Door-to-door* segments ir piesātinātas konkurences segments, šajā segmentā ir daudz pārvadātāju, kas piedāvā līdzīgus pakalpojumus par līdzīgām cenām. Latvijas loģistikas tirgus ir tik mazs, ka liela daļa no *door-to-door* segmenta konkurentiem ir uzņēmuma *business-to-business* segmenta klienti. Tāpēc uzņēmums necenšas attīstīt *door-to-door* segmentu un neiegulda līdzekļus klientu vēlmju un vajadzību izpētē - ja jūs vēlaties būt efektīvs konkurents, tad jums jābūt arī labam sadarbības partnerim. Uzņēmums vēsturiski vienmēr ir ievērojis neitralitātes politiku, galveno uzsvaru liekot uz partnerību, nevis uz sacensību. Tas ir samērā prātīgi un, kā redzams, atmaksājas ilgākā laika periodā. Tomēr sadarbojoties ar konkurentiem vienmēr ir jāatceras, ka viņi jūs vērtē ne tikai kā klienti, bet arī kā konkurenti, un cenšas nokopēt jūsu vērtīgo praksi un pieredzi.



Att 3.9. „Shipco Transport Riga klientu sadalījums” [autora veidots]

Business-to-business segmentu raksturo liels segmenta izmērs, salīdzinoši neliela peļņa no kubikmetra, un neliels, bet apzināts konkurentu skaits. Šis ir stabils tirgus ar zemu riska pakāpi. Neliels konkurentu skaits dod iespēju iekarot pietiekami lielu tirgus daļu. Savukārt nelielā peļņa no kubikmetra un pārējie sarežģītās uzņēmējdarbības vides faktori mazina jaunu konkurentu ienākšanu tirgū. *Business-to-business* segments ir samērā drošs,

strauja jaunu konkurentu parādīšanas šajā segmentā nav gaidāma, jo uzņēmējdarbības vide ir sarežģīta un nesola augstu un ātru peļņu.[32., 491] Tieši tirgus stabilitātes dēļ uzņēmums šo segmentu ir izvēlējis par savu mērķa tirgu.

Autors uzskata, ka uzņēmums sekmīgi īsteno esošo mārketinga stratēģiju *business-to-business* segmentā, bet nepietiekamu uzmanību velta *door-to-door* segmenta attīstībai. Pēc krīzes periodā, kad vairāki *business-to-business* klienti cieš no apgrozāmo līdzekļu trūkuma un nespēj laicīgi norēķināties par saņemtajiem pakalpojumiem, autors ieteiktu uzņēmuma vadībai padomāt par iespējamo *door-to-door* segmenta attīstību. Ieiešana *door-to-door* segmentā noteikti nedrīkst būt agresīva, jo uzņēmums nav ieinteresēts izkonkurēt kompānijas, kas tai pat laikā ir uzņēmuma klienti. Tomēr autors ieteiktu uzkrāt informāciju par reālajiem kravu saņēmējiem un nosūtītājiem un izveidot datu bāzi, ko vajadzības gadījumā varētu izmantot, ja kāds no *door-to-door* segmenta konkurentiem atstātu tirgu. Lai arī uzņēmums veic dažus tiešos pārvadājumus *door-to-door* segmentā, to procentuālais skaits kopējā pārvedumu īpatsvarā ir neliels un nav pamats uzskatīt, ka uzņēmums nav atkarīgs no dažiem lielajiem klientiem. Optimālajā variantā vajadzētu sasniegt, lai *door-to-door* segmentā tiktu apkalpoti ap 30% no pārvestajām kravām.

Shipco Transport mērķa pircēji tiek iedalīti divās grupās – pārvadātājos jeb ekspeditoros un preču tiešajos saņēmējos un nosūtītājos, abu lielo grupu pamata vajadzības ir vienādas. Vienīgā atšķirība ir tā, ka vienai grupai pamatā nepieciešams ir tikai jūras vai gaisa pārvadājums un kravas dokumentācijas noformēšana, bet otrai grupai ir svarīga kravu piegāde līdz durvīm. Šeit atkal jāuzsver kā būtisks trūkums, tas uzņēmuma klientu apkalpošanā ir jāuzsver jau iepriekš minētais fakts, ka kravu apkalpošanas operatori nav ieinteresēti apkalpot katru klientu pēc iespējas labāk, jo uzskata, ka tas ir tirdzniecības vadītājas darbs.

Uzņēmumam ir vajadzīgi labi konkurenti, kas liek tam domāt un attīstīt savas prasmes un pakalpojumus arvien augstākā līmenī. „Jo veiksmīgāks ir uzņēmums, jo vairāk konkurentu tas piesaista.”[12., 205] Kā jau iepriekš tika konstatēts, tad transporta nozare ir pievilcīga un stabila, līdz ar to ik gadu tajā palielinās reģistrēto uzņēmumu skaits un saasinās konkurence. Šobrīd ar transporta pakalpojumiem nodarbojas 9604 [25] uzņēmumi, no kuriem 54, kas nodarbojas ar jūras kravu pārvadājumiem, var uzskatīt par uzņēmuma tiešajiem konkurentiem *business-to-business* segmentā. Esošie konkurenti *business-to-business* segmentā ir lielas un stabilas starptautiskas kompānijas ar stabilām tirgus pozīcijām. Ja kāds no šiem konkurentiem uzsāktu agresīvu tirgus iekarošanu vai atrastu veidu, kā samazināt izmaksas un uzlabot pakalpojuma kvalitāti Shipco Transport varētu zaudēt savas tirgus pozīcijas. Uzņēmums aktīvi

strādā pie savu pakalpojumu uzlabošanas un izmaksu samazināšanas izmantojot informāciju tehnoloģiju radītās iespējas, bet to pašu dara arī konkurējošās kompānijas, jo visām kompānijām ir samērā līdzīga pieredze un pieejamie līdzekļi. Shipco Transport pakalpojumu kvalitāte ir galvenokārt balstīta uzņēmuma pieredzi starptautiskajā tirgū. Kvalitātes uzturēšanu un pilnveidošanu mudinājusi ir arī konkurence starptautisko pārvadājumu tirgū, jo nekvalitatīvi veiktiem pakalpojumiem uzņēmumam draud liels sods, pirmkārt, tā ir samaksas nesāņemšana par padarīto darbu un iespējams arī bojātās kravas vērtības daļēja vai pilnīga kompensēšana, un otrkārt, tas ir neapmierināts klients, kurš visticamāk turpmāk izmantos citas kompānijas pakalpojumus.

Door-to-door segmentā ir reģistrēti aptuveni 6000 uzņēmumi, bet ne visus no tiem var uzskatīt par Shipco Transport konkurentiem, jo to skaitā ir reģistrēti arī tādi uzņēmumi, kas nodarbojas tikai ar kravu uzglabāšanu, pārkraušanu un citām transporta palīgdarbībām. Šie uzņēmumi biežāk ir Shipco Transport sadarbības partneri, kas nekādā veidā nekonkurē ar kompāniju. Tomēr *door-to-door* segmentu var uzskatīt par piesātinātas konkurences segmentu, līdz ar to ir nepārtraukti jāseko līdzi tirgus aktualitātēm un izmaiņām.

Autors redz neizmatotas tirgus iespējas *door-to-door* segmentā, un secina, ka uzņēmumā netiek meklētas jaunas idejas un iespējas lokālajā tirgū. Uzņēmumam vajadzētu vairāk apsekot tieši vietējos eksportētājus, piedalīties konferencēs un popularizēt savu vārdu vietējā tirgū, ņemot vērā eksporta tirgus stabilitāti un prognozētās attīstības tendences. Autors ieteiktu popularizēt uzņēmuma vārdu tieši vietējo eksportētāju vidū, tādā veidā attīstot FCL kravu pārvadājumus uz kuriem neattiecas kompānijas neitralitātes politika.

Uzņēmumā netiek izstrādāti konkrēti mārketinga plāni noteiktiem periodiem. Klientu apsekojumi un pasākumi klientiem tiek organizēti spontāni, vadoties pēc vadītāja intuīcijas, nevis pamatojoties uz reāliem plāniem, līdz ar to ir grūti spriest par resursu atbilstību mārketinga plāniem. Uzņēmuma plāni nav balstīti uz reāliem tirgus pētījumiem, tajos ir daudz subjektīvu pieņēmumu, nav plānota secīga pasākumu īstenošanas un organizēšanas kārtība. Vienīgie plāni, kas uzņēmumā reāli tiek izstrādāti, ir plānotie kravu apjomi (m³ un TEU) un iegūstamā peļņa latos, šis plāns arī tiek sastādīts nevis balstoties uz reālām tirgus attīstības tendencēm, bet sareizinot iepriekšējā gada plānu ar brīvi izvēlētu koeficientu, pēc vadītāja ieskatiem. Pēc tam, jaunieģūtājiem ieņēmumu rādītājiem paralēli tiek plānoti arī atbilstoši resursi. Plānotie resursi parasti ir pietiekami, lai sasniegtu ieplānotos kravu pārvadājumu apjomus, bet uzņēmuma vadītājs reizēm cenšas iekonomēt un neizlietot visus ieplānotos resursus, tādā veidā uzrādot labāku finansiālo rezultātu mātes kompānijai. Piemēram, augot

LCL kravu pārvaldājumu apjomiem netika pieņemts papildus darbinieks, kas bija jau iekļauts iepļānotajā uzņēmuma budžetā. Autors uzskata, ka šāda resursu taupīšana nav pamatota. Tas ir īstermiņa labums, kas ilgtermiņā rada darbinieku pārslodzi un neapmierinātību ar darbu.

Shipco Transport darbība ir balstīta uz savstarpējo sadarbību un kvalitatīvām partnerattiecībām. Uzņēmumā ir pietiekami kvalitatīva partnerattiecību vadīšana un tai uzņēmumā tik pievērsta ļoti liela uzmanība, kā piemēru var minēt 2011.gada vasarā noslēgtais līgums ar noliktavu „MMD serviss”, kas uzlabo kompānijas tēlu, salīdzinot ar iepriekšējo noliktavu.

Uzņēmuma zīmola veidošana tiek organizēta globāli. Shipco Transport savu korporatīvo zīmolu ir veidojis liekot uzsvāru uz neitralitāti, partnerattiecībām un globālu pasaules redzējumu. Globālā zīmola uzturēšana Latvijā nozīmē:

- atbilstoša uzņēmuma struktūra (īsa varas distance, kvalificēta darbaspēka pieņemšana, mazkvalificētos darbus aizvieto tehnoloģijas vai Bangkokas resursu centrs);
- atbilstoša biroja iekārtojuma uzturēšana;
- organizācijas kultūras uzturēšana, savstarpējo attiecību veidošanā;
- darbinieku ģērbšanās stila atbilstība;
- centralizēti ražoti un pasūtīti reprezentācijas materiāli.

Aptaujājot uzņēmuma darbiniekus autors secināja, ka Shipco Transport darbiniekiem un reģionālajam vadītājam ir vienāds viedoklis par kompānijas tēlu un kultūru. Darbinieki apzinās uzņēmuma vērtības, uzvedību un attieksmi, kā arī zina, kādu iespaidu uzņēmums grib atstāt uz klientiem un sabiedrību kopumā. Lai kontrolētu uzņēmuma zīmola atbilstību globālajām nostādņām, lielo reģionu vadītāji apmeklē kompānijas birojus bez iepriekšēja brīdinājuma par savu vizīti.

Ar mārketinga vadīšanu un darba organizāciju Latvijas pārstāvniecībā nodarbojas uzņēmuma vadītājs un tirdzniecības vadītāja, kas nosaka cenas, piesaista jaunus klientus un uztur kontaktus ar pastāvīgajiem klientiem. Galvenais *business-to-business* mārketinga virzītājspēks ir pārdošanas personāls, it īpaši, ja pārdodamā prece, vai pakalpojums ir sarežģīts un vienmēr veidots pēc individuāla pasūtījuma. Starp visbūtiskākajām mārketinga prasmēm ir noteikti jāizceļ komunikācija, kas galvenokārt veido uzņēmuma tēlu un savstarpējās attiecības starp pārējiem tirgus dalībniekiem. Uzņēmums nerekklamējas televīzijā vai masu mēdijos, šāda veida reklāma ir domāta gala patērētājiem, kas nav konkrētā

uzņēmuma potenciālais klients. Shipco Transport daudz svarīgāk ir prezentēt sevi biznesa sektorā, uz ko arī uzņēmums orientējas. Uzņēmuma tirdzniecības vadītāja veic regulārus esošo klientu apsekojumus, retāk tiek rīkoti slēgti pasākumi atlasītām klientu grupām, bet, ne mazāk svarīgas ir ikdienas tikšanās, telefona sarunas un biznesa komunikācija. Komunikācija šajā kontekstā tik uztverta kā plašāks jēdziens, nevis vienkārši saruna. Komunikācijā ar klientu piedalās ne tikai pārdošanas personāla balss, bet arī pārdevēja smaids un apģērbs, biroja iekārtojums, apkārt valdošā atmosfēra. Tas viss kopumā ir ne mazāk svarīgs kā sarunas saturs pats par sevi, tāpēc ļoti nopietni ir jādomā arī par uzņēmuma tēlu, ko galvenokārt veido uzņēmuma darbinieki. Kā jau iepriekš minēts, uzņēmuma operatīvie darbinieki, neizprot savu nozīmi kopējā uzņēmuma tēla veidošanā, viņiem nav motivācijas, lai apkalpotu katru klientu īpaši labi. Jāsaprot, ka katrs klients, ir ne tikai klients, bet arī personība. Kā jau autors minēja darba pirmajā nodaļā, Latvijas loģistikas tirgus īpatnība ir liels ekspeditoru īpatsvars, kas sadarbojas ar Krieviju un NVS valstīm. Šo uzņēmumu darbinieki un vadītāji pārsvarā ir krievu tautības cilvēki un uzņēmuma darbiniekiem ir jāprot pielāgoties viņu komunikācijas stilam, kas ne vienmēr ir viegli. Cilvēks var diezgan viegli un objektīvi var novērtēt produktu, taču saprast, kad tevi pievilī pakalpojums ir daudz grūtāk. Bieži vien pat labi izpildītu pakalpojumu var nogremdēt komunikācijas nepilnības, kas liks klientam vairs otrreiz neatgriezties. Veidojot pakalpojuma mārketingu, pats svarīgākais ir saprast, ka pakalpojuma mārketinga būtība jau ir pats pakalpojums. Shipco Transport pakalpojums jau ir diferencēts un daļēji standartizēts, kas atvieglo šī pakalpojuma sniegšanu, izpildot konkrētas veicamās darbības katrā no pārvaldājumu posmiem. Plānojot un organizējot transporta pakalpojuma mārketingu uzņēmuma tirdzniecības vadītājam vajadzētu koncentrēties uz šādu jautājumu risināšanu:

- kā klientam sniegt tādu pakalpojumu, kas apmierina un pat pārsniedz viņa vēlmes;
- kā palielināt kravu apjomus, nesamazinot pakalpojuma sniegšanas kvalitāti;
- kā paaugstināt operatīvo darbinieku darba ražīgumu, ieviešot jaunus efektīvus apkalpošanas paņēmienus.

Shipco Transport vienīgā taustāmā reklāma Latvijā ir reprezentācijas materiāli. Visi reprezentācijas materiāli tiek izgatavoti Ķīnā pēc īpaša Shipco Transport galvenā ofisa pasūtījuma no ASV, kurus ir iespējams pasūtīt internetā. Visas reklamēšanās koncentrēšanās vienā aģentūrā reizēm ir apgrūtināša, jo lai iegūtu reprezentācijas materiālus tie ir jāpasūta ļoti savlaicīgi. Visus pasaules ofisus apgādā tikai viena aģentūra un tas ir darbietilpīgs process, protams, jāreķina arī vēl laiks, kas būs nepieciešams piegādei. Visi bukleti, brošūras vai citi

materiāli ir pieejami tikai angļu valodā, lai gan starptautiskajā transportā parasti darba valoda ir angļu, tomēr koncentrējoties uz kādu konkrētu tirgu, piemēram, Latvijas vai Krievijas, klientiem tomēr būtu patīkamāk un vieglāk uztvert informāciju, kas ir drukāta viņu dzimtajā valodā. Reizēm piedāvātie reprezentācijas materiāli pilnīgi neatbilst Latvijas vajadzībām, piemēram, golfa saulesargs, adapteris, kas lietojams tikai ASV rozetēs, kalendāri, kuros nav atzīmētas Latvijas brīvdienas. Līdz ar to, Latvijas birojam bieži vien nākas izvēlēties un pasūtīt visvienkāršākos un bezpersoniskākos reprezentācijas materiālus. Būtu labi, ja uzņēmuma augstākā vadība atbalstītu reprezentācijas materiālu pasūtīšanu vietējā tirgus vajadzībām nelielos apjomos.

Partnerattiecību kvalitātes uzraudzība ir nodrošināta kā sadarbība ar klientiem. Uzņēmums regulāri apseko savus pastāvīgos klientus, lai iegūtu priekšstatu par klientu vēlmēm un vajadzībām un radītu draudzīgas attiecības ar tiem, tādā veidā nodrošinot atgriezenisko saiti un iegūstot informāciju, kas nepieciešama kvalitātes uzlabošanai un uzturēšanai. Tomēr ir grūti spriest par šīs sistēmas efektivitāti, jo apsekojumu rezultāti netiek apkopoti un analizēti, tādēļ autors izveidoja aptaujas anketas, lai aptaujas rezultātā varētu izdarīt objektīvus secinājumus par uzņēmuma darbību un veikt nepieciešamos uzlabojumus pakalpojumu kvalitātes uzturēšanā un/vai uzlabošanā.

Pētot informāciju tehnoloģiju izmantošanu mārketinga procesa automatizācijā, autors vienīgi var uzsvērt cenu kalkulācijas sistēmas izveidošanu un tās piedāvāšanu uzņēmuma pastāvīgajiem klientiem. Tomēr arī klienti ir jāapmāca šīs sistēmas lietošanā, lai tās izveidi un ieviešanu varētu uzskatīt par veiksmīgu. Pārējās informāciju tehnoloģiju iespējas uzņēmumā galvenokārt tiek lietotas operatīvā darba organizācijas uzlabošanai, nevis mārketinga procesu automatizācijai. Uzņēmumā ir izstrādātas vairākas programmas, kas Latvijā un Baltijā netiek izmantotas. Esošo programmu neizmantošana, ir pamatota ar to, ka tās ir pamatā piemērotas Amerikas tirgum, un nav vēl pielāgotas lietošanai Baltijā, tāpat arī Baltijas valstīs nav apmācīti speciālisti, kas ar tām mācētu rīkoties. Visas uzņēmuma programmas, mājas lapa un e-komercija tiek ieviestas un izstrādātas globāli, uzņēmuma vadībai nav iespējas veikt kādas izmaiņas IT izmantošanā lokāli vai pielāgot tās nelielajam Latvijas tirgum. Jebkuras IT risinājumu izmaiņas ir jāsaskaņo ar uzņēmuma augstāko vadību un jāsūta izmaiņu pieprasījumi uz IT departamentu Ķīnā, kas nodarbojas ar programmu izstrādi un uzturēšanu, līdz ar to, tas ir garš un sarežģīts process, ar kuru šobrīd uzņēmumā neviens nevēlas nodarboties. Nesen viens no Lietuvas ofisa operatīvajiem darbiniekiem, pārkvalificējās uz IT sfēru, kas uzņēmumam rada cerības, saņemt labāku IT servisu Baltijā, jo tagad IT departamentā atrodas cilvēks, ar pieredzi operatīvajā darbā, Baltijā. Uzņēmuma vadība Baltijā

ļoti cer, ka šis cilvēks nākotnē būs spējīgs apmācīt vietējos darbiniekus efektīvākā esošo programmatūru izmantošanā, kas spēs ieviest kvalitatīvus uzlabojumus operatīvā darba uzlabošanā un klientu apkalpošanā.

Kopumā veicot uzņēmuma mārketinga izpēti autors secināja, ka Shipco Transport mārketinga ir balstīts uz stabiliem pamatiem un labām globāli iedibinātām uzņēmuma tradīcijām, kas ir vērstas uz savstarpējo sadarbību, partnerību, neitralitāti un pastāvīgu attiecību uzturēšanu. Shipco Transport tirgu segmentē divos lielos segmentos, un pārsvarā savus pakalpojumus piedāvā *business-to-business* segmentā, kas ir drošākais no abiem segmentiem ar mazāku konkurentu skaitu. Uzņēmums pietiekami orientējas uz tirgu, ir identificēti tirgus segmenti un noteikts galvenais mērķa tirgus, bet būtu ieteicams šos segmentus sadalīt sīkāk, lai izprastu katra konkrētā klientu segmenta vajadzības. Uzņēmumam ir informācija par mērķa tirgus klientiem un viņu vajadzībām, bet ir tikai virspusēja informācija par pārējiem tirgus segmentiem. Lai arī uzņēmums veic dažus tiešos pārvadājumus *door-to-door* segmentā, to procentuālais skaits kopējā pārvedumu īpatsvarā ir neliels un nav pamats uzskatīt, ka uzņēmums nav atkarīgs no dažiem lielajiem klientiem.

Ar mārketinga darba organizāciju un vadīšanu uzņēmumā nodarbojas uzņēmuma vadītājs un tirdzniecības darba vadītāja, pārējie uzņēmuma darbinieki nav iesaistīti mārketinga procesos, līdz ar to nav ieinteresēti apkalpot katru klientu pēc iespējas labāk. Uzņēmuma mārketinga darbības nav balstītas pamatojoties uz reāliem tirgus pētījumiem, bet gan uz vadītāja subjektīviem pieņēmumiem. Pakalpojumu kvalitātes kontrole tiek veikta kā sadarbība ar klientiem, tie ir regulāri klientu apsekojumi, kurus veic uzņēmuma vadītājs un tirdzniecības darba vadītāja. Klientu apsekojumu rezultāti netiek nekur piefiksēti un analizēti, līdz ar to autors izlēma izveidot klientu aptauju, lai varētu pieņemt objektīvākus lēmumus. Klientu aptaujas rezultāti apkopoti nākamajā nodaļā.

3.8. Klientu aptauja

Darbā ikdienā un literatūrā bieži tiek runāts par jaunu klientu piesaisti, kā arī jaunu tirgu apgūšanu, nepievēršot uzmanību attiecību noturēšanai un attīstīšanai ar jau esošajiem, pastāvīgajiem klientiem, kas Shipco Transport gadījumā ir ļoti svarīgi. Uzņēmumā klienti tiek dalīti divās lielās grupās:

- *Business-to-business* segmenta klienti, kas pārsvarā ir transporta kompānijas, kuriem ir tikai viena veida intereses, respektīvi, iepirkt pakalpojumu par vislētāko cenu, noskaidrot precīzu pārvadājuma izpildes grafiku. Šādi klienti Shipco Transport ir

vairākums, jo Shipco Transport politika ir pārvadātājiem draudzīga politika, līdz ar to Shipco Transport nedrīkst strādāt ar gala saņēmēju, ja šis saņēmējs jau strādā ar kādu no pārvadātājiem.

- *Door-to-door* segmenta klienti ir klienti, jeb tiešie saņēmēji, ar kuriem Shipco Transport politika liedz darboties, ja vien viņš jau strādā ar kādu no mūsu business – to business klientiem. Tomēr aptuveni 10% no Shipco Transport klientiem ir tieši *Door-to-door* klienti. *Door-to-door* klientiem pats svarīgākais ir pārvadājuma procesa izskaidrošana un palīdzība muitas formalitāšu kārtošanā, pārvadājuma cena paliek sekundāra.

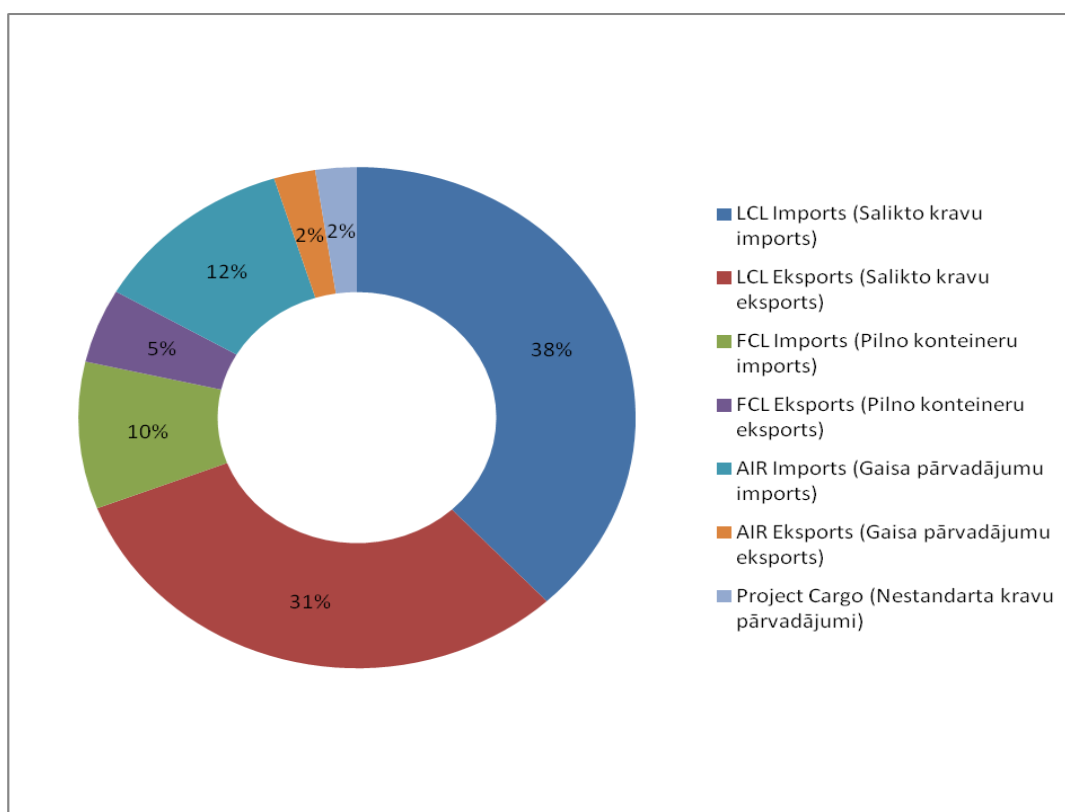
Door-to-door klientus var iedalīt mazākās grupās, lai varētu saprast katras no šo grupu īpatnības un specifiku:

- Pastāvīgie klienti
 - Mazumtirgotāji un vairumtirgotāji, kas ievēd preces tālākai realizācijai
 - Tiešie ražotāji, kas eksportē sevis saražoto produkciju
 - Pakalpojumu sniedzēji, kas ievēd preces savu pakalpojumu nodrošināšanai, piemēram, būvnieki
- Vienreizējie klienti
 - Pakalpojumu sniedzēji, kas importē iekārtas un materiālos resursus pirmo reizi, parasti savas darbības uzsākšanai
 - Privātpersonas, kas parasti pārvācās no/uz kādu valsti, tādējādi importējot/eksportējot sev piederošās mantas vai preces.

Veicot uzņēmuma klientu analīzi, autors veidoja aptauju, lai uzzinātu klientu viedokli par uzņēmuma darbību, un noskaidrotu klientu domas par uzņēmuma darbību, par uzņēmumu vispār, un noskaidrotu galvenās klientu prasības un prioritātes izvēloties pārvadātāju. Veidojot aptaujāto mērķgrupu, autors izvēlējās respondentus, balstoties uz Shipco Transport darbības prioritāti, kas ir pastāvīgo klientu apmierināšana, kā rezultātā tika izvēlēti 25 respondenti, kas ir pastāvīgie klienti, vienreizējie klienti tika izslēgti no šīs mērķgrupas. Šī grupa tika izveidota no uzņēmumiem, kas pasūta pārvadājumus visbiežāk, tādējādi nodrošinot visobjektīvākos atbilžu rezultātus. Autors pieņem, ja tiktu aptaujāti skaitliski vairāk šādu klientu, tad aptaujas rezultātu tendence būtu ļoti līdzīga. No 25 respondentiem tika izvēlēti 22 kas ir *Business-to-business* klienti, un 3 *Door-to-door*, jeb tiešie klienti.

Aptaujas anketas sastāv no 5 sazarotiem jautājumiem, tā bija ievietota aptauju portālā <http://www.visidati.lv>, kur klienti pēc lūguma varēja ieiet un izpildīt šo anketu. Visaugstākā respondentu aktivitāte tika novērota pirmajās dienās, pēc aptaujas ievietošanas portālā un ielūgumu izsūtīšanas izvēlētajiem klientiem – respondentiem. Klienti bija pozitīvi noskaņoti un aizpildīja anketas ar lielu entuziasmu, jo klienti parasti bija pastāvīgie klienti, ar kuriem ir izveidojušās jau arī privātas attiecības. Autors atzīst, ka šāda respondentu izvēle nebija gluži objektīva, jo lai noskaidrotu uzņēmuma vājās puses ir tieši jāaptaujā neapmierinātie klienti, bet tomēr esošo respondentu izvēle arī ir pareiza, jo tā atbilst uzņēmuma pamatnostādņēm, kas ir pastāvīgo klientu apkalpošana kā pats svarīgākais aspekts.

Pirmais aptaujas jautājums ir „Kādu no Shipco pakalpojumiem Jūs izmantojat visbiežāk?” Ir iespējamais vairāki atbilžu varianti (*sk.pielikumu nr.1.*)



3.10. Attēls, Klientu aptaujas rezultāti, visbiežāk izmantotie pakalpojumi.

Pirmā jautājuma rezultāti apstiprināja autora prognozi par to, ka Shipco Transport Rīga visbiežāk izmantotais ir tieši salikto kravu (LCL) serviss, kas ir 38 % imports un 31% eksports, kas kopā sastāda vairāk kā pusi, jeb 69% (3.10 attēls) no visiem pārvadājumiem. Tieši šā iemesla dēļ Shipco Transport Rīga ar saliktos kravu (LCL) importu nodarbojās divi

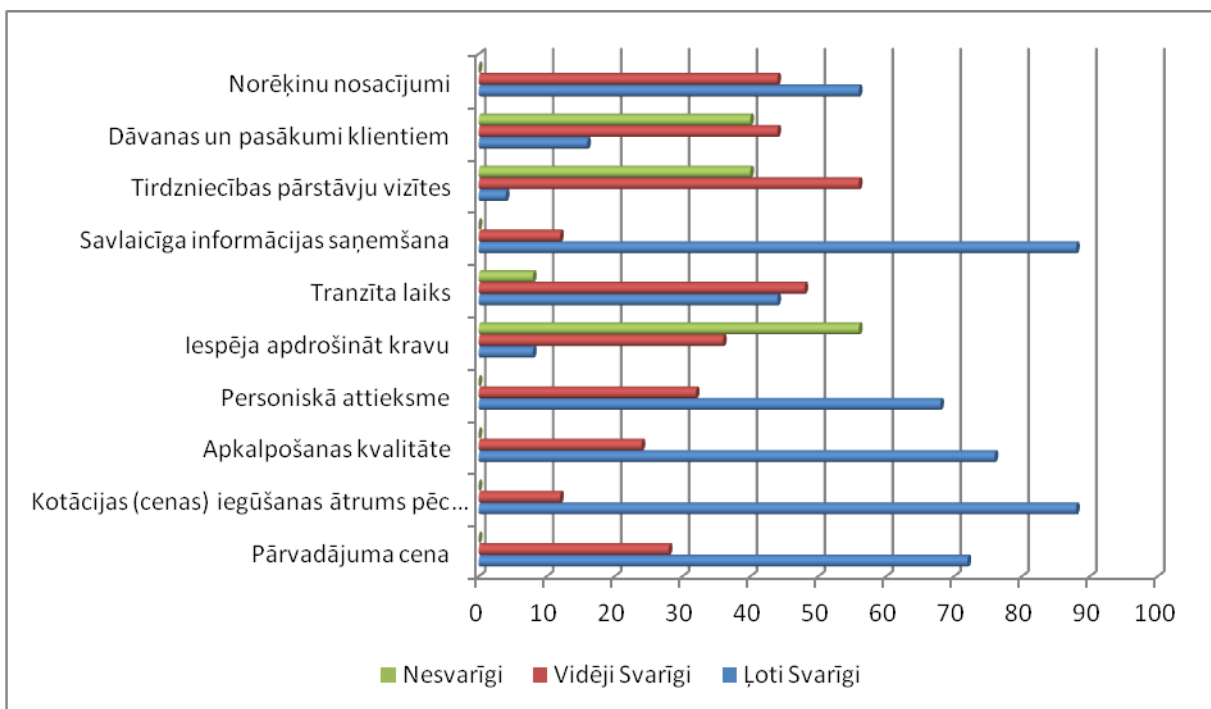
atsevišķi cilvēki, bet ar salikto kravu (LCL) eksportu nodarbojās atsevišķi viens cilvēks. Pilno konteineru pārvadājumi jeb FCL pārvadājumi un gaisa kravu pārvadājumi tiek izmantoti vienlīdzīgi bieži, bet nestandarta kravu pārvadājumi jeb *Project Cargo* tiek izmantoti visretāk.

Otrais jautājums sevī ietver svarīgāko klientu kritēriju noskaidrošanu, izvēloties pārvadātāju. Autors izvirzīja klientiem vairākus kritērijus uz kuriem bija jāatbild ar trīs atbilžu variantiem:

- Ļoti svarīgi
- Vidēji svarīgi
- Nesvarīgi

Klientiem vajadzēja novērtēt kā arī salīdzināt šādus aspektus:

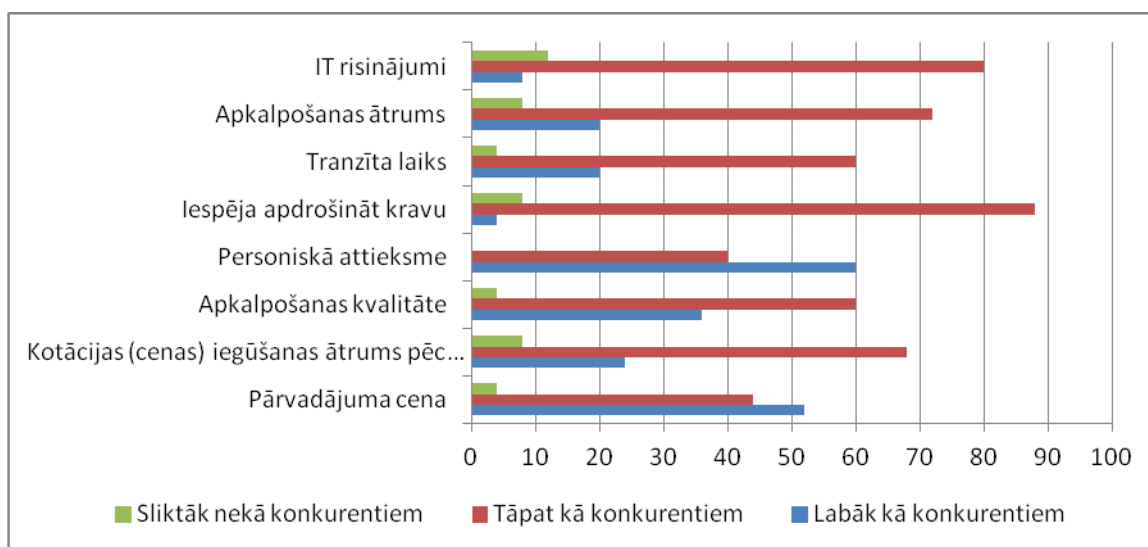
- Pārvadājuma cena
- Kotācijas (cenas) iegūšanas ātrums pēc pieprasījuma nosūtīšanas
- Apkalpošanas kvalitāte
- Personiskā attieksme
- Iespēja apdrošināt kravu
- Tranzīta laiks
- Savlaicīga informācijas saņemšana
- Tirdzniecības pārstāvju vizītes
- Dāvanas un pasākumi klientiem
- Norēķinu nosacījumi



3.11. Attēls, Klientu aptaujas rezultāti, svarīgākie aspekti pārvadātāja izvēlē.

Novērtējot katru no šiem aspektiem (3.10 att), pats svarīgākais pēc klientu domām ir cenas iegūšanas ātrums no Shipco Transport darbinieka pēc tā pieprasījuma, 88% respondentu izvēlējās šo kā svarīgāko aspektu. Tas ir izskaidrojams ar to, ka vairums respondentu ir *business-to-business* segmenta klienti, kuriem pats svarīgākais ir ātra reakcijas, lai viņi savukārt spēj ātri atbildēt savam klientam, sarēķināt viņam sevis doto cenu. Ļoti bieži tieši pasūtījuma sākuma stadijas ātrums ir izšķirošs faktors tam, vai uzņēmums saņems pasūtījumu. Ja šis process notiks lēni, gala pasūtītājs gluži vienkārši izvēlēsies citu pārvadātāju. Otrs visaugstāk novērtētais aspekts ar 88% balsu skaitu ir savlaicīga informācijas saņemšana. Tas gluži kā iepriekšējā aspektā norāda dinamisko transporta biznesa vidi un sīvo konkurenci *door-to-door* segmenta klientu priekšā, kur uzvar tas, kurš spēj reaģēt visātrāk, kurš izmanto visātrākos, jaunākos transporta risinājumus. Trešais svarīgākais faktors pēc Shipco Transporta klientu izvēles bija apkalpošanas kvalitāte, kuru par svarīgu izvēlējās 75%, pēc tam sekoja pārvadājuma cena, kuru savukārt kā svarīgu izvēlējās 72% respondentu. Par relatīvi visnesvarīgāko aspektu klienti izvēlējās iespēju apdrošināt kravu, kas ir izskaidrojams ar salīdzinoši retu kravu apdrošināšanu, kā arī, ja Shipco Transport klienti apdrošina kravas, tad dara to paši, bez Shipco Transport starpniecības. No iegūtajiem rezultātiem autors secina, ka loģistikas tirgū klientiem galvenais ir ātra reaģēšana uz pieprasījumu, ātra informācijas apstrāde, operatīva darbība un pakalpojumi par konkurētspējīgu, adekvātu cenu.

Trešā jautājuma būtība ir līdzīga kā otrajam, tikai šī katra aspekta pētīšanas subjekts nav cik svarīgi vai nesvarīgi šie aspekti ir, bet salīdzinājums ar konkurentiem.



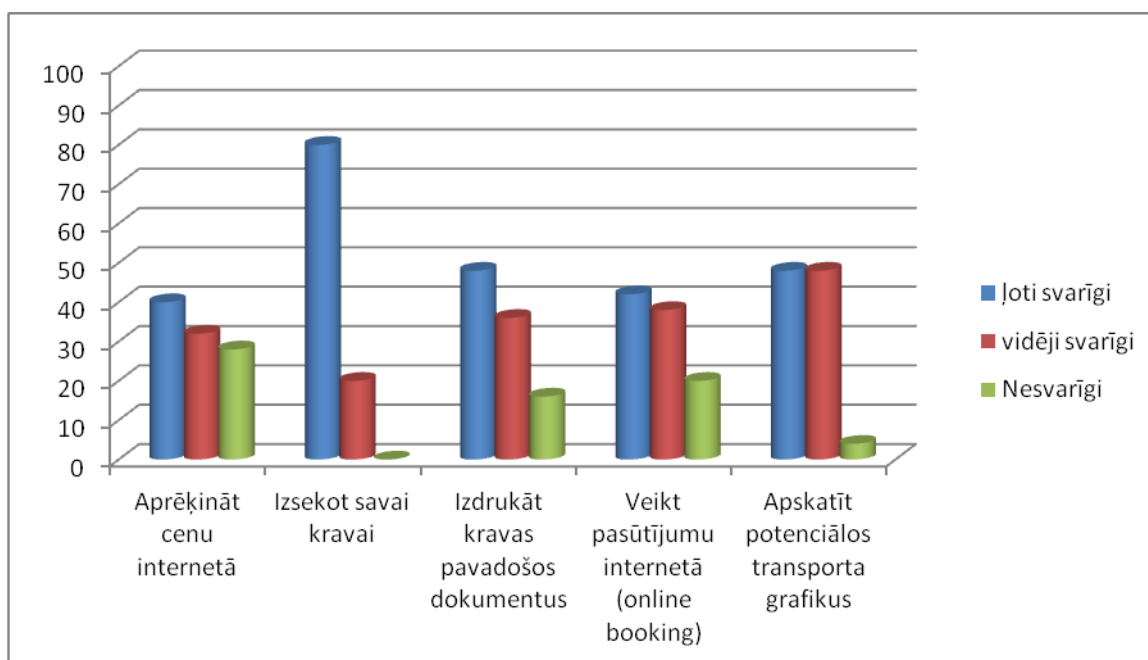
3.12. Attēls, Klientu aptaujas rezultāti, svarīgākie aspekti salīdzinājumā ar konkurentiem.

Salīdzinot Shipco Transport pakalpojumus ar konkurentiem (3.12. attēls), klientu vērtēšanas tendence bija tas, ka šie aspekti ir tādi paši kā citiem. Vienīgais aspekts, kas tika novērtēts augstāk kā citiem ir cenas aspekts, kuru par labāku atzīmēja 53% aptaujāto. Vairumā pārējie aspekti tika novērtēti līdzīgi kā citiem, kas nav slikti, bet varētu būt labāk. Autors ieteiktu uzņēmumam koncentrēties nevis uz vienu absolūto priekšrocību, kas ir šajā gadījumā ir cena, bet koncentrēties uz priekšrocību kopumu, tādējādi palielinot uzņēmuma rentabilitāti, līdz ar to ilgtermiņā arī peļņu. Kā galvenos aspektus pie kā autors ieteiktu uzņēmuma vadībai strādāt ir savlaicīgas informācijas sniegšanu kā arī ātras cenas sniegšanu pēc pieprasījuma saņemšanas. Ar atzīmi 24% „sliktāk kā konkurentiem” kategorijā tika novērtēts savlaicīga informācijas saņemšanas aspekts. Tas, iespējams, ir skaidrojams ar darbinieku motivāciju, kuras var teikt nav, jo darbinieki nesaņem procentu algu, tādējādi viņi nav ieinteresēti pakalpojuma servisa uzlabošanai. Balstoties uz iepriekš veiktajiem pētījumiem šis aspekts ir viens no svarīgākajiem mūsdienu transporta tirgus konkurencē. Pēc autora ieteikuma uzņēmuma vadībai obligāti būtu jāpievērš šai problēmai pastiprināta uzmanība, jo 24% īpatsvars ir ievērojama klientu daļa. Gluži tāpat autors iesaka vērēt uzmanību uz pārējiem faktoriem kas novērtēti sliktāk kā konkurentiem, piemēram IT risinājumi kā arī apkalpošanas kvalitāte.

Aptaujas ceturtais jautājums pētīja IT problēma, IT risinājumu atbilstību uzņēmuma vajadzībām un prasībām, kā arī klientu viedoklis cik svarīgi viņiem ir IT risinājumi.

Iespējamās atbildes bija „ļoti svarīgi”, „vidēji svarīgi” „Nesvarīgi”. Autors piedāvāja klientiem izteikt savu viedokli par sekojošiem IT risinājumiem:

- Aprēķināt cenu internetā
- Izsekot savai kravai
- Izdrukāt kravas pavadošos dokumentus
- Veikt pasūtījumu internetā (*online booking*)
- Apskatīt potenciālos transporta grafikus



3.13. Attēls, Klientu aptaujas rezultāti, svarīgākie IT risinājumi.

No esošajiem IT risinājumiem pastāvīgie klienti kā galveno novērtē savas kravas izsekošanas iespēju, ko atzina 80% aptaujāto. Otrs svarīgākais aspekts ar 48% novērtējumu atzīta iespēja izdrukāt ar kravu saistītos dokumentus tiešsaistē, pēc līdzīga balstu skaita ir novērtēta iespēja apskatīt potenciālos transporta grafikus. Pārējie aspekti tika novērtēti kā vidēji svarīgi.

Pēdējais aptaujas jautājums paredz noskaidrot vai Shipco Transport klienti ir sastapušies ar problēmām saistībā ar sniegtajiem pakalpojumiem un vai klienti ir apmierināti ar šo problēmu risinājumiem. Uz šiem jautājumiem 28% respondentu atbildējuši ka nav saskārušies ar pasūtījumu izpildes problēmām, bet 72% atbildēja, ka vairākumā gadījumu ir bijuši apmierināti ar problēmas risinājumu.

Darba pielikumā atrodami pilni klientu aptaujas rezultāti (*skatīt pielikumu nr.1*).

Apkopojot visus aptaujas rezultātus, autors secina, ka Shipco Transport pakalpojumu izpildes servisa galvenie trūkumi ir savlaicīga, optimāla servisa trūkums, kas ir radies no uzņēmuma politikas, kas paredz sniegt maksimāli zemu cenas risinājumu, atstājot kvalitatīvu, savlaicīgu apkalpošanas servisu otrajā vietā. Ekonomiskās lejupslīdes laikā klientu prioritāte ir bijusi viszemākā cena, kā rezultātā ir cietis klientu apkalpošanas līmenis. Šodien, kad ekonomiskā recesija ir aiz muguras, autors uzņēmuma vadībai iesaka koncentrēties ne tikai uz pakalpojuma cenu bet arī uz citiem ne mazāk svarīgiem faktoriem kā klientu servisa līmenis. Kā arī ļoti svarīgi ir veikt šādas aptaujas biežāk, ne tikai esošo pastāvīgo klientu vidū, bet arī vienreizējo un neapmierināto klientu vidū.

3.9. Noliktavas darbība un IT atbalsts

Pārsvarā katrai pārvadājumu kompānijai ir sava noliktava. Citiem uzņēmumiem šī noliktava pieder, jo tā tiek izmantota kā uzņēmējdarbības veids, bet citi šīs noliktavas īrē, tas ir atkarīgs no uzņēmējdarbības veida. SIA Shipco transport noliktavas pakalpojumus īrē no uzņēmuma SIA „MMD SERVISS”. Noliktava atrodas Uriekstes ielā 8b-1, kas ir ļoti laba atrašanās vieta (*sk. pielikumu nr.3.*), jo osta atrodas aptuveni 200 metru attālumā no ostas kur ienāk priekš Shipco Transport paredzētie konteineri, kā arī lielāko pārvadātāju, kas vairākums ir Shipco Transport klienti, noliktavas atrodas tuvumā. Līdz ar to, iespējams, šī noliktava ir vislabākā iespējamā izvēle esošajā noliktavu tirgū. Uz šo noliktavu Shipco Transport pārgāja 2011. gada vasarā no noliktavas „Unistock”. Šī noliktava atradās Ilguciemā, kas ir ļoti nelabvēlīgs ģeogrāfisks apstāklis, noliktava ir veca un tajā nav novēroti ieguldījumi vismaz 5 gadu laikā, kā arī darbinieki bija neprofesionāli.

IT atbalsts - Dzīvojot 21. gadsimtā, kad elektroniskie risinājumi ir sastopami visur pasaulē, darbs bez interneta un datora nav mūsdienās iespējams, šie instrumenti un iekārtas palielina darba ražīgumu, atvieglo uzdevumu sasniegšanas procesu, taupa laiku kā arī krietni paātrina darba izpildi. Arī Shipco Transport visiem ofisiem pasaulē ir viens kopīgs, ļoti labi apmaksāts IT departaments, kurš atrodas vairākās vietās pasaulē, bet galvenais ofiss ir Hong Kongā, Ķīnā. Lai uzturētu šo IT atbalstu katrs no ofisiem maksā šim servisam pastāvīgu algu, pretī saņemot IT pakalpojumus un 24 stundu atbalstu problēmu brīžos.

Kā arī ļoti nozīmīgs instruments kā klientiem tā pašiem darbiniekiem ir Shipco Transport oficiālā mājas lapa – www.shipco.com. Mājas lapa dod iespēju reģistrētiem lietotājiem sekot saviem pasūtījumiem, kā arī drukāt ar pārvadājumu saistītos dokumentus. Mājas lapa piedāvā drukāt sekojošus dokumentus, kas krietni atvieglo atbildīgā aģenta darbu:

- *Bill of lading*, jeb konosaments – konosaments ir dokuments, kas apliecina līgumattiecības starp pasūtītāju un pārvadātāju, kā arī tas apliecina, ka krava ir pieņemta pārvadājumam. Bez tam, konosaments var apliecināt īpašumtiesības uz kravu, šajā gadījumā tas ir tā sauktais "*order*" konosaments. Tiek uzskatīts, ka ar konosamenta izdošanas brīdi puses ir vienojušās par pārvadājuma noteikumiem, kas ir aprakstīti konosamenta otrajā pusē. Jāņem vērā, ka katram pārvadātājam šie noteikumi var būt atšķirīgi.[29]

- *Booking confirmation*, jeb pasūtījuma apstiprinājums – ir dokuments kas norāda, ka pasūtījums ir apstiprināts, kā arī dokuments norāda saņēmēju un peldēšanas grafiku. Uz *booking confirmation* bāzes tiek veidots konosaments.

- *Arrival Notice*, jeb paziņojums par ienākšanu, šāds dokuments tiek sūtīts saņēmējam, pirms krava tuvojas gala vai konsolidācijas ostai. Šis dokuments tiek veidots uz konosamenta bāzes.

Pēc autora ieteikuma ir jāizveido projekts, par kuru baumo, ka IT departaments pie tā jau strādā, kas sevī ietvertu tādu opciju kā „*online booking*”, kas tulkojumā nozīmē pasūtījumu veikšana internetā, kas būtu ļoti liels atvieglojums darbiniekiem ofisos visā pasaulē, ar ko arī varētu ietaupīt, līdz ar to nopelnīt. Sekojot šai idejai, klients varētu pats ievadīt kravas nosūtītāju, saņēmēju, tās raksturlielumus un pārvadājuma nosacījumus tam speciāli paredzētajos logos un to nosūtīt kā kravas saņēmēja ofisam tā arī nosūtītāja ofisam, sistēma varētu pati piešķirt pārvadājumam unikālo numuru, kas pēc tam varētu būt arī oficiālais konosamenta (*bill of lading*) numurs, kas arī kalpotu par references numuru visā pārvadājuma laikā.

Diemžēl šāds projekts nav vienkārši īstenojams, jo tam pastāv daudzi „pret”. Galvenā problēma būtu apmācīt klientus izmantot šo pakalpojumu, kas, protams, arī ir mērāms izmaksās. Kā arī nereti ir sastopama klientu ietiepība un spītība, kas varētu traucēt šai iecerei piepildīties.

Pēc autora ieteikuma būtu jāizstrādā klientu motivācijas stratēģija, piemēram, atlaižu piešķiršana pasūtījumiem vai reklāmas kampaņa priekš pasūtījumu veikšanas internetā, akcentējot, cik tas patiesībā varētu būt viegli.

Klientu piesaiste mājas lapai, samazinātu darbinieku noslogotību, tas ļautu katram no šiem darbiniekiem apstrādāt lielāku kravas apjomu, līdz ar to laika gaitā būtu iespējams samazināt kadru skaitu katrā no ofisiem, tādējādi ietaupot.

SECINĀJUMI

1. Loģistika ir ekonomiski efektīvas izejvielu, krājumu, gatavās produkcijas un ar to saistītās informācijas plūsmas no to izcelsmes vietas uz patēriņa vietu plānošanas, realizācijas un kontroles process, ar mērķi nodrošināt klienta prasības.

2. Latvijā reģistrēto uzņēmumu skaits ir pieaudzis visās transporta apakšnozarēs, kā arī ir palielinājies transporta nozares īpatsvars valsts iekšzemes kopproduktā, kas ļauj secināt, ka transporta nozare Latvijā ir stabila un dzīvotspējīga arī ekonomiskās lejupslīdes apstākļos.

3. Latvijas transporta tirgū vissīvākā konkurence ir auto pārvadātāju, ekspeditoru starpā, ne tik lielu konkurenci izjūt jūras un gaisa kravu ekspeditori. Latvijas loģistikas tirgus īpatnība ir liels ekspeditoru firmu daudzums, bet tas izskaidrojams ar valsts ģeogrāfisko atrašanās stāvokli un vēsturi.

4. Latvijas transporta nozare ir vairāk balstīta uz tranzīta kravu pārvadājumiem, ko pamatā veido apjomīgas dažādu izejmateriālu eksporta kravas no Krievijas un NVS valstīm, kas tālāk tiek transportētas caur Latvijas ostām. Savukārt ostu attīstība ir sekmējusi arī kravu pārvadājumu apjoma pieaugumu dzelzceļam un autotransportam.

5. Latvijas ostas ir specializējušās galvenajos pārvadājumu veidos un neizjūt asu konkurenci savā starpā: Ventspils osta galvenokārt ir specializējusies lejamkravu pārvadājumos, Liepājas osta pārsvarā apkalpo beramkravas, bet Rīgas osta cenšas palielināt ģenerālkravu apjomus.

6. Galveno lomu ostu izvēlē vairs nenosaka to ģeogrāfiskais stāvoklis, tas ir, attālums starp nosūtītājostu un saņēmējostu, bet gan apkalpošanas kvalitāte un pieejamā infrastruktūra - modernu loģistikas centru pieejamība, sazarots dzelzceļa un ceļu tīkls, kas ļauj kravas ātri un droši nogādāt līdz gala saņēmējam, tādēļ Satiksmes Ministrijai ir jāpievērš liela uzmanība transporta infrastruktūras uzlabošanai, lai tā spētu attīstīt loģistiku Latvijā un piesaistīt jaunas kravas.

7. Galvenās Latvijas transporta nozares problēmas ir transporta infrastruktūras nesakārtotība, dzelzceļa un autoceļu nolietotības, kā arī modernu loģistikas centru trūkums.

8. Latvija par prioritāru uzskata konteineru kravu apjoma palielināšanu, šīs prioritātes pamatā ir situācija pasaules transporta biznesā un politikā, kas nosaka to, ka pasaulē arvien vairāk kravas tiek pārvadātas konteineros, un pamatā tās ir kravas ar augstāku pievienoto vērtību. Konteinerpārvadājumu pieaugums dos iespējas vairāk pelnīt arī Latvijas transporta uzņēmumiem.

9. Konteinerpārvadājumu importa pārvadājumi vairāk ietekmējas no ārējās vides izmaiņām, eksporta pārvadājumi ir stabilāki un vieglāk prognozējami nākotnē, līdz ar to šo pārvadājumu sektoru var uzskatīt par drošāku.

11. Analizējot uzņēmuma darbību un tā piedāvātos pakalpojumus autors secināja, ka LCL pārvadājumu sektorā uzņēmumam ir stabila pozīcijas, ko nodrošina unikālu pārvadājumu līniju uzturēšana. FCL pārvadājumu apjomi ir visvairāk sarukuši ekonomiskās lejupslīdes laikā un tie sastāda nelielu daļu no kopējiem Rīgā apkalpotajiem konteinerpārvadājumiem, tādēļ šis pārvadājumu sektors ir pilnveidojams un attīstāms.

12. Uzņēmuma darbinieku pienākumi neatbilst uzņēmuma organizatoriskai shēmai un uzņēmuma darbinieki nav materiāli ieinteresēti palielināt kravu apstrādes apjomus, kas samazina klientu apkalpošanas kvalitāti.

14. Svarīgākie aspekti, kas ietekmē klienta lēmumu, pārvadātāju izvēles procesā ir: cenas iegūšanas ātrums, savlaicīga informācijas saņemšana, apkalpošanas kvalitāte un pārvadājuma cena.

15. Salīdzinot ar konkurentiem, Shipco Transport galvenā konkurences priekšrocība ir zema cena.

PRIEKŠLIKUMI

1. Popularizēt Shipco Transport vārdu tieši vietējo eksportētāju vidū, veicot vizītes, piedaloties ar eksportu saistītās izstādēs u.c., tādā veidā attīstot pilno konteineru eksporta kravu pārvadājumus, uz kuriem neattiecas kompānijas neitralitātes politika.

2. Lai uzņēmums spētu vairāk piesaistīt tranzīta kravas un mazinātu atkarību no izmaiņām vietējā patēriņa tirgū, nepieciešams katru gadu pavasarī piedalīties starptautiskajā transporta izstādē Krievijā „TransRussia”.

3. Personāla daļas vadītājam jāmaina uzņēmuma darbinieku pienākumu sadali, iesaistot kravu apkalpes operatorus visos pārvadājuma veikšanas posmos, tādā veidā radot uzņēmuma darbinieku ieinteresētību klientu apkalpošanā un nodrošinot klientiem iespēju ātrāk saņemt cenas kalkulāciju.

4. Reizi ceturksnī pārdošanas menedžeriem jāveic regulāras klientu aptaujas un apkopot to rezultātus, izsūtot anketas ne tikai kompānijas ilggadējajiem klientiem, bet arī zaudētajiem klientiem.

5. IT servisam vajadzētu regulāri, vismaz reizi pusgadā pilnveidot IT atbalstu, dodot iespēju klientiem patstāvīgi veikt pasūtījumus interneta vidē, kravu sekošanu mājas lapā, cenšoties veicināt viņu iniciatīvu ar dažādām motivācijas metodēm.

6. Uzņēmuma darbiniekiem būtu jāatver vairāki tiešie servisi, piemēram no ostas Ningbo vai Keelungas, gluži kā sākot ar 2011.gada Novembri, tika atvērta tiešais iknedēļas serviss no Šanghajas ostas, tādējādi piesaistot klientus, ar ātrāku tranzīta laiku kā arī drošākām kravu piegādēm.

7. Uzņēmuma vadībai pastāvīgi būtu jāsaņem darbinieki uz starptautiskiem kvalifikācijas celšanas apmācībām un jāorganizē Shipco Transport pieredzes apmaiņas semināri, kā arī darbiniekiem kvalifikācijas celšanai, būtu jārotē savā starpā, pienākumu izpildē kā arī jāmainās starp dažādām uzņēmuma filiālēm visā pasaulē.

8. Uzņēmumam būtu jāmaina darbības specifika, piemēram, vairāk jānodarbojas tieši nevis ar ģenerālkravām, jeb kravām konteineros, bet jāatīsta citi kravu veidi, tādējādi piesaistot eksporta kravas no Krievijas un citām NVS valstīm.

9. Veicot pārdošanas vizītes, pārdošanas menedžerim pēc autora ieteikuma vajadzētu, popularizēt Shipco vārdu tieši starp *door-to-door* klientiem, lai viņu īpatsvars būtu aptuveni 30%, protams, ievērojot kompānijas neitralitātes politiku.

IZMANTOTĀ LITERATŪRA

GRĀMATAS:

1. **Альёков А.У. Митко О.А.** *Коммерческая логистика / Серия „Учебники учебные пособия”* – Ростов-на-Дону: Фениксб 2002ю. 41бс.
2. **Praude V., Beļčikovs J.** "*Loģistika*" / Vaidelote, Rīga, 2003 -541 lpp
3. **M.Christopher.** *Logistic and Supply Chain management: Strategic for Reducing Costs and Improving Services* – UK London, Pitman Publishing, 1992. – 632 lpp.
4. **Ефимова Е. Г.** *Транспорт в мировом хозяйстве.* - Москва: Анкил, 2007. - 352 с.
5. **Hieber, R.** *Supply Chain management: A Collaborative Performance Measurement Approach.* Zurich: vdf Hochschulverlag AG, 2002. 156p.
6. **E.Ginters, J.Merkurjevs, A.Romānovs, O.Šosko** – *Loģistikas informācijas sistēmas,* Rīga, 2008 – 143.lpp.
7. **Urbahs A., Cerkovņuks A.** "*Intermodālie konteineru pārvadājumi*" // RTU 2003 - 496lpp
8. **Sprancmanis N.** "*Biznesa loģistika*" / Rīga, Vaidelote, 2003. - 359 lpp.
9. **Tarvids A., Līdaka S., Apinis M. u.c** "*Letas gadagrāmata, 2004*" // Leta, Rīga, 2005. - 262lpp
10. **Walters,D.** *Supply Chain risk management: vulnerability and resilience in logistics.* Philadelphia: Kogan Page, 2007.256p.
11. **Gourdin K.N.** *Global logistics management : a competitive advantage for the 21st century 2nd edition.* Oxford, UK: Blackwell, 2006. 318p.
12. **F. Kotlers.** "*Mārketings no A līdz Z*"// Teika Lapsa tulk. Latviešu val.; Jumava; Rīga 2007 -205lpp
13. **Frazell H.** „*Supply chain Strategy*” / McGraw-Hill Professional, 2002 – 357lpp
14. **F. Kotlers** "*Mārketinga pamati*", 2006, Jumava, 648lpp
15. **Wind J., Mahajan V.** "*Digital Marketing*" / Edizione italiana RCS Libri, Milano, 2003, -p. 491

INTERNETA RESURSI

16. Transporta loģistikas būtība un funkcijas; Arhitektūras un celtniecības aģentūra
[//http://lv.lv.allconstructions.com/portal/categories/46/1/0/1/article/712](http://lv.lv.allconstructions.com/portal/categories/46/1/0/1/article/712)
17. LR Centrālā statistikas pārvaldes mājas lapa - <http://www.csb.gov.lv/statistikas-temas/transports-galvenie-raditaji-30098.html>
18. Statistics Lithuania, 2005. Mājas lapa - <http://www.stat.gov.lt/en/pages/view/?id=1464>
19. Statistics Estonia mājas lapa - <http://pub.stat.ee/px-web.2001/Dialog/Saveshow.asp>
20. Ventspils brīvostas statistika / <http://www.portofventspils.lv/lv/statistika/>
21. Rīgas brīvostas statistika / <http://freeportofriga.lv/lv/par-ostu/statistika.html>
22. Liepājas brīvostas statistika / http://www.liepaja-sez.lv/cat_30.html
23. Lursoft datu bāze // <http://nace.lursoft.lv/49.4/kravu-parvadajumi-pa-autoceliem/companies/>
24. Lursoft datu bāze / <http://nace.lursoft.lv/49.2/kravu-dzelzcela-transports/companies/>
25. Lursoft datu bāze - <http://nace.lursoft.lv/50/udens-transports/companies/>
26. Miezīte E. "Par ostu un lidostas darbības rezultātiem 2010.gadā", Latvijas Centrālā statistikas biroja mājas lapa / <http://www.csb.gov.lv/notikumi/par-ostu-un-lidostas-darbibas-rezultatiem-2010gada-31819.html>
27. LR Centrālā statistikas pārvaldes mājas lapa - <http://www.csb.gov.lv/notikumi/ostu-un-lidostas-darbibas-rezultati-2011gada-3cetursni-32146.html>
28. Dzelceļš; Transit Latvija mājas lapa // <http://www.transport.lv/?sadala=106>
29. KL Shipping mājas lapa // <http://www.kls.lv/info3.html?l=1>
30. Stratēģijas uzraudzības sistēmas mājas lapa - <http://www.sus.lv/lv/statistika/kravu-apgroziba-vas-starptautiska-lidosta-riga-tonnas>
31. Satiksmes ministrijas mājas lapa - <http://www.sam.gov.lv/satmin/content/?cat=425>

33. Par LTRK; Latvijas Rūpniecības un Tirdzniecības kameras mājas lapa / http://chamber.lv/lv/par_mums
34. Standarta konteineru izmēri / <http://www.damler.lv/gabariti-morskih-kontejnerov.html>
35. Starptautiskā lidosta Rīga: par uzņēmumu; aviosabiedrības; [1.http://www.riga-airport.com/](http://www.riga-airport.com/)
36. „Shipco Transport” mājas lapa – <http://shipco.com/website/site.php>
37. ZL.lv digitālā karte - <http://karte-meklesana.zl.lv/?QProdukts=uriekstes+ielas+8b-1&x=0&y=0>

NEPUBLICĒTIE MATERIĀLI

38. Buklets „Shipco transport development”
39. Global Vision Buklets - World Wide Alliance, Local View
40. „Shipco Transport” veidota prezentācija par uzņēmuma attīstības vēsturi, 2009.gads
41. Statistikas dati no iekšējās uzņēmuma sistēmas „STING”, 2012
42. Vispārējās informācijas dati no „PHEONIX” iekšējās uzņēmuma darba sistēmas, 2012
43. „Shipco Transport” Tarifu cenu lapa klientam „X”

PIELIKUMI

Aptauja "Klientu aptauja"

Respondentu statistika:

Respondentu skaits	25
--------------------	----

Rezultātu kopsavilkums:

1. Kādu Shipco Transport pakalpojumu Jūs visbiežāk izmantojat? (vairākas atbildes iespējamās)

LCL imp (salikto kravu imports)	16		38.1%
LCL exp (salikto kravu eksports)	13		31%
FCL imp (pilno konteineru imports)	4		9.5%
FCL exp (pilno konteineru eksports)	2		4.8%
AIR imp (gaisa kravu imports)	5		11.9%
AIR exp (gaisa kravu eksports)	1		2.4%
Project Cargo (nestandarta kravu pārvadājumi)	1		2.4%
Iesniegto atbilžu summa	42		

2. Novērtējiet, cik svarīgi Jums ir dažādi aspekti izvēloties pārvadātāju

Cena (summa)			
Ļoti svarīgi	18		72%
Vidēji svarīgi	7		28%
Nesvarīgi	0		0%
Cenas iegūšanas ātrums			
Ļoti svarīgi	22		88%
Vidēji svarīgi	3		12%
Nesvarīgi	0		0%
Apkalpošanas kvalitāte			
Ļoti svarīgi	19		76%
Vidēji svarīgi	6		24%
Nesvarīgi	0		0%
Apkalpošanas ātrums			
Ļoti svarīgi	17		68%
Vidēji svarīgi	8		32%
Nesvarīgi	0		0%

Vidēji svarīgi	12		48%
Nesvarīgi	2		8%

Savlaicīga informācijas saņemšana

Ļoti svarīgi	22		88%
Vidēji svarīgi	3		12%
Nesvarīgi	0		0%

"Sales" vizītes

Ļoti svarīgi	1		4%
Vidēji svarīgi	14		56%
Nesvarīgi	10		40%

Dāvanas un pasākumi klientiem

Ļoti svarīgi	4		16%
Vidēji svarīgi	11		44%
Nesvarīgi	10		40%

Norēķinu nosacījumi

Ļoti svarīgi	14		56%
Vidēji svarīgi	11		44%
Nesvarīgi	0		0%

3. Miniet vēl kādu citu aspektu, kas Jums ir svarīgs, bet nebija iekļauts iepriekšējā tabulā. (atbilde uz jautājumu nav obligāta)

- 1) Noliktava atbilstošajaa staavoklī Bullu ielaa
- 2) Svarīgi, la kravas nonāktu tādā pašā stāvoklī, kādā tās ir pieņemtas pārvadājumam.

4. Lūdzu novērtējiet cik svarīgas Jums ir iespējas izmantot sekojošus IT risinājumus.

Aprēķināt cenu

Ļoti svarīgi	10		40%
Vidēji svarīgi	8		32%
Nesvarīgi	7		28%

Izsekot savai kravai

Ļoti svarīgi	20		80%
Vidēji svarīgi	5		20%
Nesvarīgi	0		0%

Izdrukāt ar kravu saistītos dokumentus

Ļoti svarīgi	12		48%
--------------	----	--	-----

Nesvarīgi	5		20%
-----------	---	--	-----

Apskatīties iespējamās transportēšanas grafikus

Ļoti svarīgi	12		48%
--------------	----	--	-----

Vidēji svarīgi	12		48%
----------------	----	--	-----

Nesvarīgi	1		4%
-----------	---	--	----

5. Saīdziniet Shipco Transport pakalpojumus ar citiem.

Cena (summa)

Labāk nekā citiem	13		52%
-------------------	----	--	-----

Tāpat	11		44%
-------	----	--	-----

Sliktāk nekā citiem	1		4%
---------------------	---	--	----

Cenas iegūšanas ātrums

Labāk nekā citiem	6		24%
-------------------	---	--	-----

Tāpat	17		68%
-------	----	--	-----

Sliktāk nekā citiem	2		8%
---------------------	---	--	----

Apkalpošanas kvalitāte

Labāk nekā citiem	9		36%
-------------------	---	--	-----

Tāpat	15		60%
-------	----	--	-----

Sliktāk nekā citiem	1		4%
---------------------	---	--	----

Apkalpošanas ātrums

Labāk nekā citiem	5		20%
-------------------	---	--	-----

Tāpat	18		72%
-------	----	--	-----

Sliktāk nekā citiem	2		8%
---------------------	---	--	----

Personāla attieksme

Labāk nekā citiem	15		60%
-------------------	----	--	-----

Tāpat	10		40%
-------	----	--	-----

Sliktāk nekā citiem	0		0%
---------------------	---	--	----

Iespēja kravu apdrošināt

Labāk nekā citiem	1		4%
-------------------	---	--	----

Tāpat	22		88%
-------	----	--	-----

Sliktāk nekā citiem	2		8%
---------------------	---	--	----

Tranzītlaiks

Labāk nekā citiem	5		20%
-------------------	---	--	-----

Tāpat	15		60%
Sliktāk nekā citiem	1		4%
IT risinājumi			
Labāk nekā citiem	2		8%
Tāpat	20		80%
Sliktāk nekā citiem	3		12%

6. Gadījumā, ja "apkalpošanas kvalitāti" novērtējāt "sliktāk nekā pārējiem", lūdzu paskaidrojiet sīkāk, kas tieši Jūs neapmierina. (atbilde uz jautājumu nav obligāta)

- 1) dažreiz neatbild uz cenu pieprasījumiem, dažreiz atbild ļoti operatīvi
- 2) Esam lojāli un pagaidām nav bijusi vajadzība izmantot citus pakalpojumus mūs interesējošā segmentā

7. Gadījumā, ja Jums ir radušās problēmas ar mūsu pakalpojumu vai problēma ir tikusi atrisināta un esiet apmierināts ar problēmas risinājumu:

Līdz šim nekādu problēmu nav bijis	7		28%
Vairākumā gadījumu esmu apmierināts	18		72%
Vairākumā gadījumu neesmu apmierināts	0		0%
Nekad neesmu bijis apmierināts ar problēmas risinājumu	0		0%
iesniegto atbīžu summa	25		

Konteineru specifikācija

20' PĒDU KONTEINERIS



Izmēri	Garums	Platums	Augstums
Ārējie	20' = 6096 mm	7'9.25" = 2370 mm	8'6" = 2591 mm
Iekšējie	19' 5.75" = 5935 mm	7' 8" = 2335 mm	7' 9.75" = 2383 mm
Durvis	7' 8" = 2335 mm	7' 6.25" = 2292 mm	
Svars:			
bruto		52910 lbs = 24000 kg	
Konteineris		4585 lbs = 2080 kg	
Kravas svars		48325 lbs = 21920 kg	
Apjoms		1197.25 cu. ft. = 33.9 cub. m	

20 pēdu konteineru izmēri [34]

40' PĒDU KONTEINERIS

Izmēri	Garums	Platums	Augstums
Ārējie	40' = 12192 mm	8' = 2438 mm	8' 6" = 2591 mm
Iekšējie	39' 5.25" = 12022 mm	7' 5.625" = 2352 mm	7' 10.25" = 2395 mm
Durvis	7' 8.25" = 2343 mm	7' 5.75" = 2280 mm	
Svars:			
bruto		67200 lbs = 30480 kg	
Konteineris		8600 lbs = 3900 kg	
Kravas svars		58600 lbs = 26580 kg	
Apjoms		2392 cu. ft. = 67.7 cub. m	

40 pēdu konteineru izmēri [34]

40' PĒDU HQ KONTEINERIS

Izmēri	Garums	Platums	Augstums
Ārējie	40' = 12192 mm	8' = 2438 mm	9' 6" = 2895 mm
Iekšējie	39' 3.25" = 12022 mm	7' 8.5" = 2352 mm	8' 10.25" = 2700 mm
Durvis	7' 5.75" = 2340 mm	8' 5.75" = 2585 mm	
Svars:			
bruto		67200 lbs = 30480 kg	
Konteineris		9150 lbs = 4150 kg	
Kravas svars		58050 lbs = 26330 kg	
Apjoms		2697 cu. ft. = 76.4 cub. m	

40 pēdu High Cube konteineru izmēri [34]



Shipco Transport Rīga noliktavas atrašanās vieta, Urieķstes iela 8b-1. Rīga, Sarkandaugava.

[37]

DOKUMENTĀRĀ LAPA

Bakalaura darbs „SHIPCO TRANSPORT DARBĪBA STARPTAUTISKAJĀ
LOĢISTIKAS PAKALOPOJUMU TIRGŪ” izstrādāts LU Ekonomikas un Vadības zinību
fakultātē.

Ar savu parakstu apliecinu, ka pētījums veikts patstāvīgi, izmantoti tikai tajā norādītie
informācijas avoti un iesniegtā darba elektroniskā kopija atbilst izdrukai.

Autors T.Puķītis _____
(paraksts, datums)

Rekomendēju darbu aizstāvēšanai
Vadītājs: Lektors Vadims Ivaščuks _____
(paraksts, datums)

Recenzents: _____
(paraksts, datums)

Darbs iesniegts _____

Metodiķe: _____
(paraksts, datums)

Darbs aizstāvēts bakalaura gala pārbaudījuma komisijas sēdē

_____ prot. Nr. __, vērtējums _____
(datums)

Komisijas sekretārs/e _____
(paraksts, datums)