

KONKURENCES PADOME

Pētījums

**„KONKURENCE TRANSPORTA UN
SAKARU NOZARĒ LATVIJĀ”**

Autori:

Ieva Jakstiņa
Antons Sapriko

Rīgā, 2006

Pārpublicēšanas un citēšanas gadījumā atsauce obligāta

Priekšvārds

Latvijā un arī citās valstīs daudzās tautsaimniecības nozarēs konkurencei ir aizvien pieaugoša nozīme. Kāda ir konkurences situācija konkrētajā nozarē, vai saskatāmi kādi būtiski draudi un nepieciešama tūlītēja rīcība? Šādi ir būtiskākie jautājumi, uz kuriem meklētas atbildes veiktajā pētījumā. Tajā sniegts vispārējs konkurences situācijas raksturojums nozarē un secinājumi par to. Balstoties uz pētījuma materiāliem un gūtajām atziņām, gadījumos, kur tas nepieciešams, Konkurences padome var veikt padziļinātu izpēti un problēmu cēloņu analīzi attiecīgās nozares konkrētos tirgos.

Pētījuma pasūtītājs ir Latvijas Republikas Konkurences padome. Izsakām pateicību pētījuma autorei, kā arī uzņēmējiem un ekspertiem, kuri sniedza savu ieguldījumu pētījuma tapšanā. Kaut arī ne visos gadījumos uzņēmēju un ekspertu viedokļi saskan ar Konkurences padomes viedokli, bez Jūsu atbalsta nebūtu tapis šis pētījums, kas vienlaikus ir ļāvis uzsākt diskusiju par vairākiem būtiskiem jautājumiem nozarē kā saistībā ar konkurenci un konkurēt spēju, tā arī datu apkopošanas un citiem jautājumiem.

Ieva Jaunzeme
Konkurences padomes priekšsēdētāja

SATURA RĀDĪTĀJS

1	IEVADS	7
1.1	Darba mērķis un uzdevumi	7
1.2	Pētījumā iekļautās nozares	7
1.3	Metodoloģija	7
1.4	Konkurences modelis	9
2	DZELZCEĻA TRANSPORTS UN PALĪGDARBĪBA	15
2.1	Tirgus apgabals	16
2.2	Tirgus spēlētāju identifikācija	16
2.3	Kvantitatīvie parametri	18
2.4	Kvalitatīvie parametri	19
2.5	Kopsavilkums	24
3	REGULĀRAIS PASAŽIERU AUTOTRANSPORTS UN PALĪGDARBĪBA	29
3.1	Tirgus apgabals	30
3.2	Tirgus spēlētāju identifikācija	31
3.3	Kvantitatīvie parametri	32
3.4	Kvalitatīvie parametri	32
3.5	Kopsavilkums	37
4	TAKSOMETRU PAKALPOJUMI	42
4.1	Tirgus apgabals	43
4.2	Tirgus spēlētāju identifikācija	43
4.3	Kvantitatīvie parametri	43
4.4	Kvalitatīvie aspekti	44
4.5	Kopsavilkums	49
5	KRAVU AUTOTRANSPORTS UN PĀRĒJO TRANSPORTA AĢENTŪRU DARBĪBA, GLABĀŠANA UN NOLIKTAVU SAIMNIECĪBA	53
5.1	Tirgus apgabals	54
5.2	Tirgus spēlētāju identifikācija	54
5.3	Kvantitatīvie parametri	55
5.4	Kvalitatīvie parametri	55
5.5	Kopsavilkums	59
6	CAURUĻVADU TRANSPORTS	62
6.1	Tirgus apgabals	63
6.2	Tirgus spēlētāju identifikācija	63
6.3	Kvantitatīvie parametri	63

6.4	Kvalitatīvie aspekti	64
6.5	Kopsavilkums	65
7	PASAŽIERU PĀRVADĀJUMI PA JŪRAS CEĻIEM.....	67
7.1	Tirgus apgabala definēšana.....	68
7.2	Tirgus spēlētāju identifikācija.....	68
7.3	Kvantitatīvie rādītāji	69
7.4	Kvalitatīvie rādītāji	69
7.5	Kopsavilkums	70
8	KRAVU PĀRVADĀJUMI PA JŪRAS CEĻIEM	72
8.1	Tirgus apgabala definēšana.....	73
8.2	Tirgus spēlētāju identifikācija.....	73
9	IEKŠZEMES ŪDENSTRANSPORTS	76
9.1	Tirgus apgabala definēšana.....	77
9.2	Tirgus spēlētāju identifikācija.....	77
9.3	Kvantitatīvie parametri	77
9.4	Kvalitatīvie aspekti	78
9.5	Kopsavilkums	82
10	PASAŽIERU PĀRVADĀJUMI PA GAISA CEĻIEM	85
10.1	Tirgus apgabals	86
10.2	Tirgus spēlētāju identifikācija.....	87
10.3	Kvantitatīvie parametri	87
10.4	Kvalitatīvie aspekti	88
10.5	Konkurence maršrutu griezumā.....	92
10.6	Neregulārie gaisa pārvadājumi (čarterreisi).....	93
10.7	Kopsavilkums	95
11	KRAVU TRANSPORTS PA GAISA CEĻIEM.....	101
11.1	Tirgus apgabala definēšana.....	102
11.2	Tirgus spēlētāju identifikācija.....	102
11.3	Kvantitatīvie parametri	102
11.4	Kvalitatīvie parametri	103
11.5	Kopsavilkums	104
12	ŪDENSTRANSPORTA PALĪGDARBĪBA	107
12.1	Tirgus apgabals	108
12.2	Tirgus spēlētāju identifikācija.....	109
12.3	Kvantitatīvie rādītāji	110
12.4	Kvalitatīvie rādītāji	111
12.5	Kopsavilkums	117
13	GAISA TRANSPORTA PALĪGDARBĪBA.....	125

13.1	Tirgus apgabala definēšana.....	126
13.2	Tirgus spēlētāju identifikācija.....	127
13.3	Kvalitatīvie indikatori.....	127
13.4	Kopsavilkums	131
14 KOMPLESO TŪRISMA UZŅĒMUMU, TŪRISMA OPERATORU UN AĢENTŪRU DARBĪBA		135
14.1	Tirgus apgabala definēšana.....	136
14.2	Tirgus spēlētāju identifikācija.....	136
14.3	Kvantitatīvie parametri	137
14.4	Kvalitatīvie aspekti	137
14.5	Kopsavilkums	145
15 KURJERU DARBĪBA		149
15.1	Tirgus apgabala definēšana.....	150
15.2	Tirgus spēlētāju identifikācija.....	150
15.3	Kvantitatīvie parametri	150
15.4	Kvalitatīvie parametri	152
15.5	Kopsavilkums	154
16 TELEKOMUNIKĀCIJAS		161
16.1	Tirgus apgabala definēšana.....	162
16.2	Tirgus spēlētāju identifikācija.....	162
16.3	Kvantitatīvie parametri	163
16.4	Kvalitatīvie parametri	167
16.5	Kopsavilkums	180
17 DATU IEGUVE: NEPILNĪBAS UN REKOMENDĀCIJAS		184
17.1	Datu iegūšana.....	184
17.2	Datu apstrāde un sistematizācija.....	185
17.3	Datu ieguves nepilnības nozaru griezumā	185
18 KONKURENCES VEICINĀŠANA: REKOMENDĀCIJAS		189
18.1	Dzelzceļa transports.....	189
18.2	Regulārais pasažieru autotransports.....	189
18.3	Taksometri	190
18.4	Kravu autotransports.....	191
18.5	Glabāšana un noliktavu saimniecība.....	191
18.6	Pasažieru pārvadājumi pa jūras ceļiem.....	191
18.7	Iekšzemes ūdenstransports.....	192
18.8	Pasažieru pārvadājumi pa gaisa ceļiem.....	192
18.9	Ūdenstransporta palīgdarbība (ostu termināli).....	193
18.10	Gaisa palīgdarbība	193

18.11	Tūrisms	193
18.12	Telekomunikācijas	194

1 IEVADS

1.1 Darba mērķis un uzdevumi

Līdz šim Latvijas Republikas Konkurences padome konkurences izpētes jomā lielākoties darbojusies, balstoties uz saņemto iesniegumu par konkurences likumu pārkāpumiem vai ierobežojumiem izskatīšanu un analīzi [1]. Šis pētījums aizsāk atšķirīgu pieeju konkurences uzraudzībai, kurā nepieciešamību pēc konkurences apstākļu izvērtēšanas nosaka nevis tirgus dalībnieku prasības problēmu rašanās gadījumā, bet gan nozares tirgus koncentrācijas rādītāji. Tādejādi, šī darba mērķis ir:

- izpētīt un novērtēt konkurences situāciju transporta un sakaru nozarē Latvijā.

Konkurences situācijas pētīšana un novērtēšana šajā darbā ietver nozares ekonomisko analīzi, kas vērsta uz nozares konkurences apstākļu, kā arī jaunu dalībnieku tirgū ienākšanas iespēju apskatīšanu un izvērtēšanu. Lai nodrošinātu pētījuma mērķa sasniegšanu, darbam izvirzīti sekojoši uzdevumi:

- veikt tirgus pētījumu transporta un sakaru nozarē, analizējot konkurences rādītājus un izvērtējot konkurences apstākļus;
- balstoties uz analīzes rezultātiem, novērtēt un sniegt priekšlikumus konkurences veicināšanai un normatīvo aktu pilnveidošanai;
- identificēt nepilnības esošajā datu ieguves sistēmā un sniegt priekšlikumus tās uzlabošanai;

1.2 Pētījumā iekļautās nozares

Pētījums analizē konkurences situāciju transporta un sakaru nozarē Latvijā. Nozare izvēlēta tās augstā īpatsvara Latvijas Republikas (LR) iekšzemes kopproduktā dēļ. Nozares sfēru definīcijas un pētījuma detalizācijas pakāpe noteikta, pamatojoties uz starptautiski pieņemto NACE klasifikāciju. Pētījums apskata kopskaitā 15 transporta, tūrisma, telekomunikāciju un sakaru sfēras. Pētījumā iekļauto sfēru saraksts, kas veidots atbilstoši NACE klasifikācijai, pieejams šīs nodaļas beigās (skat. Pielikums 1-1).

1.3 Metodoloģija

1.3.1 Datu ieguve

Par pētījuma metodoloģisko pamatu kalpo gan kvalitatīvās, gan kvantitatīvās pētniecības metodes.

Pētījuma uzdevuma izpildīšanai izmantotas sekojošas kvalitatīvās pētniecības metodes:

- kabineta pētījums (‘desk research’) – sekundāro datu, t.i. statistika, preses publikācijas, paziņojumi presei u.c. oficiāli dokumenti, kā arī citu literatūras avotu analīze;
- ekspertu intervijas – kopskaitā 20 intervijas ar nozares ekspertiem, uzņēmumu pārstāvjiem, kā arī valsts sektora pārstāvjiem.

Kvalitatīvie dati netika ierobežoti laika perioda ziņā, jo vairumā nozaru vēsturiskā attīstība arī spēlē būtisku lomu konkurences situācijas interpretēšanā.

Kvantitatīvie dati pētījuma uzdevumu izpildei iegūti no dažādiem publiski pieejamiem avotiem, tādiem kā LR Uzņēmumu reģistrs, Centrālā statistikas pārvalde, nozares asociācijas, kā arī no mediju publikācijām, paziņojumiem presei un uzņēmumu mājas lapām. Pētījumā izmantoti kvantitatīvie dati par laika periodu 2000.-2005. gadi, atbilstoši to pieejamībai.

1.3.2 *Datu apstrāde*

Kvantitatīvo un kvalitatīvo datu analīze tika veikta, balstoties uz sekojošiem trim pētījuma etapiem:

- tirgus apgabala definēšana;

Tirgus apgabals katras pētāmās industrijas ietvaros, pirmkārt, tika noteikts atbilstoši NACE klasifikatoram. Apgabala definēšanā tika ņemtas vērā gan tirgus pieprasījuma, gan piedāvājuma puses. No piedāvājuma puses tirgus apgabals tika noteikts, ņemot vērā tirgus ‘pamatprodukta’ vai ‘pamatpakalpojuma’ raksturojumu, funkcijas un lietošanas situācijas. Līdz ar to analīzē reizēm tika iekļauti arī uzņēmumi, kas nav reģistrēti LR Uzņēmumu reģistrā, taču ir aktīvi un vērā ņemami tirgus dalībnieki.

- tirgus spēlētāju identifikācija;

Īpaša uzmanība tika vērsta uz tirgus apgabala ierobežošanu. Visbiežāk tirgus apgabals tika ierobežots ģeogrāfiskā izpratnē, izvērtējot atsevišķu reģionu (t.i. pilsētas, rajona, novada, utt.) nozīmi nozares kopējā tirgū, kā arī ekonomiskās aktivitātes tajā (piem., tirgus spēlētāju skaits, apgrozījums, u.c.). Neskatoties uz ierobežojumiem, pētījums tomēr cenšas aptvert un ieskicēt tirgus situācijas visos nozares ģeogrāfiskajos apgabalos. Dokuments apkopo datus un sniedz ieskatu tirgus situācijā arī tajos apgabalos, kas tieši neietilpst pētījuma nolūkiem definētajos tirgus apgabalos. Tas veikts ar mērķi parādīt konkurences stāvokļu spektru dotajā nozarē.

- datu analīze konkurences modelī.

Pētījuma nolūkiem izstrādātais konkurences novērtēšanas modelis detalizēti aprakstīts šī dokumenta sadaļā 1.4.

1.3.3 Metodoloģijas ierobežojumi

Tā kā šis ir pirmais pētījums vispārīgas konkurences situācijas novērtēšanā transporta un sakaru nozarē Latvijā, darbs sniedz vispārīgu ieskatu nozares tirgus situācijā, nevis apskata katru nozarē pārstāvēto uzņēmumu atsevišķi. Tā kā darba izpilde bija stingri ierobežota laika ziņā, šis pētījums uzskatāms tikai par pamatu konkurences stāvokļa izvērtēšanai transporta un sakaru nozarē Latvijā. Dokumenta autori uzskata, ka pilnvērtīgākai konkurences situācijas noteikšanai nepieciešama padziļināta faktu analīze.

1.4 Konkurences modelis

1.4.1 Modeļa izstrādes principi

Autoru piedāvātais modelis konkurences novērtēšanai transporta un sakaru nozarē Latvijā ir veidots, balstoties uz vairākiem teorētiskiem paņēmieniem, kas plaši pielietoti konkurences stāvokļa analīzē un novērtēšanā visā pasaulē. Modelis sastāv no divām parametru grupām – kvantitatīviem un kvalitatīviem rādītājiem. Tā kā kvantitatīvie rādītāji nereti sniedz ierobežotu priekšstatu par patieso tirgus situāciju, to interpretācijai izmantoti kvalitatīvi aspekti. Kvalitatīvie aspekti ņem vērā katras nozares specifiskos tirgus apstākļus, tādus kā izmaksu struktūra, tehnoloģiju attīstība, likumdošana u.c., ļaujot akurātāk izprast un novērtēt konkurences stāvokli katrā konkrētajā nozarē. Kvalitatīvā analīze sniedz ieskatu arī konkurences stāvokļa dinamikā un kalpo kā bāze secinājumiem un rekomendācijām konkurences apstākļu uzlabošanai.

1.4.2 Kvantitatīvie parametri

Konkurences situācijas novērtēšanai šī pētījuma ietvaros izvēlēti sekojoši kvantitatīvie rādītāji:

- uzņēmumu skaits nozarē;

Šis rādītājs balstās uz datiem par jaunāko pieejamo laika periodu. Lai labāk izprastu konkurences stāvokli tirgū, perioda spēlētāju skaits iespēju robežās papildināts arī ar datiem par iepriekšējiem laika periodiem, kā arī informāciju par tirgū jaunienācējiem un firmām, kas atstājušas tirgu dotajā laika periodā.

- C-n indekss;

C-n indekss tiek izmantots nozares līderu tirgus pozīciju izvērtēšanai. Balstoties uz datiem par nozares lielāko uzņēmumu akumulēto tirgu daļu (parasti indekss iekļauj 3-5 tirgus līderus¹), šis rādītājs mēra tirgus koncentrāciju, norādot uz tirgus līderu ietekmi tirgū.

- HI rādītājs.

¹ n=3, 4, vai 5 lielākie uzņēmumi tirgū šajā gadījumā.

Tā kā C-n šis rādītājs ietver tikai nozares tirgus līderus, analīze papildināta ar HI jeb Herfindāla indeksu. HI mēra tirgus koncentrāciju, ņemot vērā visu nozares uzņēmumu tirgus daļas². HI pētījumā izmantots visos gadījumos, kad pieejami dati par visu nozares uzņēmumu tirgus daļām. Brīvās konkurences apstākļos HI tuvojas 0, savukārt monopola situācijās tas būs 1. HI rādītājs virs 0.2 tiek asociēts ar paaugstinātu risku dominējošu pozīciju veidošanai tirgū un slepeno un aizliegto vienošanos pastāvēšanai starp tirgus dalībniekiem jeb nelabvēlīgiem konkurences apstākļiem tirgū.

Uzņēmumu tirgus daļas galvenokārt aprēķinātas, vadoties pēc uzņēmumu apgrozījuma apjoma, taču iespējama arī citu rādītāju, piemēram, kapacitātes, izmantošana.

1.4.3 Kvalitatīvā analīze

Modeļa kvalitatīvie parametri noteikti, balstoties uz Maikla Portera ‘piecu spēku’ modeli³. Šis modelis identificē sekojošas piecas faktoru grupas, kas ietekmē konkurences stāvokli tirgū:

2. esošā tirgus situācija;
3. tirgū ienākšanas barjeras;
4. produktu un pakalpojumu aizvietojamība;
5. piegādātāju pozīcijas;
6. klientu pozīcijas.

Ņemot vērā sakaru un transporta nozares specifiku Latvijā, piedāvātās faktoru grupas tika papildinātas ar vēl diviem aspektiem – likumdošanu un kapitāla struktūru. Galvenie iemesli modeļa papildināšanai ir stingrā regulēšana un daudzie normatīvie akti, kuru pakļautībā atrodas transporta un sakaru un transporta nozare, kā arī vēsturiskā tirgus attīstība⁴. Tādējādi kvalitatīvā analīze papildināta ar sekojošām 2 faktoru grupām:

7. kapitāla struktūra vai stratēģisko grupu pozīcijas;
8. likumdošana.

Katra no kvalitatīvo aspektu grupām detalizētāk skaidrota šīs nodaļas beigās (skat. Pielikums 1-2), kur sniegti vairāki piemēri un skaidrojumi to ietekmei uz tirgus konkurences stāvokli.

² Precizējums: šī rādītāja aprēķinā izmantoti dati par uzņēmumiem, kas aizņem vairāk nekā 1% tirgus daļu, jo firmas ar mazāku tirgus daļu būtiski neietekmē kopējo indeksu.

³ Michael Porter, Five Forces

⁴ Nozare iekļauj vairākas sfēras, kas vēsturiski attīstījušās no valstiski regulētiem monopoliem uz privātā kapitāla struktūrām.

Atbilstoši katras tirgus apakšnozares specifikai, kvalitatīvajā analīze tiek izvēlēti un analizēti būtiskākie parametri ar nozīmīgāko lomu tirgus konkurences situācijas noteikšanā; visu parametru analīze katrā nozarē nav nepieciešama un nav ne šī modeļa, ne darba mērķis. Pētījums rāda, ka konkurences situācijas noteikšanā katrā sfērā būtisku lomu spēlē parasti 5-7 kvalitatīvi aspekti. Šie faktori tad arī izmantoti kopējās situācijas novērtēšanā un analīzē.

Izmantotā literatūra:

- 1 www.competition.lv

Pielikums 1-1

Pētījumā iekļauto nozaru saraksts atbilstoši NACE klasifikācijai.

TRANSPORTS, GLABĀŠANA UN SAKARI

60 SAUSZEMES TRANSPORTS; CAURUĻVADU TRANSPORTS

60.1 Dzelzceļa transports

60.10 Dzelzceļa transports

60.2 Autotransports

60.21 Regulārais pasažieru autotransports

60.22 Taksometru pakalpojumi

60.23 Pārējais pasažieru sauszemes ceļu transports

60.24 Kravas autotransports

60.3 Cauruļvadu transports

60.30 Cauruļvadu transports

61 ŪDENSTRANSPORTS

61.1 Jūras un piekrastes ūdenstransports

61.10 Jūras un piekrastes ūdenstransports

61.2 Iekšzemes ūdenstransports

61.20 Iekšzemes ūdenstransports

62 GAISA TRANSPORTS

62.1 Regulārais gaisa transports

62.10 Regulārais gaisa transports

62.2 Neregulārais gaisa transports

62.20 Neregulārais gaisa transports

63 TRANSPORTA PAPILDDARBĪBA UN PALĪGDARBĪBA: TŪRISMA AĢENTŪRU DARBĪBA

63.1 Kravu iekraušana un izkraušana, noliktavu saimniecība

63.11 Kravu iekraušana un izkraušana

63.12 Glabāšana un noliktavu saimniecība

63.2 Transporta palīgdarbība

63.21 Sauszemes transporta palīgdarbība

63.22 Ūdenstransporta palīgdarbība

63.23 Gaisa transporta palīgdarbība

63.3 Komplekso tūrisma uzņēmumu, tūrisma operatoru un tūrisma aģentūru darbība; citur neklasificēta darbība, kas saistīta ar tūristu apkalpošanu

63.4 Pārējo transporta aģentūru darbība

64 PASTS UN TELEKOMUNIKĀCIJAS

64.1 Pasta un kurjeru darbība

64.12 Kurjeru darbība, izņemot valsts pasta darbību

64.2 Telekomunikācijas

64.20 Telekomunikācijas

ELEKTRONISKIE SAKARU PAKALPOJUMI:

Televīzijas, interneta un telefonijas pakalpojumi kabeļtīklos, satelītīklos, ētera līniju tīklos, mobilajos tīklos, fiksētos telefonētīklos.

Pielikums 1-2

Konkurences novērtēšanas modeļa kvalitatīvie rādītāji.

Grupa 1: Esošā tirgus situācija

Grupā faktori, kas stimulē konkurenci tirgū:

- liels tirgus spēlētāju skaits
- zema tirgus spēlētāju koncentrācija
- industrijas izaugsmes temps
- uzņēmumu izmaksu struktūru atšķirības
- uzņēmumu brīvā jauda
- lieli un salīdzinoši reti pasūtījumu apjomi no klientiem
- spēcīgas tirgus atstāšanas barjeras
- specializētu pamatlīdzekļu izmantošana

Faktori, kas aizkavē konkurences veidošanos tirgū:

- produktu vai pakalpojumu diferenciacija
- izmaksas, kas saistītas ar piegādātāju maiņu uzņēmuma klientiem

Grupa 2: Tirgū ienākšanas barjeras

Brīvas tirgū ienākšanas iespējas ir būtisks apsvēruma veselīgas konkurences nodrošināšanā. Sekojoši aspekti paaugstina tirgū ienākšanas barjeras un tādejādi kavē konkurences veidošanos:

- apjoma ekonomija (‘economies of scale’)
- patērētāju lojalitāte tirdzniecības markām, produktu diferenciacija
- problemātiska pieeja izplatīšanas kanāliem
- problemātiska pieeja izejmateriāliem vai ekskluzīvi līgumi ar izejvielu piegādātājiem
- likumdošanas aizsardzība
- nozares uzņēmumu vertikālās integrācijas riski

Grupa 3: Produktu un pakalpojumu aizvietojamība

Tādu produktu un pakalpojumu pieejamība, kas spēj aizvietot dotā produkta funkcijas un lietošanas situācijas patērētājiem, paaugstina konkurenci nozarē. Galvenie vērā ņemamie aspekti:

- aizvietotāju produktu klāsts
- aizvietotāju produktu pieejamība
- aizvietotāju produktu cenas

Grupa 4: Piegādātāju pozīcijas

Piegādātāju koncentrācija un nozares iepirkumu struktūra var ierobežot konkurenci. Būtiski aspekti:

- piegādātāju struktūra un pozīcijas

Grupa 5: Klientu pozīcijas

Līdzīgi piegādātājiem arī patērētāju vai klientu koncentrācija un pasūtījumu struktūra var radīt draudus veselīgai konkurencei nozarē. Nozīmīgi faktori:
patērētāju struktūra un pozīcijas

Grupa 6: Kapitāla struktūra vai stratēģisko grupu pozīcijas

Saistītie uzņēmumi un to grupas, kā arī meitas uzņēmumi veicina ciešu sadarbību un interešu grupu veidošanos nozarē, kas var izsaukt konkurences samazināšanos. Būtiski aspekti:

uzņēmumu īpašnieku struktūra
meitas un saistīto uzņēmumu grupas

Grupa 7: Likumdošana

Nozares, kurās ir paaugstināta sociālo grupu interese, kā arī kuras citu iemeslu dēļ ir pakļautas stingrai valsts politikas ietekmei un likumdošanas prasībām, var tikt mākslīgi ietekmēts konkurences stāvoklis.

2 DZELZCEĻA TRANSPORTS UN PALĪGDARBĪBA

Nozare	Dzelzceļa transports
NACE klase	60.10
Tirgus apgabals	Latvija
	<i>Iekšzemes pasažieru pārvadājumi:</i>
Tirgus spēlētāju skaits	2 (taču maršruti nepārklājas)
Tirgus koncentrācija	n/a
	<i>Starptautiskie pasažieru pārvadājumi:</i>
Tirgus spēlētāju skaits	1
Tirgus koncentrācija	C=100%, HI=1
	<i>Iekšzemes kravu pārvadājumi:</i>
Tirgus spēlētāju skaits	1
Tirgus koncentrācija	C=100%, HI=1
	<i>Starptautiskie kravu pārvadājumi:</i>
Tirgus spēlētāju skaits	3
Tirgus koncentrācija	C-1=90%, HI=0.81

Nozare	Dzelzceļa palīgdarbība
NACE klase	63.21
Tirgus apgabals	Latvija
Tirgus spēlētāju skaits	1 (<i>VAS Latvijas dzelzceļš koncerns</i>)
C-n	100%
HI	1

2.1 *Tirgus apgabals*

2.1.1 *Tirgus apgabala definēšana*

Dzelzceļa transporta tirgus apgabals definēts atbilstoši NACE klasifikācijai un ietver:

- starppilsētu dzelzceļa pasažieru un kravu transportu (60.10).

Pasažieru un kravu transports šīs nodaļas izpratnē attiecās gan uz iekšzemes, gan starptautiskajiem pārvadājumiem. Ar iekšzemes pārvadājumiem jāsaprot transports LR teritorijas ietvaros, savukārt starptautiskie pārvadājumi attiecās uz savienojumiem starp Latviju un ārvalstīm.

Saskaņā ar NACE 60.10 klases definīciju tirgus apgabals neietver dzelzceļa terminālu darbību, kravu pārvietošanu, glabāšanu u.c. palīgdarbības veidus, kā arī neattiecas uz ritošā sastāva tehnisko apkopi un remontu. Tomēr dzelzceļa pakalpojumu nozares specifiskās tirgus struktūras dēļ arī šie pakalpojumi īsumā apskatīti šajā nodaļā. Dzelzceļa palīgdarbība definēta atbilstoši NACE klasei ‘sauszemes transporta palīgdarbība’ un ietver:

- darbības, kas saistītas ar pasažieru, lopu vai kravu sauszemes transporta terminālu darbību, piem., dzelzceļa stacijas, autobusu stacijas, preču stacijas, ceļu, tiltu, tuneļu, stāvvietu vai garāžu darbību u.c. (63.21).

2.1.2 *Tirgus ģeogrāfiskā apgabala ierobežošana*

Tirgus apgabals ietver dzelzceļa pārvadājumu pakalpojumus un dzelzceļa palīgdarbību visā Latvijas teritorijā. Pētījumā iekļauti arī dzelzceļa pārvadājumi tiešiem starptautiskiem savienojumiem no Latvijas.

2.2 *Tirgus spēlētāju identifikācija*

Dzelzceļa transporta pakalpojumi Latvijā ir valsts pārraudzīta nozare, ko regulē LR likumdošana un MK noteikumi [1]. Dzelzceļa darbību pārrauga LR Satiksmes ministrijas pārraudzībā esošas Valsts dzelzceļa administrācija un Valsts dzelzceļa tehniskā inspekcija, kā arī LR Ekonomikas ministrijas pārraudzībā esošā Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisija (SPRK). Valstī esošās publiskās lietošanas dzelzceļa infrastruktūras pārvaldītājs ir *VAS Latvijas dzelzceļš* [9].

VAS Latvijas dzelzceļš veidots kā koncerns, kura sastāvā ietilpst 7 meitas uzņēmumi: *SIA LDz infrastruktūra*, *SIA LDz Cargo*, *SIA LDz ritošā sastāva serviss*, *AS Pasažieru vilciens*, *AS Starptautiskie pasažieru pārvadājumi*, *AS VRC Zasuļauks* un *SIA Dzelzceļa apsardze* (skat. Pielikums 2-1 nodaļas beigās). Šo uzņēmumu darbība kopumā nodrošina lielāko daļu dzelzceļa transporta pakalpojumu Latvijā, t.sk. pasažieru un kravas vietējos

un starptautiskos pārvadājumus, dzelzceļa infrastruktūras apsaimniekošanu, drošības, uzturēšanas un remonta pakalpojumus, u.c. [2].

Ar dzelzceļa pārvadājumiem saistītās sfēras, kurās darbojas arī koncerna sastāvā neietilpstoši uzņēmumi, ir iekšzemes pasažieru pārvadājumi (*SIA Gulbenes-Alūksnes bānītis*) un starptautiskie kravu pārvadājumi (*AS Baltijas Ekspresis*, *AS Baltijas Tranzīta serviss*). Koncerna sastāvā neietilpstoši uzņēmumi sniedz pakalpojumus arī tādās ar palīgdarbības jomās kā ritošā sastāva remonts, manevrdarbi, dzelzceļa infrastruktūras remonts un uzturēšana [9]. Balstoties uz NACE klasifikatoru, tomēr šie pakalpojumi netiek apskatīti šajā pētījumā.

2.2.1 Pasažieru iekšzemes pārvadājumi

Vietējos pasažieru pārvadājumus veic 2 uzņēmumi: *AS Pasažieru vilciens* (virs 99% no kopējā pa dzelzceļu iekšzemē pārvadāto pasažieru skaita) un *SIA Gulbenes–Alūksnes bānītis*. *AS Pasažieru vilciens* nodrošina pārvadājumus lielākajā daļā valsts teritorijas 12 dažādos maršrutos (skat. Pielikums 2-2). *SIA Gulbenes–Alūksnes bānītis* veic pasažieru pārvadājumus atsevišķā šaursliežu dzelzceļa iecirknī Gulbene–Alūksne, darbojoties uz līgumu pamata par dzelzceļa infrastruktūras izmantošanu ar *VAS Latvijas dzelzceļš* un pārvadājumiem veikšanu ar LR Satiksmes ministriju. Tā kā abu pārvadātāju apkalpotie maršruti nepārklājas, uzņēmumi praktiski savā starpā nekonkurē.

2.2.2 Pasažieru starptautiskie pārvadājumi

Saskaņā ar LR Satiksmes ministrijas izplatīto informāciju, starptautiskos pasažieru pārvadājumus pa dzelzceļu veic divas vietējās kapitālsabiedrības: *AS Starptautiskie pasažieru pārvadājumi* (SPP) un *SIA L-Ekspresis* [5]. Lai arī publiskas atsauces norāda uz abiem uzņēmumiem kā savstarpēji konkurējošiem [6], praktiski uzņēmumi savā starpā nekonkurē, jo *SIA L-Ekspresis* pasažieru pārvadājumus nav uzsākusi. Tajā pat laikā SPP nav uzskatāms par vienīgo tirgus spēlētāju starptautisko pasažieru pārvadājumu jomā, jo pakalpojumus sniedz arī *VAS Latvijas dzelzceļš*. *VAS Latvijas dzelzceļš* īpatsvars starptautisko pārvadājumu nodrošināšanā aizvien pieaug, jo pakalpojumu nerentabilitātes dēļ *AS Starptautiskie pasažieru pārvadājumi* pakāpeniski samazina reisu piedāvājumu [9]. No 2007. gada starptautiskos pārvadājumus nodrošinās tikai *VAS Latvijas dzelzceļš*, jo SPP nav iesniedzis pagarināšanai drošības sertifikātu [9].

Par *SIA L-Ekspresis* pieredzi un sagatavotību veikt pasažieru pārvadājumus liecina vairāki aspekti: uzņēmums sadarbojas ar *VAS Latvijas dzelzceļš* kopš 1993. gada, pildot bagāžas pārvadāšanas, vagonu tehniskās apkopes, remontu un biļešu pārdošanas funkcijas; uzņēmuma īpašumā ir 160 vagoni un 8 restorānvagoni. Tātad, uzņēmumam ir pieredze un materiāli tehniskā bāze pārvadājumu nodrošināšanai. Uzņēmums nav ieinteresēts pārvadājumu uzsākšanā to ekonomiskā neizdevīguma dēļ [9].

Starptautiskie reisi no Latvijas tiek veikti lielākoties Austrumu virzienā (Maskava, Sanktpēterburga, Minska, Ļvova, Kijeva), kā arī uz Viļņu [2]. Diemžēl publiski nav pieejami dati par uzņēmuma veikto pārvadājumu apjomu.

Cauri Latvijai kursē arī Lietuvas kompānijas vilciens virzienā uz Krieviju. Starptautiskie dzelzceļa pasažieru pārvadājumi no Latvijas uz ES valstīm pašlaik netiek veikti, taču nodrošināti reisi uz Krieviju, Baltkrieviju, Ukrainu, (skat. Pielikums 2-5).

2.2.3 Starptautiskie kravas pārvadājumi

Veicot nozares liberalizāciju saskaņā ar Eiropas dzelzceļu perspektīvo attīstības politiku, Latvijā, bez *VAS Latvijas dzelzceļš* kravu pārvadājumu tirgū jau vairākus gadus darbojas divas privātas kapitālsabiedrības – *AS Baltijas ekspresis* un *AS Baltijas tranzīta serviss*. Abi šie uzņēmumi kopumā pārvadā līdz pat 10% no kravas kopapjoma, kas ir viens no augstākajiem rādītājiem Eiropā [4]. Tomēr zema spēlētāju skaits un tirgus daļu rādītāji liecina par izteikti augstu tirgus koncentrāciju, kas neliecina par attīstītu konkurenci spēlētāju starpā.

2.3 Kvantitatīvie parametri

Tā kā lielāko daļu dzelzceļa transporta pakalpojumu sniedz koncerna *VAS Latvijas dzelzceļš* sastāvā esošie uzņēmumi, tirgus raksturojams kā valsts regulēts monopols ar vienu spēlētāju (HI=1, C1=100%). Šāds raksturojums it īpaši attiecināms uz dzelzceļa darbību nodrošinošiem pakalpojumiem, t.i. infrastruktūras apsaimniekošanu un drošības nodrošināšanu, elektroapgādi, ūdensapgādi, u.c.

Izņēmumi monopolstāvokļa ziņā formāli sastopami iekšzemes pasažieru (skat. Tabula 2-1) un starptautisko kravu pārvadājumu (skat. Tabula 2-2) jomās. Tomēr arī abos šajos gadījumos rādītāji apliecina augstu tirgus koncentrāciju un liecina par vāji attīstītu konkurenci starp spēlētājiem. Iekšzemes pasažieru pārvadājumu jomā tas skaidrojams ar faktu, ka abu tirgus spēlētāju apkalpotie maršruti nepārklājas. Savukārt, starptautisko kravu pārvadājumos tirgus līderis ieņem izteikti dominējošas pozīcijas, sastādot aptuveni 90% tirgus.

Tabula 2-1. Tirgus koncentrācija iekšzemes pasažieru pārvadājumos pa dzelzceļu.

Tirgus spēlētāju skaits	C-1	HI
2	100%*	1*

* jo abu tirgus dalībnieku apkalpotie maršruti nepārklājas

Tabula 2-2. Tirgus koncentrācija starptautiskos kravu pārvadājumos pa dzelzceļu.

Tirgus spēlētāju skaits	C-1	HI
3	90%	0.81

2.4 Kvalitatīvie parametri

2.4.1 Dzelzceļa transporta palīgdarbība

Latvijā dzelzceļa infrastruktūra atkarībā no tās izmantošanas veida tiek iedalīta publiskās lietošanas un privātās lietošanas infrastruktūrā.

Privātā infrastruktūra attiecās uz tiem sliežu posmiem, kas atrodas privāto uzņēmumu īpašumā, un tiek izmantoti pašpārvadājumiem. Likumdošana nosaka privātās infrastruktūras izmantošanas tiesības publiskām vajadzībām.

Valstī esošās publiskās lietošanas dzelzceļa infrastruktūras pārvaldītājs ir *VAS Latvijas dzelzceļš*. Koncerna uzņēmumi nodrošina lielu daļu dzelzceļa transporta palīgdarbības pakalpojumu. Atsevišķus palīgdarbības pakalpojumus tirgū piedāvā arī alternatīvi pakalpojumu sniedzēji; konkurence vērojama tādās jomās kā ritošā sastāva remontdarbi, manevrdarbi, infrastruktūras remonts.

Dzelzceļa infrastruktūras attīstība tiek plānota saskaņā ar Rīgas reģiona un galveno maģistrālo līniju elektrifikāciju, balstoties uz valstiska mēroga ekonomiskiem un ekoloģiskiem apsvērumiem. Infrastruktūras attīstības un drošības veicināšanas nolūkos tiek izmantoti ES fondu, kā arī valsts budžeta līdzekļi [5].

2.4.2 Pasažieru iekšzemes pārvadājumi pa dzelzceļu

- Tirgus izaugsme

Lai arī 90.-tajos gados pa dzelzceļu pārvadāto pasažieru skaits strauji saruka, kopš 2001. gada pasažieru skaits pakāpeniski pieaug, izaugsmei vidēji sastādot ap 6% gadā (skat. Pielikums 2-3) [3]. 2005. gadā tirgus izaugsme sastādīja 8,8% [6]. Pieaugot dzelzceļa kā pārvietošanās līdzekļa nozīmei tautsaimniecībā, aktualizējas arī jautājumi par pakalpojuma un tā kvalitātes attīstību.

- Ieguldījumi darbības uzsākšanai

Jaunu pārvadātāju ienākšana tirgū ir apgrūtināta, jo dzelzceļa transporta pakalpojumu nodrošināšanai nepieciešamas lielas investīcijas. Tas būtiski apgrūtina jaunu spēlētāju ienākšanu tirgū, visas pasaules praksē nereti atstājot pasažieru pārvadājumus pa dzelzceļu valsts pārraudzībā. Ienākšana tirgū, toties, nav neiespējama, ko apliecina arī *SLA Gulbenes–Alūksnes bānītis* darbības uzsākšana.

- Licencēšana

Licences pasažieru pārvadājumiem pa dzelzceļu piešķir SPRK. Lai uzsāktu darbību, potenciālajam pakalpojumu sniedzējam jāsaņem arī Valsts dzelzceļa tehniskās

inspekcijas⁵ drošības sertifikāts. Neatkarīgo institūciju loma nodrošina neitralitāti un vienlīdzīgas tirgū ienākšanas iespējas visiem potenciālajiem dalībniekiem.

- Piekļūšana piegādātājiem

Lai nodrošinātu pasažieru pārvadājumu pa dzelzceļu tirgus atvērtību jaunienācējiem, būtiska ir dzelzceļa publiskās lietošanas infrastruktūras izmantošanas regulēšana. Dzelzceļa infrastruktūras izmantošanas maksas aprēķināšanas metodiku un infrastruktūras izmantošanas maksu nosaka SPRK [1]. SPRK vadmotīvs priekšlikumu izskatīšanā ir nodrošināt nediskriminējošu, izmaksām tuvinātu maksu par publiskās lietošanas dzelzceļa infrastruktūras izmantošanu [5]. SPRK autoritāte tarifu un metodikas apstiprināšanā teorētiski nodrošina aizsardzību potenciāliem tirgū ienācējiem. Piemēram, 2005. gadā SPRK atzina par nepamatotu iesniegto infrastruktūras izmantošanas maksas palielinājumu *SIA Gulbenes–Alūksnes bānītis* un noraidīja to.

- Pakalpojumu aizvietojamība

Visā Latvijas teritorijā pasažieru pārvadājumi pa dzelzceļu sastāda tikai ap 5% no kopējā pasažieru pārvadājumu apjoma [4] (skat. Tabula 2-3). Rīgas piepilsētas reģionā, savukārt, dzelzceļa pakalpojumi sasniedz 30% [5]. Maršrutu pārklājuma ziņā tie praktiski tiek dublēti ar autobusu, tramvaju un trolejbusu vai maršruta autobusu pakalpojumiem.

Dzelzceļa galvenā priekšrocība ir kustības ātrums, ko sastrēgumu stundās nespēj nodrošināt citi sabiedriskā transporta līdzekļi, it īpaši Rīgas piepilsētā. Tā popularitāte palielinās arī pieaugošo degvielas cenu dēļ, kas sadārdzina autotransporta pakalpojumus.

Tabula 2-3. Pasažieru skaits sabiedriskajā transportā Latvijā 2004. gadā (milj.).

Sabiedriskā transporta līdzeklis	Pārvadāto pasažieru skaits (milj.)	% no kopējā
Autobusi	145.9	37%
Elektrotransports*	176.9	45%
Rajona maršruta autobusi	29.5	7%
Tālsatiksmes maršruta autobusi	19.6	5%
Iekšzemes pasažieru vilciens	23.5	6%
Kopā	395.4	100%

* tramvaji un trolejbusi

Dzelzceļa braukšanas tarifi tiek pielīdzināti autopārvadātāju tarifiem [3]. Lai arī dzelzceļa transporta nodrošināšanas izmaksas ir augstākas nekā autobusiem, cenas ar nodomu tiek noturētas vienādā līmenī. Atsevišķos maršrutos vilcienu biļešu cenas ir pat līdz 50% zemākas nekā autobusu biļetes. Tā, piemēram, maršrutā Rīga-Jelgava vilciena biļete maksā 0.59 LVL, bet Jelgavas autobusu parka viena brauciena ar autobusu cena ir 0.95 LVL [7].

⁵ Valsts dzelzceļa tehniskā inspekcija ir Satiksmes ministrijas pārraudzībā esoša tiešās pārvaldes iestāde [8].

Tā kā pasažieru pārvadājumi ar autobusiem un pa dzelzceļu ir valsts dotēti, pakalpojumu savstarpējo aizvietojamību tieši ietekmē dotāciju apjomi (skat. plānoto subsīdiju attīstību Pielikums 2-4). Mainoties valsts politikai sabiedriskā transporta jomā Latvijā, izmainītos arī pakalpojumu cenas, atstājot nozīmīgu iespaidu uz konkurenci dažādu sabiedriskā transporta veidu starpā. Latvijā šobrīd dzelzceļa attīstībā būtiskāks ir jautājums par vienotas valsts un pašvaldību pasūtījuma sistēmas ieviešanu dažādiem iekšzemes pasažieru pārvadājumu veidiem [5].

- Valsts ietekme

Kā rāda citu valstu pieredze, iekšzemes pasažieru pārvadājumi pa dzelzceļu bez valsts vai pašvaldību atbalsta ir gandrīz neiespējami. Būtisks ir arī jautājums par kvalitātes nodrošināšanu. Sniegto pakalpojumu kvalitāte pasažieru pārvadājumu jomā ir zema un neapmierinoša. Lai arī nepārtraukti tiek veikta vilcienu atjaunošana un modernizācija, dzelzceļa transporta pakalpojumu kvalitāte gadu no gada pasliktinās – pazeminās vidējais vilcienu kustības ātrums, slēgti vairāki maršruti⁶, utt. [4]. Neskatoties uz to 2005. gadā SPRK, kas nosaka un kontrolē dzelzceļa pakalpojumu kvalitātes standartus Latvijā, oficiāli saņēmusi tikai vienu par pamatotu atzītu sūdzību no patērētāju puses [1]. Līdz ar to secināms, ka pastāvošā kvalitātes kontroles sistēma būtu jāizvērtē.

2.4.3 Starptautiskie pasažieru pārvadājumi

- Tirgus izaugsme

Starptautiskie pasažieru pārvadājumi ar dzelzceļu ar katru gadu pieaug. 2005. gada laikā starptautiskā satiksmē pārvadāto pasažieru skaits palielinājās par 7,4% [5].

- Licencēšana

Licencēšana barjeras tirgū ienākšanai nerada, jo neatkarīgo institūciju loma nodrošina neitralitāti un vienlīdzīgas tirgū ienākšanas iespējas visiem potenciālajiem dalībniekiem.

- Pieeja piegādātājiem

Lēmumi par dzelzceļa infrastruktūras lietošanas maksu un tās aprēķināšanas metodiku ir SPRK pārziņā. Neatkarīgās institūcijas loma veicina vienlīdzīgus pieejas noteikumus infrastruktūrai.

- Pakalpojumu aizstājamība

Galvenie konkurenti dzelzceļa pakalpojumiem starptautiskajos maršrutos ir autobusu un avio pārvadātāji. Aizvietotāji nodrošina augstu konkurences līmeni starptautiskajiem dzelzceļa pasažieru pārvadājumiem. *AS AirBaltic* aktīvi attīsta reisu piedāvājumu austrumu virzienā, 2006. gada vasaras sezonā piedāvājot avio reisos tajos pašos

⁶ Liepāja – Ventspils, Limbaži – Ipiķi, Madona – Lubāna, Ieriķi – Gulbene, Gulbene – Vecumi, u.c.

maršrutos kā dzelzceļš (t.i. Minska, Maskava, Sanktpēterburga, Kijeva, Viļņa, u.c.). Tāpat, arī autobusu pārvadātāji piedāvā reisus uz daudzām Krievijas, Baltkrievijas, Ukrainas, Lietuvas u.c. pilsētām. Vilcienu biļetes šajos maršrutos ir zemākas nekā avioreisiem, taču augstākas nekā autobusa pārvadātājiem. Laika ziņā braucieni ar vilcienu un autobusu ir līdzvērtīgi, tomēr tie iegūst kvalitātes ziņā, jo vilcienos pieejamas arī guļvietas, individuālas kupejas, kā arī restorānvagoni.

2.4.4 Starptautiskie kravu pārvadājumi

- Tirgus izaugsme

2005. gadā kravu apgrozījums dzelzceļa transportā palielinājās par 6,0%, pārvadāto kravu apjomam sasniedzot 60 milj. t gadā⁷. Palielinājums pilnībā balstīts uz apjomu pieaugumu starptautisko kravu pārvadājumos. Tomēr šie dati vēl neapliecina pozitīvu attīstības tendenci kravu pārvadājumu jomā Latvijā, jo jau 2006. gada kravu apjomos vērojams kritums par 11%, salīdzinājumā ar gadu iepriekš. Dzelzceļa kravu pārvadājumu struktūrā 85% nodrošina tranzīta pārvadājumi, galvenokārt no Krievijas un Baltkrievijas uz Latvijas ostām (austrumu–rietumu tranzīta koridors).

- Piegādātāju pozīcijas

Atsaucoties uz tirgus dalībnieku sniegto informāciju⁸, tā kā Latvijas dzelzceļa koncerns nodrošina lielāko daļu ar dzelzceļa palīgdarbību saistītos pasākumu, koncerna uzņēmumiem ir priekšrocības atsevišķu pakalpojumu saņemšanā. Konkrēti tādos pakalpojumos kā vilces līdzekļu remonts vai tehniskās apkopes, kā arī informācijas piegāde par dzelzceļa satiksmes kustību, kuros *VAS Latvijas dzelzceļš* iemantojis monopolstāvokli, abi pārējie kravu pārvadātāji tiek ierobežoti. Ierobežojumi attiecas arī uz potenciālajiem ienācējiem tirgū.

- Licencēšana

Kravu pārvadājumiem licences izsniedz Valsts dzelzceļa administrācija, kas darbojas LR Satiksmes ministrijas pārraudzībā. Institūcijas neatkarīgā loma licenču piešķiršanā nodrošina vienlīdzīgus apstākļus visiem potenciālajiem tirgus dalībniekiem.

- Klientu pozīcijas ('forward integration')

AS Baltijas tranzīta serviss veic eksporta kravu pārvadājumus caur jūras ostām, sniedzot šos pakalpojumus pārsvarā tikai saviem akcionāriem⁹ - uzņēmumiem, kas apkalpo kravas Rīgas ostā. *AS Baltijas Ekspresis* akcionāri, savukārt, ir Ventspils tirdzniecības ostā

⁷ Saskaņā ar Valsts dzelzceļa administrācijas sniegto informāciju šis kopējā kravu apgrozība Latvijā 2005. gadā sastādīja tikai 54,86 milj.t.

⁸ Izmantota KP iesniegtā informācija par *AS Baltijas tranzīta serviss* darbību.

⁹ Rīgas pilsētas SIA Skonto Metāls (55%), SIA Alpha osta (42%), AS Severstaļlat (1.6%), B.L.B. Baltijas termināls (0.6%), SIA Man-Tess (0.6%), SIA Kompass Tranzīts (0.6%).

darbojošies termināli un stividoru¹⁰. Līdz ar to konkurence starptautisko pārvadājumu jomā uzskatāma par nosacītu, jo tirgus dalībniekiem raksturīga izteikta specializācija apkalpoto klientu un ģeogrāfiskā tirgus apgabala ziņā. Fakts, ka saistības ar klientiem ir ne tikai līgumiski, bet to klienti ir arī uzņēmumu akcionāri, apliecina vājo savstarpējo konkurenci tirgū.

2.4.5 Iekšzemes kravu pārvadājumi

Iekšzemes kravas pārvadājumi pa dzelzceļu sastāda tikai 5% no kopējā valsts sauszemes pārvadājumu apjoma. Šos pārvadājumus veic tikai viens uzņēmums – *VAS Latvijas dzelzceļš*. Iekšzemes kravu pārvadājumi ir zaudējumus nesoši īso pārvadājumu attālumu dēļ. Tāpat, Latvijā ir maz ražotnes, kas spētu saražot vai patērēt kravas daudzumus, kurus būtu izdevīgi transportēt pa dzelzceļu [3]. Tirgus izaugsme šajā jomā tuvākajā nākotnē Latvijā plānota netiek.

¹⁰ AS Ventbunkers (53%), AS Kālija parks (20%), AS Ventpils Tirdzniecības osta (16%), AS Ventamonjaks (8%), AS Ventplac (3%).

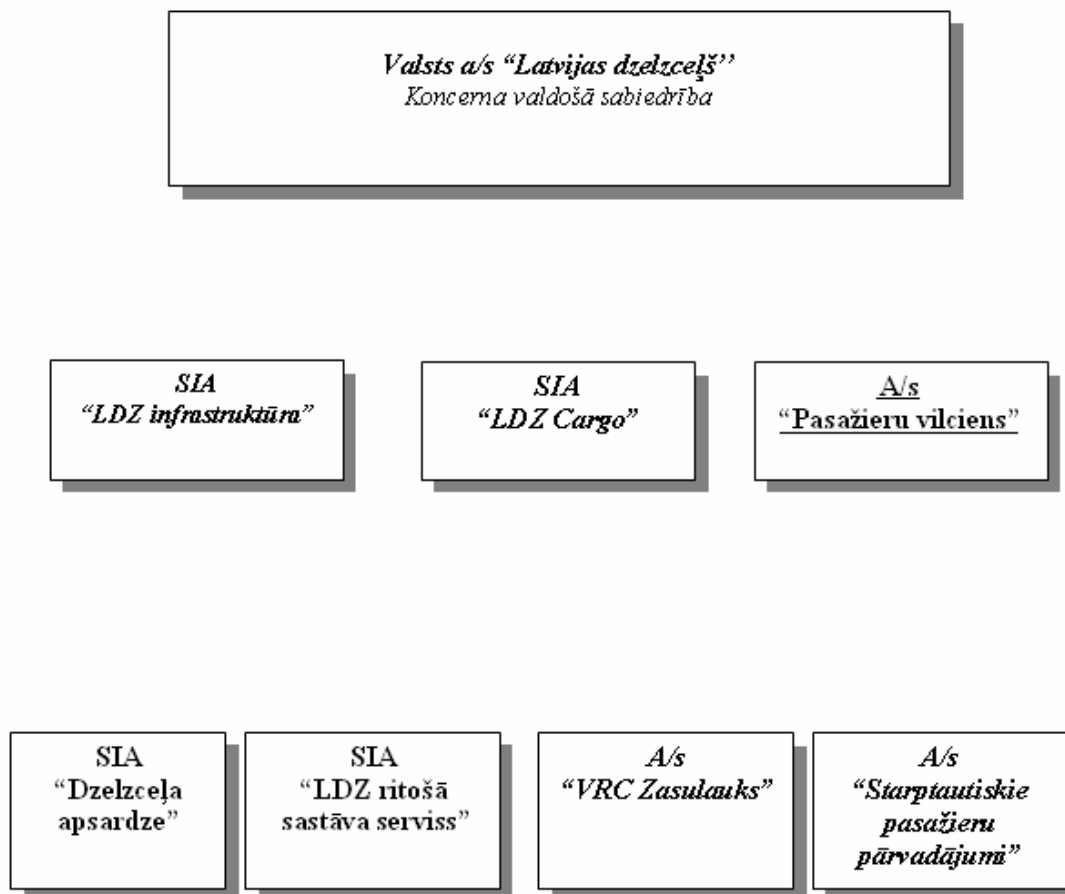
2.5 Kopsavilkums

- Augošs tirgus visos segmentos (izņemot vietējos kravu pārvadājumus)
- *VAS Latvijas dzelzceļš* koncerns ieņem dominējošas pozīcijas visos segmentos
- *VAS Latvijas dzelzceļš* pieder monopolstāvoklis lielākajā daļā sniegto palīgdarbības pakalpojumu; šis apstāklis veicina nevienlīdzīgas konkurences rašanos starp tirgus spēlētājiem, it īpaši starptautisko kravu pārvadājumu jomā)
- Pasažieru pārvadājumu jomā valsts spēlē nozīmīgu lomu konkurences apstākļu veidošanā starp dzelzceļa pakalpojumiem un to aizvietotājiem

Izmantotā literatūra:

1. www.sprk.gov.lv, skatīts 06.09.2006.
2. www.ldz.lv, skatīts 01.09.2006.
3. www.pv.lv, skatīts 04.09.2006.
4. Transporta attīstības nacionālā programma 2000.-2005. gadiem, SPRK, www.sprk.gov.lv, skatīts 05.09.2006.
5. www.sam.gov.lv, skatīts 06.09.2006.
6. Diena, 27.06.2006, Vienādus spēles noteikumus visiem!
7. www.l-ekspressis.lv, skatīts 04.09.2006.
8. www.likumi.lv, Valsts dzelzceļa tehniskās inspekcijas nolikums
9. Juris Iesalnieks, Direktors, Valsts dzelzceļa administrācija, intervija 04.01.2007, telefonintervija 17.01.2007

Pielikums 2-1
Latvijas dzelzceļš VAS organizatoriskā struktūra.



Pielikums 2-2

Pasažieru iekšzemes pārvadājumu pa dzelzeļu maršruti.

AS Pasažieru dzelzceļš

Elektrovilcienu maršruti:

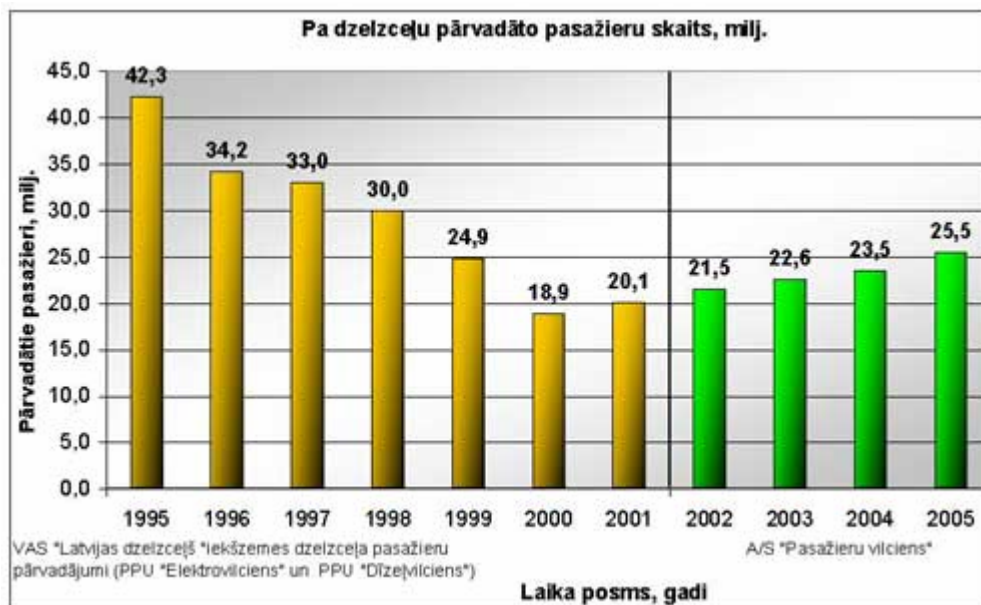
1. Rīga – Aizkraukle
2. Rīga – Jelgava
3. Rīga – Skulte
4. Rīga - Tukums

Dīzeļvilcienu maršruti

5. Rīga – Daugavpils
6. Rīga – Ērgļi
7. Rīga – Gulbene
8. Rīga – Krustpils
9. Rīga – Lugaži
10. Rīga – Reņģe
11. Rīga - Rēzekne-Zilupe
12. Rīga - Liepāja

SIA Gulbenes-Alūksnes bānītis

1. Gulbene-Alūksne

Pielikums 2-3
Pa dzelzceļu pārvadāto pasažieru skaita dinamika Latvijā 1995.-2005. gados (milj.).

Pielikums 2-4
Valsts dotācijas pasažieru pārvadājumiem Latvijā 1998.-2006. gados (milj. LVL).

	Faktiskās dotācijas			Plānotās dotācijas					
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Autobusu pārvadājumi	5,6	7,0	6,4	5,8	7,2	8,2	8,7	9,0	9,2
Pārvadājumi pa dzelzceļu		0,3	0,3	0,3	8,8	8,8	7,0	6,5	6,5

Pielikums 2-5
Starptautiskie dzelzceļa reisi no Latvijas.

SIA Starptautiskie pasažieru pārvadājumi

Rīga - Maskava, Sankt-Pēterburga, Viļņa, Lida, Baranoviče, Ļvova, Gomeļa, Polocka, Minska, Vitebska, Odesa, Kijeva, Adlera, Voroneža, Rostova, Krasnodara, Simferopole, Poltava, Zaporožje, Truskaveca.

3 REGULĀRAIS PASAŽIERU AUTOTRANSPORTS UN PALĪGDARBĪBA

Nozare	Regulārais pasažieru autotransports
NACE klase	60.21
	<i>Regulārais pasažieru autotransports:</i>
Tirgus apgabals	Rīga un Rīgas rajons
Tirgus spēlētāju skaits	9 (<i>SIA Rīgas satiksme</i> un 8 maršruta taksometru pārvadātāji) (taču maršruti nepārklājas)
Tirgus koncentrācija	n/a
	<i>Starppilsētu autotransports:</i>
Tirgus apgabals	Latvija
Tirgus spēlētāju skaits	30 (taču maršruti nepārklājas)
Tirgus koncentrācija	n/a
	<i>Starptautiskais pasažieru autotransports:</i>
Tirgus apgabals	Latvija
Tirgus spēlētāju skaits	15
Tirgus koncentrācija	n/a

Nozare	Autotransporta palīgdarbība
NACE klase	63.21
Tirgus apgabals	Latvija
Tirgus spēlētāju skaits	20-25
Tirgus koncentrācija	n/a

3.1 *Tirgus apgabals*

3.1.1 *Tirgus apgabala definēšana*

Regulārā pasažieru autotransporta tirgus apgabals definēts atbilstoši NACE klasifikācijai un attiecas uz:

- pasažieru pārvadājumiem ar pilsētas vai piepilsētas transportu, t.i. autobusiem, tramvajiem, trolejbusiem, maršruta taksometriem, kas kursē pa noteiktiem maršrutiem pēc noteikta grafika, uzņemot un izsēdinot pasažierus noteiktās pieturvietās (60.21).

Lai arī NACE klasifikatorā autotransporta palīgdarbības pakalpojumi iekļauti ‘sauszemes transporta palīgdarbības’ klases ietvaros, arī šī sfēra iekļauta šajā pētījuma nodaļā. To pamato tirgus apstākļi, jo pasažieru autotransporta pakalpojumus lielākoties nodrošina tie paši uzņēmumi, kas veic arī autotransporta palīgdarbības pakalpojumus. Autotransporta palīgdarbība atbilstoši NACE klasifikatoram definēta kā:

- darbība, kas saistīta ar pasažieru, lopu vai kravu sauszemes transporta termināļu darbību, piem., dzelzceļa stacijas, autobusu stacijas, preču stacijas, ceļu, tiltu, tuneļu, stāvvietu vai garāžu, divriteņu stāvvietu darbība, u.c. (63.21).

3.1.2 *Tirgus ģeogrāfiskā apgabala ierobežošana*

Šīs nodaļas ietvaros galvenokārt ietverti regulārie pasažieru autotransporta pakalpojumi, kas sniegti Rīgas un Rīgas rajona ietvaros. Tas pamatojams ar faktu, ka Rīgas administratīvajā rajonā iedzīvotāju un līdz ar to arī apkalpoto pasažieru skaits sastāda gandrīz pusi no visas Latvijas iedzīvotājiem.

Apsekojot regulārā pasažieru transporta pakalpojumus citās Latvijas pilsētās, secināms, ka lielākoties pakalpojumu nodrošināšana veidota pēc sekojošiem principiem: 1) transporta pakalpojumus sniedz pašvaldības uzņēmums, 2) maršrutus un cenu tarifus nosaka vietējā pašvaldība, 3) pakalpojumu sniedzējs saņem dotācijas no pašvaldības sniegto pakalpojumu apmērā.

Tikai dažās Latvijas pilsētās paralēli autobusu pakalpojumiem tiek nodrošināti arī maršruta taksometru (Liepāja, Daugavpils, Valmiera, Ventspils, u.c.) un tramvaja pakalpojumi (Liepāja, Daugavpils). Arī alternatīvo transporta pakalpojumu veidu uzraudzība ir pašvaldību pārziņā.

Regulārie pasažieru pārvadājumi Latvijā tiek sniegti ne tikai ar autobusu, tramvaju, trolejbusu un maršruta taksometru transporta līdzekļiem, bet tos nodrošina arī virszemes dzelzceļš. Pasažieru pārvadājumi pa dzelzceļu apskatīti dokumenta 2. nodaļā; šajā nodaļā tie iekļauti pastarpināti, analizējot dažādu sabiedriskā transporta veidu savstarpējo aizvietojamību.

Regulārie pasažieru autopārvadājumi saskaņā ar NACE klasifikāciju attiecināmi arī uz starppilsētu transporta pakalpojumiem, kas definēti kā ‘darbība, kas nodrošina pasažieru pārvadājumus ar starppilsētu transportu, izņemot dzelzceļa, kas iet pa noteiktu maršrutu un pēc noteikta grafika, parasti uzņemot un izsēdinot pasažierus noteiktās pieturvietās’. Starppilsētu autobusu pārvadājumi tiek apskatīti atsevišķi sadaļā 3.4.2.

NACE definīcija neietver starptautiskos autobusu pārvadājumus, tomēr šis pakalpojums īsumā apskatīts sadaļā 3.4.3.

3.2 Tirdzniecības spējētāju identifikācija

Statistikas dati liecina, ka 2006. gadā Latvijā darbojas ap 30 licencētu iekšzemes autopārvadātāju un iedzīvotājus apkalpoja kopskaitā 2123 starppilsētas autobusi. 2005. gadā visi Latvijā reģistrētie autobusu pārvadātāji kopā apkalpoja 1675,9 milj. pasažieru, vilcieni – 25,5 milj. pasažieru, savukārt pilsētu elektrotransportā kopumā apkalpoti 182,3 milj. pasažieru [2]. Autotransporta pārvadājumus ar autobusiem, tramvajiem un trolejbusiem Latvijā nodrošina pašvaldību īpašumā un pārraudzībā esoši uzņēmumi. Maršruta taksometru pakalpojumus sniedz arī privātā kapitāla uzņēmumi.

3.2.1 Regulārais autotransports Rīgā un Rīgas rajonā

Rīgā un Rīgas rajonā sabiedriskais transports pieejams 131 maršrutā, un to nodrošina 355 autobusi, 286 maršruta taksometri, 267 trolejbusi un 186 tramvaji [5]. Rīgā sabiedrisko transportu nodrošina gan pašvaldības, gan privātie pasažieru pārvadātāji. *SIA Rīgas satiksme* ir vienīgais pašvaldības uzņēmums; tas apkalpo 11 tramvaju, 20 trolejbusu, kā arī 63 autobusu maršrutus. Kopskaitā 8 privātie uzņēmumi pārvadājumus veic ar maršruta taksometriem, apkalpojot 38 maršrutu līnijas. Pilns maršruta taksometru pārvadātāju saraksts pieejams nodaļas beigās (skat. Pielikums 3-1).

3.2.2 Starppilsētu autotransports

Latvijā darbojas ap 30 iekšzemes autopārvadātāju. Reģistrēto autobusu skaits starppilsētu pārvadājumiem 2006. gadā sastādīja 2,123 [2]. Tā kā lielākā daļa iekšzemes autopārvadātāju darbojas noteikta ģeogrāfiskā reģiona ietvaros un to apkalpotie maršruti savstarpēji nepārklājas, tirgū konkurence tradicionālā izpratnē neeksistē.

3.2.3 Starptautiskais regulārais autotransports

2005. gadā pasažieru pārvadājumus starptautiskajos regulārajos maršrutos Latvijā veica 15 reģistrētas firmas [7].

3.2.4 Autotransporta palīgdarbība

LR teritorijā darbojas kopskaitā 41 autoosta [15]. To darbību nodrošina publiskas¹¹ un/vai privātas kapitālsabiedrības, kurām autoostu apsaimniekošana visbiežāk ir tikai viens no sniegto pakalpojumu veidiem. Nereti šiem uzņēmumiem ir savs autoparks gan pasažieru, gan kravu pārvadājumiem; tāpat vairākas no šīm firmām piedāvā gan regulārus, gan neregulārus pārbraucienus, nodrošina autotransporta remonta un apkopes pakalpojumus, dažkārt pat uztur un vada autoskolas. Parasti šie uzņēmumi apkalpo vienlaicīgi vairākas autoostas ģeogrāfiskā rajona ietvaros. Piemēram, *AS CATA* apsaimnieko autoostas Cēsīs, Ainažos, Ērgļos, Limbažos, Saulkrastos un Siguldā; *SIA Daugavpils AP* apkalpo autoostas gan Daugavpilī, gan Dagdā [16]. Tirgus spēlētāji un to sniegto pakalpojumu veidi apkopoti Pielikums 3-6.

3.3 Kvantitatīvie parametri

Transporta pakalpojumu tirgus organizācijas sistēma neļauj viennozīmīgi interpretēt tirgus koncentrācijas kvantitatīvos parametrus. Lielākajā daļā ģeogrāfisko reģionu pakalpojumus sniedz tikai viens uzņēmums, kura darbība, kā arī piedāvājuma apjoms un cenu tarifi ir valstiski regulēti. Atsevišķos reģionos, piemēram, Rīgā un Rīgas rajonā, patērētājiem paveras izvēles iespējas starp dažādiem transporta veidiem (piem., tramvajs, autobuss, maršruta taksometrs, dzelzceļš). Tomēr piedāvājuma izvēles iespējas starp dažādiem transporta līdzekļu veidiem neliecina vēl par tirgus konkurenci, jo pakalpojumu aizvietojamība patreizējā pasažieru transporta organizācijas sistēmā ir pilnībā valsts un pašvaldību regulēta. Pakalpojumu aizvietojamību nosaka ne tikai institūcijas, kuru pakļautībā pakalpojumu sniedzēji atrodas, bet vēl lielākā mērā noteikto dotāciju un cenu tarifu apjomi.

Konkurence vērojama starptautisko regulāro autotransporta pakalpojumu sfērā, kurā reģistrēti kopskaitā 15 pakalpojumu sniedzēji [7]. Lai arī faktiskais tirgus spēlētāju skaits ir zemāks, tomēr tirgū valda konkurence un dažādu pakalpojumu sniedzēju maršrutu klāsts pārklājas. Diemžēl precīzi dati par tirgus spēlētājiem un to tirgus daļām nav pieejami.

3.4 Kvalitatīvie parametri

3.4.1 Regulārais pasažieru autotransports Rīgā un Rīgas rajonā

- Tirgus izaugsme

Pasažieru pārvadājumi ar autotransportu, elektrotransportu (t.i. tramvajs un trolejbuss) un dzelzceļu pēdējo gadu laikā Latvijā pieaug (skat. Pielikums 3-2). Īpaši strauji pieaudzis autotransporta pakalpojumu tirgus, 2005. gadā tirgus izaugsmei sastādot 14%. Šajā pat laikā elektrotransporta pakalpojumi pieauguši par 3%, bet dzelzceļa par 7%. Tirgus izaugsme skaidrojama ar vairākiem faktoriem. Pirmkārt, aizvien pieaugošās degvielas cenas un automašīnu skaits apgrūtina pasažieru pārvietošanos ar privāto transportu, it

¹¹ Tā piemēram, Rīgas autoostas darbību nodrošina AS Rīgas starptautiskā autoosta, kas ir publiska akciju sabiedrība, kuras akcijas tiek kotētas arī Rīgas fondu biržā. Citi lielākie akcionāri ir SIA Rīgas satiksme (50%), VSAA (10%) un Segejs Serdjukovs (26%) [17].

īpaši pilsētā. Otrkārt, veikto pārvadājumu apjomi ir tieši atkarīgi no valsts finansējuma apjoma sabiedriskā transporta nozarē [7]. Tā kā dotācijas pasažieru pārvadājumiem kopš 2001. gada ar katru gadu turpina pieaugt, palielinās arī pārvadājumu apjoms. Abi augstāk minētie faktori aktualizē sabiedriskā transporta tirgus nozīmi; augošais pieprasījums un nepietiekamais valsts finansējums varētu būt pamudinoši apstākļi izmaiņām tirgus regulēšanā, tirgus struktūrā un konkurences stāvoklī.

- Likumdošanas aizsardzība (licencēšana)

Pasažieru pārvadājumu pakalpojumus Rīgas pilsētas administratīvajā teritorijā regulē Rīgas domes ‘Pasažieru komercpārvadājumu licencēšanas komisija’, kura izsniedz atļaujas pasažieru pārvadāšanai ar autobusiem un taksometriem, apstiprina maršruta shēmas, kā arī pārvadātāju piedāvātos braukšanas maksas tarifus [5].

Pasažieru pārvadājumus ar autobusiem, tramvajiem un trolejbusiem nodrošina viens pašvaldības uzņēmums – *SIA Rīgas satiksme*. Tātad, šobrīd šo pakalpojumu tirgus ir slēgts potenciāliem jaunienācējiem. Citu Eiropas pilsētu praksē nereti tiesības veikt autobusu pārvadājumus tiek piešķirtas konkursa kārtībā, piesaistot vairākus pakalpojumu sniedzējus un tādējādi veicinot tirgus konkurenci.

Tiesības sniegt maršruta taksometru pakalpojumus konkrētos maršrutos tiek piešķirtas Rīgas domē konkursa kārtībā; piedalīšanās konkursā ir atvērta visiem interesentiem. Tiesības tiek iegūtas uz 5 gadiem [6], kas vērtējams kā salīdzinoši ilgs laika termiņš, kas neveicina tirgus attīstības dinamiku un konkurenci.

- Pakalpojumu aizvietojamība

Regulāros pasažieru pārvadājumi Latvijā tiek nodrošināti ne tikai ar autobusiem, tramvajiem, trolejbusiem un maršruta taksometriem, bet arī ar vilcienu. Rīgas piepilsētas reģionā dzelzceļa pakalpojumi sasniedz 30% [7]. Maršrutu pārklājuma ziņā autobusu pārvadājumi praktiski tiek dublēti ar dzelzceļa pakalpojumiem. Dzelzceļa galvenās priekšrocības ir kustības ātrums, it īpaši sastrēgumu stundās.

Šobrīd Rīgas un Rīgas rajona ietvaros gan *SIA Rīgas satiksme*, gan *AS Pasažieru vilciens* tiek nodrošināti par salīdzināmām cenām, tādējādi radot savstarpēju aizstājamību. Rīgā braukšanas maksa *SIA Rīgas satiksme* transporta līdzeklī kopš 2000. gada nemainīgi sastāda 0.20 LVL [8]; maršruta taksometru izcenojumus arī apstiprina Rīgas domē, atbilstoši noteiktām tarifu robežām 0,20-0,40 LVL [5]; dzelzceļa braukšanas tarifi, savukārt, tiek pielīdzināti autopārvadātāju tarifiem [9]. Lai arī dzelzceļa transporta nodrošināšanas izmaksas ir augstākas nekā autobusiem, valsts dotācijas dzelzceļam ir lielākas, un pateicoties tam cenas tiek noturētas vienādā līmenī.

Konkurence šo pakalpojumu sniedzēju starpā uzskatāma par nosacītu, jo tā ir tieši atkarīga no valsts un pašvaldību politikas.

Tabula 3-1. Pasažieru skaits sabiedriskajā transportā Latvijā 2004. gadā (milj.).

Sabiedriskā transporta līdzeklis	Pārvadāto pasažieru skaits (milj.)	% no kopējā
Autobusi	145.9	37%
Elektrotransports (tramvaji, trolejbusi)	176.9	45%
Rajona maršruta autobusi	29.5	7%
Tālsatiksmes maršruta autobusi	19.6	5%
Iekšzemes pasažieru vilciens	23.5	6%
<i>Kopā</i>	<i>395.4</i>	<i>100%</i>

Par regulārā pasažieru autotransporta aizstājēju nosacīti uzskatāms arī iedzīvotāju privātais autotransports. Privātā transporta līdzekļu skaits Latvijā katru gadu turpina strauji pieaugt, valstij ieņemot līderpozīcijas ES personīgo automašīnu skaita pieauguma ziņā. Pēc Ceļu satiksmes drošības direkcijas datiem Latvijā šobrīd ir 1.011 milj. reģistrētu transporta līdzekļu, 2005. gadā pieaugumam sastādot 9% [3]. Tomēr aizvien pieaugošas degvielas izmaksas, kā arī sastrēgumi un nepietiekams autostāvvietu skaits, mazina šīs alternatīvas pievilcīgumu. Atsaucoties uz nozares ekspertu viedokli, pieaugošais automašīnu skaits nevis apdraud, bet gluži pretēji – veicina sabiedriskā transporta pakalpojumu tirgus izaugsmi.

- Brīvā jauda

Patreizējais sabiedriskā transporta noslogojums tuvojas maksimāli iespējamajam. Par to liecina arī pārpildītie sabiedriskā transporta līdzekļi populārākajās tā lietošanas stundās. Iekšzemes pasažieru pārvadājumos pa dzelzceļu tiek pārvadāta aptuveni 1/3 daļa no ārpuspilsētas satiksmē pārvadātajiem pasažieriem [12]. Atsevišķos reģionos, it īpaši Rīgas apkārtnē, sabiedriskā transporta sistēma nav iedomājama bez dzelzceļa. Ja tiktu pārtraukta elektrovilcienu satiksme, citi transporta veidi nespētu veikt adekvātus pakalpojumus. Teorētiski pilns jaudas noslogojums varētu veicināt konkurenci, jo norāda uz piedāvājuma nespēju segt tirgus pieprasījuma apjomu. Nozares specifikas un valsts politikas noteicošās lomas dēļ, tomēr šis faktors nav attiecināms uz doto tirgu.

- Valsts ietekme

Sabiedriskā transporta organizēšanu Latvijā veic 34 dažāda līmeņa valsts pārvaldes institūcijas – Satiksmes ministrija, rajona padomes un republikas pilsētas domes [13]. Šāda dalītās kompetences principa dēļ nereti rodas situācijas, kad maršrutu tīkla veidošanā netiek ievēroti kopējie maršrutu tīkla veidošanas principi, kas rada arī būtiskas atšķirības pakalpojumu pieejamībā un kvalitātē dažādos Latvijas reģionos. Sabiedriskā transporta organizēšanas shēma būtiski ietekmē arī pasažieru plūsmas dalījumu starp dažādiem transporta veidiem. Nosakot dotāciju apjomus, tiek ietekmētas pakalpojumu cenas. Tādējādi tiek nodrošināta pakalpojumu savstarpējā aizstājamība, kas nevar tikt uzskatīta par konkurenci valsts un pašvaldību lomu dēļ.

Braukšanas maksu pašvaldības uzņēmumiem nosaka Rīgas dome. Privātajām kompānijām braukšanas maksu apstiprina Rīgas domes Pasažieru komercpārvadājumu licencēšanas komisija, pamatojoties uz uzņēmumu iesniegtajiem ekonomiskajiem

pamatojumiem [5]. Braukšanas maksu dzelzceļa pakalpojumiem nosaka SPRK, apstiprinot dzelzceļa iesniegtos ekonomiskos pamatojumus [10].

- Izmaksu atšķirības

Katrs pasažieru vilciens, kas pārvietojas pa Latviju, par katru nobraukto km maksā 2,56 LVL par sliežu un citas infrastruktūras izmantošanu. Arī satiksmes autobusi tiek aplikti ar ceļa nodevu, kas sastāda 102 LVL gadā jeb vidēji 0.005 LVL par katru nobraukto km [2]. Augstāku dzelzceļa infrastruktūras lietošanas maksu kompensē arvien pieaugošās degvielas izmaksas autotransportam, kā arī lielākas valsts dotācijas.

- Valsts dotācijas

Kopš 2001. gada finansējuma apjoms sabiedriskajam transportam no valsts un pašvaldību budžetiem kaut arī nelielā apmērā, tomēr katru gadu turpina pieaugt [13]. 2006. gadā valsts noteiktais dotāciju apmērs dzelzceļa pasažieru pārvadājumiem sastādīja 15,7 milj. LVL (papildus tam tika saņemti vēl 4.1 milj. LVL), kamēr pārvadājumiem ar autobusu – 11,1 milj. LVL [2] (skat. Tabula 3-2). Salīdzinot dotāciju apjomu pret pārvadāto pasažieru skaitu, valsts un pašvaldību finansējums 2005. gadā sastādīja 580 LVL par vienu pārvadāto pasažieri pa dzelzceļu, kamēr tikai 61 LVL – par pasažieru pārvadāšanu ar autotransportu.

Tabula 3-2. Valsts dotācijas sabiedriskajam transportam.

	2005	2006
Sabiedriskais transports kopā	30.18	32.72
<i>no tā:</i>		
Dotācija pasažieru regulārajiem pārvadājumiem ar autobusiem	10.12	11.12
Dotācija ar invalīdu bezmaksas pārvadāšanu saistīto izdevumu kompensēšanai	4.02	4.02
Dotācija ar politiski represēto personu pārvadāšanu saistīto izdevumu kompensēšanām	1.11	1.15
Citu braukšanas maksas atvieglojumu finansēšana	0.09	0.62
Valsts pasūtījums pasažieru pārvadājumiem pa dzelzceļu	14.83	15.80

Tomēr dotāciju apjomi joprojām nav pietiekami, lai segtu pārvadātājiem radītos zaudējumus esošajā maršrutu tīklā un strauji paaugstinātu pakalpojumu kvalitāti, it īpaši lauku apvidos [13]. Pielikums 3-3 apkopo plānoto dotāciju apjomus sabiedriskajam transportam 2007.-2013. gadiem. Dati parāda, ka, sākot jau ar 2007. gadu dotācijas plānots palielināt gandrīz 2 reizes. Proporcionālais sadalījums vidēji ir 46% autotransportam un 38% dzelzceļa pārvadājumiem laika periodā 2005.-2013. gadiem.

3.4.2 Starppilsētu autotransports

Latvijā darbojas ap 30 iekšzemes autopārvadātāju. Reģistrēto licencēto autobusu skaits starppilsētu pārvadājumiem 2006. gadā kopumā sastāda 2,123 [2]. Tomēr praktiski katrs pakalpojuma sniedzējs darbojas reģiona ietvaros, un to apkalpotie maršruti nepārklājas.

Pieprasījums pēc starppilsētu autopārvadājumu pakalpojumiem pēdējo gadu laikā pieaug (skat. Pielikums 2-2).

Pieaug arī pakalpojumu cenas: 2003. gadā tās pieauga par 2,7%, savukārt 2005. gadā – par 25,2% [4]. Piemēram, biļete no Rīgas uz Liepāju 2003. gadā maksāja 3–4,05 LVL, bet šogad jau no 4,30 līdz 5,35 LVL.

Savstarpējā aizvietojamība dažādu transporta līdzekļu starpā starppilsētu maršrutos ir zemāka, nekā, piemēram, Rīgas un Rīgas rajona ietvaros, jo pieejamo pakalpojumu klāsts ir ierobežotāks. Tikai daļa autopārvadājumu maršrutu tiek dublēti ar dzelzceļa pakalpojumiem, kā arī maršruta taksometru pakalpojumiem.

3.4.3 Pasažieru pārvadājumi starptautiskos regulāros reisos

2005. gadā pasažieru pārvadājumus starptautiskajos regulārajos maršrutos Latvijā veica 15 reģistrētas firmas [7]. Pārvadājumu atļauju izsniegšanu pasažieru transportēšanai gan uz ES, gan citām valstīm pārrauga LR Satiksmes ministrijas Autosatiksmes departaments.

Lai arī dati par faktisko spēlētāju skaitu nav pieejami, tirgū tomēr vērojama konkurence. Autopārvadājumu sfērā spēcīgākie ir divi starptautiskie pasažieru autopārvadātāji – *Eurolines* un *Ecolines*. *Eurolines* piedāvā plašu maršrutu tīklu uz vairāk nekā 150 pilsētām visā Eiropā, kā arī Sanktpēterburgu un Maskavu [22]. *Ecolines* arī piedāvā plašu maršrutu klāstu, piedāvājot reisos uz vairāk kā 100 pilsētām visā Eiropā, Krievijā un Ukrainā [23]. Arī cenu un laika grafika ziņā abu pārvadātāju piedāvājums ir līdzvērtīgs.

Izmantojot Latvijā un ārvalstīs reģistrēto firmu piedāvātos pārvadājumus starptautiskajos regulārajos autobusu maršrutos, pasažieriem ir iespējas no Latvijas doties uz 38 pilsētām 12 valstīs. Dzelzceļa pakalpojumi ir pieejami uz vairākām no šīm valstīm Austrumu virzienā. Uz lielu daļu pilsētu pieejami arī avio reisi. Autobusu pārvadātāju priekšrocības ir zemākas cenas, taču arī sniegto pakalpojumu ērtība ir mazāka.

Autobusu pārvadātāji sajūt konkurences spiedienu arī no savu klientu – tūrisma aģentūru puses. Tā rezultātā tirgum raksturīga integrācija ar klientiem ('forward integration'), autobusu pārvadātājiem attīstot savu piedāvājumu no autobusa biļešu tirdzniecības līdz tūrisma pakalpojumu sniegšanai, ceļojumu plānošanai, u.c.

3.4.4 Autotransporta palīgdarbība

Latvijā darbojas kopskaitā 41 autoosta [15]. To darbību nodrošina publiskas¹² vai privātas kapitālsabiedrības; nereti šo uzņēmumu īpašnieku skaitā ir arī pilsētu pašvaldības vai

¹² Piemēram, Rīgas autoostas darbību nodrošina AS Rīgas starptautiskā autoosta, kas ir publiska akciju sabiedrība, kuras akcijas tiek kotētas arī Rīgas fondu biržā. Citi lielākie akcionāri ir SIA Rīgas satiksme (50%), VSAA (10%) un Segejs Serdjukovs (26%) [17].

rajonu padomes¹³. Parasti šie uzņēmumi apkalpo vienlaicīgi vairākas autoostas ģeogrāfiskā rajona ietvaros. Piemēram, *AS CATA* apsaimnieko autoostas Cēsīs, Ainažos, Ērgļos, Limbažos, Saulkrastos un Siguldā; *SIA Daugavpils AP* apkalpo autoostas gan Daugavpilī, gan Dagdā [16]. Tirgus spēlētāji un to sniegto pakalpojumu veidi apkopoti Pielikums 3-6. Kārtība, kādā tiek izvēlēts autoostas apsaimniekotājs, nav skaidra.

Autoostu apsaimniekošana šiem uzņēmumiem visbiežāk ir tikai viens no sniegto pakalpojumu veidiem. Saistīto jeb blakus pakalpojumu klāsts šiem uzņēmumiem ir plaši attīstīts; uzņēmumi pārvalda autoparkus un autoskolas, veic kravu pārvadājumus, neregulārus pābraucienus, remonta un apkopes pakalpojumus. Visbiežāk tomēr šie uzņēmumi nodrošina arī regulāros pasažieru pārvadājumus ar autotransportu konkrētā tirgus reģiona ietvaros, t.i. tirgū vērojama vertikālā integrācija.

Lai veicinātu Latvijas autoostu darba organizācijas kvalitātes paaugstināšanos un uzlabotu pasažieru apkalpošanas servisu, Satiksmes ministrija veic autoostu darba izvērtēšanas pasākumus, rīkojot konkursus un apbalvojot labākos autoostu apsaimniekotājus. Atsevišķos aspektos autoostu pakalpojumu kvalitāte varētu tiks uzlabota. Viena no šādām jomām ir autoostu darbības koordinācija un starp-autoostu informācijas plūsmas nodrošināšana, kas krietni uzlabotu ceļojumu plānošanas iespējas pasažieriem.

3.5 Kopsavilkums

- Pakalpojumu aizvietojamība un līdz ar to konkurence pasažieru regulārā autotransporta nozares organizācijas sistēmā visā Latvijā ir pilnībā valsts un pašvaldību regulēta
- Jaunu spēlētāju tirgū ienākšanas iespējas ir ierobežotas, jo autobusu, trolejbusu un tramvaju pakalpojumus sniedz tikai pašvaldības uzņēmumi; arī maršruta autobusu pakalpojumus regulē vietējās pašvaldības
- Rīgā maršrutu taksometru licences tiek izsniegtas uz laika termiņu 5 gadi, kas ir salīdzinoši ilgs laika posms, kas neveicina konkurenci
- Tirgus spēlētāju jauda nozarē ir pilnībā noslogota
- Pakalpojumu kvalitāti uzlabotu efektīvāki sabiedriskā transporta plānošanas procesi (tos patreiz veic 34 dažāda līmeņa valsts pārvaldes institūcijas)
- Konkurence vērojama starptautisko pasažieru pārvadājumu ar autobusiem jomā; to veicina vispārēja tūrisma nozares attīstība
- Konkurence neeksistē autotransporta palīgdarbības jomā, jo šīs funkcijas veic lielākoties pašvaldību uzņēmumi, kas nodrošina arī citus autotransporta pakalpojumus tirgus apgabalā

¹³ Piemēram, *AS CATA* akcionāri: Cēsu rajona padome (63%), Limbažu rajona padome (37%); *SIA VTU* Valmieras akcionāri: Valmieras rajona padome (100%).

Izmantotā literatūra

1. LETA, 05.07.2006.
2. Diena, 07.07.2006.
3. Dienas Bizness, 07.07.2006.
4. Neatkarīgā Rīta Avīze Latvijai, 07.07.2006
5. www.satdep.lv, skatīts 18.10.2006
6. www.taksi.lv, skatīts 20.10.2006.
7. www.sam.gov.lv, skatīts 06.09.2006.
8. Neatkarīgā rīta avīze, 14.08.2006.
9. www.pv.lv, skatīts 04.09.2006.
10. www.sprk.gov.lv, skatīts 07.09.2006.
11. www.atd.lv, skatīts 23.10.2004.
12. Transporta attīstības pamatnostādnes 2007.-2013. gadam, LR Satiksmes ministrija
13. Sabiedriskā transporta attīstības pamatnostādnes 2005.-2014. gadam, LR Satiksmes ministrija
14. Satiksmes ministrijas darbības stratēģija 2007.-2009. gadam, LR Satiksmes ministrija
15. Paziņojums presei, Satiksmes ministrija, 2006. gada 7. jūlijs.
16. LETA, 07.07.2006
17. www.autoosta.lv
18. www.cata.lv
19. www.vtu-valmiera.lv
20. www.kontakti.lv
21. www.aslap.lv
22. www.eurolines.lv
23. www.ecolines.lv

Pielikums 3-1

Rīgā darbojošies maršruta taksometru pakalpojumu sniedzēji 2005. gadā.

Uzņēmums	Virziens	Maršrutu skaits virziena ietvaros
SIA DMK	Vecmīlgrāvis	7
SIA Kort	Jugla	4
SIA Blands	Purvciems	7
P/S Maršrutu taksometru apvienība LLV	Pļavnieki	7
SIA Taksi LV	Ķengarags	4
SIA Centība N	Ziepniekkalns	3
A/S Rīgas taksometru parks	Zolitūde	3
A/S Rīgas taksometru parks	Bolderāja	2
SIA Vas SV	Imanta	4

Pielikums 3-2

Pasažieru pārvadājumi galvenajos transporta veidos 2000.-2005. gadi (tūkst.).

Pārvadājumu veids	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Pilsētu autobusus	124,016.7	124,233.4	126,186.9	132,067.3	145,944.7	165,918.3
Pilsētu elektrotransportā	175,429.6	171,742.5	170,805.3	166,918.9	176,948.5	182,310.0
Rajonu maršrutos	26,338.5	28,462.6	28,603.6	28,143.7	29,551.1	27,635.5
Tālsatiksmes maršrutos	14,989.4	16,176.1	18,148.7	18,885.0	19,613.3	19,958.6
Dzelzceļa transportā (iekšzeme)	17,502.0	19,609.8	21,531.2	22,602.0	23,855.8	25,569.0

Avots: LR Centrālā statistikas pārvalde, Latvijas statistikas ikmēneša biļetens 6 (145) 2005

Pielikums 3-3

Paredzamais finansējums sabiedriskā transporta sistēmas attīstības virzīnu īstenošanai Latvijā 2007.-2013. gadi (milj. LVL).

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Sabiedriskais transports kopā	53.14	57.96	62.15	67.68	71.56	75.67	80.10
<i>no tā:</i>							
Dotācija pasažieru regulāriem pārvadājumiem ar autobusiem*	21.06	23.48	24.02	26.18	27.75	29.42	31.19
Dotācija ar invalīdu bezmaksas pārvadāšanu saistīto izdevumu kompensēšanai	5.65	5.84	5.97	6.51	6.77	7.04	7.32
Dotācija ar politiski represēto personu pārvadāšanu saistīto izdevumu kompensēšanām	1.19	1.20	1.21	1.26	1.29	1.31	1.34
Citu braukšanas maksas atvieglojumu finansēšana	2.04	2.32	2.48	2.70	2.86	3.03	3.22
Valsts pasūtījums pasažieru pārvadājumiem pa dzelzceļu	23.20	25.12	28.47	31.03	32.89	34.86	36.95

*Aprēķinos izmantotas rajonu pašvaldību prognozes pārvadājumiem rajonu maršrutos

Pielikums 3-4

Starptautiskie regulārie autobusu maršruti no Latvijas.

Anglija (Londona)
 Baltkrievija (Minska, Vitebska, Polocka, Miori, Grodņa)
 Igaunija (Pērnavā, Tallina, Tartu)
 Krievija (Pleskava, Novgoroda, Maskava, Kaļiņingrada, Sanktpēterburga, Smoļenska)
 Polija (Varšava, Belastoka, Krakova, Zakopane)
 Lietuva (Zarasai, Kauņa, Klaipēda, Skoda, Viļņa, Palanga)
 Ukraina (Kijeva, Zaporožje, Doņeckā, Hersona, Jalta, Ļvova)
 Vācija (Minhene, Brēmene, Ķelne, Štutarte)
 Beļģija (Brisele)
 Francija (Parīze)
 Čehija (Prāga)
 Norvēģija (Oslo)

Pielikums 3-5

Maršrutu skaits regulārajiem autotransporta pasažieru pārvadājumiem Latvijā.

Maršrutu skaits	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Pilsētu autobusus	271	285	294	287	317	340	326
Rajonu maršrutos	1082	1100	1093	1091	1112	1159	993
Tālsatiksmes maršrutos	392	387	397	374	385	375	374

Pielikums 3-6

Autoostas un to apsaimniekotāji.

Uzņēmums	Autoostas	Pakalpojumi
AS Rīgas Starptautiskā autoosta AS CATA	Rīga Ainaži, Ērgļi, Limbaži, Saulkrasti, Sigulda, Cēsis	Autoostas Autobusu noma; kravas auto un autobusu remonts; autotransporta pakalpojumi; autoostas; pasažieru pārvadājumi; mikroautobusi; tahogrāfu pārbaude un remonts.
SIA VTU Valmiera	Valmiera, Valka, Smiltene, Rūjiena	Autobusu un mikroautobusu īre, noma vietējam un starpvalstu tūrismam; pasažieru pārvadājumi; autoskola; sabiedriskais transports; autoostas.
SIA "Madonas CB"	Valmiera, Madona	Autoostas; autobusu noma.
SIA "Jēkabpils AP"	Jēkabpils	Autoosta.
SIA "Ventspils reiss"	Ventspils	Autoosta.
SIA "Daugavpils AP"	Daugavpils, Krāslava, Ilūkste, Dagda	Autoostas.
SIA "Tukuma auto"	Tukums	Autoostas.
SIA "Gulbenes autobuss"	Gulbene	Autoostas.
SIA Mobile-A	Kuldīga	Starptautiskie un vietējie kravu pārvadājumi; transporta pakalpojumi; pasažieru pārvadājumi; tūrisma braucieni; autobusu noma, īre.
SIA Aips	Code	Autoosta; autotransporta pakalpojumi.
AS Liepājas autobusu parks	Liepāja	Pasažieru pārvadāšana regulāros maršrutos; autobusu parks – autobusu īre un remonts

SIA Dobeles autobusu parks

Autobusu un mikroautobusu noma; pasažieru pārvadājumi; sabiedriskais transports; autoosta. Autoosta; autobusu noma; transporta pakalpojumi. Autoostas.

SIA Jelgavas autobusu parks

Kā arī Alūksnes, Jēkabpils, Ludzas, Ogres, Preiļu, Saldus, Slokas, Talsu, Tukuma, Viļānu, Zilupes u.c. autoostas.

4 TAKSOMETRU PAKALPOJUMI

Nozare	Taksometru pakalpojumi
NACE klase	60.22
Tirgus apgabals	Rīga
Tirgus spēlētāju skaits	64
Tirgus koncentrācija	C-3=29%, C-5=40%, HI=0.05

4.1 Tirgus apgabals

4.1.1 Tirgus apgabala definēšana

Taksometru pakalpojumu tirgus apgabals definēts atbilstoši NACE klasifikatoram un attiecas uz ‘taksometru pakalpojumiem’ jeb ‘pārējā privāto mašīnu iznomāšana ar vadītāju’ (60.22).

4.1.2 Tirgus apgabala ierobežojumi

Tirgus ģeogrāfiskais apgabals šajā pētījumā ietver tikai Rīgu un Rīgas rajonu, jo šis apgabals pieprasījuma apjoma, patērētāju pirktspējas un struktūras (piem., pieaugošs tūristu skaits) dēļ varētu būt pievilcīgākais potenciālajiem tirgū ienācējiem.

Lai gūtu priekšstatu par taksometru pakalpojumu spektru plašākā Latvijas teritorijā, tika apskatīti arī Jelgavas un Dobeles pilsētas un rajoni. Jelgavā licences taksometru pārvaldājumiem ir izsniegtas 52 uzņēmumiem uz 70 taksometriem. Tirgus dalībnieki pārsvarā ir individuālie komersanti ar savu vieglo autotransportu; lieli uzņēmumi ar savu autoparku, kas parasti iegādāts uz līzingu, ierobežotā tirgus pieprasījuma dēļ nespēj sasniegt pietiekamu noslogojumu, kas nodrošinātu efektīvu darbību. Iemesls tam ir ne tikai skaitliski mazais iedzīvotāju skaits un zemāka pirktspēja nekā galvaspilsētā, bet arī salīdzinoši nelieli attālumi km. Dobelē taksometru pakalpojumus sniedz tikai viena automašīna, kas darbojas pilsētas autoostas sastāvā.

Ņemot vērā augstāk minētos piemērus, šī pētījumā ietvaros tiek uzskatīts, ka situācija pārējās Latvijas pilsētās var tikt raksturota kā monopolstāvoklis, kas dabīgi izveidojies ierobežotā tirgus pieprasījuma dēļ, vai arī tirgus sadalīts starp pāris individuāliem komersantiem ar personīgajām automašīnām. Ļaunprātīgas vienošanās, kas varētu pastāvēt starp individuāliem komersantiem, tiks pētītas Rīgas piemēra ietvaros.

4.2 Tirgus spēlētāju identifikācija

Tirgus spēlētāju, kas sniedz taksometru pakalpojumus Rīgā un Rīgas rajonā uz 2006. gadā, saraksts pieejams Pielikums 4-1.

4.3 Kvantitatīvie parametri

2006. gadā 59 uzņēmumi un 5 individuālā darba veicēji sniedza taksometru pakalpojumus Rīgā (skat. Tabula 4-1). HI indekss ir 0.05, kas ir ievērojami zemāks nekā teorētiski pieņemtā riska robeža 0.2. Tādejādi, saskaņā ar teoriju, taksometru pakalpojumu tirgū ir zems risks slepenu vienošanos pastāvēšanai un veidošanai. Tirgum raksturīga augsta sadrumstalotība, ko apliecina C-5 rādītājs 40% apmērā¹⁴.

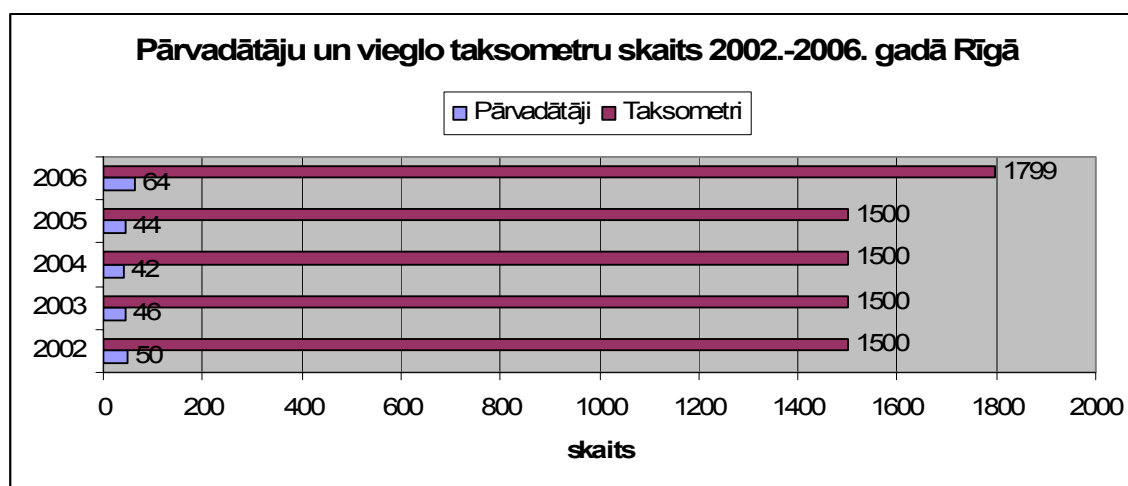
¹⁴ Tirgus struktūra noteikta, vadoties no taksometru skaita.

Tabula 4-1. Tirgus koncentrācijas rādītāji taksometru pakalpojumiem Rīgā.

Gads	Pakalpojuma sniedzēju skaits	Taksometru skaits	C-3	C-5	HI
2002	42	1 500	31%	44%	0.06
2005	44	1 500	-	-	-
2006*	64	1 799	29%	40%	0.05

*Dati par 2006. gada 1. aprīli

2005. gada jūnijā, atceļot Rīgas domes noteikto kvotu, kas taksometru skaitam pilsētā neļāva pārsniegt 1,500, tirgus spēlētāju skaits strauji pieauga par 45%, savukārt automašīnu – par 20% (skat. Attēls 4-1), liecinot par tālāku konkurences saasināšanos un tirgus piesātinātību [4]. Šo secinājumu pamato arī interviju laikā paustais ekspertu viedoklis par tirgus spēlētāju nespēju vienoties par kopējiem tirgus likumiem [1].


Attēls 4-1. Pārvadātāju un vieglo taksometru skaits Rīgā.

4.4 Kvalitatīvie aspekti

- Tirgus izaugsme

Taksometru pakalpojumu tirgus Rīgā pēdējo gadu laikā (2002.-2006.) uzrāda pozitīvu attīstības tendenci. Pieaug gan tirgus spēlētāju apgrozījums, gan arī aktīvo pārvadātāju un automašīnu skaits. Pierādījums pieaugošai tirgus piesātinātībai un konkurencei ir jaunu spēlētāju regulāra, lai arī īslaicīga parādīšanās tirgū. Tā īpaši vērojama zemākajā cenu segmentā, kur pakalpojumu cenas ir līdz pat 33-50% zemākas, nekā tirgus vidējā. Tirgus piesātinātība, kad uzņēmumi ir spiesti pielietot cenu pazemināšanas stratēģiju tirgus daļu palielināšanas nolūkos, uzskatāma par konkurenci apliecinošu faktu.

Vēl viens būtisks tirgus izaugsmes faktors ir ārzemju tūristu skaita pieaugums. 2005. gadā Latvijā viesojās 3.77 miljoni tūristu, kas ir par 24.4 miljoniem vairāk nekā 2004. gadā [9].

- Izmaksu struktūras atšķirības

Tirgus spēlētāji nosacīti iedalāmi četrās grupās atkarībā no izvēlētās biznesa stratēģijas:

1. firmas ar savu autoparku – apjoma priekšrocības tehniskās apkopes, degvielas, bāzes uzturēšanas un administratīvajās izmaksās;
2. firmas ar kluba autoparku (klubs apvieno skaitliski daudzus automašīnu vadītājus, kas pakalpojumu sniegšanā izmanto personīgās automašīnas) – nav apjoma priekšrocību, taču nepieciešams salīdzinoši mazāk līdzekļu bāzes uzturēšanai un administrācijai;
3. individuālie pakalpojumi sniedzēji – neizmanto apjoma priekšrocības, nav bāzes uzturēšanas un administratīvās izmaksas;
4. zemo izmaksu spēlētāji – zemas vai neeksistējošas tehniskās apkopes (jo jauns automašīnu parks, kas parasti iegādāts uz līzīngā nosacījumiem) un administratīvā atbalsta izmaksas.

Biznesa stratēģija nosaka arī uzņēmuma izmaksu struktūru.

Izmaksu struktūras atšķirības, un it īpaši zemo cenu spēlētāju klātbūtne, ir konkurenci veicinošs apstāklis. Zemo izmaksu spēlētāju centieni samazināt pakalpojumu cenas būtiski iespaido visu tirgu. Tomēr šādi paņēmieni darbojas tikai īsākā laika termiņā un nereti tiek uzskatīti par negodīgiem no pārējo tirgus dalībnieku puses.

- Tirgus atstāšanas barjeras

Tirgus atstāšanas barjeras taksometru pakalpojumu nozarē ir relatīvi zemas, jo investīcijas specializēto līdzekļu iegādē (piem., IT, dispečeru sistēma) ir salīdzinoši nelielas pret investīcijām nespecializētajos pamatlīdzekļos (piem., autotransports). Tādējādi, tirgus spēlētāji var salīdzinoši brīvi pamest spēles laukumu, kas teorētiski neveicina konkurences saasināšanos tirgū.

- Preču aizvietojamība

Taksometru pakalpojumi ir grūti aizstājami, jo to specifika ietver pasažiera nogādāšanu no ‘durvīm līdz durvīm’, kursējot bez noteikta maršruta un grafika. Līdz ar to sabiedriskais transports nevar tikt uzskatīts par taksometru pakalpojumu aizvietošanu.

Par vienīgo aizvietošanu, kas arī tomēr būtiski atšķiras pakalpojuma saņemšanas veida ziņā, uzskatāma personīgā automašīna. Latvija ir ES līderis jaunu automašīnu iegādē un personīgo automašīnu skaita pieaugumā. Eksperti uzskata, ka šis apstāklis tomēr neapdraud taksometru pakalpojumu tirgu, bet gluži otrādi – veicina tā attīstību. Lielā autotransporta plūsma pilsētā un autostāvvietu problemātika palielina taksometru klientu skaitu, it īpaši korporatīvo klientu segmentā.

- Cenu diskriminācija

Taksometru pakalpojumi ir grūti pārraugāma un kontrolējama nozare. Pakalpojuma kvalitāti ir grūti kontrolēt tā sniegšanas brīdī, kas samazina gan uzņēmuma iekšējās, gan ārējās valsts kontroles iespējas. Pakalpojuma saņēmējs nereti nevar iepriekš paredzēt saņemtā pakalpojuma cenu. Šādos apstākļos taksometru vadītājiem rodas iespējas cenu diskriminācijai. Nosakot nepamatoti augstu cenu par sniegtajiem pakalpojumiem taksometru vadītājs iegūst monopolistam līdzvērtīgas pozīcijas. Pastāv liecības, ka pakalpojuma maksa viena brauciena ietvaros var atšķirties līdz pat 2 reizēm. Tādejādi, tirgus neatbilst brīvās konkurences nosacījumam par ‘viendabīgu’ un līdzvērtīgu pakalpojumu pieejamību, jo tirgu izkropļo apgrūtinātā pieeja informācijai.

- Pakalpojumu diferenciacija

Tirgus dalībnieki, kuriem ir izveidots savs autoparks, ir ieinteresēti diferencēties un ieguldīt līdzekļus zīmola attīstībā, lai iemantotu priekšrocības, ko sniedz pastāvīga klientu bāze. No vienas puses šis aspekts aizkavē jaunu lielu uzņēmumu ienākšanu tirgū, taču no otras – veicina nišas spēlētāju parādīšanos. To apliecina arī fakts, ka kopš 2002. gada tirgus jaunienācēji lielākoties ir pārvadātāji ar 1-2 automašīnām, kuri bieži vien pamet tirgu jau nākamā vai aiznākamā gada laikā.

- Apjoma priekšrocības

Tirgū pastāv apjoma priekšrocības. Lai tirgū ienāktu uzņēmums ar savu autoparku un dispečera dienestu, optimāli jāveido vismaz 100 automašīnu liels parks. Apjoma ieguvumi attiecas arī uz degvielas iepirkšanu un citām izmaksu pozīcijām. Tas ierobežo jaunu lielu spēlētāju ienākšanu tirgū.

- Horizontālās un vertikālas integrācijas priekšrocības

Tirgū pastāv arī ar horizontālo un vertikālo integrāciju saistītas priekšrocības. Tā piemēram, vairākiem tirgus līderiem (*AS Rīgas taksometru parks, Taksi.LV*) pieder arī maršruta taksometru parki un tālsatiksmes autobusi, kas nodrošina administratīvo izmaksu ekonomēšanu, kā arī apjoma priekšrocības tādām izmaksu pozīcijām kā degviela, rezerves daļas, remonts, u.c.

Vertikālā integrācija izpaužas, dibinot meitas uzņēmumus saistītajās nozarēs, piemēram, remonts un tehniskā apkope. Toties degvielas piegādes pakalpojumu integrācija savā biznesa modelī sevi pierādījusi kā neefektīvu.

Uzņēmumi, kas ilgstoši darbojušies nozarē, spējuši attīstīt horizontālās un vertikālās integrācijas saites, kas nodrošina apjoma priekšrocības un tirgus attiecības, kas tirgus jaunienācējiem varētu nebūt pieejamas. Tādejādi, šis aspekts var kavēt jaunu dalībnieku ienākšanu tirgū.

- Pieeja izplatīšanas kanāliem

Tirgū pastāv vairāki pakalpojuma iegādes vai izplatīšanas kanāli:

1. dispečerdienests (telefons, internets);
2. pašvaldību stāvvietas;
3. nomātas stāvvietas (lidosta, autoosta, dzelzceļa stacija);
4. teritorijas, kas pieder patērētāju plūsmas nodrošinātājiem (viesnīcas, klubi);
5. ‘uz ielas’ jeb ‘brīva taksometra’ apstādīšana uz ielas;
6. korporatīvo klientu apkalpošana.

Tirgus spēlētājiem ir ierobežota pieeja 1. kanālam izmaksu struktūras dēļ, kas paredz minimāli 100 automašīnu bāzes izveidi rentablas darbības nodrošināšanai.

Pieeju 5. kanālam ierobežo aizvien pieaugošas benzīna cenas.

Pašvaldības stāvvietu skaits (2. kanāls) ir ierobežots (kopumā ierīkotas 138 vieglo taksometru stāvvietas Rīgā). Tirgus dalībnieki apliecina, ka vēsturiski izveidojies neoficiāls stāvvietu sadalījums starp galvenajiem tirgus spēlētājiem, kas ierobežo jaunu automašīnu piekļūšanu stāvvietām.

Nomātajās stāvvietās (3. kanāls) pieeju nosaka noslēgtie līgumi. Pilsētas centrā dominē *Riga Taxi*, savukārt lidostā – *AS Rīgas taksometru parks* automašīnas.

Pakalpojumu piegāde viesnīcām, spēļu zālēm, naktsklubiem (4. kanāls) parasti nosaka teritorijas īpašnieks. Vienošanas nosacījumi nav oficiāli uzskatāmi.

Pakalpojumu piegāde korporatīviem klientiem (6. kanāls) sastāda aizvien lielāku daļu kopējā tirgus apjomā (piem., *RTP* tā sastāda 26%). Tomēr, lai nodrošinātu kvalitatīvas pakalpojuma sniegšanas iespējas, optimālais auto parks sastāda 100 mašīnas.

Jaunie tirgus dalībnieki sastopas ar problemātisku pieeju 2., 3. un 4. piegādes kanāliem. Dalībnieki, kas vēlas izmantot 5. piegādes kanāla sistēmu, parasti ir individuālie komersanti, kas darbojas pēc cenu diskriminācijas principa. Jauni tirgus dalībnieki var apsvērt 1. un 6. punktā minēto pakalpojumu piegādēs iespējas, tomēr ņemot vērā apjoma priekšrocības, vertikālo un horizontālo integrāciju, kā arī diferenciacijas priekšrocības, kuras izmanto tirgus esošie dalībnieki, taksometru pakalpojumu nozare var arī nešķīst pietiekami pievilcīga potenciālajiem jaunienācējiem.

- Kapitāla prasības

Kapitāla prasības ir augstas, ja uzņēmums vēlas sniegt pakalpojumus ar dispečeru dienestu vai arī korporatīvo klientu segmentam. Individuālajiem komersantam, kas pakalpojumus sniedz ar personīgo automašīnu, būtisku barjeru tirgū ienākšanai nav.

- Valsts ietekme

Pašvaldību pārziņā ir taksometru tarifu pārraudzība, automašīnu stāža noteikšana, kā arī šoferu licenzēšana un pašvaldību stāvvietu uzturēšana. Valsts Metroloģijas centra pārziņā ir taksometru skaitītāju uzraudzība.

Nozīmīgu lomu konkurences veicināšanā taksometru tirgū valsts spēlēja 2005. gadā, kad tika atcelta pilsētu apkalpojošo taksometru skaita kvota. Laikā no 2001.-2005. gadam pastāvēja valsts noteikts ierobežojums taksometru skaitam Rīgā 1500 automašīnu apmērā; pēc kvotas atcelšanas šis skaitlis pieauga par 20% līdz 1799. Pieaugums daļēji balstījās uz tirgus lielāko spēlētāju autoparka paplašināšanos. Tā piemēram, kopējais piecu lielāko firmu (100-200 mašīnu autoparks) automašīnu skaits pieaugas par 11% (no 658 uz 728). Arī daudzi vidēja izmēra tirgus spēlētāji (15-30 mašīnas) spēja vienmērīgi paplašināt savus autoparkus. Tomēr tirgus izaugsme lielākoties balstīta uz jaunu spēlētāju ienākšanu tirgū, kas nodrošināja arī tālāku tirgus sadrumstalotību un konkurences saasināšanos. Jaunie spēlētāji pārsvarā bija mazi uzņēmumi (1-10 mašīnas), un to ietekme uz tirgus attīstību tālāk ir neskaidra.

Valsts ietekme tieši skar arī taksometru cenas, jo regulē pakalpojumu tarifus. Rīgas dome nosaka tarifu griestus, tādejādi pieļaujot cenas diferenciacijas iespējas tirgū. Šis aspekts aizsargā patērētāju intereses konkurences samazināšanās gadījumā. 35 no 55 pārvadātājiem, kas oficiāli saskaņojuši tarifus Rīgas domē, šobrīd piedāvā taksometru pakalpojumus noteikto tarifu 'griestu' apmērā. Tas nozīmē, ka 60% jeb 1,068 automašīnas ir pozicionētas augstākajā cenu segmentā, kurā pārstāvētas gan lielas firmas ar savu autoparku (5-7 firmas), gan arī daudzi vidēji un mazi uzņēmumi. No pieciem lielākajiem tirgus spēlētājiem, šajā segmentā ietilpst tikai trīs uzņēmumi, kas liecina pret dominējoša stāvokļa izmantošanu tirgū.

Nākotnē valsts iniciatīva konkurences veicināšanā saistās ar taksometru parku apvienošana zem vienota dispečera dienesta jeb vienota taksometru izsaukšanas tālruņa numura izveide. Teorētiski, tas samazinātu tirgū ienākšanas barjeras uzņēmumiem. Taču vienota tālruņa numura darbošanās iespējama tikai tādā gadījumā, ja patērētājs būs drošs par pakalpojuma vienotu kvalitāti, ko patreizējā situācijā augstās tirgus sadrumstalotības dēļ būtu grūti panākt. Patreiz taksometru pakalpojums būtiski atšķiras kvalitātes ziņā - automašīnas marka, stāžs (0-10 gadu amplitūda), kā arī cenas ziņā.

Vēl viens Rīgas domes ierosinājums ir taksometru vadītāju sertificēšana jeb šofera prasmju un zināšanu regulāra pārbaude. Šādi papildus noteikumi paaugstinātu un vienotu sniegto pakalpojumu kvalitāti, taču aizkavētu jaunu spēlētāju ienākšanu tirgū, celtu pakalpojuma sniegšanas izmaksas, kā arī saasinātu situāciju šoferu darba tirgū, kur jau šobrīd vērojams kadru deficīts [2]. Ierosinājumi sertificēšanai tiek iniciēti tieši no lielo pārvadātāju puses, un, ja tie tiks ievesti, vissāpīgāk skars vidējos un mazos uzņēmumus.

Neoficiālas vienošanās starp taksometra vadītājiem kropļo konkurenci pašvaldību stāvvietās. Tā kā taksometru nozare nav vienīgā, kurā jūtams izpildvaras kontroles trūkums, risinājums varētu būt nomas tiesību piešķiršana stāvvietās konkursa kartībā. Līdzīgi arī šoferu obligātā sertificēšana ar iespēju sertifikātu atsavināt pārkāpumu

gadījumos varētu mazināt agresīvu metožu izmantošanu stāvvietu sadalījuma aizstāvēšanā no ‘svešiem’ taksistiem, kāda tirgū pastāv šobrīd [1].

Vājās tirgus uzraudzības dēļ, tirgus spēlētāji nereti atrod veidus kā apiet noteikumus, tādējādi veicinot negodīgas konkurences attīstību. Lai nodrošinātu godīgu un veselīgu tirgus konkurenci, nepieciešams uzlabot noteikumu un normatīvo aktu, kas regulē taksometru pakalpojumu darbību, ievērošanu.

4.5 Kopsavilkums

- Tirgus piedāvājums ir piesātināts; tirgū sastopami skaitliski daudzi pakalpojuma sniedzēji un to starpā valda sīva konkurence
- Tirgus ierobežojumu (taksometru skaita kvota) atcelšana būtiski veicinājusi konkurenci
- Apjoma ekonomijas, vertikālās un horizontālās integrācijas priekšrocības spēlē nozīmīgu lomu tirgū un aizkavē jaunu spēlētāju tirgū ienākšanas iespējas
- Pieeja atsevišķiem izplatīšanas kanāliem tirgū ir necaurspīdīga, kas kropļo tirgus konkurenci
- Līdzšinējā valsts ietekme kopumā vērtējama kā konkurenci veicinoša (taksometru skaita kvotas atcelšana) un patērētāju intereses aizstāvoša (vadītāju sertificēšana, tarifu griesti); arī turpmākās iniciatīva vienota taksometru izsaukšanas tālruņa izveidē vērtējama pozitīvi
- Nozares vājās pārraudzīšanas un pakalpojumu sniedzēju ierobežotās kontrolēšanas iespējas kropļo tirgus konkurenci (cenu tarifi, pašvaldību stāvvietas, u.c.)

Izmantotā literatūra:

1. Leopolds Muižnieks, AS Rīgas taksometru parks, Valdes priekšsēdētājs, Intervija, 2006. gada 26. jūlijs
2. Vitālijs Reinbahs, Latvijas autopārvadājumu nozares arodbiedrība, Valdes priekšsēdētājs, Intervija, 2006. gada 26. jūlijs
3. Rudīte Reveliņa, Rīgas domes satiksmes departamenta direktora vietniece, Intervija, 2006. gada 31. jūlijs
4. Rīgas domes satiksmes departamenta statistikas dati
5. Nozare.lv
6. LETA
7. Business & Baltija
8. Dienas Bizness
9. www.tava.gov.lv
10. www.visiteurope.com

Pielikums 4-1

Rīgas taksometru pakalpojumu sniedzēji un taksometru skaits 2002. gadā.

No.	Nosaukums	KF	Skaitis	%(no kopējā automašīnu skaita)
1	Rīgas taksometru parks	AS	205	11.40%
2	Rīgas motors	SIA	196	10.89%
3	Limuzīnu centrs	SIA	114	6.34%
4	Transporta grupa Rīga taxi	KS	108	6.00%
5	Vita Vox	SIA	105	5.84%
6	Ormanis Taxi	SIA	98	5.45%
7	Zelta Zirgs	AS	86	4.78%
8	Vējiņš-3	SIA	81	4.50%
9	Rīgas transporta sabiedrība	SIA	74	4.11%
10	Vudi Taxi	SIA	60	3.34%
11	Taksi LV	SIA	59	3.28%
12	Jūras dzīves kompānija	SIA	49	2.72%
13	Aivesta	SIA	49	2.72%
14	Lillija	SIA	48	2.67%
15	Autoceļš-2	SIA	40	2.22%
16	Rīga 800 imperials	SIA	35	1.95%
17	Eurobalt SV	SIA	30	1.67%
18	Elite Taxi	SIA	30	1.67%
19	Avois	SIA	30	1.67%
20	Gaišs	SIA	28	1.56%
21	A.H.A.	SIA	22	1.22%
22	Skante	SIA	19	1.06%
23	Alviksa	SIA	19	1.06%
24	Krustceles A.J.	IU	17	0.94%
25	Taksi DJ	SIA	16	0.89%
26	Viens plus trīs	SIA	14	0.78%
27	Taksi Aivesta	SIA	13	0.72%
28	Bigi	SIA	13	0.72%
29	Taksi COM	SIA	12	0.67%
30	Bažur	SIA	11	0.61%
31	Auto SOS	SIA	11	0.61%
32	Tornado T	SIA	10	0.56%
33	Taxi Elegance	SIA	10	0.56%
34	Pegass A	SIA	9	0.50%
35	Marits	SIA	9	0.50%
36	Lars 2	SIA	7	0.39%
37	Taxi-Cab	SIA	6	0.33%
38	Taxi	SIA	6	0.33%
39	Lei un Cro	SIA	6	0.33%
40	Gabriella & Co	SIA	6	0.33%
41	Elti motors	SIA	6	0.33%
42	Rīgas rente	SIA	4	0.22%
43	Ekspressis serviss	SIA	3	0.17%

44	Aloe-Neo	SIA	3	0.17%
45	ZVV	IU	2	0.11%
46	Sprincis Mārtiņš	IK	2	0.11%
47	Li	IK	2	0.11%
48	Vēveris Egils	IDV	1	0.06%
49	Transporta serviss	SIA	1	0.06%
50	Taxi 4 You	SIA	1	0.06%
51	SPL 1	IU	1	0.06%
52	Ruse motors	SIA	1	0.06%
53	Rodjko francs	IDV	1	0.06%
54	Rīgas motors taxi	SIA	1	0.06%
55	Olna 2004	IDV	1	0.06%
56	Maxi Taxi	SIA	1	0.06%
57	Luras	SIA	1	0.06%
58	Golars	SIA	1	0.06%
59	Geks Pēteris	IDV	1	0.06%
60	Bonjour	SIA	1	0.06%
61	Beibeži	SIA	1	0.06%
62	Balodis Egils	IDV	1	0.06%
63	Alfa Della	SIA	1	0.06%
64	Fautor IT	SIA	0	0.00%
			1799	

* 2002. gada tirgus ienākušas firmas

** no kuriem 6 limuzīni

5 KRAVU AUTOTRANSPORTS UN PĀRĒJO TRANSPORTA AĢENTŪRU DARBĪBA, GLABĀŠANA UN NOLIKTAVU SAIMNIECĪBA

Nozare	Kravu autotransports
NACE klase	60.24
Tirgus apgabals	Latvija
Tirgus spēlētāju skaits	Ap 3000
Tirgus koncentrācija	C-5<1, HI=0

Nozare	Pārējo transporta aģentūru darbība
NACE klase	63.40
Tirgus apgabals	Latvija
Tirgus spēlētāju skaits	Ap 600
Tirgus koncentrācija	n/a

Nozare	Glabāšana un noliktavu saimniecība
NACE klase	63.12
Tirgus apgabals	Latvija
Tirgus spēlētāju skaits	n/a
Tirgus koncentrācija	n/a

5.1 *Tirgus apgabals*

Kravas autotransporta nozare šajā nodaļā definēta atbilstoši NACE klasifikatoram un ietver:

- ‘kravu transportu ar automobiļiem, t. sk. kokmateriālu un lopu pārvadājumi, smago kravu pārvadājumi, refrižeratorpārvadājumi, neiesaiņotu preču pārvadājumi, ieskaitot pārvadājumus ar autocisternām, automobiļu pārvadājumi, trešo pušu savāktu atkritumu transports. Šajā klasē ietilpst arī mēbeļu pārvadāšana, kravas automobiļu iznomāšana ar vadītāju un zirgu kravas transports’ (60.24).

Saskaņā ar klasifikāciju šajā klasē neietilpst kravas pārvietošanas termināļu darbība, atkritumu pārvadāšana kā neatņemama atkritumu savākšanas darbību daļa, pasta un kurjeru darbība, automobiļu piespiedu evakuācija, automobiļu apkope un remonts par samaksu.

Šīs nodaļas apskatā iekļauti arī ekspeditoru pakalpojumi (nodrošina kravas nosūtīšanu ar auto, jūras vai gaisa transportu). Kravas autotransporta pakalpojumu sniedzēji un ekspeditori uzskatāmi par vienota tirgus dalībniekiem, jo, izmantojot viens otra pakalpojumus, gala klientiem tie sniedz pakalpojumus kravu transportēšanā. Kravas transporta īpašnieki ir ekspeditoru piegādātāji, kuri atkarībā no sava biznesa modeļa ir vairāk vai mazāk vertikāli integrēti iegādes ķēdē, atstājot klienta apkalpošanu ekspeditoru ziņā vai arī nodrošinot pilnu servisu paši. Ekspeditoru pakalpojumi apskatīti NACE klases ‘pārējās transporta aģentūras’ ietvaros (63.4).

Arī ‘glabāšana un noliktavu saimniecība’ (63.12) ir iekļauta šajā nodaļā, jo šis pakalpojums ir svarīgs posms kravas autotransporta loģistikas ķēdē. Glabāšanas un noliktavu saimniecības sfēra apskatīta kravas autotransporta piegādātāju pozīciju analīzē šīs nodaļas sadaļā 5.4.

5.2 *Tirgus spēlētāju identifikācija*

Statistika par ekspeditoru un kravas autotransporta īpašnieku skaitu par doto laika posmu diemžēl ir ļoti ierobežota. Iemesls tam ir 2006. gada sākumā atceltā ekspeditoru sertificēšana. Tā kā dati par citiem laika periodiem arī nav pieejami, nav iespējams izvērtēt arī tirgus attīstības tendences spēlētāju skaita ziņā. Kravas automašīnu īpašnieki atrodas Ceļu satiksmes drošības direkcijas (CSDD) uzskaitē, taču apkopotu datu par uzņēmumu skaitu un tiem piederošajām automašīnām nav. Latvijas nacionāla kravas ekspeditoru asociācija sniedz informāciju par kopējo sertificēto ekspeditoru skaitu 2005. gada beigās.

Jaunākie Centrālās Statistikas pārvaldē pieejamie dati un preses publikācijām par noliktavu saimniecību pieejami par 1999. gadu [18]. Pēc tam glabāšana un noliktavas saimniecība iekļauta būvniecības statistikas radītājos, tomēr šie radītāji ietver arī skaitļus, kas nav tieši attiecināmi uz kravu uzglabāšanu.

5.3 Kvantitatīvie parametri

5.3.1 Kravas mašīnu īpašnieki

Kravas mašīnu skaits pa to īpašniekiem diemžēl nav pieejams ne Centrālajā statistikas pārvaldē, ne CSDD. Tāpat nav pieejami arī dati kravas pārvadātāju apgrozījumam. Pēc industrijas ekspertu aplēsēm tirgu veido ap 3,000 kravas mašīnu īpašnieki; tirgus koncentrācija ir ļoti zema: līdz 5 uzņēmumiem ar mašīnu skaitu 50-100, ap 20 uzņēmumu ar mašīnu skaitu 20-50, pārējo tirgus dalībnieku īpašumā ir mazāk nekā 20 mašīnas.

Ņemot vērā tirgus ekspertu indikācijas, HI indekss tuvojas 0, jo pat lielākie kravas autotransporta īpašnieki nesasniedz 1% tirgus daļu. Arī C5 indekss ir zem 1%. Realitātē tirgus koncentrācijas rādītāji ir vēl zemāki, jo tajā aktīvi darbojas arī kravu pārvadātāji no Lietuvas un Igaunijas. Ņemot vērā arī šos uzņēmumus, kopējais tirgus dalībnieku skaits varētu sasniegt ap 10,000.

5.3.2 Ekspeditori

Pēc Latvijas nacionālas kravas ekspeditoru asociācijas datiem 2005. gadā beigas Latvijā bija 600 sertificēti ekspeditori. Dati par ekspeditoru tirgus daļām nav pieejami, taču industrijas eksperti uzskata, ka neviens no tirgus dalībniekiem neizmanto dominējošu stāvokli, un nozarē pastāv asa konkurence. Konkurenci saasina arī fakts, ka Latvijas tirgu jau vairākus gadus apkalpo arī Lietuvas un Igaunijas kravu ekspeditori.

5.3.3 Glabāšana un noliktavu saimniecība

Tirgū sastopami daudzi uzņēmumi, kas, nedaudz modernizējot PSRS laikā būvētās noliktavas, piedāvā tirgū vidējas kvalitātes glabāšanas pakalpojumus (piem., *Mono, Abava*). Šīs noliktavas orientētas uz mazo un vidējo uzņēmumu vajadzību apmierināšanu, kuru vajadzības nepārsniedz 5,000 kvadrātmetrus. Tirgus piedāvājums noliktavām virs 5,000 ir ļoti ierobežots. Tāpat ierobežots ir arī augstas kvalitātes uzglabāšanas noliktavu piedāvājums. Līdz ar to secināms, ka profesionālo noliktavu segments šobrīd ir salīdzinoši neattīstīts. Uzņēmumi ir noliktavas, kas būvētas un tiek izmantotas uzņēmumu iekšējām vajadzībām (piem., *VP Market*, u.c. mazumtirgotāji).

Ģeogrāfiski vairāk nekā 70% no kopējās noliktavu platības atrodas Rīgas rajonā. Reģionos noliktavu saimniecības pakalpojumi ir vāji attīstīti [18, 23]. Lielākā attīstība vērojama ostās [24], taču šī nozare apskatīta Nodaļā 12 'Ostu palīgdarbība'.

5.4 Kvalitatīvie parametri

- Tirgus izaugsme

Kravu apgrozība Latvijā aizvien palielinās, t.sk. arī auto kravu [12] (skat. Pielikums 5-1). Līdz ar Latvijas iestāšanos ES 2004. gadā tirgus pieaugums palielinājās divas reizes visiem transporta veidiem. Tomēr līdz ar pieprasījuma izaugsmi būtiski palielinājusies

ieaugusi arī uzņēmumu jauda, tādejādi saasinot tirgus konkurenci [14]. Pastāvīgi pieaug arī tirgus spēlētāju skaits; apstākli pastiprina arī jaunienācēju parādīšanās no Lietuvas un Igaunijas.

- Uzņēmumu brīva jauda

Līdz ar Latvijas iestāšanos ES spēkā stājās arī noteiktie robežu šķērsošanas atvieglojumi, kuru rezultātā transporta īpašnieki sāka pastiprināti izvairīties no transporta dīkstāves uz robežām, aktīvāk plānojot un uzlabojot loģistikas plānošanu. Atvieglojumu rezultātā atbrīvojās 25-30% auto transporta jaudas, un to pašu maršrutu varēja izpildīt par 25-30% ātrāk [14]. Jaudas palielināšana saasināja konkurenci tirgus spēlētāju starpā, kā arī veicināja cenu pazemināšanos tirgū.

Tirgus eksperti norāda arī uz to, ka, jaudas palielinājumam apsteidzot pieprasījuma izaugsmi, tirgū var tikt izraisīts cenu kritums un tam sekojošs bankrotu vilnis [17]. Tomēr piedāvājuma puses straujo attīstību un ‘tirgus pārkāršanu’ ierobežo tirgū pastāvošais šoferu deficīts.

- Apjomu ekonomija

Ekspeditoru pakalpojumu specifika nosaka, ka līdz ar apjoma pieaugumu aktivitātēs darbību koordinācija kļūst aizvien sarežģītāka. Līdz ar to šajā tirgū nepastāv apjomu ekonomijas iespējas, jo katra pasūtījuma izpilde ir vienlīdz resursu ietilpīga. Tā rezultātā ekspeditoru pakalpojumu tirgum raksturīgs augsts spēlētāju skaits, augsta sadrumstalotība un zema koncentrācija.

- Klientu pozīcijas

Klientu pozīcijas nerada draudus konkurencei; tieši otrādi – iespēja brīvi pārslēgties starp ekspeditoriem vai izmantot vairāku firmu pakalpojumus pastiprina klienta pozīcijas izdevīgāka piedāvājuma saņemšanai. Lai stiprinātu savas pozīcijas, klienti dažreiz dod priekšroku tāda lieluma uzņēmumiem, kuros viņi nodrošina nozīmīgu apgrozījuma daļu. Kravas īpašnieki nereti izvēlas sadarboties ar maziem uzņēmumiem, kuriem tie būtu nozīmīgi klienti un tādejādi saņemtu augstākas kvalitātes servisu. Šis aspekts pamato augsto spēlētāju skaitu un zemo tirgus koncentrāciju. Klienti izmanto savas iespējas izvēlēties pakalpojuma piegādātājus starp tūkstošiem Baltijas firmu, un tas veicina konkurences attīstību tirgū.

- Piegādātāju pozīcijas

Transporta īpašnieki

Transporta īpašnieku tirgus nav koncentrēts. Pieejams transports arī no Lietuvas, Igaunijas, Polijas un citu valstu uzņēmumiem. Piegādātāji var ietekmēt tirgus cenas tikai sezonas ‘peak’ laikā, kad visā tirgū jūtams automašīnu deficīts. Piemēram, Baltijas tirgū ‘karstākā’ tirgus sezona ir vasara, kad palielinās dzērienu un celtniecības materiālu apgrozība.

Konkurenci veicinošs faktors ir arī augstā attiecība starp transporta izmaksām un pārvadātās kravas vērtību. Kā liecina tirgus eksperti līdz 90% pārvadājumu sastāda ir krava, kur transporta izmaksas sasniedz līdz pat 30% no kravas vērtības (piemēram, celtniecības materiāli, pārtikas produkti, u.c.). Salīdzinoši augsts transporta izmaksu īpatsvars attiecībā pret produkta pašizmaksu rada papildus motivāciju efektīvāka piedāvājuma meklēšanai, tādejādi veicinot konkurenci tirgū.

Glabāšana un noliktavu saimniecība

Noliktavu saimniecības nozarē Latvijā vērojama izteikta tirgus segmentācija pakalpojumu kvalitātes ziņā. Lai arī zemas un vidējas kvalitātes noliktavas ir skaitliski daudzas un pieejamas, augstas kvalitātes noliktavu pieejamība ir ierobežota. Esošais tirgus piedāvājums galvenokārt orientēts uz mazo un vidējo uzņēmumu vajadzībām, nodrošinot noliktavu telpas līdz 5,000 kvadrātmetriem. Lielākas un moderni aprīkotas noliktavas lielākoties sastopamas tikai firmu iekšējām vajadzībām (piem., *VP Market*, u.c.). Tomēr jau tagad vērojama noliktavu sfēras attīstība. Veiksmīgi attīstās noliktavas, kas apkalpo vairumtirgotājus. Tirgus eksperti prognozē jaunu spēlētāju ienākšanu tirgū; tuvākajā laikā Latvijā sagaidāmi 3-4 noliktavu būvniecības projekti ar 100-200 tūkst. kvadrātmētru telpām.

Industrijas dalībnieki tuvākajā nākotnē paredz vertikālu integrāciju tirgū, jo uzņēmumiem, kas specializējas tikai kravu glabāšanā un noliktavu apsaimniekošanā ir grūti izdzīvot bez stratēģiska sadarbības partnera (piem., *Baldis* apkalpo *RIMI Latvia* noliktavas, *Baltā Bura* un *DPD/Bizpak* ar *Drogas*). Tas nozīmētu augstāku koncentrāciju piegādātāju tirgū, tādejādi saasinot konkurenci kravu pārvadājumu jomā.

Valstij ir būtiska ietekme uz glabāšanas un noliktavu saimniecību, jo valsts nosāka preču uzskaites un nodokļu iekasēšanas normatīvus, kā arī sanitāras normas. Tirgus eksperti apgalvo, ka līdz Latvijas iestāšanai ES vietējā likumdošana un tiesības akti, kas regulēja PVN iemaksas un sanitāras normas, pozicionēja Latvijas uzņēmumus nelabvēlīgās pozīcijās attiecībā pret Lietuvas un Igaunijas konkurentiem [22, 23]. Tā rezultātā tranzītu kravu apjoms samazinājās, un vairākas noliktavas bija spiestas pārtraukt savu darbību [21]. Loģistikas nozare ātri reaģē uz likumdošanas izmaiņām, tāpēc valsts iestādēm ieteicams pastiprināt saikni ar nozares institūcijām, attīstot mehānismus, kas ļauj uzņēmumiem operatīvi informēt valsts iestādes par likumdošanas ietekmi uz tirgu.

Latvijai ir labvēlīgs ģeogrāfiskais stāvoklis Baltijas noliktavu termināļu izvietojšanai. Līdz ar to valstij jāveicina nozares attīstība gan ar likumdošanas, gan atbilstošu mācību programmu izveidi. Speciālistu trūkums ir viena no nozares būtiskākajām problēmām. Toties valsts iniciatīva varētu veicināt loģistikas centra izveidi Latvijā, vienlaikus arī palielinot konkurenci no jaunu ienācēju puses un tirgus piedāvājuma attīstību.

- Ieguldījumi tirgū ienākšanai

Ekspeditori

Ekspeditoru pakalpojumu sniegšana neprasa lielus ieguldījumus. Teorētiski ikviena fiziska vai juridiska persona var uzsākt darbību tirgū ar minimāliem ieguldījumiem. Tirgū vērojama tāda parādība kā ‘dīvānu ekspeditori’ [11], t.i. privātas vai juridiskas personas, kas piedāvā ekspeditoru pakalpojumus, neuzņemoties juridisku atbildību par kravas transportēšanu. Tas liecina par salīdzinoši vieglu pieeju tirgum, jo ekspeditori darbojas tikai kā starpnieki starp kravas un transporta līdzekļu īpašniekiem. Esošie tirgus dalībnieki izjūt asu konkurenci no tirgus jaunienācēju puses, jo tie nereti sniedz pakalpojumus par ļoti zemām jeb ‘dempinga’ cenām [11]. Šādi jaunienācēji tomēr pārsvarā konkurē ar ekspeditoriem, kas apkalpo mazos un vidējos uzņēmumus. Lai panāktu lielo klientu apkalpošanu, nepieciešamas lielākas investīcijas, kā arī pieredze un reputācija.

Piegādātāji

Ienākšana tirgū ietver transporta iegādi un šofera nodarbināšanu. Ja finansējumu transporta iegādei šobrīd iegūt ir salīdzinoši vienkārši, tad smagā autotransporta šoferu darba tirgū jūtams darbaspēka trūkums. Vairāki avoti liecina, ka tirgū trūkst ap 500 šoferiem [13, 14, 15]. Šoferu deficīts var atstāt negatīvu iespaidu uz vietējo uzņēmumu konkurētspēju pret Lietuvas, Igaunijas, Polijas un citu valstu pārvadātājiem.

- Licencēšana

Industrijas dalībnieki uzskata, ka tirgū ienākšana ir tik vienkārša, ka nepieciešama tirgus aizstāvēšana ar obligātās licencēšanas prasību atjaunošanu [16]. Publiski izskanējusi asa kritika no tirgus spēlētāju puses par ‘dīvānu ekspeditoriem’, t.i. privātām vai juridiskām personām, kuru rīcībā ir tikai ‘zīmulis un telefons’, taču trūkst atbilstošas izglītības, pieredzes un zināšanu. Lai arī šādi jaunienācēji veicina konkurenci un pazemina tirgus vidējo cenu, tie arī pazemina vidējo pakalpojumu kvalitāti tirgū.

- Valsts ietekme

Obligāta ekspeditoru licencēšana tika atcelta 2005. gadā. Šobrīd industrijas dalībnieku viedokļi dalās. Daļa pauž viedokli, ka valstij jāatsāk licencēšana, lai sekmētu kvalitātes standarta ieviešanu tirgū. Otra tirgus dalībnieku daļa uzskata, ka obligātā licencēšana samazina Latvijas ekspeditoru konkurētspēju, jo saskaņā ar ES noteikumiem citu valsts uzņēmumiem nav nepieciešama licence, lai piedāvātu pakalpojumus Latvijā.

Tirgu regulē arī ES normatīvi, kas attiecas uz digitālo tahogrāfu un EURO 4 dzinēja standarta ieviešanu, un samazina mazo pārvadātāju darbības iespējas rietumu virzienā.

Nākotnē iespējamā valsts ietekme uz pārvadātāju darbību ir pavadzīmju rēķinu atcelšana un turpmāka dokumentu apgrozījuma atvieglošana. Tas var izraisīt līdzīgas sekas kā 2004. gadā līdz ar iestāšanos ES noteiktie robežu šķērsošanas atvieglojumi, kas deva pozitīvu impulsu tirgus attīstībā, jo būtiski samazināja piegādes laiku (to pašu maršrutu varēja izpildīt par 25-30% ātrāk). Tā rezultāta atbrīvojas arī 25-30% autotransporta jaudas, kas paaugstināja konkurenci tirgus spēlētāju starpā.

5.5 Kopsavilkums

- Kravu autotransporta un ekspeditoru pakalpojumu tirgum raksturīgs augsts spēlētāju skaits, izteikta sadrumstalotība un zema koncentrācija
- Zemās tirgū ienākšanas barjeras veicina konkurences attīstību nozarē; tirgū ienāk ne tikai individuāli pakalpojumu sniedzēji (t.s. ‘dīvāna ekspeditori’), bet arī spēlētāji no Lietuvas un Igaunijas
- Valsts atceltās tirgus dalībnieku licencēšanas prasības veicina starptautisku konkurenci, taču pazemina tirgus kvalitātes standartus
- Glabāšanas un noliktavu saimniecības nozare pagaidām ir vāji attīstīta ar ierobežotu tirgus piedāvājumu un tirgus spēlētāju skaitu.

Izmantotā literatūra

1. LETA. 19.05.2004.
2. Latvijas Avīze. 27.03.2006.
3. Diena. 17.11.2003.
4. Lursoft.
5. Intervija, EKL/LS (UPS pārstāvis) darbinieks.
6. Dienas Bizness. 09.03. 2006.
7. Latvijas Avīze. 27. 03. 2006.
8. Diena. 20.04.2006.
9. Latvijas Avīze. 27.03.2006.
10. LETA. 28.07.2006.
11. Dienas Bizness. 17.05. 2006.
12. Transports 2005. Centrāla statistikas pārvalde.
13. Diena. 22.05.2006.
14. Latvijas Vēstnesis. 29.12.2004.
15. Latvijas Avīze. 09.03.2005.
16. Dienas Bizness. 17.05. 2006.
17. Dienas Bizness. 12.10.2006.

Pielikums 5-1

Kravu apgrozība galvenajos transporta veidos (miljonu tonnkilometru).

Gads	Dzelzceļa transports	Automobiļu transports	Aviācijas transports
2000	13,310	4,789	7
2001	14,179	5,359	7
2002	15,020	6,160	10
2003	17,955	6,763	18
2004	18,618	7,309	22
2005	19,779	8,547	31

Avots: Transports 2005. Centrāla statistikas pārvalde.

6 CAURUĻVADU TRANSPORTS

Nozare	Cauruļvadu transports
NACE klase	60.30
Tirgus apgabals	Latvija
Tirgus spēlētāju skaits	1
Tirgus koncentrācija	C-1=100%, HI=1

6.1 Tirgus apgabals

Cauruļvadu nozare ir definēta atbilstoši NACE klasifikatoram un ietver ‘gāzes, naftas, naftas produktu un citu šķidrumu transportēšanu pa cauruļvadiem’ (60.30).

Latvijā sastopami trīs veidu cauruļvadi: 1) ūdens, 2) gāzes, 3) naftas un naftas produktu. Pētniecisko interesi skar tikai naftas un naftas produktu cauruļvads, jo vienīgi tas veic komerciālas darbības. Gāzes cauruļvads (1,280 km maģistrālais gāzesvads ar atzariem) pieder *AS Latvijas Gāze* un tiek izmantots gāzes piegādes vajadzībām Latvijas teritorijā; šo sfēru regulē SPRK. Pilsētas ūdensvadi pieder pašvaldībām, piemēram, *SIA Rīgas ūdens* vienīgais īpašnieks ir Rīgas pilsētas pašvaldība [2].

Tirgus ģeogrāfiskais apgabals šajā pētījumā ietver visu Latviju. Nodaļā apskatītas arī Latvijas attiecības ar kaimiņvalstīm cauruļvadu pakalpojumu starptautiskā rakstura dēļ. Latvijā sastopami arī vietēja nozīmīguma naftas produktu cauruļvadi, tomēr tie netiek iekļauti analizē, jo neveido ‘tirgu’, bet tiek izmantoti iekšējam cauruļvadu īpašnieku vajadzībām (piemēram, *SIA Man-Tess* cauruļvads Rīgā) [3].

6.2 Tirgus spēlētāju identifikācija

Latvijā atrodas viens jēlnaftas cauruļvads ar jaudu 16 milj. tonnu/gadā un viens naftas produktu vads ar jaudu līdz 8 milj. tonnām gadā. Cauruļvadu kopgarums pasniedz 700 km, un tas nodrošina naftas un naftas produktu piegādi termināļiem Ventspils ostā un Mažeikū naftas pārstrādes rūpnīcā [4]. Cauruļvadi pieder Latvijas - Krievijas kopuzņēmumam *SIA LatRosTrans*.



Attēls 6-1. Cauruļvadi Latvijā.

6.3 Kvantitatīvie parametri

Tā kā tirgū pastāv tikai viens spēlētājs, tas var tikt raksturots kā monopolists (HI=1, C1=100%).

6.4 Kvalitatīvie aspekti

Tā kā tirgū ir tikai viens dalībnieks, kvalitatīva analīze veikta no tirgū jaunienācēja perspektīvas, pievēršot uzmanību pastāvošajām tirgus barjerām un citiem konkurenci neveicinošiem aspektiem.

- Pieeja izplatīšanas kanāliem

Vienīgais naftas produktu avots, kura pasūtījumu rezultātā tiek izmantoti Latvijas teritorijā esošie cauruļvadi, ir Krievija (skat.

Attēls 6-2). Līdz ar to Latvijas cauruļvadu darbība ir tieši atkarīga no Krievijas aktivitātēm.



Attēls 6-2. 'Družba' cauruļvada shēma.

Krievijas cauruļvadu tīkls pieder monopolistam *AS Transneftj*, kura 75% akciju īpašnieks ir Krievijas valsts (100% parasto akciju). *AS Transneftj* nosaka gan pārsūknēšanas tarifus, gan maksimālos pārsūknēšanas apjomus.

Nespēja vienoties ar *AS Transneftj* nozīmē miljardiem lielu investīciju (viens cauruļvada km izmaksā vairāk nekā 2 milj. USD [6]) 'dīkstāvi'. Šādā situācijā kopš 2002. gada beigām atrodas *SIA LatRosTrans*, jo *AS Transneftj* pacēla pārsūknēšanas tarifus Latvijas virzienā, līdz ar ko naftas apjomi tiek virzīti uz alternatīvu pārkraušanas ostu Primorskā. Situāciju sarežģī fakts, ka *AS Transneftj* galvenais īpašnieks ir Krievijas valsts, jo uzņēmuma darbība balstīta politiskos apsvērumos. Krievijas ārpolitikas ietekme uz cauruļvadu sfēru Latvijā neveicina tirgus attīstīšanos.

- Pieeja izejmateriāliem

Pēc naftas plūsmas no Krievijas pārtraukšanas pa Latvijas cauruļvadiem valstiskā līmenī tika uzsāktas aktivitātes, lai rastu jaunus piegādātājus, piemērām, no Kazahstānas un Azerbaidžānas. Izvērtējot šīs iespējas, jāņem vērā sekojošais:

1. Naftas ieguves dinamika attiecībā pret teritorijā esošo cauruļvadu caurlaidspēju. (Azerbaidžānā naftas ieguve ir 16 milj. t/gadā; tai pieejams nesen uzbūvētais eksporta cauruļvads Baku-Džeihana ar 50 milj. t/gadā caurlaidspēju [7]. 2006. gadā Kazahstānā plānots iegūt ap 40 milj. t naftas eksportēšanai [8], no kurām 17 milj. t pēc Krievijas-Kazahstānas starpvalstu vienošanas ies caur *AS Transneftj* cauruļvadiem. Atlikums tiks virzīts pa Baku-Džeihna cauruļvadu [9].)
2. Jauna avota distribūcijas kanālu sasaiste ar Latvijas cauruļvadu. (Kazahstāna līdz 2010. gadam plāno palielināt naftas ieguvi 90 milj. t/gadā un līdz 2015. gadam – līdz 150 milj. t/gadā [8]. Kazahstāna vairākkārt izteikusi savu vēlmi virzīt naftu caur Latviju, tomēr cauruļvads starp Kazahstānu un Latviju pieder valsts monopolistam *AS Transneftj*, kas nosaka pārsūkņēšanas apjomus (17 milj. t/gadā) un tarifus. *AS Transneftj* pieder pārkraušanas osta Primorskā, kas arī jānoslogo [17].)
3. Azerbaidžānā plānota jauna cauruļvada būve naftas eksportam uz Ziemeļeiropu caur Ukrainu, Baltkrieviju un Baltiju. Apstākļos, kad projektā iesaistītas daudzas valstis, projekta realizācija nebūs nedz viegla, nedz ātra [10].

- Produktu un pakalpojumu aizvietojamība

2001. gadā dēļ aktivitātēm Primorskā naftas plūsma uz Ventspili būtiski samazinājās. Primorskā plānotā caurlaidspēja ir līdz 60 milj. t/gadā, kas faktiski izslēdz Latvijas cauruļvadus no tirgus [11]. Līdzīga izslēgšana no tirgus tiek prognozēta arī pagaidām strādājošam dīzeļdegvielas cauruļvadam uz *AS Ventbunkeru* (līdz 8 milj. t/gadā), jo Krievija uzsākusi Primorskas cauruļvada tālāku izbūvi [12, 13].

- Valsts ietekme

Valstij ir izšķiroša loma cauruļvadu darbības nodrošināšanā. Bieži vien valsts ir cauruļvada vai pārkraušanas punkta līdzīpašniece, un ienākumi no šīs aktivitātes būtiski ietekmē visas valsts ekonomiku. Arī Latvijā valstij pieder 43% daļas *SIA Ventspils Nafta*, kas ir cauruļvada līdzīpašnieks un pārkraušanas infrastruktūras īpašnieks. Naftas tranzīts ir aktuāls jautājums Latvijas valdībā; bieži tiek diskutēts arī par iespējamam ārpolitikas aktivitātēm, lai panāktu tranzīta atjaunošanu [15].

6.5 Kopsavilkums

- Latvijas teritorijā cauruļvadus pārrauga tikai viens uzņēmums
- Aktivitātes cauruļvadu transporta nozarē pilnībā nosaka starpvalstu attiecības

Izmantotās literatūras saraksts:

1. Latvijas Gāzes 2005. gada pārskats. <http://www.lg.lv>
2. SIA Rīgas ūdens mājas lapa: www.rw.lv
3. Телеграф 10.12.2003.
4. A/S Ventpils Nafta mājas lapa: www.vnafta.lv
5. Energy Statistics from U.S. Government
http://www.eia.doe.gov/emeu/cabs/russia_pipelines.html
6. Телеграф 07.10.2005
7. Kommersant Baltic Daily 27.07.2005
8. <http://www.aviafond.ru/>
9. Деловые Вести 12.10. 2005.
10. Телеграф 07.10.2005.
11. Kommersant Baltic 21.10.2002.
12. Bizness un Baltija 20.03.2003.
13. Kommersant Baltic 30.06.2005
14. LETA 16.06.2006.
15. Lauku Avīze 10.04.2003
16. Latvijas Avīze 09.08.2006
17. Kommersant Baltic Daily 27.02.2005

7 PASAŽIERU PĀRVADĀJUMI PA JŪRAS CEĻIEM

Nozare	Pasažieru pārvadājumi pa jūras ceļiem
NACE klase	61.10
Tirgus apgabals	Latvija
Tirgus spēlētāju skaits	4, taču maršrutu ietvaros – pa vienam
Tirgus koncentrācija	C-1=100%, HI=1

7.1 Tirgus apgabala definēšana

Pasažieru pārvadājumi pa jūras ceļiem apskatīti NACE grupas 61.10 ietvaros un definēti kā ‘pasažieru transports pa ūdens ceļiem pēc grafika vai bez tā’.

7.2 Tirgus spēlētāju identifikācija

Pasažieru pārvadājumi pa jūras ceļiem tiek nodrošināti trīs lielākajās Latvijas ostās – Rīgā, Liepājā un Ventspilī. Kopumā pārvadājumus nodrošina četri uzņēmumi, no kuriem tikai *SIA DFDS Tor Line* vienlaicīgi darbojas divās ostās. Izteikti pasažieru pārvadājumu sniegšanā specializējas tikai viens tirgus dalībnieks – *AS Tallink* maršrutā Rīga-Stokholma. Pārējie pasažieru pārvadājumi tiek veikti kravas-pasažieru līniju ietvaros. Tirgus spēlētāji šajā nodaļā apskatīti katras ostas ietvaros, savukārt Tabula 7-1 apkopo informāciju par visiem pasažieru pakalpojumu sniedzējiem Latvijas ostās.

Tabula 7-1. Pasažieru pārvadājumu pa jūras ceļiem tirgus spēlētāji.

Osta	Uzņēmums	Maršruts	Pārvadājumu veids
Rīga	SIA DFDS Tor Line	Lībeka (Vācija)	kravas-pasažieru
Rīga	AS Tallink	Stokholma (Zviedrija)	Pasažieru
Ventspils	Scandlines	Rostoka (Vācija) Karlshamna (Zviedrija) Nīneshamna (Zviedrija)	kravas-pasažieru
Ventspils	SIA DFDS Tor Line	Lībeka (Vācija)	kravas-pasažieru
Ventspils	SLK Ferries	Sāremā (Igaunija)	kravas-pasažieru

Rīga

Rīgas ostā darbojas kravas-pasažieru līnija uz Lībeku (Vācija), kuru apkalpo *SIA DFDS Tor Line* [1]. Pēdējo gadu laikā vairākkārtīgi uzsākti arī pasažieru pārvadājumi maršrutā Rīga-Stokholma, kurus īslaicīgi sniegt mēģinājušas dažādas jūras pasažieru pārvadājumu kompānijas. Kopš 2006. gada aprīļa pasažieru pārvadājumus šajā maršrutā nodrošina *AS Tallink*.

Liepāja

Kopš 1994. gada kravas-pasažieru līniju ietvaros Vācijas un Dānijas prāmju kompānija *Scandlines* veica maršrutus no Liepājas uz Rostoku (Vācija) un Karlshamnu (Zviedrija). Taču, sākot ar 2006. gada 1. oktobri, šie pārvadājumi tika pārtraukti. Turpmāk *Scandlines* prāmji kursēs tikai no Ventspils ostas, savukārt no Liepājas ostas pasažieru pārvadājumi tuvākajā laikā piedāvāti netiks. Uz iespēju tuvākajā laikā izveidot jaunus pasažieru pārvadājumu maršrutus no Liepājas ostas pārstāvji skatās pesimistiski, ierobežota tirgus pieprasījuma un zemās intereses no potenciālo tirgū jaunienācēju puses dēļ [2].

Ventspils

Ventspils ostā jau vairākus gadus darbojas *Scandlines* kravas-pasažieru līnija uz Nīneshamnu (Zviedrija). Sākot ar 2006. gada 1. oktobri *Scandlines* pamet Liepājas ostu, lai uzsāktu pasažieru-kravu pārvadājumus no Ventspils maršrutos uz Rostoku (Vācija) un

Karlshamnu (Zviedrija). Bez *Scandlines* Ventspils ostā darbojas vēl divas prāmju līnijas: *SIA DFDS Tor Line* divas reizes nedēļā sniedz pārvadājumu pakalpojumus uz Lībeku (Vācija); igauņu *Saaremaa Laevakompanii* meitas uzņēmums *SLK Ferries* nodrošina satiksmi uz Sāremā salu Igaunijā.

7.3 Kvantitatīvie rādītāji

Katru maršrutu Latvijas ostās apkalpo tikai viens pārvadātājs. Līdz ar to uzskatāms, ka iekšēja konkurence maršrutu griezumā jūras pasažieru pārvadājumu tirgū Latvijā nepastāv; HI tuvojas 1, bet tirgus koncentrācijas indekss 100%. Par nosacītu izņēmumu var tikt uzskatīts reiss uz Lībeku, kas tirgū tiek piedāvāts gan no Rīgas, gan Ventspils ostām. Taču tā kā to apkalpo viens un tas pats pārvadātājs *SIA DFDS Tor Line*, arī šajā maršrutā faktiski konkurence nepastāv.

7.4 Kvalitatīvie rādītāji

- Tirgus izaugsme

Pēdējo gadu laikā pārvadāto pasažieru skaits no Latvijas ostām aizvien pieaug (skat. Tabula 7-2). Tirgus potenciāls vērtējams kā pozitīvs faktors jaunu spēlētāju ienākšanai tirgū. To apliecina arī plānotā jaunā pasažieru termināla būvniecība Ventspils ostā, kuras rezultātā paredzams pasažieru pārvadājumu maršruta klāsta paplašinājums [9].

Neskatoties uz pieaugumu kopējā pasažieru apgrozībā, pārvadājumu apjomu no Latvijas ostām vēl aizvien ir salīdzinoši zemi un tirgus piedāvājums neattīstīts. Valsts institūcijas mazattīstīto tirgus piedāvājumu un neefektīvo jūras pasažieru satiksmes organizāciju Latvijas ostās skaidro ar zemo tirgus pieprasījumu [6]. Taču tirgus dinamika pa gadiem liecina par pretējo: pasažieru skaitu drīzāk diktē piedāvājuma puse. Salīdzinot ar apkalpoto pasažieru skaitu Tallinas vai Klaipēdas ostās, pasažieru apgrozība Latvijas ostās ir ļoti zema. Pasažieru apkalpošanas iespējas Rīgas ostā nav pietiekami attīstītas; pasažieru satiksme no Rīgas ir neatbilstoša Rīgas kā metropoles un Baltijas valstu centra iespējām. Rīgas osta arī turpmāk neplāno izmantot pasažieru pārvadājumu tirgus potenciālu, jo savu darbības attīstību plāno konteineru pārvadājumu jomā [10]. Rīgas brīvostas pārvalde kopā ar Rīgas domi un citiem akcionāriem 2002. gadā iegādājās pasažieru prāmi *Baltic Kristina*, kurš maksātnespējas dēļ savu darbību pārtrauca 2005. gadā. Neizdevīgas finansu politikas un tirgus stratēģijas dēļ, šis prāmis strādāja ar zaudējumiem, atstājot negatīvu iespaidu uz Rīgas ostas nodomiem attīstīt tirgu turpmāk.

Tabula 7-2. Iebraukušie un izbraukušie pasažieri Latvijas ostās 2000.-2004. gadi (tūkst.).

	2000	2001	2002	2003	2004
Rīga	60.6	51.5	156.8	278.0	229.4
Liepāja	13.3	12.4	14.8	12.1	15.5
Ventspils	2.7	8.4	7.4	8.0	11.2
Kopā	76.6	72.3	179.0	298.1	256.1

- Piegādātāju pozīcijas

Nesenā *Scandlines* reisu pārtraukšana no Liepājas un darbības pārceļšana uz Ventspils ostu liecina par konkurences pastāvēšanu starp Latvijas ostām. Konkurence piegādātāju starpā vērtējama pozitīvi, jo nodrošina izdevīgākus sadarbības nosacījumus starp ostām un pārvadātājiem, tādējādi palielinot nozares pievilcību arī tirgus jaunienācēju acīs. Neskatoties uz to, lielu nozīmi attiecību veidošanā spēlē sadarbības raksturs. Izmājot infrastruktūru, ostas nereti ar pārvadātājiem vienojas par investīcijām ostas attīstībā [6, 7]. Tā piemēram, *Scandlines* Ventspils ostā pēdējo gadu laikā veikusi ievērojamas investīcijas kravu apkalpes infrastruktūrā, un plāno uzsākt jauna pasažieru termināļa būvniecību 2007. gadā. Uzņēmumi investīcijām izmanto gan iekšējus, gan ārējus finansu līdzekļus (piem., ES fondu finansējumu), tādējādi nostiprinot ilgtermiņa attiecības ar ostām un nodrošinot sev priekšrocības attiecībā pret tirgus jaunienācējiem. Veiktās investīcijas darbojas arī kā barjera tirgus atstāšanai, kas saasina konkurenci starp esošajiem dalībniekiem, kā arī mazina tirgus pievilcību jaunienācēju skatījumā.

- Saistītie pakalpojumi

Lielākā daļa maršrutu no Latvijas ostām veidoti kā kravas-pasažieru līnijas, norādot uz 'saistīto' pakalpojumu sniegšanas priekšrocībām. Priekšrocības var būt saistītas ar apjoma ekonomiju, kā arī noturīgākām attiecībām ar piegādātājiem. Potenciālos tirgū jaunienācējus tas ietekmē divējādi: pirmkārt, tirgus jaunienācējiem paveras virkne brīvu tirgus nišu, kuras patreiz ir salīdzinoši neattīstītas, piemēram, izklaides, atpūtas vai tūrisma braucienu organizēšana; otrkārt, jaunienācējiem jābūt spējīgiem panākt un nodrošināt sev izmaksu priekšrocības, lai spētu konkurēt ar esošajiem tirgus spēlētājiem.

7.5 Kopsavilkums

- Pasažieru pārvadājumus pa jūras ceļiem nodrošina 4 pakalpojumu sniedzēji no 3 Latvijas ostām, taču maršrutu griezumā tie savstarpēji nekonkurē
- Tirgus piedāvājums var tikt uzskatīts par mazattīstītu, jo pasažieru pārvadājumos specializējies tikai 1 no 4 tirgus dalībniekiem
- Tirgus attīstību aizkavē ostu zemā prioritāte pasažieru pārvadājumu attīstībā, taču veicina ostu savstarpējā konkurence
- Tirgus dalībniekiem raksturīga ilgtermiņa attiecību veidošana ar piegādātājiem, t.i. ostām, kā arī ieguldījumu veikšana ostu infrastruktūrā, kas nodrošina tiem priekšrocības attiecībā pret potenciālajiem tirgū jaunienācējiem

Izmantotā literatūra:

1. www.rigasbrivosta.lv
2. BNS, 30.09.2005.
3. SM Transporta attīstības pamatnostādnes, www.sam.gov.lv
4. www.dfdstorline.lv
5. www.tallink.lv
6. LETA, 09.07.2006.
7. LETA, 10.07.2006.
8. Latvijas ostu darbības efektivitātes vērtēšanas metodoloģija, J. Vanags, Rīgas Tehniskā universitāte, pieejams www3.acadlib.lv/greydoc/Vanaga_disertacija/Vanags_lat.doc
9. B&B, 10.07.2006.
10. Телеграф, 10.07.2006.
11. LETA, 09.07.2006.

8 KRAVU PĀRVADĀJUMI PA JŪRAS CEĻIEM

Nozare	Kravu pārvadājumi pa jūras ceļiem
NACE klase	61.10
Tirgus apgabals	Latvija
	<i>Kuģu īpašnieki:</i>
Tirgus spēlētāju skaits	5-7
Tirgus koncentrācija	n/a
	<i>Kuģu aģenti:</i>
Tirgus spēlētāju skaits	52
Tirgus koncentrācija	n/a

8.1 Tirgus apgabala definēšana

Kravas pārvadājumi pa jūras ceļiem apskatīti NACE grupas 61.10 ietvaros un definēti kā ‘kravas transports pa ūdens ceļiem pēc grafika vai bez tā’.

Kravas pārvadājumu pa jūras ceļiem nozare vairāk skatāma un analizējama globālā mērogā pakalpojuma specifikas dēļ. Lai arī Latvijā reģistrēti vairāki kuģu īpašnieki, tomēr to spēles laukums analizējams vispasaules mērogā. To ilustrē arī fakts, ka daudzu vietējo īpašnieku kuģi ir reģistrēti citās valstīs un peld pasaules jūrās ‘zem citu valstu karogiem’ (piem., Malta, Kipra, u.c.).

Nozares starptautisko raksturu pamato arī apstākļi, ka kopējā kravu apgrozībā tranzīta kravas Latvijas ostās pārsniedz 90% [5]. Tā kā šī pētījuma uzdevums ir analizēt tirgus konkurenci Latvijas ietvaros, kravas pārvadājumu pa jūras ceļiem apskats tikai īsumā ieskicēs spēles laukumu un dalībniekus; analizēt konkurenci starp vietējiem tirgus dalībniekiem neattiecinās.

8.2 Tirgus spēlētāju identifikācija

Kravas pārvadājumu pakalpojumu sfērā darbojas gan faktiskie pārvadātāji, t.i. kuģu īpašnieki, gan kuģu aģentēšanas firmas.

Kopumā Latvijā darbojas 5-7 kuģu īpašnieki, no kuriem lielākais ir *AS Latvijas kuģniecība* ar 38 kuģiem [2]. Pārējie uzņēmumi ir salīdzinoši daudz mazāki, to flotei sastāvot no 1-5 kuģiem. Šie uzņēmumi lielākoties specializējas noteiktā jomā vai apkalpo šauru klientu loku.

Ventspils brīvastas teritorijā darbojas kopskaitā 15 kuģu aģentēšanas kompānijas [1], savukārt Rīgas brīvastā darbojas 37 kuģu aģentēšanas kompānijas [4] (skat. Pielikums 8-1).

Izmantotā literatūra:

1. www.transport.lv
2. www.lk.lv
3. Intervija, Toms Auškāps, AS Latvijas kuģniecība, Flotes departamenta fraktēšanas operators, 2006. gada 8. novembris.
4. www.freeportofroga.lv
5. www.sam.gov.lv

Pielikums 8-1

Kuģu aģentēšanas firmas Rīgas brīvostā.

Nr.	Kuģu aģentēšana Rīgas brīvostā
1	SIA "AHLERS LATVIA"
2	SIA "ALPHA SHIPPING COMPANY"
3	SIA "AMG SHIPPING"
4	SIA "ARKONA JŪRAS KOMPĀNIJA"
5	SIA "ASTRAMAR TRANSPORT"
6	SIA "ASTRAMAR"
7	SIA "BALCHART"
8	SIA "BALTIC MARITIME AGENCY"
9	SIA "BALTICA SHIPPING"
10	SIA "BARWIL-ANDERSSON AGENCIES LTD"
11	SIA "CF&S LATVIA"
12	SIA "CHR JENSEN"
13	SIA "DAUGAVA SHIPPING SERVICES"
14	SIA "DELTA TRANZĪTS"
15	SIA "DFDS TOR LINE"
16	SIA "ESTMA"
17	SIA "HANZA JŪRAS AGENTŪRA"
18	SIA "INFLOT"
19	SIA "IRBE RĒDEREJA"
20	SIA "KOLKAS JŪRAS AGENTŪRA"
21	SIA "KOMPASS TRANZĪTS"
22	SIA "LATVIJAS KOKU EKSPORTS"
23	SIA "MAERSK LATVIJA"
24	SIA "MAN-TESS TRANZĪTS"
25	SIA "MERKTRANS"
26	SIA "MSC LATVIA"
27	SIA "NURMINEN MARITIME LATVIA"
28	SIA "OLD SHIPPING AGENCY"
29	SIA "REMARS SHIP AGENT"
30	SIA "RINOSTA SHIPPING AGENCY"
31	SIA "SALA"
32	SIA "SAMSKIP"
33	SIA "STREK"
34	SIA "TRAMP AGENTŪRA"
35	SIA "TRAVE"
36	SIA "UNITEK"
37	SIA "VERGI"

9 IEKŠZEMES ŪDENSTRANSPORTS

Nozare	Iekšzemes ūdenstransports
NACE klase	61.20
Tirgus apgabals	Daugava, Buļļupe, Lielupe, Ķīšezers
Tirgus spēlētāju skaits	4
Tirgus koncentrācija	C-3=78%, HI=0.22

9.1 Tirgus apgabala definēšana

9.1.1 Primārais tirgus apgabals

Iekšzemes ūdenstransporta nozare ir definēta atbilstoši NACE klasifikatoram un ietver ‘pasažieru vai kravu transportu pa upēm, kanāliem, ezeriem un citiem iekšzemes ūdeņiem, ieskaitot ostu un doku iekšienē’ (61.20).

Analīze fokusējas uz pasažieru transportu pa upēm, jo cita veida pakalpojumi Latvijā šobrīd nav attīstīti ģeogrāfisko apstākļu un pieprasījuma dēļ. Konkrētāk, šajā pētījumā tiks novērtēts konkurences stāvoklis pasažieru kuģīšu pārvadājumiem ar navigāciju Daugavā (Rīga), Buļļupē (Jūrmala), Lielupē (Jūrmala) un Ķīšezerā (Mežaparks). Šiem pārvadājumiem ir regulārs kustības grafiks. Līdz ar to tirgus ģeogrāfiskais apgabals šajā pētījumā ietver tikai Rīgu, Jūrmalu un Rīgas rajonu. Šis tirgus apgabals varētu būt pievilcīgākais potenciāliem jaunienācējiem pieprasījuma apjoma, iedzīvotāju ienākumu līmeņa, kā arī patērētāju struktūras (piemēram, tūristu klātbūtne) dēļ.

9.1.2 Citi ģeogrāfiskie apgabali

Tūrisma braucieni pa upēm un atklātā jūrā ir pieejami arī Jelgavā, Ventspilī, Liepājā, Pāvilostā un Rojā. Regulārs pārvadāšanas maršruts no augstāk minētajām vietām tiek piedāvāts tikai Ventspilī un Liepājā. Citviet kuģi jāpiesaka iepriekš vismaz 15-30 cilvēku lielai grupai [1], tātad pārējiem pakalpojumiem ir neregulārs raksturs.

Augstāk minētajās pilsētās darbojas tikai katrā pa vienam kuģim. Kuģu skaits un pasūtījuma raksturs (iepriekšējas rezervācijas) liecina par nosacītu monopola stāvokli šajās pilsētās. Tas ievērojams galvenokārt ierobežotā tirgus pieprasījuma dēļ. Ventspilī pasažieru pārvadājumi ar kuģi cieš zaudējumus. Rojā pārvadājumu skaits sasniedz 700 pasažierus gadā, kas ir reizes 20 mazāk nekā Rīgā.

9.2 Tirgus spēlētāju identifikācija

Pētījumā apskatīto tirgus spēlētāju saraksts uz 2006. gada jūliju pieejams nodaļas beigās (skat. Pielikums 9-1).

9.3 Kvantitatīvie parametri

2006. gadā četri uzņēmumi ar kopskaitā pieciem upes kuģīšiem sniedza pārvadājumu pakalpojumus Rīgā. Uzņēmumu skaits industrijā ir salīdzinoši mazs, kas saskaņā ar teoriju liecina par augstu risku slepeni vienošanos pastāvēšanai. C3 indekss ir 78%, taču C4 sastādītu 100%, jo tirgū ir tikai četri uzņēmumi.

Tirgus kvantitatīvie parametri var tikt aprēķināti no datiem par uzņēmumu jaudu un apgrozījumu. Aprēķini, kas balstās uz jaudas rādītājiem, var tikt uzskatīti par precīzākiem, jo ievērojama daļa uzņēmumu ienākumu tiek saņemti skaidrā naudā uz kuģa

kā samaksa par saviesīgiem pasākumiem, tādējādi palielinot datu neprecizitātes iespējamību [2]. Balstoties uz jaudas rādītājiem, C3 sastāda 78%, bet HI 0.22. Lai arī HI tikai nedaudz pārsniedz 0.2 robežu, tirgus tiek raksturots kā samērā koncentrēts, un ir pamats pievērst uzmanību slepenas vienošanas esamībai starp tirgus dalībniekiem konkrētajā apgabalā.

Balstot aprēķinus uz apgrozījuma rādītājiem tirgus koncentrācija un izrietošie riski ir paaugstināti. Šajā gadījumā C3 sasniedz 94%, bet HI – 0.41. Lai arī nozares eksperti apšaubā apgrozījuma datu precizitāti, šie rādītāji tālāk pastiprina hipotēzi par paaugstinātu risku slepenu vienošanos izveidei starp tirgus spēlētājiem. Dati apkopoti Tabula 9-1.

Tabula 9-1. Tirgus rādītāji, upju transporta uzņēmumi Rīgā 2006. gadā.

Uzņēmumu skaits	Kuģu skaits	Jauda		Apgrozījums	
		C3	HI	C3	HI
4	5	78%	0.22	94%	0.41

Tirgus struktūra pasažieru pārvadājumu pa upēm tirgū Rīgā uzskatāma par samērā stabilu. Esošie tirgus spēlētāji nemainīgi saglabā savas tirgus pozīcijas. Konkurence būtu spēcīgāka, ja uzņēmumu vienīgā izaugsmes iespēja būtu tirgus daļas atsavināšana no konkurentiem. Taču tā kā pagaidām no pieaugošā tirgus iegūst pilnīgi visi tirgus dalībnieki, savstarpējā konkurence tirgū var tikt uzskatāma par zemu.

Kvantitatīvie rādītāji norāda uz augstu slepenu vienošanos risku tirgū, tāpēc šim jautājumam jāpievērš uzmanība kvalitatīvajā analizē.

9.4 Kvalitatīvie aspekti

- Tirgus izaugsme

Pārvadāto pasažieru skaits ar iekšzemes ūdens transportu netiek uzskaitīts valsts līmenī. Pārvadājumu skaita izsecināšana no datiem par uzņēmumu apgrozījumu nebūtu precīza, jo liela daļa naudas plūsmas notiek skaidrā naudā. Var analizēt tikai izaugsmes dinamiku par pieejamiem gadiem, piemēram, SIA Vižņi, kam pieder kuģis „Jūrmala” laikā no 2003. līdz 2005. gadam divkārtšojis apgrozījumu (no LVL 61,692 līdz LVL 124,004) [10].

Tomēr, atsaucoties uz tirgus ekspertiem, tirgus ar katru gadu pieaug. Izaugsme galvenokārt balstās uz pieaugošā ārvalstu tūristu rēķina [6]. Kuģu īpašnieki nākotnes tirgus perspektīvas vērtē pozitīvi, jo ārzemju tūristu skaits aizvien pieaug. 2005. gadā Latvijā viesojās par 24.4% vairāk tūristu nekā gadu iepriekš [6, 4].

Upes kuģu pārvadājumu tirgus iedalāms divās kategorijās: noteikta maršruta pārvadājumi pēc regulāra laika grafika un kuģa iznomāšana saviesīgiem pasākumiem. No

pakalpojuma veidiem korporatīvo klientu apkalpošana un saviesīgu vakaru organizēšana ar kuģa izīrēšanu uz noteiktu laiku ir ienesīgāka. Pieaugot vispārējai ekonomiskai aktivitātei Latvijā un iedzīvotāju ienākumu līmenim, palielinās arī pieprasījums pēc kuģa nomas saviesīgiem pasākumiem.

Par to, ka iekšzemes kuģu pārvadājumi Rīgā ir perspektīva nozare, liecina arī vairāki citi faktori. Pirmkārt, vēsturiski Rīga bijusi attīstītākā vieta iekšzemes upju transporta jomā, 80.-to gadu vidū nodarbinot 17 motorlaivas un zemūdens spārnu kuģus un nodrošinot gandrīz 1 milj. pasažieru pārvadājumus gadā. Otrkārt, ja 2003. gada neviens upju pārvadātājs negrasījās pirkt jaunus kuģus [4], tad 2006. gadā divi no pieciem pārvadātājiem plāno iegādāties jaunus jūras klases kuģus [2], kas liecina par tirgus potenciālu. Nozares dalībnieki tirgus nākotnes perspektīvas galvenokārt saista ar ārzemju tūristu skaita pieaugumu [6]. Treškārt, Eiropas pilsētās sastopami pozitīvi piemēri upju pārvadājumiem kā iecienītam tūrisma pakalpojumam. Tā piemēram, Budapeštā atpūta nav iedomājama bez ūdens ceļojuma par Donavu [2].

- Cenu veidošanas caurskatāmība

Ekspertu viedoklis liecina par pastāvošu praksi cenu saskaņošanai starp tirgus spēlētājiem. Piemēram, 2006. gada sezonas sākumā tikusi izveidota savstarpēja vienošanās par braukšanas maksu¹⁵ 3 LVL [2]. Salīdzinot ar iepriekšējo 2005. gadu, tas nozīmēja vienādu cenu kāpumu visiem tirgus spēlētājiem [3, 9]. Šādi apstākļi ir pretrunā ar tirgus konkurences pamatprincipiem.

Tomēr Rīgas Domes rīkotais konkurss uz piestātnes īres tiesībām ir izjaucis iepriekšējos gados pastāvošo iekšējo cenu vienošanās taktiku. Pašlaik tomēr nav skaidrs vai eksistē slepena cenu vienošanās starp kuģu īpašniekiem attiecība uz korporatīvo klientu apkalpošanu un saviesīgo pasākumu organizēšanu. Autoru veiktajā aptaujā cenu atšķirības šiem pakalpojumiem tirgū ir minimālas. Ņemot vērā agrāko cenu vienošanās kultūru, tas varētu liecināt arī par norunu kuģu īpašnieku starpā. Tomēr, tā kā līgumi tiek slēgti konfidenciāli un pārējie tirgus dalībnieki nevar pārbaudīt pārējo firmu rīcību, pastāv motivācija norunu pārkāpt un vienoties ar klientu par zemāku pakalpojuma cenu.

- Brīvā jauda

Vidēji katrs kuģis var uzņemt 100-250 pasažierus (skat. Pielikums 9-1). Kaut gan statistika par jaudas noslogošanu nav pieejama, trīs dienu novērošana saulainā laikā parāda, ka katrā kuģos ir brīvas vietas¹⁶. Arī kuģu reklāmās un presē bieži minēts, ka reisi tiek atcelti gadījumā, ja pieteikušos personu skaits ir mazāks par 20 [5,7]. Tas nozīmē, ka tirgū pastāv brīvās jaudas problēma, kas saasina konkurenci starp esošajiem spēlētājiem, taču aizkavē jaunu dalībnieku ienākšanu tirgū.

¹⁵ Šeit un tālāk tekstā par ‘pakalpojumu’ vai ‘braucienu’ maksas salīdzināšanai tiek apskatīts 1 h stundu ilgs brauciens ‘Rīgas panorāma’, kuru piedāvā visi tirgus dalībnieki ar regulāriem atiešanas laikiem katru vai katru otru stundu. Citi maršruti uz Mežaparku, ‘Jūras vērtiem’ un Doles salu tiek rīkoti salīdzinoši daudz retāk – parasti reizi nedēļā.

¹⁶ Tika novērots ‘Rīgas panorāma’ maršruts, kuru piedāvā visi uzņēmumi.

Tā kā tirgus pieprasījums ir samērā elastīgs un pakalpojums ‘viendabīgs’ (piem., stundas brauciens „Rīgas panorāma”), cenu pazemināšana veicina patērētāju pārslēgšanos. Brīvās jaudas apstākļos slepeno vienošanos izpilde tiek apdraudēta. 2006. gadā vasarā, piemēram, iepriekš saskaņoto cenu 3 LVL saglabāja tikai viena firma – kuģi ‘Vecrīga’ un ‘Misissipi’ (katra kuģa ietilpība 100 cilvēki). Pārējie kuģi, kuru ietilpība pārsniedz 200 pasažieru, samazināja cenas līdz 1 LVL par braucienu [8].

- Izmaksu struktūra

Visi pieci kuģi uz 2006. gada vasaru atrodas ekspluatācijā jau vairāk nekā 20 gadus. Tādējādi to tehniskās apkopes izmaksas var tikt uzskatītas par līdzvērtīgām.

Izmaksu pozīcija, kas būtiski atšķiras visiem tirgus dalībniekiem ir pietātņu īres maksa Rīgas Domes satiksmes departamentam. *SIA Baltiktrans* ieguvis īres tiesības uz 3 pietātnēm starp Akmens un Vanšu tiltiem Rīgā (maksa attiecīgi LVL 1180, 1180, 780 mēnesī, kopā par sezonu LVL 9429). Pārējo kuģu īpašnieki maksā mazāk, piemēram, „Jūrmala” – LVL 59 mēnesī, „Jelgava” LVL 141 mēnesī. Kuģa „Liepāja” īpašnieki piesolīja LVL 1250, lai saglabātu vietu pretim vēsturiskam centram pat bez speciāli ierīkotas pietātnes. Ievērojamā izmaksu struktūru atšķirība ir viens no iemesliem, kāpēc *SIA Baltiktrans* nepazemināja cenas no 3 uz 1 LVL līdz ar pārējiem tirgus dalībniekiem par vienādu pakalpojumu (stundas braucienu).

Degviela ir būtiska izmaksu pozīcija kuģu pārvadājumos. Interviju laikā tirgus dalībnieki minēja degvielas cenu kāpumu kā nozīmīgu biļešu cenu paaugstināšanās iemeslu un vērtēja to kā ļoti negatīvu aspektu tirgus attīstībā [5]. Lai arī visi tirgus dalībnieki ir vienādos apstākļos attiecībā uz degvielas iepirkumiem, cenu paaugstinājums atstāj negatīvu iespaidu uz vietējiem pasažieriem, kas pieraduši pie zemām un nemainīgām pasažieru pārvadājuma cenām pilsētas robežās, kādas subsīdiju dēļ ir spējīgi piedāvāt *AS Latvijas Dzelzceļš* un *AS Rīgas Satiksme*. Augsta pakalpojuma pašizmaksa apstākļos, kad pārējie transporta pakalpojumi pilsētā ir subsidēti, var mazināt interesi par ienākšanu tirgū.

- Pieeja izplatīšanas kanāliem

Upju kuģu tirgū distribūcijas kanāli ir pietātnes. Rīgā ir 3 speciāli iekārtotas pietātnes starp Vanšu un Akmens tiltiem, kas līdz 2006. gadam tika sadalītas starp kuģu īpašniekiem iekšēju norunu veidā [6]. Kopš 2006. gada Rīgas Domes satiksmes departaments izsola īres tiesības uz pietātņu vietām, kuras uz 5 gadiem ieguvusi *SIA Baltiktrans* – kuģu ‘Vecrīga’ un ‘Misissipi’ īpašnieks [2]. Rīgas Domes pietātņu konkurss ir iedarbinājis konkurences mehānismus tirgū, jo tā rezultātā beigusies trīs gadu garumā veiksmīgi pastāvējusī cenu vienošanās taktika starp tirgus dalībniekiem. Tomēr ilgais pietātņu termiņš 5 gadu garumā zināmā mērā ierobežo jaunienācēju iespējas uz vienlīdzīgām tirgus pozīcijām.

Pārējie kuģi uzņem pasažierus pa trapiem, kas izslēdz no klientu loka mātes ar bērniem ratiņos, kā arī invalīdus. Arī saviesīgu pasākumu organizēšana uz šiem kuģiem ir ierobežota, jo gan korporatīvie klienti, gan svētku organizatori labprātāk izvēlas kuģus, kas pietauvojas tuvāk pilsētas vēsturiskajam centram un ir aprīkoti ar ērtākām iekāpšanas iespējām [2].

- Pakalpojumu diferenciacija

Šobrīd pakalpojuma vai zīmola diferenciacija starp upes kuģīšiem nepastāv. Visu kuģu tehniskais aprīkojums, izskats (tie visi būvēti padomju laikos), kā arī pakalpojuma raksturs un programma ir vienādi. Vienīgais kuģis, kas atšķiras ar piedāvāto pakalpojumu klāstu ir ‘Misisipi’, kas darbojas arī kā kuģis-restorāns.

Diferenciacijas trūkums tirgū vērtējams kā pozitīvs apstāklis jaunu tirgus spēlētāju ienākšanai. Tā kā piedāvājuma sortiments nav īpaši attīstīts, tas paver plašas iespējas tirgus jaunienācējiem. Kopš 2003. gada, kad visi pieci kuģi tika privatizēti no *AS Rīgas kuģniecība*, neviens no tirgus spēlētājiem nav pielietojis efektīvu stratēģiju pakalpojuma diferenciacijas attīstīšanai [9]. Neraugoties uz problemātisko pieeju izplatīšanas kanāliem, šis apstāklis varētu veicināt jaunu uzņēmumu ienākšanu tirgū, piedāvājot transporta pakalpojumus ar jaunāku un modernāku kuģi vai arī jaunus maršrutus un ekskursiju pakalpojumus.

Neviens no pieciem konkurentiem nemēģina sevi diferencēt arī, lai piesaistītu vairāk ārvalstu tūristu. Par zemo konkurenci šajā tirgus segmentā liecina arī fakts, ka neviens no pieciem kuģiem nav aprīkots ar gidjiem un ekskursiju pieejamību vairākās svešvalodās valodās, kaut gan kuģa īpašnieki to uzskata par nepieciešamu [6].

- Valsts ietekme

Kopš 2006. gada Rīgas Domes satiksmes departaments rīko konkursu uz piestātņu īres tiesībām, kas ir būtiskākais valsts ietekmes veids nozarē. 2006. gadā konkursā visas 3 speciāli aprīkotās piestātnes vēsturiskajā pilsētas centrā ieguva *SIA Baltiktrans*. Konkurss un tā rezultāti izsaukuši asu kritiku kuģu īpašnieku vidū, jo tā kā *SIA Baltiktrans* pieder tikai divi kuģi, viena no speciāli aprīkotām piestātnēm līdz pat šodienai netiek izmantota.

Tomēr valsts iniciatīva sasniegusi labus rezultātus konkurences spiediena paaugstināšanai. Pirmkārt, notikusi cenu pazemināšana no 3 LVL uz 1 LVL par stundas braucienu („Rīgas panorāma”). To veica pārējie tirgus dalībnieki, lai spētu konkurēt ar *SIA Baltiktrans* izdevīgākajām piestātņu vietām. Tā rezultāta, patērētājiem ir lielākas izvēles iespējas starp kuģiem un pieejams lētāks pakalpojums.

Otrkārt, šī situācija mudina uzņēmējus attīstīt pakalpojuma kvalitāti un tādejādi piesaistīt vairāk pasažieru. Uzņēmumu īpašnieki sākuši publiski paust plānus par jaunu jūras klases kuģu iegādi [2], kā arī organizēt jaunus maršrutus.

Treškārt, valsts iniciatīva kopumā vērtējama pozitīvi, jo tā radījusi sasprindzinājumu tirgū, kurš kopš privatizācijas mierīgi eksistēja, taču neuzrādīja nekādas būtiskas attīstības pazīmes. Tā kā šajā sfērā tirgus atstāšanas barjeras ir salīdzinoši augstas, saasināta tirgus situācija spiedīs esošos spēles dalībniekus uzlabot pakalpojumu klāstu un kvalitāti, izstrādāt jaunus maršrutus, modernizēt kuģu parku, labiekārtot krastmalu, kā arī sadarboties ar tūrisma firmām.

9.5 Kopsavilkums

- Augošs taču piedāvājuma ziņā nepiesātināts tirgus, kas stimulē tirgū ienākšanas iespējas
- Augsti koncentrēts tirgus zemā tirgus spēlētāju skaita dēļ
- Tirgum raksturīgas vājas pārraudzīšanas tradīcijas, netiek apkopoti arī statistikas dati par veiktajiem pārvadājumiem; tā rezultātā tirgus atrodas ‘pašplūsmā’
- Vēsturiski tirgū pastāvējusi cenu saskaņošanas prakse starp dalībniekiem; to nodrošina skaitliski zema tirgus spēlētāju skaits
- Tirgū pastāv brīvās jaudas problēma, kas saasina konkurenci esošo spēlētāju starpā, taču negatīvi ietekmē jaunienācēju interesi par tirgu
- Valsts līdz šim veiksmīgi darbojusies konkurences uzlabošanā, piemēram, veicot piestātņu vietu Daugavā izsoli

Izmantotā literatūra:

1. Diena, 24.04.2004
2. Diena, 22.07.2006
3. Chas-Daily, 18.04.2005
4. Rīgas Balss 02.06.2003.
5. Вечерняя Рига, 14.06.2004
6. Rītdiena, 01.08.2006
7. Rīgas Balss, 09.05.2003
8. www.zl.lv
9. LETA, 20.08.2003
10. www.lursoft.lv

Pielikums 9-1

Pasažieru pārvadājumu pa upēm ar kuģiem firmu saraksts Rīgā 2006. gadā.

Uzņēmuma nosaukums	Kuģa nosaukums	Ietilpība	Vidējais apgrozījums 2004.-2005. gadiem
SIA Baltiktrans	Misisipi 0.06225	Kopā 100 vietas 72 sēdvietas	41,755Ls
SIA Baltiktrans	Vecrīga	Kopā 100 vietas 70 sēdvietas	
SIA Viola & Co	Jelgava 0.0035	Kopā 250 vietas 140 sēdvietas	9,986Ls
SIA Upes kuģis	Liepāja 0.0119	Kopā 250 vietas 170 sēdvietas	18,262Ls
SIA Vižņi	Jūrmala 0.3382	Kopā 220 vietas 100 sēdvietas	97,332Ls

Avots: www.lursoft.lv

10 PASAŽIERU PĀRVADĀJUMI PA GAISA CEĻIEM

Nozare	Regulārie un neregulārie pasažieru pārvadājumi pa gaisa ceļiem
NACE klase	62.10, 62.20
Tirgus apgabals	Latvija
Tirgus spēlētāju skaits	16
Tirgus koncentrācija	C-3=69%, C-5=78%, HI=0.22

10.1 Tirgus apgabals

10.1.1 Tirgus apgabala definēšana

Gaisa pārvadājumu tirgus apgabals ietver regulāros (62.10) un neregulāros (62.20) pasažieru pārvadājumus. Ar regulāro gaisa transportu šeit jāsaprot pasažieru transports pa gaisa ceļiem noteiktos maršrutos pēc regulāra grafika. Neregulārais gaisa transports nozīmē pasažieru pārvadāšanu pa gaisa ceļiem, kas netiek sniegta pēc regulāra grafika, kā arī regulāros līgumreisu.

Kravu transports pa gaisa ceļiem netiek iekļauts šī pētījuma tirgus apgabalā, bet tiek apskatīts atsevišķi (skat. 5. nodaļu).

10.1.2 Tirgus ģeogrāfiskā apgabala ierobežojumi

Latvijas Republikas teritorijā darbojas trīs lidostas: starptautiskā lidosta 'Rīga', Liepājas lidosta un Ventspils lidlauks. Gan Liepājas lidosta, gan Ventspils lidlauks galvenokārt darbojas 'pēc pieprasījuma' principa. Lai arī Liepājas lidosta apkalpo vienu regulāro reisu Rīga-Liepāja (*AS AirBaltic*), lielāko daļu aktivitāšu nodrošina neregulāro tūrisma un biznesa reisu apkalpošana [24]. Ventspils lidlauks, savukārt, specializējies reģionālajā aviācijā, taču veic arī čarterreisu apkalpošanu noteiktiem gaisa kuģu tipiēm [25].

Dati par apkalpoto pasažieru un veikto lidojumu skaitu Latvijas lidostās apkopoti Tabula 10-1. Ventspils lidostā pasažieru apgrozība un reisu skaits kopš 2001. gada palielinājušies vairākkārtīgi; Liepājas lidostā, turpretim, pasažieru apgrozība pēdējo gadu laikā kritusies. Tomēr 2006. gadā līdz ar jūnijā atsākto reisu Rīga-Liepāja arī šajā lidostā sagaidāma izaugsme. Laikā no 2006. gada jūnija līdz augustam vien veikti gandrīz 1 000 pasažieru pārvadājumi.

Tabula 10-1. Apkalpoto pasažieru un lidojumu skaits Latvijas lidostās.¹⁷

Lidosta	Rādītājs	2001	2002	2003	2004	2005
Liepāja	Pasažieri			2,487	1,512	1,023
	Lidojumi			468	298	338
Ventspils	Pasažieri	312				1,625
	Lidojumi	172				372
Rīga	Pasažieri	622,647	633,322	711,753	1,060,426	1,878,035
	Lidojumi	18,910	18,676	19,504	27,325	34,552

Avots: apkopots no [8, 9, 11, 12]

Neskatoties uz pozitīvo attīstības tendenci, patreizējais reisu skaits un pasažieru apgrozība gan Ventspils, gan Liepājas lidostās atsevišķi sastāda mazāk nekā 1% un 0.1% no lidojumu skaita un pasažieru apgrozības lidostā 'Rīga'. Lidosta 'Rīga' patreiz neuzskata abas pārējās lidostas par konkurētspējīgām to tehniskā stāvokļa un aprīkojuma

¹⁷ Pasažieru skaits iekļauj gan ielidojošos, gan izlidojošos pasažierus.

dēļ: īsie skrejceļi un mazattīstītā infrastruktūra šajos lidlaukos ļauj apkalpot ierobežotu reisu skaitu un tikai noteiktus gaisa kuģu tipus [32]. Ierobežoto iespēju un zemā aktivitātes līmeņa Liepājā un Ventspilī dēļ šī pētījuma tirgus apgabals analizēs tikai lidostā ‘Rīga’ sniegtos avio pakalpojumus.

10.2 Tirgus spēlētāju identifikācija

Patreiz pasažieru pārvadājumus pa gaisa ceļiem Latvijā kopskaitā nodrošina 16 pārvadātāji [2]. Regulāros pārvadājumus veic 15 aviosabiedrības, savukārt neregulārā gaisa transporta pakalpojumus piedāvā 2 uzņēmumi – specializētā čārterlidojumu kompānija *SIA Latcharters* un nacionālā aviokompānija *AS AirBaltic*.

Latvijā darbojošos gaisa pārvadātāju saraksts pieejams nodaļas beigās (skat. Pielikums 10-1).

10.3 Kvantitatīvie parametri

Pateicoties avio nozares attīstību veicinošai valsts politikai¹⁸, valsts iniciatīvai zemo izmaksu pārvadātāju piesaistīšanā, kā arī lidostas ‘Rīga’ veiksmīgas attīstības rezultātā, tirgus spēlētāju skaits Latvijas pasažieru gaisa pārvadājumu nozarē laikā no 2003.-2005. gadiem gandrīz dubultojies (skat. Tabula 10-2).

Tabula 10-2. Pasažieru gaisa pārvadājumu tirgus Latvijā, kvantitatīvie rādītāji*, 2003.-2005.

Indekss	2003	2004	2005
Tirgus spēlētāju skaits	9	12	16
C-3	67%	65%	69%
C-5	83%	77%	78%
HI	0.27	0.26	0.22

* Tirgus koncentrācijas rādītāji un HI indekss aprēķināti, balstoties uz datiem par aviokompāniju pasažieru apgrozību Latvijā

Pieaugušais pārvadātāju skaits un it īpaši zemo izmaksu pārvadātāju ienākšana Latvijā uzlabojusi pasažieru gaisa pārvadājumu tirgus struktūru un koncentrāciju. C-5 rādītājs samazinājies no 83% uz 78%, savukārt HI indekss no 0.27 uz 0.22. Lai arī HI indekss vēl aizvien ir tuvu teorētiski pieņemtajai riska robežai (0.2), tirgus attīstība atstāj pozitīvu ietekmi uz rādītājiem. Ja līdz šim tirgū dominēja *AS AirBaltic* ar 50% tirgus daļu, tad pieaugošas konkurences rezultātā, ko sastāda zemo izmaksu pārvadātāju ienākšana tirgū, uzņēmuma īpatsvars 2006. gada sākumā sarucis līdz 38%, *SIA Ryanair* ar 31% ierindojoties 2. vietā (skat. Pielikums 10-1). Tas liecina par to, ka nozares attīstība ievieš pozitīvas korekcijas tirgus struktūrā un veicina konkurenci. Lai sniegtu pilnīgāku konkurences novērtējumu, tālāk tiks veikta nozares kvalitatīvā analīze.

¹⁸ 2004. gadā tika samazināta maksa par lidmašīnu nosēšanos un pacelšanos lidostā ‘Rīga’ un atcelta 7 LVL pasažieru izlidošanas nodeva; 2005. gadā tika ieviesta jaunu cenu politika, saistīta ar apjomu atlaidēm.

10.4 Kvalitatīvie aspekti

- Tirgus izaugsme

Pasažieru pārvadājumu pa gaisa ceļiem tirgus Latvijā šobrīd piedzīvo strauju izaugsmi: palielinās pārvadāto pasažieru skaits, pieaug pārvadātāju skaits un paplašinās veikto maršrutu tīkls. 2005. gadā, salīdzinājumā ar gadu iepriekš, pasažieru apgrozība lidostā ‘Rīga’ pieauga par 77% (skat. Pielikums 10-2) [1], kas ir otrs straujākais pieaugums avio sfērā visā ES [7]. Piedāvāto maršrutu skaits šajā pat laika posmā palielinājās no 18 uz 38 tiešajiem gaisa savienojumiem ar lidostu ‘Rīga’.

2005. gada laikā pieaugumu pasažieru apgrozībā piedzīvojušas gandrīz visas Latvijā darbojošās avio sabiedrības (izņemot *Finnair*) (skat. Pielikums 10-1). Augstāko tirgus izaugsmi uzrāda *KLM* (72%), 2. un 3. vietā atstājot *Austrian Airlines* (59%) un *AirBaltic* (45%). Lai arī visbūtiskāk absolūtos skaitļos pieauguši tieši zemo izmaksu aviosabiedrību (*Ryanair*, *EasyJet*) un *AirBaltic* pasažieru pārvadājumi, tirgus dati apstiprina, ka vispārējā nozares izaugsme nav tikusi izmantota kādu atsevišķu kompāniju tirgus daļas paaugstināšanai un dominances nostiprināšanai. Šo secinājumu apstiprina arī pieaugums piedāvāto lidojumu biežumā. Tā piemēram, 2005. gada laikā *KLM* lidojumu frekvence pieauga par 71%, *LOT* – par 45%, *ČSA* – 44%, *Austrian Airlines* 32%, *British Airways* – 30%, *AirBaltic* – 15% [11].

Straujā tirgus izaugsme lielā mērā skaidrojama ar zemo izmaksu aviokompāniju (*Ryanair*, *Easyjet*) darbības uzsākšanu lidostā ‘Rīga’, kas ieviesa būtiskas izmaiņas gan pasažieru, gan tirgus struktūrā, saasinot konkurenci [11]. Tāpat, Latvijas iestāšanās ES un ‘Open Sky’ politikas adaptēšana veicinājusi vairāku starptautisko aviokompāniju ienākšanu Latvijas tirgū. Liela nozīme tirgus izaugsmē ir arī vispārējai tūrisma attīstībai Latvijā. Būtisku lomu spēlējusi arī lidostas ‘Rīga’ infrastruktūras un pakalpojumu straujā un veiksmīgā attīstība [11, 12].

Paredzams, ka izaugsme avio pakalpojumu sfērā Latvijā turpināsies arī nākotnē, lai arī sagaidāms zemāks tirgus pieauguma temps procentuālā izteiksmē. Par atskaites punktu lidostas izaugsmei var tikt uzskatīts fakts, ka pirms 20 gadiem Rīgas lidosta apkalpoja ap 2 milj. pasažieru gadā. Pēc ekspertu aplēsēm līdz 2010. gadam pasažieru apgrozījums lidostā ‘Rīga’ varētu palielināties līdz 5 milj. [12]. Augošs tirgus sniedz iespējas palielināt apjomus visiem tirgus dalībniekiem, tādejādi mīkstinot konkurences apstākļus. Tomēr tirgus izaugsme ir pozitīvs aspekts jaunu spēlētāju ienākšanai tirgū, kas, savukārt, saasina konkurenci starp tirgus dalībniekiem.

- Izmaksu atšķirības

Maksu par lidostas pakalpojumiem iekasē lidosta ‘Rīga’. Nodeva par perona stāvvietu tiek aprēķināta atkarībā no gaisa kuģa masas, savukārt drošības nodeva – atkarībā no reisā pārvadāto pasažieru skaita. LR Satiksmes ministrijas likumā ‘Par aviāciju’ noteikta arī atlaižu politika lidostas ‘Rīga’ pakalpojumiem, kas balstās uz aviokompāniju pasažieru pārvadājumu skaitu, t.i. jo lielāks kopējais pārvadāto

pasažieru skaits, jo augstākas atlaides [4]. Atlaižu shēma lidostas pakalpojumiem atrodama nodaļas beigās (skat. Pielikums 10-4).

Patreizējā tirgus struktūra lidostā 'Rīga' ir samērā nevienmērīga (pārvadātāju tirgus daļas skat. Pielikums 10-1), tāpēc lielākie tirgus spēlētāji (*AirBaltic*, *Ryanair*) pretendē uz atlaidēm līdz pat 80% apmērā, kamēr citas aviokompānijas var saņemt tikai 10-20% lielas atlaides [6].

Pēc Satiksmes ministrijas (SM) ieskatiem pastāvošā atlaižu politika veicina pasažieru un maršrutu skaita palielināšanos un veicina tūrisma attīstību. Teorētiski šāda atlaižu politika, kas balstīta uz apjoma atlaidēm, ir ierasta prakse tirgus ekonomikas apstākļos, un tās rezultāti savā ziņā var tikt vērtēti līdzīgi apjoma ekonomijas (economies of scale) sniegtajām priekšrocībām: palielinot darbību apjomu (šajā gadījumā – pārvadāto pasažieru skaitu), tirgus dalībnieki iegūst atlaides. Pēc SM ieskatiem šāda politika ir saskaņā ar ES 'brīvo debesu' politiku [35].

Tomēr vairāki pārvadātāji, kuru pārvadājumu salīdzinoši zemie apjomi neļauj pretendēt uz augstām atlaidēm, iesnieguši prasību Konkurences padomē par atšķirīgu atlaižu piemērošanu maksājumos par līdzvērtīgiem pakalpojumiem. Viņuprāt, patreizējās atlaižu politikas dēļ vairākos maršrutos veidojas ievērojamas izmaksu starpības starp savstarpēji tieši konkurējošām aviosabiedrībām, tādejādi radot nevienlīdzīgus konkurences apstākļus [5]. Tā piemēram, populārākā maršrutā Rīga-Londona ietvaros trīs pakalpojumu sniedzēji (*AirBaltic*, *Ryanair*, *British Airways*) saņems būtiski atšķirīgas atlaides: *AirBaltic* un *Ryanair* varētu pretendēt uz 80% atlaidēm, kamēr *British Airways* tikai 20-30%. Analizējot tirgu reisu griezumā, maz-apjoma pārvadātāju prasība ir pamatota, jo lielākā daļa šo aviosabiedrību specializējas tikai viena noteikta maršruta apkalpošanā. Šo uzņēmumu klātbūtne tirgū ir svarīga no patērētāju labklājības viedokļa, jo paplašina tirgus sortimentu gan pakalpojumu kvalitātes, gan cenu ziņā.

Ņemot vērā augstāk minētos apsvērumus, patreiz spēkā esošā atlaižu sistēma varētu tikt papildināta ar faktoru, kas ņem vērā pārvadāto pasažieru skaitu konkrētā maršruta ietvaros. Tādejādi tiktu izlīdzināti konkurences apstākļi viena maršruta ietvaros. Lai izlīdzinātu spēles noteikumus visiem tirgus dalībniekiem, SM būtu jāpamato patreizējās atlaižu skalas 'stāvums' (steepness); patreizējā shēmā atlaižu amplitūda ir ļoti plaša, taču nepamatota.

Lai veicinātu vispārēju avio nozares attīstību, nepieciešams atbalstīt arī tirgus jaunienācējus. Patreizējā atlaižu sistēma sniedz atbalstu tikai liela apjoma pārvadātājiem. Tirgū ienākšanas periodā jauni uzņēmumi nespēs uzreiz nodrošināt lielus pārvadājumu apjomus, tāpēc tiem varētu tikt piemērota īpaša atlaižu sistēma, kas sniegtu iespējas nostiprināties tirgū un sasniegt noteiktu apgrozījuma līmeni.

- Pakalpojuma diferenciacija

Avio pakalpojumu tirgus Latvijā ir samērā piepildīts pārvadātāju pozicionējuma ziņā. Piedāvājumā ir gan augstas kvalitātes pakalpojumi par dārgām cenām, gan ‘zemo cenu’ pārvadājumi ar attiecīgu kvalitāti. Zemo cenu pārvadātāji Latvijas tirgū ienāca 2004. gada nogalē, kā rezultātā būtiski izmainījās gan tirgus, gan patērētāju struktūra. Konkurences apstākļu dēļ *AirBaltic* pakāpeniski atsakās no biznesa klases lidojumiem¹⁹ [10]. Ja agrāk ‘lētās’ aviobiļetes sastādīja tikai 3% no *AirBaltic* biļešu skaita, tad 2006. gadā to īpatsvars sasniedza 25-30% [12]. Patreizējā tirgus attīstība liecina par izteiktu ‘cenu jūtīgumu’ un liek apšaubīt patērētāju lojalitāti pret esošajiem tirgus spēlētājiem, kas savukārt paver iespējas jaunu tirgus spēlētāju ienākšanai.

- Noslogojums

Vietu aizpildījumam ir tendence aizvien pieaugt, par ko liecina 2005. pirmā pusgada tirgus attīstības tendences: pasažieru skaitam pieaugot par 87.3%, apkalpoto reisu skaits lidostā ‘Rīga’ pieauga tikai par 13.3%, kas liecina, ka pieaugusi izmantoto lidmašīnu piepildījums un/vai to ietilpība [21]. Lai arī precīzu datu par avio kompāniju reisu piepildījumu nav pieejami, autoru rīcībā esošie dati ļauj secināt, ka tiešajos lidojumos no/uz lidostu ‘Rīga’ vidējais noslogojums sastāda 40-60%²⁰. Brīvā jauda darbojas kā konkurenci veicinošs apstāklis starp tirgus esošajiem dalībniekiem, taču var tikt uztverts kā šķērslis no tirgus jaunienācēju puses.

- Cenu dinamika

Saasinātas tirgus konkurences rezultātā tirgū kopumā, taču it īpaši populārāko reisu ietvaros, vērojams cenu kritums. Augstāk minēts, piemēram, ka 2006. gadā ‘lētās’ aviobiļetes sastādīja 25-30% kopējā *AirBaltic* piedāvājumā, salīdzinoši ar tikai 3% iepriekšējos gados [12]. Līdzīgi arī *British Airways* 2004. gadā paziņoja par biļešu cenu samazinājumu lidojumiem maršrutā Rīga-Londona, atsevišķām pasažieru grupām sniedzot iespēju ietaupīt līdz pat 25% [28]. Cenu pazemināšanās liecina par konkurences saasināšanos nozarē. Cenu dempings²¹, savukārt, var radīt nelabvēlīgus apstākļus jaunu spēlētāju ienākšanai tirgū.

- Pakalpojumu aizstājamība

Pēdējo gadu laikā saasinoties konkurences cīņai pasažieru gaisa pārvadājumos, pazeminājušās pakalpojumu cenas, kā rezultātā aviopārvadājumi aizvien tiešāk konkurē arī ar autopārvadājumiem, dzelzceļa un prāmju satiksmi [27]. Sauszemes pasažieru pārvadājumu tirgū sastopami vairāki konkurētspējīgi spēlētāji, kas nodrošina spēcīgu konkurenci pasažieru avio pārvadājumiem.

Autopārvadājumu sfērā spēcīgākie ir divi starptautiskie pasažieru autopārvadātāji – *Eurolines* un *Ecolines*. *Eurolines* piedāvā plašu maršrutu tīklu uz vairāk nekā 150

¹⁹ 2006. gadā *AirBaltic* četros maršrutos ieviesa vienas klases (ekonomiskās) apkalpošanu.

²⁰ 2006. gada 1. ceturksnī *AirBaltic* sasniedza 60% vietu piepildījumu lidmašīnās, salīdzinājumā ar 51% 2005. gadā [9].

²¹ Cenu pazemināšanās nozarē nereti tiek uztverta par ‘dempingam’ [32]

pilsētām visā Eiropā, kā arī Sanktpēterburgu un Maskavu [22]. *Ecolines* arī piedāvā plašu maršrutu klāstu, piedāvājot reisu uz vairāk kā 100 pilsētām visā Eiropā, Krievijā un Ukrainā [30]. Gan *Eurolines*, gan *Ecolines* piedāvājumā ir arī braucieni uz Eiropas valstu galvaspilsētām, kurus piedāvā arī gaisa pārvadātāji.

Latvijas dzelzceļa piedāvājuma stiprā puse ir savienojums ar Austrumu pilsētām: Maskava, Sanktpēterburga, Minska, Voroneža, Viļņa, Kijeva, Gomeļa, Ļvova, Odesa, Simferopole, Adlera [31]. Saskatot augstu tirgus potenciālu šajā virzienā, arī *AirBaltic* izvirzījis Austrumu maršrutus par prioritāriem turpmākā attīstībā [19]. *AirBaltic* cer attīstīt Rīgu kā lidojumu tranzīta mezglu starp Rietumiem un Austrumiem, jo šajās valstīs ir augsts tūristu potenciāls, taču iebraukšanas iespējas Latvijā ir ierobežotas šo valstu neapdomāto birokrātisko procedūru dēļ [18]. Gaisa satiksmes izveidē ar Krieviju Latvijas avio kompānijas sastopas ar lielām problēmām Krievijas valsts noteikto neizdevīgo noteikumu dēļ [26].

3-4 reizes nedēļā *Tallink* piedāvā prāmju satiksmi starp Rīgu un Stokholmu.

Dzelzceļa, autopārvadājumu un prāmju priekšrocības patreiz ir zemākas cenas. Tāpat pārvietošanos pa sauszemes ceļiem pasažieri nereti uztver kā drošāku un uzticamāku. Priekšrocības saskatāma arī tajā apstākļi, ka lētāk iespējams iegādāties biļetes braucienam ar sauszemes transportu vienā virzienā. Maršrutu tīkla ziņā sauszemes pārvadājumu priekšrocības ir attīstītais reisu piedāvājums uz Krievijas, Ukrainas, Baltkrievijas, u.c. pilsētām, kur avio kompāniju patreiz piedāvātais klāsts ir salīdzinoši nepilnīgs.

- Valsts ietekme

Pēc Latvijas iestāšanās ES regulāro pārvadājumu jomā lielā mērā zudusi starpvalstu gaisa satiksmes līgumu jēga, jo starp ES dalībvalstīm divpusējie līgumi nepastāv, t.i. aviokompānijas var brīvi lidot uz dažādām pilsētām ES ietvaros. ES ‘open sky’ politika veicinājusi konkurenci Latvijas avio pakalpojumu tirgū, jo mazinoties valsts ietekmei, tirgū ienākuši jauni spēlētāji, kā arī izveidoti jauni maršruti.

Valsts ietekme tomēr saglabājusies citos nozīmīgos aspektos. Valsts loma lidostas pakalpojumu atlaižu jautājumā apskatīta augstāk sadaļā 10.4. ‘Izmaksu atšķirības’. Vēl viens būtisks jautājums ir līgumsaistības attiecībā uz trešajām valstīm. Latvijai ir noslēgti gaisa satiksmes līgumi ar Ukrainu, Baltkrieviju, Gruziju, Kazahstānu, Ēģipti, Taizemi, Singapūru un citām valstīm. Lai arī ES ietvaros aviokompānijas var lidot, kur vēlas, veicot lidojumus uz trešajām valstīm, Latvijas valsts pieprasa paritātes līguma slēgšanas iespējas ar šīm valstīm, tādējādi it kā aizstādot vietējos pārvadātājus Latvijā. Šis aspekts vissāpīgāk skar čarterreisu rīkotājus, jo to maršruti nereti ietver gala mērķus ārpus ES robežām. Latvijas valsts gan no tūrisma ceļojumu rīkotājiem, gan kaimiņvalstīm (Lietuva) vairākkārtīgi saņēmusi apvainojumus noslēgta tirgus turēšanā čarteru lidojumos. Čarterreisu tirgus pašlaik neattīstās tādēļ, ka Latvijas aviokompānijām tajā pieder monopolstāvoklis [33].

Apstākļus gaisa palīgdarbības sfērā, tāpat kā avio nozarē kopumā, sarežģī valsts īpašuma un regulatora tiesības. Latvijas valsts ir vairākuma akcionārs nacionālajā aviokompānijā *AirBaltic* (52.6%), kā arī lidostas ‘Rīga’ vienīgais akcionārs. Valsts arī saskaņo aeronavigācijas un lidostas pakalpojumu nodevas, kas skar visas Latvijā darbojošās aviokompānijas. Lai arī *AirBaltic*, piemēram, saņem lielākās atlaides lidostas pakalpojumiem, tas skaidrojams ar kompānijas līderpozīcijām tirgū.

10.5 Konkurence maršrutu griezumā

Atkarībā no pieprasījuma rakstura, konkurence pasažieru gaisa pārvadājumos var tikt analizēta divējādi:

- starpmaršrutu konkurence – raksturīga tūrisma un atpūtas braucieniem; izdarot izvēli, patērētājs salīdzina dažādus maršrutus, tai skaitā čarterreiskus.
- konkurence viena maršruta ietvaros – patērētājs vēlas ceļot konkrētā maršrutā; izdarot izvēli, tiek salīdzināts piedāvājuma klāsts viena konkrētā maršruta ietvaros.

Lai arī lidostu ‘Rīga’ ar citām pilsētām savieno kopumā 39 tiešie reisi, tikai 11 no tiem pakalpojumus piedāvā vairāk nekā viena aviokompānija (skat. Tabula 10-3). Pilns reisu saraksts sadalījumā pa aviosabiedrībām apskatāms nodaļas beigās (skat. Pielikums 10-3).

Lielākā daļa maršrutu 2005. gadā pieredzēja pasažieru pieaugumu [11]. Pasažieru apgrozība vairākkārtīgi pieauga lidojumos uz Tampere, Barselonu, Mančestru, Berlīni un Frankfurti. Izņēmumi bija reisi uz Kopenhāgenu, Helsinkiem un Minheni, kuros pasažieru skaits saruka. Lidojumi uz Ķelni, Bonnu, Romu, Štutgarti un Ženēvu tika pārtraukti nepietiekamā pasažieru skaita dēļ.

28 no pieejamiem reisiem lidostā ‘Rīga’ nodrošina tikai viena aviokompānija. Taču šāda situācija ir pieļaujama zemā pieprasījuma dēļ, un tāpēc netiks uzskatīta par monopolstāvokli.

Tabula 10-3. Aviokompāniju maršruti un tajos pārvadātie pasažieri 2005. gadā.

Maršruts	Pārvadāto pasažieru skaits maršrutā 2005. gadā	Aviokompānijas
Londona	268 280	<i>AirBaltic, Ryanair, BA</i>
Frankfurte	166 271	<i>Lufthansa, Ryanair</i>
Stokholma	141 551	<i>AirBaltic, Ryanair</i>
Berlīne	116 402	<i>AirBaltic, EasyJet</i>
Helsinki	79 705	<i>AirBaltic, Finnair</i>
Dublina	56 812	<i>AirBaltic, Ryanair, AerLingus</i>
Maskava	54 026	<i>AirBaltic, Aeroflot</i>
Vīne	45 124	<i>AirBaltic, Austrian Airlines</i>
Oslo	41 705	<i>AirBaltic, Norwegian</i>
Varšava	24 496	<i>AirBaltic, LOT</i>

Populārākais reiss no lidostas ‘Rīga’ 2005. gadā bija lidojums uz Londonu, kurā tika pārvadāti 267 000 pasažieri jeb 15.3% no kopējās pasažieru apgrozības. Otrā un trešā vietā ierindojās Frankfurte un Stokholma ar 8.9% un 7.5% īpatsvaru pasažieru apgrozībā, tālāk popularitātes ziņā sekojot reisiem no Kopenhāgenas, Berlīnes, Amsterdamas un Tamperes (skat. Tabula 10-3) [11].

Četrus no septiņiem populārākajiem lidojumiem piedāvā vairāk par vienu aviokompāniju, tai skaitā arī ‘zemo izmaksu’ pārvadātāji. Tomēr reisos uz Kopenhāgenu un Amsterdamu, kā arī Tampere piedāvā tikai viena aviolīnija. Tas ļauj izvirzīt hipotēzi par pastāvošu monopolstāvokli vai savstarpēju spēlētāju vienošanos par pārvadājumiem šajos reisos, jo pasažieru skaits tajos var tikt uzskatīts par pietiekamu vairāku aviokompāniju piedāvājumam.

Rīga-Londona

2005. gadā *British Airways* maršrutā Rīga-Londona pārvadāja vairāk nekā 78 000 pasažieru, palielinot pārvadājumu skaitu par 25,7% salīdzinājumā ar iepriekšējo gadu un aizņemot 27.4% tirgus daļas maršruta ietvaros [4]. 2005. gada laikā pasažieru pārvadājumi uz Londonu pieauguši par 122%, kas liecina, ka pieauguši arī pārējo divu pārvadātāju apjomi. Vidēji katru dienu pasažieriem pieejami 4 dažādi izlidošanas laiki uz Londonu. Konkurence šī maršruta ietvaros var tikt uzskatīta par augstu.

Rīga-Frankfurte

Lidojumus veic *Lufthansa* un *Ryanair*, nodrošinot lidojumu divas reizes dienā. 2004. gadā lidojumus šajā maršrutā piedāvāja tikai *Lufthansa*, un tirgus piedzīvoja kritumu - 8%. 2005. gadā, arī *Ryanair* uzsākot lidojumus uz Frankfurti, pasažieru apgrozība pieauga par 121%, sastādot 166 271 pasažieru pārvadājumus. Straujā tirgus izaugsme liecina par konkurences saasināšanos un tirgus cenas pazemināšanos maršruta ietvaros.

Rīga-Stokholma

Lidojumus veic *AirBaltic* un *Ryanair*, un reiss tiek nodrošināts vidēji trīs reizes dienā. Arī šajā maršrutā vērojama apjomu stagnācija 2004. gadā (pieaugums 7%), kad lidojumus veic tikai *AirBaltic*. Taču līdz ar *Ryanair* ienākšanu, tirgus apjoms pārvadāto pasažieru skaita ziņā pieaudzis par 139%, sasniedzot 141 551 pasažieru pārvadājumus.

10.6 Neregulārie gaisa pārvadājumi (čarterreisi)

- Tirgus spēlētāju skaits

Neregulāros starptautiskos un vietējos pasažieru gaisa pārvadājumus Latvijā piedāvā gan vairāki vietējie, gan ES valstu pārvadātāji. Lai arī tirgū darbojas četri vietējie neregulāro gaisa pārvadājumu izpildītāji, tikai divas gaisa flotes (*AirBaltic, Latcharter Airlines*) piedāvā lidmašīnas, kas atbilst tūroperatoru prasībām [33]. Pārējās divas Latvijā reģistrētas firmas nodrošina neregulāros gaisa pārvadājumus ierobežota klientu loka vajadzībām. Piemēram, *VIP Aviation* kalpo LR Prezidentes vajadzībām, 2005. gadā

kopskaitā veicot 421 lidojumus [11]. Arī *Concors* veic neregulārus starptautiskos pasažieru gaisa pārvadājumus. Savukārt, *AirBaltic* čārterbizness nav pamatnozare, tāpēc par vienīgo tirgus alternatīvu čārterreisos starp vietējām kompānijām praktiski uzskatāms *Latcharter*, kas specializējies čārterreisu pakalpojumos.

Neregulāros pasažieru pārvadājumus piedāvā arī dažas ārvalstu firmas – beļģu *European Air Transport* veic vidēji 500 lidojumus gadā no lidostas Rīga, savukārt lietuviešu *Apatas Air* 2005. gadā apkalpoja 128 reisu [11].

Tā kā lielākā daļa čārterreisu tiek veikti maršrutos ārpus ES teritorijas jeb uz tā saucamajām trešajām valstīm, kur nedarbojas ES ‘open sky’ politika, bet starpvalstu līgumsaistības un paritātes princips (skat. 6.3. Valsts ietekme), neregulāro gaisa pārvadājumu tirgus klāsts Latvijā var tikt uzskatīts par salīdzinoši šauru ar zemu spēlētāju skaitu un konkurences līmeni tajā.

- Tirgus attīstība

2005. gadā neregulārie gaisa pasažieru pārvadājumi sastādīja 7% no kopējās pasažieru apgrozības lidostā ‘Rīga’, īpatsvaram sarūkot par 2%, salīdzinājumā ar 2004. gadu [11]. Tomēr kopumā pasažieru neregulāro gaisa pārvadājumu tirgus Latvijā ir augošs, kas ir pozitīvs apstākļi jaunu spēlētāju ienākšanas sekmēšanai tirgū.

Čārterreisu tirgus ir salīdzinoši krietni mazāk attīstīts nekā regulārie gaisa pārvadājumi. Tirgus eksperti uzskata, ka čārterreisu attīstību aizkavē tirgus monopolstāvoklis [33].

Nākotnē tomēr paredzama neregulāro gaisa pārvadājumu tirgus attīstība, par ko liecina aviokompāniju ieguldījumi attīstībā. Tā piemēram, VIP avio 2006. gadā paziņojusi par divu jaunu lidaparātu iegādi, pamatojot nepieciešamību tirgus izaugsmē [34].

- Cenas

Monopolstāvokļa dēļ čārterreisu cenas Latvijā ir līdz pat 20-30% augstākas nekā Lietuvā un Igaunijā [33]. Cenu sadārdzinājums veidojas tādēļ, ka Latvijas aviokompāniju piedāvājumi ir 30-50% dārgāki nekā citu valstu pārvadātāju piedāvājumi. Tas liecina par konkurences trūkumu neregulāro gaisa pārvadājumu tirgū Latvijā. Paredzams, ka reisi uz tādām valstīm kā Turcija, Tunisija, Spānija, u.c. kļūtu ievērojami lētāki, ja LR Satiksmes ministrija ļautu tūrisma operatoriem izmantot citu valstu aviokompāniju lidmašīnas [33].

- Valsts ietekme

Lielākajā daļā neregulāro gaisa pārvadājumu maršruti tiek veikti uz pilsētām, kas atrodas ārpus ES teritorijas, t.s. trešajām valstīm. Šajos maršrutos nedarbojas ES ‘open sky’ politika, bet joprojām saglabājušās starpvalstu līgumsaistības un paritātes princips. Tā piemēram, Latvijai ir noslēgti gaisa satiksmes līgumi ar Ukrainu, Baltkrieviju, Gruziju, Kazahstānu, Ēģipti, Taizemi, Singapūru un citām valstīm. Izniedzot kādas valsts aviosabiedrībai atļauju veikt lidojumus no Rīgas uz kādu no trešajām valstīm, Latvijas

valsts pieprasa paritātes līguma slēgšanas iespēju, tādējādi sekmējot līdzvērtīgas biznesa iespējas arī vietējiem pārvadātājiem. Čarterreisu rīkotāji asi kritizē šādu valsts politiku kā konkurenci neveicinošu, jo esošie divi esošie čarterreisu izpildītāji Latvijā nespēj nodrošināt čarterreisu prasības [33].

10.7 Kopsavilkums

- Regulārie pasažieru pārvadājumi ir strauji augoša nozare ar lielu tirgus spēlētāju skaitu; tirgus izaugsme veicina jaunu spēlētāju ienākšanu un konkurences attīstību
- Pasažieriem pieejams aizvien plašāks piedāvājuma sortiments un izvēles iespējas
- Maršrutu griezumā tomēr konkurence ir salīdzinoši mazattīstīta; tikai 11 no kopā pieejamajiem 39 tiešajiem reisiem apkalpo vairāk par 1 avio sabiedrību
- Konkurences apstākļus būtiski ietekmē pastāvošā lidostas pakalpojumu atlaižu politika, kas noteikta valsts līmenī
- Konkurence neregulāro pasažieru pārvadājumu praktiski neeksistē ierobežotā vietējā tirgus piedāvājuma dēļ, kā arī likumdošanas ierobežojumu spēlētāju ienākšanai no ne-ES dalībvalstīm dēļ
- Ierobežotā tirgus piedāvājuma un neesošās konkurences dēļ pakalpojumu cenu līmenis ir 30-50% augstāks nekā citās valstīs, piemēram, Lietuvā un Igaunijā
- Konkurences veicināšana neregulāro pārvadājumu jomā ir tieši atkarīga no valsts aktivitātēm

Izmantotā literatūra

1. LETA, 27.01.2006, Centrālās statistikas pārvaldes Transporta un tūrisma statistikas daļa, Paziņojums preseī.
2. www.sam.gov.lv, skatīts 08.08.2006.
3. LETA, 01.06.2006
4. LETA, 19.05.2006, Paziņojums preseī.
5. LETA, 21.03.2006, Pieaug "AirBaltic" biļešu tirdzniecība internetā.
6. LETA, 21.03.2006, "AirBaltic" zaudējumi pērn - Ls 1,32 miljoni.
7. LETA, 27.01.2006, Aviopasažieru skaits ES palielinājies par 8,8%.
8. LETA, 04.04.2006, Lidostas "Rīga" prezidents: No KP lēmuma atkarīga zemo cenu aviosabiedrību darbība Rīgā.
9. Diena, 11.05.2006, AirBaltic procenti aug.
10. Diena, 09.02.2006, Redz Rīgu kā tranzīta mezglu.
11. Riga Airport, Annual Report 2005, www.riga-airport.com
12. Latvijas avīze, 27.07.2004, www.icelo.lv/icelo2005/?ze=articles&sid=1484
13. LETA, 09.05.2006, Ar "AirBaltic" aizdevuma uzskaiti cer tikt skaidrībā līdz maija beigām.
14. LETA, 20.04.2006, Drīzumā būs jāpārvēl "AirBaltic" padome.
15. LETA, 04.04.2006, Lidosta "Rīga" cer uz Vācijas zemo cenu lidsabiedrībām.
16. LETA, 04.04.2006, Lidostas "Rīga" prezidents: No KP lēmuma atkarīga zemo cenu aviosabiedrību darbība Rīgā.
17. LETA, 23.03.2006, Konkurences padome turpinās izvērtēt lidostas "Rīga" atlaižu politiku.
18. LETA, 08.02.2006, Šogad "AirBaltic" mērķis būs attīstīt Rīgu kā lidojumu tranzīta mezglu.
19. Diena, 09.02.2006, Redz Rīgu kā tranzīta mezglu.
20. LETA, 26.01.2006, ČSA pērn Rīgas maršrutos pārvadājusi par 30,4% vairāk pasažieru.
21. Rīgas Balss, 04.07.2006, Lidosta turpina izaugsmi.
22. www.eurolines.lv, skatīts 06.08.2006.
23. www.latcharter.com, skatīts 16.08.2006.
24. www.liepaja-airport.lv, skatīts 20.08.2006.
25. www.airport.ventspils.lv, skatīts 20.08.2006.
26. Neatkarīgā Rīta Avīze, 08.10.2003, Iestāšanās ES veicinās konkurenci aviopārvadājumos.
27. Dienas Bizness, 16.01.2004, Konkurence saasinās.
28. LETA, 01.02.2004, British Airways plāno samazināt biļešu cenas maršrutā Rīga-Londona.
29. LETA, 02.09.2003, British Airways paredz turpmāku aviobiļešu cenu samazināšanos pasaulē.
30. www.Ecolines.net, skatīts 20.08.2006.
31. www.ldz.lv, skatīts 20.08.2006.

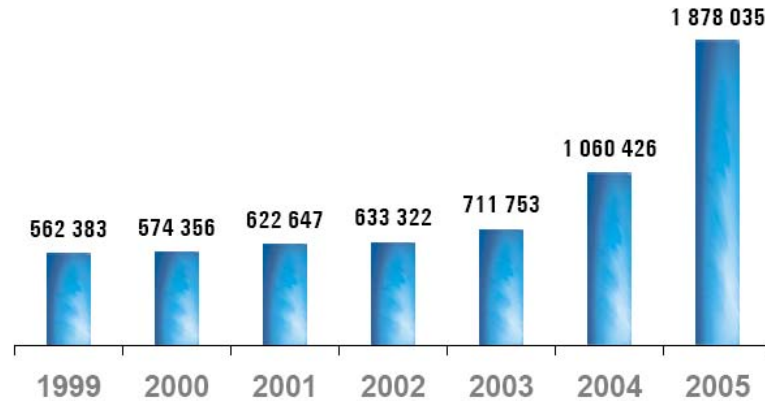
32. Intervija, Lidosta Rīga Mārketinga Direktore Liene Freivalde, 2006. gada 29. augustā
33. Novatours, 24.05.2005, Preses reļīze, Arnis Muižnieks apzināti darbojas pret "Novatours", www.novatours.lv, skatīts 18.08.2006.
34. Dienas Bizness, 09.01.2006, VIP Avia pirks jaunas lidmašīnas.
35. Intervija, LR Satiksmes ministrija, Aviācijas departaments, Direktors, Arnis Muižnieks, 2006. gada 7. septembris
36. Intervija, Latvia Tours, Izejošā tūrisma departamenta vadītāja, Ieva Keiša, 2006. gada 6. septembris.
37. Intervija, British Airways, Pārstāvis Latvijā, Toms Andersons, 2006. gada 12. septembris

Pielikums 10-1

Apkalpoto pasažieru skaits lidostā 'Rīga' pa aviosabiedrībām.

Aviosabiedrība	Pasažieru skaits				Tirgus daļas (%)				Tirgus izaugsme (%)	
	2003	2004	2005	1.cet.2006	2003	2004	2005	1.cet.2006	2004/2003	2005/2004
Air Baltic	347,966	530,900	769,107	258,256	49%	50%	41%	38%	53%	45%
Ryanair		44,907	427,246	212,014		4%	23%	31%		851%
Latcharter	32,283	81,631	97,584	29,319	5%	8%	5.20%	4.28%	153%	20%
ČSA	60,353	67,339	87,844	23,433	8%	6.35%	4.68%	3.42%	12%	30%
KLM		50,749	87,104	30,621		5%	4.64%	4.47%		72%
British Airways	60,665	61,765	77,164	21,931	9%	5.82%	4%	3.20%	2%	25%
easyJet		6,683	76,099	19,202		1%	4%	2.80%		1039%
Lufthansa	66,403	74,250	67,862	15,863	9%	7%	4%	2%	12%	-9%
Finnair/Aero	54,152	60,330	47,728	16,026	8%	5.69%	3%	2%	11%	-21%
Aeroflot	26,853	25,955	29,556	7,565	4%	2%	2%	1%	-3%	14%
Uzbekistan Airways		3,400	28,803	6,863		0%	2%	1%		747%
Austrian Airlines		15,829	25,238	8,430		1%	1%	1%		59%
LOT Polish Airlines	15,947	18,131	24,178	7,087	2%	2%	1%	1%	14%	33%
Aer Lingus			6,711	15,588			0%	2%		
Israir	4,324	4,869	5,182	n/a	1%	0%	0%	n/a	13%	6%
Norwegian Air Shuttle			5,047	11,137			0%	2%		
Turkish Airlines				266				0%		
Citi	42,807	13,688	15,582	n/a	6%	1%	1%	n/a	-68%	14%
<i>Kopā</i>	<i>711,753</i>	<i>1,060,426</i>	<i>1,878,035</i>	<i>685,677</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>49%</i>	<i>77%</i>

Pielikums 10-2
Ielidojošo un izlidojošo pasažieru skaits lidostā ‘Rīga’.



Pielikums 10-3
Avio sabiedrību apkalpotie tiešie reisi no Rīgas.

Aviokompānijas	Apkalpotie tiešie reisi
AirBaltic	Baku, Barselona, Bergena, Berlīne, Brisele, Diseldorfa, Dņepropetrovska, Dublina, Hamburga, Helsinki, Kaļiņingrada, Kijeva, Kopenhāgena, Liepāja, Londona, Mančestra, Maskava, Milāna, Minhene, Minska, Odesa, Oslo, Parīze, Sanktpēterburga, Simferopole, Stambula, Stokholma, Tallina, Tbilisi, Telaviva, Varšava, Viļņa, Vīne
Ryanair	Dublina, Frankfurte, Glasgova, Liverpūle, Londona, Stoholma, Tampere
KLM	Amsterdama
Czech Airlines	Prāga, Roma (2006. gada janvāris-marts)
British Airways	Londona

EasyJet	Berlīne
Lufthansa	Frankfurte
Aer Lingus	Dublina
Finnair	Helsinki
Norwegian Air	Oslo
Austrian Airlines	Vīne
Aeroflot	Maskava
LOT	Varšava
Uzbekistan Airways	Taškenta
Turkish Airlines	Stambula
Latcharter	Čarterreisi
Israir	Tel-Aviva

Pielikums 10-4

Atlaižu shēma lidostas ‘Rīga’ pakalpojumiem.

Izlidojošo pasažieru skaits (tūkst.)	Atlaide (%)
	0.0
25	10
50	20
75	30
100	40
125	50
150	60
200	70
250	80

11 KRAVU TRANSPORTS PA GAISA CEĻIEM

Nozare	Regulārie un neregulārie kravu pārvadājumi pa gaisa ceļiem
NACE klase	62.10, 62.20
Tirgus apgabals	Latvija
Tirgus spēlētāju skaits	19
Tirgus koncentrācija	C-3=24%, C-5=30%, HI=0.03

11.1 Tirgus apgabala definēšana

11.1.1 Tirgus apgabala definēšana

Kravu gaisa pārvadājumu tirgus apgabals ietver regulāros (62.10) un neregulāros (62.20) kravas pārvadājumus pa gaisa ceļiem. Ar regulāro gaisa transportu jāsaprot kravu transports pa gaisa ceļiem noteiktos maršrutos pēc regulāra grafika. Neregulārais gaisa transports nozīmē kravu pārvadāšanu pa gaisa ceļiem, kas netiek veikta pēc regulāra grafika.

11.1.2 Tirgus apgabala ierobežojumi

Gaisa kravu pārvadājumi Latvijā kopš 1998.gada notiek tikai no Rīgas lidostas [2]; līdz ar to nodaļas analizēti lidostā Rīga darbojošos gaisa pārvadātāju pakalpojumi.

Konkurence gaisa kravas pārvadājumos var tikt analizēta gan kopējā pakalpojuma tirgus apgabala ietvaros, gan atsevišķu maršrutu griezumā (piemēram, transportēšanas iespējas maršrutā Rīga-Tokija). Šī pētījuma ietvaros konkurence tiks apskatīta vispārējā tirgus ietvaros. Pirmkārt, konkurence maršruta griezumā tiek pētīta pasažieru gaisa pārvadājumu ietvaros, un nodaļas secinājumi attiecināmi arī uz kravas pārvadājumiem (skat. 10. nodaļa). Otrkārt, avio kravu pārvadājumiem nav nozīmīgas lomas tautsaimniecībā [2], un kopējais kravu apgrozījums lidostā Rīga ir neliels.

11.2 Tirgus spēlētāju identifikācija

Kravas gaisa pārvadājumus piedāvā visas 16 lidostā Rīga darbojošās aviosabiedrības, kas nodrošina pasažieru pārvadājumus (*Air Baltic, ČSA, British Airways, Finnair, Lufthansa, Aeroflot, u.c.*). Kravas pārvadājumus veic arī vairāki uzņēmumi, kas specializējušies kravas gaisa transporta pakalpojumu sniegšanā (*European Air Transport, Apatas, Sky Express*).

No tirgus pieprasījuma puses tomēr pakalpojuma sniedzēju skaits krietni pārsniedz 19 avio sabiedrības, jo gaisa kravu pārvadājumus tirgū piedāvā ne tikai tiešie izpildītāji, bet arī kravu apstrādes firmas un ekspeditori. Precīzi datu par kopējo tirgus dalībnieku skaitu nav apkopotī, tomēr lidostas Rīga sniegtā informācija netieši norāda, ka aģentu nodrošinātais pārvadājumu apjoms sastāda ap 60% no kopējā.

11.3 Kvantitatīvie parametri

2005. gadā C3 un C5 indeksi nozarē sastādīja 24% un 30% attiecīgi, kas liecina par zemu tirgus koncentrāciju (skat. Tabula 11-1). Kā liecina dati, šie indeksi nav pastāvīgi, liecinot par tirgus struktūras ‘nenoformētību’ un nepastāvību. Tas skaidrojams ar tirgus attīstības nevienmērīgo dinamiku (skat. ‘Tirgus izaugsme’ sadaļā 11.3.). HI indekss tuvojas 0, kas apstiprina zemo tirgus koncentrāciju un zemu riska pakāpi iekšēju norunu pastāvēšanai starp tirgus dalībniekiem.

Tabula 11-1. Tirgus koncentrācijas rādītāji gaisa kravas pārvadājumu nozarē Latvijā.

	2003	2004	2005
Tirgus spēlētāju skaits*	12	15	19
C-3	20%	35%	24%
C-5	26%	43%	30%
HI	0.02	0.06	0.03

* tirgus spēlētāju skaits ietver tikai faktiskos pakalpojuma izpildītājus, t.i. kravu pārvadātājus pa gaisa ceļiem

Dati par kravas pārvadājumu apjomiem un tirgus daļām pa aviokompānijām ir apkopoti nodaļas beigās (skat. Pielikums 11-1). Individuālu spēlētāju tirgus daļas ir samērā mainīgas, lai arī līderpozīcijas laika posmā no 2003.-2005. gadam nemainīgi saglabā *AirBaltic*, *ČSA* un *European Air Transport*. *Air Baltic* ir izteikts tirgus līderis, kas 2005. gadā pieredzēja visstraujāko pieaugumu nozarē [1]. Tomēr *AirBaltic* tirgus daļa sastāda tikai 15%. Kopumā tirgus vērtējams kā ļoti sadrumstalots, pat tirgus līderu īpatsvaram nepārsniedzot 1-4%.

11.4 Kvalitatīvie parametri

- Tirgus izaugsme

Lai arī 2005. gadā kravas gaisa pārvadājumu apjoms lidostā ‘Rīga’ pieauga par 81.6%, tomēr tirgus attīstība kopumā ir ļoti [1] (skat. Pielikums 11-1). Tā piemēram, 2004. gadā gaisa kargo pārvadājumu apgrozība piedzīvoja 35.3% kritumu, salīdzinājumā ar gadu iepriekš. Kravas gaisa transporta tirgus attīstības nestabilitāte skaidrojama ar faktu, ka lielākā daļa kravas nosūtītāju un saņēmēju atrodas ārpus Latvijas (t.i. tranzīta kravas). Līdz ar to pārvadājumu apjomi ir tieši atkarīgi no Latvijas loģistikas kompāniju aktivitātēm starptautiskajā tirgū. Šīs kompānijas ieņem nozīmīgu lomu konkurences apstākļu veidošanā gaisa kravu pārvadājumu nozarē, un sadarbība ar tām analizēta sadaļā ‘Klientu pozīcijas’. Latvijas eksporta preces sastāda mazāk nekā 15% no kopējā kravas gaisa pārvadājumu apjoma. Tuvākajā nākotnē tirgus izaugsmes stabilizācija nav gaidāma.

Atbilstoši tirgus izaugsmei un jaunu spēlētāju ienākšanai pasažieru gaisa pārvadājumu tirgū, vērojama attīstība arī kravu gaisa pārvadājumos. Laika posmā no 2003. līdz 2005. gadiem kravas pārvadājumu nozarē lidostā Rīga ienākuši vismaz 3 jauni spēlētāji. Līdz ar to secināms, ka tirgus ir atvērts jaunu spēlētāju ienākšanai tajā.

- Brīvā jauda

Kravu kustībā no Rīgas pagaidām ir daudz neizmantotu rezervju [3]. Brīvās jaudas apstākļos tiek veicināta konkurence pārvadātāju starpā maršruta ietvaros.

- Klientu pozīcijas

Lielākā daļa aviosabiedrību gaisa kravas transportēšanas pakalpojumus piedāvā, izmantojot specializētu aviācijas kravu apstrādes vai ekspeditorfirmu starpniecību. Tā piemēram, *SIA Spedair* ir noslēgti tiešie kravas aģentēšanas līgumi ar visām aviokompānijām, kas veic pasažieru reisus uz Rīgas lidostu [3]. Šādus aviācijas kravu aģentu pakalpojumus Latvijā bez *SIA Spedair* piedāvā arī citas firmas (*Aviation Cargo Service, Irbe SIA, Baltic Cargo Group/Koll, Rapid Transport, Combifragt Latvia, Profi-Logistiks*, u.c.). Lielākai daļai aviosabiedrību ir līgumi ar vismaz diviem aviācijas ekspeditoriem. Tādejādi esošā tirgus struktūra un sadarbība ar klientiem ir konkurencei labvēlīga un neierobežo jaunu spēlētāju iesaistīšanos tirgū. Sadarbības ciešums ir tieši atkarīgs no avio sabiedrības intereses par kravas pakalpojumu tirgu. Tā piemēram, *SIA Spedair* uzsver, ka vislabākā sadarbība tai izveidojusies ar *AirBaltic, Lufthansa* un *Finnair*, kas visādā veidā atbalsta kravu aģentus, nodrošinot visoperatīvākās vietu rezervācijas klientu kravām [2]. Tomēr tieši sadarbības līgumi uzņēmumam ir noslēgti ar lielāko daļu lidostas Rīga aviosabiedrību, kas liecina par ‘veselīgu’ konkurenci.

11.5 Kopsavilkums

- Kopējie kravu pārvadājumi pa gaisa ceļiem veido maznozīmīgu nozari
- Tirgus apjomi ir tieši atkarīgi no pieprasījuma, ko apliecina arī nenoformētā un nepastāvīgā tirgus struktūra
- Tirgum raksturīgs augsts spēlētāju skaits, kas tieši atkarīgs no spēlētāju skaita un aktivitātēm pasažieru pārvadājumos pa gaisa ceļiem
- Tirgū pastāv brīvās jaudas rezerves, kas neveicina jaunu spēlētāju ienākšanu tirgū
- Valsts ietekme uz tirgu ir lielākoties nepastarpināta, t.i. caur vispārēju gaisa pārvadājumu regulēšanu, tomēr nozīmīga

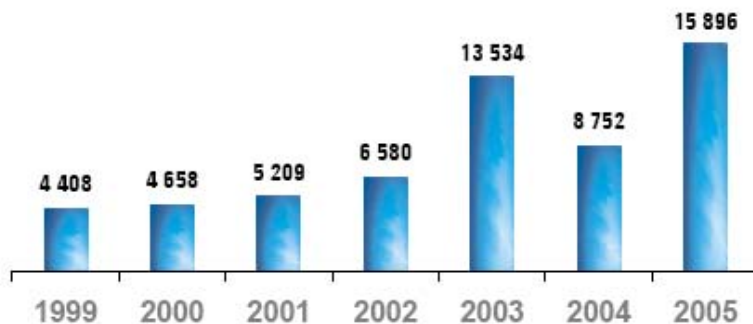
Izmantotā literatūra:

1. Riga Airport, Annual Report 2005, www.riga-airport.com/media/file/RIX%20Annual%20Report_2005.pdf
2. Transporta attīstības pamatnostādnes 2007.-2013. gadam, LR Satiksmes ministrija, www.sam.gov.lv
3. www.spedair.lv
4. www.azfreight.com
5. www.caa.lv
6. Intervija, Lidosta Rīga Mārketinga Direktore Liene Freivalde, 2006. gada 29. augustā
7. Intervija, *British Airways*, Pārstāvis Latvijā, Toms Andersons, 2006. gada 12. septembris
8. Intervija, LR Satiksmes ministrija, Aviācijas departaments, Direktors, Arnis Muižnieks, 2006. gada 7. septembris

Pielikums 11-1
Pārvadāto kravu apjomi lidostā Rīga pa aviosabiedrībām 2003.-2006. gados.

Aviosabiedrība	Kravu apjoms (t)			Izaugsme (%)		Tirgus daļa (%)*		
	2003	2004	2005	2004/2003	2005/2004	2003	2004	2005
Air Baltic	1,149	1,701	2,409	48%	42%	8%	19%	15%
Apatas	21	145	44	590%	-70%	0%	2%	0%
ČSA	506	583	560	15%	-4%	4%	7%	4%
Air Polonia	271	122	-	-55%		2%	1%	
British Airways	196	224	291	14%	30%	1%	3%	2%
Sky Express			487			0%	0%	3%
Lufthansa	384	352	300	-8%	-15%	3%	4%	2%
Finnair/Aero	390	302	257	-23%	-15%	3%	3%	2%
Aeroflot	397	421	308	6%	-27%	3%	5%	2%
Uzbekistan Airways		19	229		1105%	0%	0%	1%
Austrian Airlines		28	78		179%	0%	0%	0%
LOT Polish Airlines	108	85	57	-21%	-33%	1%	1%	0%
European Air Transport	1,027	746	767	-27%	3%	8%	9%	5%
Citi	9,085	4,024	10,109	-56%	151%	67%	46%	64%
<i>Kopā</i>	<i>13,534</i>	<i>8,752</i>	<i>15,896</i>	<i>-35%</i>	<i>82%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>

*tirgus daļa, balstoties uz pārvadāto kravu apjomu

Pielikums 11-2
Gaisa kravas pārvadājumu apgrozība lidostā 'Rīga' 1999.-2005. gadi (tonnas).


12 ŪDENSTRANSPORTA PALĪGDARBĪBA

Nozare	Ūdenstransporta palīgdarbība (ostu termināli)
NACE klase	63.22
Tirgus apgabals	Latvija
Tirgus spēlētāju skaits	3 lielās ostas (un 7 mazās ostas)
Tirgus koncentrācija	C-2=90%, C-3=98%, HI=0.42

Nozare	Ostas krāvēju pakalpojumi, t.sk. glabāšana un noliktavu saimniecība
NACE klase	63.11, 63.12
Tirgus apgabals	Rīgas brīvosta
Tirgus spēlētāju skaits	34
Tirgus koncentrācija	C-3=48%, C-5=60%, C-7=71%, HI=0.08

Nozare	Ostas velkoņu pakalpojumi
NACE klase	61.10
Tirgus apgabals	Rīgas brīvosta; Ventspils tirdzniecības osta
Tirgus spēlētāju skaits	Rīga – 1, Ventspils – 1
Tirgus koncentrācija	C-1=100%, HI=1

12.1 Tirgus apgabals

12.1.1 Tirgus apgabala definēšana

Šīs nodaļas ietvaros tiks analizēta konkurence jūras ūdenstransporta palīgdarbības jomā, apskatot un analizējot pakalpojumus, kas tiek sniegti ostas terminālos un nodrošina ūdenstransporta pakalpojumu iespējamību. Ūdenstransporta palīgdarbības nozare definēta atbilstoši NACE klasifikācijai un ietver:

- ‘darbības, kas saistītas ar pasažieru, lopu vai kravu ūdens transportu, t.sk. ostas termināļu darbību, kuģu piestātņu un navigācijas slūžu darbību, navigācijas, loču un noenkurošanas pakalpojumus, lihteru pakalpojumus, glābšanas darbus, bāku darbību (63.22).

Papildus tam šī nodaļa apskata arī ostas krāvēju un kravas uzglabātāju, kā arī velkoņu pakalpojumus, tā kā šo pakalpojumu nodrošināšana cieši saistīta ar ostas termināļu darbību. NACE klasifikatorā šīs nozares definētas kā:

- ostas krāvēju pakalpojumi (63.11);
- glabāšana un noliktavu saimniecība (63.12);
- ostas velkoņu pakalpojumi (61.10).

Pasažieru un kravu transporta pa jūras ceļiem nodrošināšana nav iekļauta šīs nodaļas apskatā, taču atsevišķi analizēta pētījuma 8. nodaļas ietvaros.

12.1.2 Tirgus apgabala ierobežošana

Neskatoties uz to, ka Latvijā ir kopskaitā desmit ostas, 98% īpatsvaru kopējā kravu apgrozījumā nodrošina trīs lielākās ostas – Ventspils, Rīgas un Liepājas [1] (kravu apgrozību un ostu tirgus daļas skat. Pielikums 12-1). Arī regulārie pasažieru pārvadājumi pa jūras ceļiem tiek veikti tikai no tām. Līdz ar to, analizējot konkurences stāvokli ostu termināļu darbībā Latvijā, pētījuma apgabals tiks ierobežots uz šo trīs ostas termināļu apskati.

Pārējā ūdenstransporta palīgdarbība, kā arī krāvēju pakalpojumi, kravu glabāšana un ostas velkoņu pakalpojumi tiks analizēti katra termināla ietvaros atsevišķi. Tā kā Rīgas un Ventspils ostas kravu apgrozības ziņā ir izteikti tirgus līderi, kopā apkalpojot vairāk nekā 90% tirgus, šie pakalpojumi tiks analizēti tikai šajās divās ostās.

12.1.3 Datu pieejamība

Datu pieejamība par uzņēmumiem, kas darbojas ostu terminālos ūdenstransporta palīgdarbības jomā, ir ierobežota. Tāpēc šajā nodaļā uzmanība galvenokārt tiks pievērsta tirgus kopējai struktūrai, nevis atsevišķu uzņēmumu apskatam. Atsevišķos gadījumos pieejamie publiskie dati tomēr norāda tirgus spēlētāju skaitu, kas ļauj izdarīt netiešus secinājumus arī par tirgus koncentrāciju.

12.2 *Tirgus spēlētāju identifikācija*

12.2.1 *Ūdenstransporta palīgdarbība (ostu termināli)*

Latvijā darbojas trīs lielās ostas (Ventspils, Rīga un Liepāja) un septiņas mazās ostas (Engure, Lielupe, Mērsrags, Pāvilosta, Roja, Salacgrīva, Skulte). Noteikta arī Ainažu ostas teritorija, taču tā ir mazattīstīta, un kuģu kustība tajā nav iespējama. Lielās ostas nodarbojas galvenokārt ar tranzīta kravu apstrādi; tajās tiek pārkrauti ap 80% caur Latviju transportēto tranzīta kravu [2]. Mazās ostas, savukārt, ir ar vietēju nozīmi; tās galvenokārt nodarbojas ar kokmateriālu nosūtīšanu un zvejas produktu pieņemšanu, vasaras sezonā arī kā jahtu ostas.

12.2.2 *Ūdenstransporta palīgdarbība (pakalpojumi ostās), krāvēju pakalpojumi un kravu uzglabāšana*

Kā minēts iepriekš pārējie ūdenstransporta palīgdarbības, kā arī kravu glabāšanas un krāvēju pakalpojumi analizēti atsevišķi Ventspils un Rīgas ostu ietvaros.

Ventspils tirdzniecības osta

Ventspils tirdzniecības ostas teritorijā darbojas 9 termināli un stividorkompānijas, kas veic kravas ar transportu, pārkraušanu un uzglabāšanu saistītās darbības. Palīgdarbības pakalpojumus lielākoties nodrošina Ventspils Tirdzniecības ostas (VTO) kompāniju grupa, kas apvieno vairākus ostas teritorijā darbojošos uzņēmumus. VTO grupa sniedz pilnu kravu un kuģu apkalpošanas pakalpojumu klāstu (kravu apstrāde, pārkraušana un uzglabāšana, kuģu fraktēšana un aģentēšana, jūras pārvadājumi), kā arī nodrošina palīgdarbības pasākumus. VTO grupas dalībnieku saraksts un to sniegtais pakalpojumu klāsts apkopots nodaļas beigās (skat. Pielikums 12-2).

Rīgas brīvosta

Rīgas brīvosta veidota kā daudzprofilu osta, kuras teritorijā darbojas skaitliski daudzi uzņēmumi, kas sniedz pakalpojumus kravu pārkraušanā un apstrādē, kuģu aģentēšanā un apgādē, velkoņu servisā, peldošo līdzekļu nomā, u.c. Kopumā Rīgas brīvostā darbojas 34 termināli un stividorkompānijas [1]. Rīgas brīvostas teritorijā darbojošos firmu saraksts apkopots nodaļas beigās (skat. Pielikums 12-3).

12.2.3 *Velkoņu pakalpojumi*

Velkoņu pakalpojumus abās lielākajās Latvijas ostās nodrošina katrā viens tirgus dalībnieks: Ventspils tirdzniecības ostā tos sniedz *SIA Ostas flote* – uzņēmums, kas ietilpst *VTO* grupā un sniedz velkoņu pakalpojumus tikai Ventspils ostas teritorijā; Rīgas brīvostā darbojas igauņu kompānijas meitas uzņēmums – *SIA PKL*, kas Latvijas tirgū ienāca 2002. gadā, veidojot kopuzņēmumu ar vietējo velkoņu pakalpojumu sniedzēju. Uzņēmums sniedz velkoņu pakalpojumus arī 8 ostās Igaunijā.

12.3 Kvantitatīvie rādītāji

12.3.1 Ūdenstransporta palīgdarbība (ostu termināli)

Kravu apgrozības ziņā Ventspils osta ir izteikts līderis, 2005. gadā apgrozot 50% no kopējās Latvijā ienākošās un izejošās kravas (skat. Pielikums 12-2). Tomēr Ventspils nozīmei pēdējo gadu laikā ir tendence samazināties, palielinoties aktivitātēm pārējās ostās, kā arī atbilstoši izmaiņām pārvadājumu struktūrā. Pieaugusi Rīgas brīvdostas nozīme tirgū.

Balstot aprēķinus uz datiem par lielākajām trīs Latvijas ostām, HI indekss ostu terminālu tirgū sastāda 0.42, kas krietni pārsniedz vispārpieņemto paaugstināta riska robežu 0.2 (skat. Tabula 12-1). Pārējie tirgus koncentrācijas indeksi norāda uz nevienmērīgu tirgus pozīciju sadalījumu starp lielākajiem spēlētājiem. Tomēr nozares specifikas dēļ šie rādītāji var tikt interpretēti tikai saistībā ar virkni nozīmīgu faktoru, piemēram, infrastruktūras attīstība, ģeogrāfiskais novietojums, globāla mēroga konkurence, u.c.

Tabula 12-1. Tirgus koncentrācijas rādītāji ostas terminālu tirgus apgabalā.

Tirgus spēlētāju skaits	C-2	C-3	HI
3	90%	98%	0.42

12.3.2 Ūdenstransporta palīgdarbība (pakalpojumi ostās)

Ventspils brīvdostā arī ūdenstransporta palīgdarbības pakalpojumus lielākoties nodrošina VTO uzņēmumu grupa, konkrēti AS Ventspils Tirdzniecības osta-G. Arī Rīgas brīvdostā tādus pakalpojumus kā kuģu apgāde un naftas piegāde nodrošina tikai pa vienam uzņēmumam. Tomēr Rīgas brīvdostā tādus palīgdarbības pakalpojumus kā inspekcija, atkritumu un ūdeņu pieņemšana, kuģu būve un remonts piedāvā vairāki tirgus spēlētāji (skat. Pielikums 12-3). Diemžēl dati par spēlētāju tirgus pozīcijām un tirgus struktūru nav publiski pieejami.

12.3.3 Ostas velkoņu pakalpojumi

Gan Rīgas, gan Ventspils ostās velkoņu pakalpojumus sniedz katrā pa vienam uzņēmumam, tāpēc HI tuvojas 1, bet tirgus koncentrācijas indekss – 100%.

12.3.4 Ostas krāvēju pakalpojumi

Ostas krāvēju pakalpojumus nodrošina ostu teritorijā darbojošies termināļi un stividorkompānijas.

Ventspils tirdzniecības osta

Ventspils ostā darbojas 9 termināļi un stividorkompānijas; diemžēl dati par uzņēmumu pārkrautajiem apjomiem vai apgrozījumu nav publiski pieejami.

Rīgas brīvosta

Rīgas brīvostā, savukārt, darbojas 34 termināļi un stividorkompānijas. Oficiāli dati liecina, ka 71% no visa ostā pārkrautā apjoma sastāda 7 lielākās stividorkompānijas. Tirgus koncentrācijas rādītāji Rīgas brīvostas krāvēju pakalpojumu tirgum aprēķināti, balstoties uz datiem par šiem 7 uzņēmumiem. Izvērtējot situāciju kopumā, secināms, ka konkurence Rīgas brīvostas krāvēju starpā ir samērā attīstīta. Par to liecina ne tikai augstais spēlētāju skaits, bet arī zemā tirgus koncentrācija ($HI=0.08$) un salīdzinoši vienmērīgās spēlētāju tirgus pozīcijas (skat. Pielikums 12-6).

Tabula 12-2. Tirgus koncentrācija Rīgas brīvostas krāvēju tirgū.

Tirgus spēlētāju skaits	C-3	C-5	C-7	HI
34	48%	60%	71%	0.08

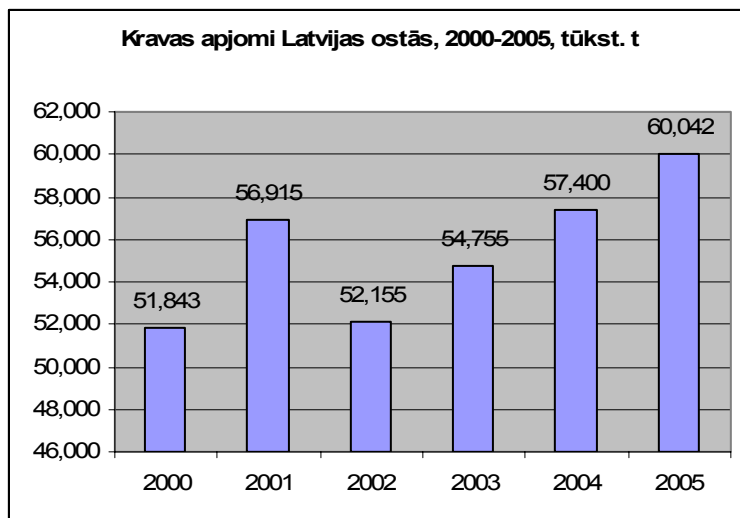
Ostas krāvēji tomēr lielākoties specializējas kāda noteikta kravas tipa apkalpošanā, tāpēc konkurenci to starpā pareizāk būtu izvērtēt katra konkrētā kravas veida tirgus ietvaros. Šis aspekts ņemts vērā kvalitatīvās analīzes sadaļā.

12.4 Kvalitatīvie rādītāji

12.4.1 Ūdenstransporta palīgdarbība (ostas termināļi)

- Tirgus izaugsme

Kravu apgrozījums Latvijas ostās pakāpeniski palielinās, tirgus izaugsmei laikā no 2000.-2005. gadam sasniedzot 16% [2] (skat. Attēls 12-1). Lai arī kopējais kravu apgrozījums pieaug, atsevišķās kravu grupās attīstības tendence ir negatīva (skat. Pielikums 12-4). Visbūtiskāk samazinājušies tieši augstākās vērtības kravu apjomi, t.i. ģenerālkraavas un naftas kravas. Tas galvenokārt saistīts ar konkurences palielināšanos Baltijas jūras reģiona ostu starpā. Tomēr pārvadājumu apjomu samazināšanās veicina konkurences saasināšanos arī vietējā mērogā, jo liek ostām uzsākt savstarpēju cīņu par ekonomiski ienesīgāko pārvadājumu piesaistīšanu.



Attēls 12-1. Kravu pārvadājumu apjomi Latvijas ostās.

- Specializācija jeb pakalpojumu diferenciacija

Lai savstarpējo konkurenci mīkstinātu, Latvijas ostas cenšas specializēties noteiktu kravas tipu apkalpošanā. Tā piemēram, Ventspils ostā kravu struktūrā dominē nafta un ķīmiskie produkti, savukārt Rīgas brīvdostas kopējā kravu struktūrā dominē beramkravas (it īpaši – ogles) un ģenerālkraavas (it īpaši – kokmateriāli²²) [16]. Rīgas brīvdosta formulējusi mērķi turpmāk attīstīt specializēju konteineru kravu apstrādē, jo šis kravu veids tiek uzskatīts par reģionā perspektīvāko nākotnē [1]. Jau šobrīd 97% Latvijas ostās pārkrauto konteineru tiek apstrādāti tieši Rīgas brīvdostā.

Tomēr, neskatoties uz specializācijas centieniem, trīs lielākās Latvijas ostas patreiz uzskatāmas par multifunkcionālām jeb plaša profila ostām, kas spēj apkalpot dažāda tipa kravas. Tāpēc uzskatāms, ka specializācija būtiski neaizkavē konkurenci ostu starpā.

- Pieeja specializētiem resursiem

Ostas termināļu darbībā izšķirošu lomu spēlē to ģeogrāfiskais novietojums un infrastruktūras attīstības līmenis.

Tā kā Latvijas ostas ir izteiktas tranzīta ostas, to darbība ir cieši saistīta ar kravu pārvadājumiem pa dzelzceļu un autoceļiem. Līdz ar to konkurenci ostu starpā būtiski ietekmē ostu piekļūšanas iespējas sauszemes transporta ceļiem [3]. Rīgas ostas konkurētspēju ierobežo nepietiekami attīstītie pievadi pilsētas galvenajiem un valsts autoceļiem [1], kā arī ostas novietojums galvaspilsētas apdzīvoto zonu tuvumā, kas ne tikai apgrūtina transportēšanu, bet arī rada papildus barjeras būvniecībai ostas teritorijā [7]. Visām trim lielākajām Latvijas ostām toties ir pieeja dzelzceļam un lidostām. Salīdzinoši, Ventspils priekšrocība ir pieeja arī cauruļvadam. Ģeogrāfiskais novietojums ierobežo ostu savstarpējo konkurenci, taču veicina ostu attīstību un specializāciju.

²² 70% no Latvijas ostās pārkrautās koksnes 2005. gadā tika apstrādāti Rīgas ostā [1].

Arī trīs lielāko ostu infrastruktūras attīstības rādītāji nav vienlīdz konkurētspējīgi, kā parādīts Tabula 12-3. Rīgas un Ventspils brīvostu infrastruktūra ir vienlīdz attīstīta, savukārt Liepājas ostas tehniskās iespējas ir ierobežotas zemākas pieļaujamās kuģu ieņemšanas un īsāka piestātņu garuma rādītāju dēļ. Lai celtu Liepājas ostas konkurētspēju ne tikai vietēji, bet arī globālā mērogā Latvijas valsts plāno investēt Liepājas ostas infrastruktūras attīstībā [8].

Tabula 12-3. Latvijas lielāko ostu tehniskie rādītāji 2005. gadā.

	Rīga	Ventspils	Liepāja
Kopējais piestātņu garums (m)	13 818	n/a	1,600
Kuģa maksimālā ieņemšana pie piestātnes (m)	12.2	14.1	10.5

- Brīvā jauda

Visas trīs lielākās Latvijas ostas patreiz ir nepilnīgi noslogotas. 2005. gadā Rīgas ostā aprēķinātā kravu pārkraušanas jauda sastādīja 45 milj. t/gadā, kamēr faktiskais noslogojums sasniedza tikai 20-25 milj. t/gadā, noslogojumam attiecīgi aizņemot tikai 45-55% jaudas. Šajā pat laikā Liepājas ostā tika pārkrautas 4.5 milj. t, kamēr ostas jauda spētu nodrošināt kravu apstrādi 7.5 milj. t apmērā, t.i. noslogojums 60%. Dati par 2002. gadu liecina, ka noslogojums Ventspils ostā sastādīja 35.4%, kamēr Rīgas un Liepājas ostās – respektīvi 71% un 74% [3]. Brīvā jauda ir konkurenci veicinošs apstāklis starp ostām Latvijā.

- Pakalpojumu cenu ‘caurskatāmība’

Visām trim lielākajām Latvijas ostām ir noteikts īpaša režīma statuss ar nodokļu atvieglojumiem²³. Uzņēmumi, kas darbojas brīvostu vai SEZ teritorijās saņem ne tikai muitas, akcīzes un pievienotās vērtības nodokļu likmes 0% apmērā, bet arī līdz pat 80% atlaidi no uzņēmuma ienākuma un nekustamā īpašuma nodokļiem [2]. Tā kā visas trīs ostas darbojas īpašā režīma statusā, tās spēj piedāvāt vienlīdzīgus finansiālus nosacījumus klientu uzņēmumiem.

- Tirgū ienākšanas iespējas

Jaunu spēlētāju ienākšana ūdenstransporta palīgdarbības nozarē Latvijā nav sagaidāma, tomēr nākotnē varētu pieaugt septiņu mazo ostu nozīme. Pašlaik mazās ostas spēj apkalpot kuģus ar ieņemšanu tikai līdz 5.5m [2]. Tās ir novietotas atstātas no dzelzceļa infrastruktūras, tāpēc nevar apkalpot tranzīta kravas, kas tiek transportētas pa dzelzceļu. Tranzīta kravu apkalpošanu šajās ostās kavē arī muitas noliktavu un modernas infrastruktūras trūkums [9]. To kravu pārkraušanas apjomi un ienākumi ir zemi, kas liedz veikt būtiskas investīcijas attīstībā. Tomēr atsevišķu pakalpojumu sfērās, it īpaši vietējo kravu pārvadājumos, zvejas kuģu apkalpošanā un jahtu tūrismā, mazo ostu nozīme

²³ Ventspils un Rīgas ostām ir noteikts brīvostas statuss, savukārt Liepājas osta ir daļa no Liepājas speciālās ekonomiskās zonas.

aizvien pieaug. Attīstot infrastruktūru un sniegto pakalpojumu spektru, mazās ostas spētu paaugstināt savu konkurētspēju attiecībā pret lielajām ostām.

- Valsts ietekme

Trīs Latvijas lielās ostas, it īpaši Ventspils osta, ir izteiktas eksporta ostas, jo nosūtīto kravu apjoms daudzkārt pārsniedz saņemto kravu apjomu. Tā piemēram, 2005. gada kopējā kravu apgrozībā saņemtā krava Latvijas ostās sastādīja tikai 7.5% jeb 4,152 tūkst. t, kamēr pārējo apjomu nodrošināja tranzīta un nosūtītās kravas [1]. Kravu plūsmas struktūrā lielāko īpatsvaru ieņem tranzīta kravas virzienā no Krievijas, Kazahstānas un Baltkrievijas uz R-Eiropas valstīm un ASV [3]. Ventspils ostas kravu struktūrā dominē nafta un naftas produkti, kurus piegādā galvenokārt pa dzelzceļu no Krievijas; līdz 80% no Rīgas brīvostas kravu apgrozījuma ir tranzītkravas transportam uz vai no NVS. Pārkrauto kravu apjoms lielā mērā ir atkarīgs no kravu nosūtītāju un saņēmēju valstu politikas. Šis apstākļi būtiski nosaka kravu apjomu attīstību Latvijas ostās un pakļauj to darbību drīzāk politiskiem, nekā brīvās tirgus ekonomikas principiem.

Šobrīd ne tikai Latvijā, bet visas ES līmenī aktuāls ir jautājums par ostu pārraudzību. Latvijā ostu pārraudzība ir Satiksmes ministrijas pārziņā, kas deleģējusi tiešo uzraudzību vietējām pašvaldībām un Ministru kabinetam. Šāda modeļa ietvaros lielu lomu spēlē valsts politiskā nostāja ostu savstarpējās konkurences veicināšanā. 2006. gadā ASV ekspertu veiktajā pētījumā par Latvijas ostām pašvaldību neatkarīgā pieeja attīstības plānošanai un pastāvošā ostu savstarpējā konkurence norādīti kā negatīvi aspekti valsts kopējā ekonomiskā attīstībā [11]. Ziņojumā norādīts, ka ‘iekšzemes’ konkurence, lai arī daudzos aspektos veselīga, var novest pie liekas pakalpojumu dublēšanās un līdzekļu izšķērdēšanas, kas varētu aizkavēt Latvijas ostu konkurētspējas celšanu starptautiskā mērogā.

12.4.2 Ostas velkoņu pakalpojumi

- Tirgus izaugsme

Pieaugot ekonomiskai aktivitātei visās Latvijas ostās, palielinās arī pieprasījums pēc velkoņu pakalpojumiem. Augošs tirgus, lai arī ne vienmēr saasina konkurenci esošo spēlētāju starpā, tomēr rada pozitīvus priekšnosacījumus jaunu spēlētāju ienākšanai tirgū.

- Saistītās uzņēmumu grupas

Ventspils ostā darbojošās *SIA Ostas flote* ietilpst *VTO* kompāniju grupā, kas sniedz plašu citu pakalpojumu klāstu šajā ostā. Tas sniedz uzņēmumam priekšrocības gan klientu piesaistē, gan attiecību veidošanā ar *VTO* pārvaldi, kas savukārt aizkavē jaunu spēlētāju ienākšanu tirgū.

12.4.3 Ūdenstransporta palīgdarbība (pārējie pakalpojumi ostās)

- Tirgus izaugsme

Palielinoties ekonomisko aktivitāšu līmenim Latvijas ostās, pieaug arī pieprasījums pēc ūdenstransporta palīgdarbības pakalpojumiem. Līdz ar to secināms, ka tirgus attīstība nodrošina pozitīvus apstākļus jaunu spēlētāju piesaistīšanai tirgū.

- Saistītās uzņēmumu grupas

Rīgas ostā ūdenstransporta palīgdarbības pasākumus lielākoties nodrošina vairāki uzņēmumi. Lai arī dati par to tirgus pozīcijām nav pieejami, spēlētāju skaits dažādās palīgdarbības apakšnozarēs liecina par iespējām ienākt tirgū un konkurenci.

Ventspils ostā, turpretim, lielāko daļu ar palīgdarbību saistīto pakalpojumu sniedz *VTO* kompāniju grupa. Šāda tirgus struktūra nodrošina augstu ne-caurskatāmību, kas aizkavē jaunu spēlētāju ienākšanas iespējas un konkurences izveidošanos tirgū.

12.4.4 Ostas krāvēju pakalpojumi

- Tirgus izaugsme

Kopējā kravu apgrozība Latvijas ostās pēdējo gadu laikā turpina pieaugt. Paredzams, ka izaugsme tuvākajā nākotnē turpināsies. Tātad, tirgus izaugsme veido labvēlīgus apstākļus jaunu spēlētāju ienākšanai tirgū.

Ventspils brīvosta

Lai arī salīdzinājumā ar 2000.-to gadu sākumu kravu apgrozība Ventspils ostā šobrīd ir 10-15% zemāka, pēdējo gadu laikā apjomi uzrāda pozitīvu attīstības tendenci, 2005. gadā pieaugumam sastādot 7%. Pieaugums vērojams visās kravu grupās. Lai arī teorētiski tirgus izaugsme ne vienmēr saasina konkurenci esošo tirgus spēlētāju starpā, tā var veicināt jaunienācēju interesi par tirgu.

Rīgas brīvosta

Rīgas ostā kravu apgrozība gadu no gada turpina pieaugt. Pieaugums 2005. gadā sastādīja 2%, salīdzinot ar gadu iepriekš, taču 83% salīdzinājumā ar 2000. gadu (skat. Pielikums 12-5). Analizējot attīstību dažādiem kravu veidiem, redzams, ka tirgus izaugsme pilnībā balstās uz pieaugumu beramkravu apjomos, kamēr lejamkravu un ģenerālkraavu apjomi pēdējo gadu laikā kritušie.

- Tirgus spēlētāju skaits

Tirgus spēlētāju skaits analizēts katra konkrētā kravas veida tirgus segmentā.

Ventspils brīvosta

Ventspils ostā darbojas 9 termināli un stividorkompānijas. Informācija par to darbības veidiem apkopota nodaļas beigās (skat. Pielikums 12-8). Lielākais stividors – *AS Ventspils Tirdzniecības osta* apkalpo ģenerālkraavas un beramkraavas. Beramkravu apstrādē darbojas vēl pāris uzņēmumu, lai arī katram no tiem ir sava šaurāka

specializācija. Lejamkravu jomā darbojas trīs uzņēmumi – *AS Ventspils nafta*, *AS Ventamonjaks un AS Ventplac*. Spēlētāju skaits ikvienā kravas jomā ir salīdzinoši zems; uzņēmumu specializācija liecina par salīdzinoši neizteiktu konkurenci uzņēmumu starpā.

Rīgas brīvostas

2004. gadā Rīgas brīvosta bija izsniegusi kopumā 25 uzņēmējsabiedrības licences, gadu iepriekš – tikai 17; 2006. gadā pēc Rīgas brīvostas datiem ostas teritorijā reģistrēts 31 uzņēmums. Pieaugošais uzņēmumu skaits liecina par pakalpojumu attīstību un konkurences palielināšanos. Informācija par Rīgas brīvostas stividoriem un to apkalpotajiem kravu veidiem apkopota Pielikumā Nr. 7.

Beramkravas ir lielākā Rīgas brīvostā pārkrauto kravu grupa un sastāda 60% no kopējā kravu apjoma; 73% beramkravu veido ogles [16]. Ogļu kravu apjomiem pēdējos gados ir tendence palielināties²⁴, kas galvenokārt skaidrojams ar stividorkompāniju veiksmīgo darbību. Ogļu kravu apstrādi Rīgas brīvostā veic trīs stividori – *SIA Strek*, *SIA LaCon* un *SIA Rīgas centrālais termināli*. Dati par uzņēmumu pārkrautajiem apjomiem neliecina, ka kāda no šīm trim kompānijām izmantotu dominējošu stāvokli tirgū (skat. Tabula 12-4). Vienlīdzīgās tirgus pozīcijas, kā arī pieaugošie tirgus apjomi rada jaunu spēlētāju ienākšanai pozitīvus apstākļus tirgū.

Tabula 12-4. Stividorkompāniju pārkrauto kravu apjomi.

Uzņēmums	Tirgus daļa (%)*
<i>SIA “Rīgas Centrālais Termināls”</i>	19.7%
<i>SIA “STREK”</i>	18.1%
<i>SIA “LaCon”</i>	9.9%

* no visu Rīgas brīvostā pārkrauto kravu kopapjoma

Otras lielākās kravu grupas, t.i. ģenerālkraavu, struktūrā galveno daļu jeb 62% veido kokmateriāli. Šai kravu grupai ir tendence samazināties²⁵. Kokmateriālu kravas Rīgas brīvostā apkalpo skaitliski visvairāk stividori; šajā segmentā Rīgas brīvostā darbojas ap 16 uzņēmumu. Gandrīz visi stividori, kuru galvenais pārkrauto kravu veids ir kokmateriāli, salīdzinājumā ar 2004. gadu samazinājuši kopējo pārkrauto kravu apjomu²⁶. Lai arī atsevišķi dati par stividoriu tirgus daļām segmentā nav pieejami, tomēr apjomu kritums visiem tirgus dalībniekiem netieši norāda, ka neviens no tiem nav iemantojis dominējošas tirgus pozīcijas. Krītošie tirgus apjomi un augstais spēlētāju skaits neveicina segmenta pievilcīgumu jaunu spēlētāju ienākšanai tirgū.

24,6% no visām ģenerālkravām 2005. gadā veidoja kravas konteineros, kuru apjomi, salīdzinājumā ar 2004. gadu, pieauguši par 11,5%. Tas skaidrojams ar *SIA Baltic Container Terminal* veiksmīgo darbību²⁷, bez kura konteineru kravu apkalpošanu Rīgas

²⁴ 2004./2003.g. +79,8%; 2005./2004.g. +13,4% [16].

²⁵ 2004./2003.g. -3,3%; 2005./2004.g. -12,2% [16].

²⁶ *AS Baltic Sea Port* -9,8%, *SIA Jaunmūlgrāvja ostas kompānija* -28,1%, *AS Remārs Rīga* -44,4%, *SIA Rīgas jūras osta Voleri* -3,9%, *SIA Sala* -14,6%, *AS Spēja* -8,8%, *SIA Zilīte* -49,7% [16].

²⁷ *SIA Baltic Container Terminal* pārkrauto kravu apjoms 2005. gadā pieauga par 11,2% [16].

ostā nodrošina vēl tikai *SIA Man-Tess*. Ņemot vērā tirgus izaugsmi, zemo spēlētāju skaitu, kā arī Rīgas ostas stratēģiskos nolūkus attīstīt tieši šo kravu apkalpošanas veidu nākotnē, tirgus segments varētu ir pievilcīgs jaunu spēlētāju ienākšanai.

Lejamkravu grupā būtiski samazinājies pārkrautais apjoms visos kravu veidos: naftas produkti -23,9%, ķīmiskās kravas -77,3%, sašķidrinātā gāze -8,2%. Šajā segmentā darbojas kopumā 8-10 uzņēmumi. Lai arī dati par tirgus pozīcijām nav pieejami, apjomi krītas gandrīz visiem lielākajiem lejamkravu pārkrāvējiem Rīgas ostā²⁸, kas netieši norāda uz brīvu konkurenci. Tomēr jāatzīmē, ka *SIA Man-Tess*, kas ir lielākais lejamkravu apstrādātājs ostā, 2005. gadā palielinājis pārkrauto kravu apjomu par 8,8%, bet *SIA Statoil* – par 108,8% [16].

- Piegādātāju pozīcijas jeb vertikālā integrācija

Lai arī skaitliski Ventspils ostā darbojas 9 termināli un stividorkompānijas, bieži konflikti starp ostas pārvaldi un VTO grupas sastāvā neietilpstošajiem uzņēmumiem liecina par izteiktu ostas labvēlību grupas dalībniekiem [7, 13, 14]. Līdz ar to esošie grupas dalībnieki iemanto priekšrocības pieejā ostas infrastruktūrai, kas aizkavē konkurenci un liedz jaunu spēlētāju ienākšanu tirgū.

ASV ekspertu atzinumā par Rīgas brīvostu secināts, ka vēsturiskās attīstības dēļ arī Rīgas brīvostas pārvaldē iedibinātā prakse ir komplicēta un rada grūtības uzņēmumiem, kuri vēlētos veikt savu darbu atklātā veidā, vienlaikus radot iespējas tiem, kuri vēlas izmantot esošās sistēmas radītās nelikumīgās vai nepamatotās priekšrocības [11]. Ostas pārvaldes un Valdes uzbūve tika novērtēta kā sarežģīta, necaurredzama un korupciju veicinoša. Organizācijas neefektivitāte un ne-caurskatāmība aizkavē jaunu spēlētāju ienākšanu tirgū, it īpaši ārvalstu uzņēmumu piesaisti. Šādu uzņēmumu ienākšana tirgū, savukārt, būtu ļoti vēlama, jo spētu nodrošināt lielāku investīciju apjomu ostas attīstībā.

- Saistītās uzņēmumu grupas

Jaunienācēju piekļūšanu ostas palīgdarbības vai ar kravu un tās uzglabāšanu saistīto pakalpojumu tirgum ierobežo patreizējā tirgus struktūra, kurā dominē saistītu uzņēmumu grupējumi. It īpaši šī parādība vērojama Ventspils brīvostā, kur par tirgus ietekmi savstarpēji cīnās VTO uzņēmumu grupa ar *LSF Holdings* daudznozaru kompāniju. *SIA LSF Holdings* pieder kapitāldaļas ap 10 dažādās kompānijās, kas sniedz dažādus ar kravu apstrādi saistītus pakalpojumus (*SIA LSF Trans* – ekspeditoru pakalpojumi, *Ventspils Grain Terminal* – graudu pārkraušana un uzglabāšana, *Baltic Juice Terminal* – sulu koncentrātu pārļiešana un uzglabāšana, u.c.) [12].

12.5 Kopsavilkums

- Trīs lielākās Latvijas ostas kopā apkalpo 98% kravu plūsmu pa jūras ceļiem

²⁸ *SIA B.L.B. Baltijas Termināls* -59,4%, *SIA Vudisona termināls* -15,4%, *SIA VL Bunkering* -37,4% [16].

- Ostu starpā vērojama savstarpēja konkurence, kas tomēr tiek asi kritizēta tirgus globālā nozīmīguma un rakstura dēļ
- Ostu specializācijas trūkums veicina savstarpējo konkurenci, tomēr gan stratēģisko nodomu, gan tehnisku ierobežojumu dēļ zināma ostu specializācija pastāv jau šobrīd
- Lielāko daļu palīgdarbības pakalpojumus ostās nodrošina pa vienam uzņēmumam katrā sfērā; atsevišķi izņēmumi vērojami Rīgas brīvostā
- Palīgdarbības pakalpojumu tirgus organizācijai raksturīga zema caurskatāmība
- Ostās dominē saistītu uzņēmumu grupas, kas mazina tirgus caurskatāmību un aizkavē konkurences attīstību; it īpaši šī pazīme raksturīga Ventspils tirdzniecības ostai
- Ostām raksturīga vertikālā integrācija ar piegādātājiem, kas aizkavē konkurences attīstību; it īpaši tas raksturīgs Ventspils tirdzniecības ostai

Izmantotā literatūra

1. SM Transporta attīstības pamatnostādnes, www.sam.gov.lv
2. www.transport.lv
3. Latvijas ostu darbības efektivitātes vērtēšanas metodoloģija, J. Vanags, Rīgas Tehniskā universitāte, pieejams www3.acadlib.lv/greydoc/Vanaga_disertacija/Vanags_lat.doc
4. www.rigasbrivosta.lv
5. www.vcp.lv
6. www.portofliepaja.lv
7. LETA, 10.07.2006.
8. LETA, 5.07.2006.
9. www.kurzeme.lv
10. LETA, 11.09.2006.
11. ASV ekspertu ziņojums par Rīgas brīvostu, <http://riga.usembassy.gov/EN/site/embassy/rep20060912/LV/site/R/rep20060912>
12. Dienas bizness, 17.10.2005.
13. Diena, 07.07.2006.
14. LETA, 06.06.2006.
15. www.ventpils.lv
16. Informatīvais ziņojums par Rīgas un Ventspils brīvostām un Liepājas speciālo ekonomisko zonu, www.mk.gov.lv/doc/2005/EMZino_190506_ostas.doc

Pielikums 12-1
Kravu apgrozījums Latvijas ostās 2000.-2005. gados (tūkst. t).

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Kravas kopā	51,843	56,915	52,155	54,755	57,400	60,042
Ventspils	34,755	37,937	28,704	27,316	27,805	29,863
%	67%	67%	55%	50%	48%	50%
Rīga	13,352	14,884	18,108	21,722	23,991	24,429
%	26%	26%	35%	40%	42%	40.5%
Liepāja	2,965	3,260	4,318	4,857	4,474	4,508
%	6%	6%	8%	9%	8%	7.5%
Pārējās ostas	770	833	1,024	859	1,129	1,241
%	1%	1%	2%	2%	2%	2%

Pielikums 12-2
Ventspils brīvastas teritorijā darbojošās uzņēmumu grupas locekļi un to sniegtie pakalpojumi.

Tirgus dalībnieks	Pakalpojumi
<u>VTO grupa:</u>	
AS Ventspils Tirdzniecības osta	Stividorpakalpojumi, ģenerālo un beramo kravu pārkraušana
AS Kālija parks	Kravu pārkraušana un uzglabāšana; specializācija minerālmēslojumu beramkravu uzglabāšanā un pārkraušanā
AS Ventspils Tirdzniecības osta – G	Konsultācijas, projektēšana, celtniecība, siltuma un enerģijas padeves tīklu darbības nodrošināšana un apkalpošana
SIA Ostas flote	Velkoņu pakalpojumi
Jūras aģentūra Seastar	Kuģu fraktēšana un aģentēšana, kravu ekspedīcija
SIA Ferrotrans	Transports un kravu ekspedīcija
SIA Mineral-Trans-Serviss	Transports un kravu ekspedīcija
AS Ventspils zivju konservu kombināts	Transports un kravu ekspedīcija
AS Ventspils Grain Terminal	Transports un kravu ekspedīcija
<u>Citi uzņēmumi:</u>	
AS Ventspils nafta	Lejamkravu termināls (nafta un naftas produkti)
AS Ventbunkers	Lejamkravu termināls (nafta un naftas produkti)
AS Ventamonjaks	Lejamkravu termināls (šķidrā ķīmija un naftas ķīmija)
AS Ventplac	Koksnes pārkraušana

Pielikums 12-3

Rīgas brīvostas teritorijā darbojošies uzņēmumi.

Tirgus dalībnieki	Pakalpojumi
Lejamkravas – 9 firmas Beramkravas – 18 firmas Ģenerālkraavas – 19 firmas	Kravu termināli (kravu pārkraušanas un apstrādes pakalpojumi)
32 kuģu aģentu firmas	Kuģu aģentēšana
1 firma (<i>SIA Harbour Enterprise</i>)	Kuģu apgāde
1 firma (<i>SIA PKL</i>)	Velkoņu pakalpojumi
3 firmas	Peldošie līdzekļi un noma
6 jahtklubu	Jahtu serviss
1 firma (<i>SIA OVI</i>)	Degvielas piegāde kuģiem
2 firmas	Atkritumu un ūdeņu pieņemšana
5 firmas	Inspektori
4 firmas	Kuģu būve un remonts

Pielikums 12-4

Kravas apjomu dinamika un raksturīgāko kravas veidu salīdzinājums Latvijas ostās 2000.-2005. gados (tūkst.t).

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Kravas kopā	51,843	56,915	52,155	54,755	57,400	60,042
Beramkravas	9,382	13,008	15,193	19,073	23,593	27,580
Lejamkravas	30,760	33,733	26,784	24,563	23,068	22,236
Ģenerālkraavas	11,701	10,174	10,178	11,119	10,740	10,226

Kravas apjomu pieaugums pret iepriekšējo gadu Latvijas ostās 2000.-2005. gados (%).

	2001/2000	2002/2001	2003/2002	2004/2003	2005/2004
Kravas kopā	10%	-8%	5%	5%	5%
Beramkravas	39%	17%	26%	24%	17%
Lejamkravas	10%	-21%	-8%	-6%	-4%
Ģenerālkraavas	-13%	0%	9%	-3%	-5%

Kravas veidu skaidrojumi.

Kravas veids	Paskaidrojums
Beramkravas	Ķīmiskās beramkravas, ogles, koksnes šķelda
Lejamkravas	Jēlnafts, naftas produkti, ķīmiskās vielas, sašķīdinātās gāzes
Ģenerālkraavas	Konteineri, koksne, melnie metāli un izstrādājumi

Pielikums 12-5

Raksturīgāko kravas veidu salīdzinājums Rīgas ostā 2000.-2005. gados.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Kravas kopā	13,352	14,933	18,108	21,722	23,991	24,429
Beramkravas	3,023	5,045	6,689	9,801	12,970	14,766
Lejamkravas	3,001	3,699	5,357	5,045	4,478	3,459
Ģenerālkravas	7,328	6,189	6,062	6,876	6,543	6,204

Pielikums 12-6

Rīgas brīvēstā darbojošos stīvdoru tīrgus daļas.

Uzņēmums	Tīrgus daļa (%)*
SIA "Rīgas Centrālais Termināls"	19.7%
SIA "STREK"	18.1%
SIA "LaCon"	9.9%
SIA "Baltic Container Terminal"	6.5%
SIA "MAN-TESS"	6.0%
SIA "Alpha osta"	5.5%
SIA "Rīnūžu Stīvdors"	5.1%

* no visu Rīgas brīvēstā pārkrauto kravu kopapjoma

Pielikums 12-7

Rīgas brīvostā darbojošies stividori un to darbības sfēras.

Nr.	Uzņēmums	Lejamkravas		Ģenerālkraavas	Beramkravas		
		Nafta	Gāze		Kokmateriāli	Ogles	Cits
1	AS "BALTIC SEA PORT"			x	x		
2	AS "RĪGAS OSTAS ELEVATORS"						Graudi
3	AS "RĪNŪŽU STIVIDORS"			x	x		Metāli
4	AS "TERMINĀLS VECMĪLGRĀVIS"				x		Ro-Ro
5	AS "REMARS-RĪGA"			x	x		Smiltis, papīrs, metāls
6	SIA "MAN-TESS"	X		x			Milti, kūdra, kokvilna
7	SIA "ALPHA OSTA"						
8	SIA "FREJA"			x	x		
9	SIA "JAUNMĪLGRĀVJA OSTAS KOMPĀNIJA"			x	x		
10	SIA "LA CON"				x	x	Metāls
11	SIA "MAGNĀTS"			x	x		
12	SIA "RĪGAS CENTRĀLAIS TERMINĀLS"			x		x	Metāls, pārtika
13	SIA "RĪGAS JŪRAS OSTA VOLERI"			x	x		
14	SIA "SALA"			x	x		Pārtika
15	SIA "STREK"					x	Metāls
16	SIA "ZĪLĪTE"			x	x		Celtniecības materiāli
17	SIA "KRIEVU SALAS TERMINĀLS"			x	x		
18	SIA "SPĒJA"			x	x		Kūdra, cements, pārtika, metāls
19	AS "B.L.B. BALTIJAS TERMINĀLS"	X					
20	AS "LATVIJAS PROPĀNA GĀZE"		x				
21	SIA "LATVIJA STATOIL"	X					
22	SIA "MAN-TESS"						
23	SIA "NAFTIMPEKS"	X					
24	SIA "NESTE LATVIJA"	X					
25	SIA "OVI"	X					
26	SIA "VL BUNKERINGS"	X					
27	AS "STARTS-RĪGA"			x	x		
28	SIA "RĪGAS PASAŽIERU TERMINĀLS"			x			
29	SIA "WT TERMINAL"			x	x		
30	SIA "BALTIC CONTAINER TERMINAL"			x			
31	SIA "VEGA STIVIDORS"			x	x		Sāls, celtniecības materiāli

Pielikums 12-8

Ventspils brīvpastā darbojošies stividori un to darbības sfēras.

Nr.	Uzņēmums	Lejamkravas	Ģenerālkavas	Beramkravas	
				Kokmateriāli	Cits
1	AS Ventspils Tirdzniecības osta		X	x	
2	AS Kālija parks			x	
3	SIA Mineral-Trans-Serviss				X
4	AS Ventspils zivju konservu kombināts				X
5	AS Ventspils Grain Terminal				X
6	AS Ventspils nafta	x			
7	AS Ventbunkers	x			
8	AS Ventamonjaks	x			
9	AS Ventplac			x	

13 GAISA TRANSPORTA PALĪGDARBĪBA

Nozare	Gaisa transporta palīgdarbība
NACE klase	63.23
Tirgus apgabals	Lidosta 'Rīga'
Tirgus spēlētāju skaits	1
Tirgus koncentrācija	C-1=100%, HI=100%

13.1 Tirgus apgabala definēšana

13.1.1 Tirgus apgabala definēšana

Gaisa transporta palīgdarbības tirgus apgabals definēts atbilstoši NACE klasifikācijai un ietver:

- ‘darbības, kas saistītas ar pasažieru un kravu gaisa transporta nodrošināšanu, t.i. gaisa līniju termināļu darbību, gaisa satiksmes vadīšanu, pakalpojumu sniegšanu lidlaukos uz zemes, u.c.’ (63.23).

13.1.2 Tirgus ģeogrāfiskā apgabala ierobežošana

LR teritorijā darbojas trīs lidostas starptautiskā lidosta ‘Rīga’, Liepājas lidosta un Ventpils lidlauks. Gan Liepājas lidosta, gan Ventpils lidlauks galvenokārt darbojas ‘pēc pieprasījuma’ principa. Lai arī Liepājas lidosta apkalpo vienu regulāro reisu Rīga-Liepāja (*AirBaltic*), lielāko daļu aktivitāšu nodrošina neregulāro tūrisma un biznesa reisu apkalpošana [8]. Ventpils lidlauks, savukārt, specializējies reģionālās aviācijas un čartera lidojumu apkalpošanā noteiktiem gaisa kuģu tipiem [11].

Dati par apkalpoto pasažieru un veikto lidojumu skaitu Latvijas lidostās apkopoti zemāk (skat. Tabula 13-1). Ventpils lidostā pasažieru apgrozība un reisu skaits kopš 2001. gada palielinājies vairākas reizes. Pasažieru apgrozība Liepājas lidostā, turpretim, pēdējo gadu laikā kritusies. Tomēr 2006. gadā līdz ar jūnijā atsākto reisu Rīga-Liepāja arī šajā lidostā sagaidāma izaugsme. Laikā no 2006. gada jūnija līdz augustam vien veikti gandrīz 1 000 pasažieru pārvadājumi.

Tabula 13-1. Apkalpoto pasažieru (ielidojošo un izlidojošo) un lidojumu skaits Latvijas lidostās 2001.-2005. gadi.

Lidosta	Rādītājs	2001	2002	2003	2004	2005
Liepāja	Pasažieri			2,487	1,512	1,023
	Lidojumi			468	298	338
Ventpils	Pasažieri	312				1,625
	Lidojumi	172				372
Rīga	Pasažieri	622,647	633,322	711,753	1,060,426	1,878,035
	Lidojumi	18,910	18,676	19,504	27,325	34,552

Avots: apkopots no [8, 9, 11, 12]

Neskatoties uz pozitīvo attīstības tendenci, patreizējais reisu skaits un pasažieru apgrozība gan Ventpils, gan Liepājas lidostās atsevišķi sastāda mazāk nekā 1% un 0.1% no lidostā Rīga veikto lidojumu skaita un pasažieru apgrozības. Tāpēc, balstoties uz salīdzinoši zemo aktivitātes līmeni Ventpils un Liepājas lidlaukos, šī pētījuma tirgus apgabals iekļauj tikai lidostas ‘Rīga’ darbību. Lidosta ‘Rīga’ arī neuztver pārējās Latvijas lidostas kā konkurējošas to ierobežoto iespēju dēļ: īsie skrejceļi un mazattīstītā

infrastruktūra ļauj abos pārējos lidlaukos apkalpot ierobežotu reisu skaitu un noteiktus gaisa kuģu tipus [7].

13.2 Tirgus spēlētāju identifikācija

Aviācijas nozares infrastruktūru veido lidostu un gaisa satiksmes vadības uzņēmumi, kas sniedz aeronavigācijas pakalpojumus un nodrošina lidostas termināļu darbību visiem gaisa pārvadātājiem, kas darbojas Latvijas teritorijā.

13.2.1 Aeronavigācija

Latvijas gaisa satiksme (LGS) ir valsts akciju sabiedrība un atrodas LR Satiksmes ministrijas pakļautībā. Saskaņā ar starptautiskiem standartiem LGS sniedz vienādas kvalitātes aeronavigācijas pakalpojumus visiem gaisa telpas lietotājiem Rīgas Lidojumu informācijas rajonā [4]. Samaksa par aeronavigācijas pakalpojumu sniegšanu iekasē LGS, un tā tiek aprēķināta ņemot vērā gaisa kuģa svaru un attālumu, kas tiek veikts Rīgas Lidojumu informācijas rajonā. Tāpat, gaisa pārvadātāji saņem atlaides aeronavigācijas pakalpojumiem atkarībā no veikto lidojumu skaita virzienā uz Rīgu. Atlaižu shēmu skat. nodaļas beigās (Pielikums 13-3). Tā kā likuma kārtībā LGS nodrošina vienlīdzīga apkalpošana visiem gaisa pārvadātājiem, uzņēmuma ietekme uz konkurenci avio pārvadātāju starpā ir ‘neitrāla’ un netiks tālāk apskatīta šī pētījuma ietvaros.

13.2.2 Lidostas pakalpojumi

Arī starptautiskās lidostas ‘Rīga’ akciju īpašnieks ir Latvijas valsts. Lidosta ‘Rīga’ apkalpo visas 16 Latvijā darbojošās aviokompānijas. Tās sniegtie pakalpojumi nosacīti iedalāmi sekojošās grupās:

- aviācijas pakalpojumi,
- ne-aviācijas pakalpojumi,
- pašpakalpojumi.

Tā kā katrā no šīm pakalpojumu grupām veidojas atsevišķs tirgus ar savu patērētāju kopu un tirgus spēlētājiem, katra no pakalpojumu grupām tiks apskatīta atsevišķi šī pētījuma ietvaros.

13.3 Kvalitatīvie indikatori

13.3.1 Aviācijas pakalpojumi

Aviācijas pakalpojumi ietver gaisa kuģu pacelšanās un nosēšanās iespēju nodrošināšanu, perona stāvvietu uzturēšanu, gaisa kuģu apkalpošanu uz perona, lidostas termināļu darbību, drošības pasākumus, biļešu reģistrāciju, bagāžas apstrādi, u.c. Lielāko daļu aviācijas pakalpojumu gaisa pārvadātājiem, kas lido uz/no Rīgas, šobrīd sniedz tikai lidosta ‘Rīga’. Līdz ar to aviācijas pakalpojumu tirgus Latvijā ar atsevišķiem

izņēmumiem²⁹ var tikt raksturots kā valsts regulēts monopols ar vienu tirgus spēlētāju (HI=1, CI=100%). Tāpēc šajā pētījumā konkurences stāvoklis tiks izvērtēts tirgus jaunienācēja kontekstā.

- Tirgus izaugsme

Pēdējo gadu laikā lidosta 'Rīga' piedzīvojusi strauju attīstību un izaugsmi apkalpoto aviosabiedrību, lidojumu skaita un pasažieru apgrozības ziņā. 2005. gadā pasažieru apgrozība lidostā 'Rīga' sastādīja 1.878 milj. (skat. Pielikums 13-1), pieaugot par 77% salīdzinājumā ar gadu iepriekš. Apkalpoto lidojumu skaits šajā pat laika posmā pieauga par 26% (skat. Pielikums 13-2), savukārt avio sabiedrību skaits 2005. gada laikā no 12 uz 16 pārvadātājiem. Lidosta 'Rīga' piedzīvojusi straujāko izaugsmes tempu avio nozarē visā ES, kur vidēji lidostu attīstība pasažieru apgrozības ziņā sastādīja tikai 5.8% [9].

Paredzams, ka izaugsme avio nozarē Latvijā turpināsies arī nākotnē. Jau 2006. gadā lidosta plāno apkalpot 2,5-2,6 milj. pasažieru [1]. Ekspertu prognozes liecina, ka līdz 2010. gadam pasažieru apgrozījums lidostā 'Rīga' sasniegs 5 milj. [13]. Darbības apjomu ziņā lidosta 'Rīga' strauji tuvojas ES noteiktajam tirgus atvēršanas sliekšnim avio pakalpojumu jomā, kas paredz gaisa pārvadājumu palīgdarbības (ground handling) tirgus atvēršanu brīvai konkurencei kā obligātu lidostās, kurās pasažieru apgrozība pārsniedz 2 milj. gadā. Līdz ar to tirgus atvēršana lidostas pakalpojumiem jau tuvākajā nākotnē varētu būt kritiska konkurences nodrošināšanā un tālākā tirgus attīstībā. Pasaulē praksē nereti tādi aviācijas pakalpojumi kā biļešu reģistrācija, bagāžas apstrāde, gaisa kuģu apkope uz perona, u.c., tiek nodrošināti brīvās konkurences apstākļos, piesaistot trešās izpildītāju puses, kas slēdz līgumus pa tiešo ar pārvadātājiem [7].

- Izmaksu atšķirības

Maksu par lidostas pakalpojumiem iekasē lidosta 'Rīga'. Nodeva par perona stāvvietu tiek aprēķināta atkarībā no gaisa kuģa masas, savukārt drošības nodeva – atkarībā no reisā pārvadātā pasažieru skaita. LR Satiksmes ministrijas likumā 'Par aviāciju' noteikta arī atlaižu politika lidostas 'Rīga' pakalpojumiem, kas balstās uz aviokompāniju pasažieru pārvadājumu skaitu, t.i. jo lielāks kopējais pārvadāto pasažieru skaits, jo augstākas atlaides [4]. Atlaižu shēma lidostas pakalpojumiem pievienota pielikumā Nr. 4.

Pateizējā tirgus struktūra lidostā 'Rīga' ir samērā nevienmērīga (pārvadātāju tirgus daļas skat. Pielikums 13-1), tāpēc lielākie tirgus spēlētāji (*AirBaltic*, *Ryanair*) pretendē uz atlaidēm līdz pat 80% apmērā, kamēr citas aviokompānijas var saņemt tikai 10-20% lielas atlaides [6].

Pēc Satiksmes ministrijas ieskatiem šāda atlaižu politika veicina pasažieru un maršrutu skaita palielināšanos un veicina tūrisma attīstību. Teorētiski šāda atlaižu politika, kas balstīta uz apjoma atlaidēm, ir ierasta prakse tirgus ekonomikas apstākļos un savā ziņā

²⁹ Izņēmumi ir degvielas piegāde un ēdināšanas pakalpojumi pasažieriem. Degvielu piedāvā divi savstarpēji konkurējoši uzņēmumi - Neste Latvia un Gulf Stream Oil. Ēdināšanas servisu pasažieriem nodrošina aviokompānijas pašas vai Rīga Catering Service, kas centralizētu izvēlēta konkursa ceļā [7].

var tikt vērtēta līdzīgi ‘apjoma ekonomijas’ (economies of scale) priekšrocībām. Tirgus dalībniekiem tiek piedāvātas iespējas samazināt izmaksas, palielinot noslogojumu un pasažieru skaitu, tādējādi veicinot konkurenci, ceļot kvalitāti un/vai samazinot cenas.

Tomēr liela daļā pārvadātāju, kuru pārvadājumu skaits ļauj pretendēt uz zemām atlaižu likmēm, iesnieguši prasību Konkurences padomē par atšķirīgu atlaižu piemērošanu maksājumos par līdzvērtīgiem pakalpojumiem. Viņuprāt, patreizējās atlaižu politikas dēļ vairākos maršrutos veidojas ievērojamas izmaksu starpības starp savstarpēji tieši konkurējošām aviosabiedrībām, tādējādi radot nevienlīdzīgus konkurences apstākļus [5]. Tā piemēram, populārākā maršrutā Rīga-Londona ietvaros trīs pakalpojumu sniedzēji (*AirBaltic*, *Ryanair*, *British Airways*) saņems būtiski atšķirīgas atlaides: *AirBaltic* un *Ryanair* varētu pretendēt uz 80% atlaidēm, kamēr *British Airways* tikai 20-30%. Analizējot tirgu reisu griezumā, šādi mazāko pārvadātāju prasībai ir pamatojums, jo daudzi no tiem specializējas tikai viena noteikta maršruta apkalpošanā tirgū, nevis piedāvā plašu maršrutu pārklājumu. Viņu klātbūtne tirgū ir svarīga no patērētāju labklājības viedokļa, jo tikai vairāku spēlētāju savstarpēja konkurēšana viena un tā paša reisa ietvaros nodrošina plašākas kvalitātes un cenas izvēles iespējas lidot gribētājiem.

Tāpēc, lai veicinātu konkurenci starp avio pārvadātājiem, lidostas atlaižu politika būtu jāpārvērtē. Lai arī atlaižu sistēmai, kas balstīta uz kopējo aviosabiedrību pasažieru apgrozību, ir zināms pamatojums, tā varētu tikt papildināta arī ar faktoru, kas ņem vērā pasažieru skaita pārvadājumus konkrētā maršruta ietvaros. Tādējādi tiktu izlīdzināti konkurences apstākļi viena reisa ietvaros.

Tāpat, lai veicinātu vispārēju avio nozares attīstību, nepieciešams atbalstīt arī tirgū jaunienācējus. Patreizējā atlaižu sistēma sniedz atbalstu tikai liela apjoma pārvadātājiem. Tirgū ienākšanas periodā jauni uzņēmumi nespēs uzreiz nodrošināt lielus pārvadājumu apjomus, tāpēc tiem varētu tikt piemērota īpaša atlaižu sistēma, kas sniegtu iespējas nostiprināties tirgū un sasniegt noteiktu apgrozījuma līmeni.

- Noslogojums

Patreizējais lidostas ‘Rīga’ kopējais noslogojums sasniedz ap 50% [7]. Rīta stundās tas tuvojas maksimālajam, jo rīta reisi ir populārākie. Gaisa kuģu apkalpošanas jauda ir augstāka nekā pasažieru apkalpošanas kapacitāte lidostā ‘Rīga’. Vidēji dienā šobrīd tiek apkalpoti 100 gaisa kuģi, kaut arī pieejamā jauda paredzēta 200-250 reisu apkalpošanai. Pasažieru apkalpošanas kapacitāte (bagāžas apstrāde, biļešu reģistrācija, utt.), turpretim, noslogotākajās lidostas darbības stundās sastāda gandrīz pilnu noslogojumu. Tā kā lidojumu skaits aizvien turpina palielināties, jaudas izbrīvēšanai jāpievērš īpaša uzmanība vienlīdzīgas konkurences veicināšanā. Pretējā gadījumā tiek apdraudēta jaunu spēlētāju ienākšana un saasināta konkurence reisu pacelšanās un nosēšanās laiku izvēlē. Lai neciestu pakalpojumu kvalitāte, lidosta ‘Rīga’ jau iegulda līdzekļus jaudas celšanā.

- Kvalitātes diferenciacija

Lidosta 'Rīga' ir viena no retajām ES reģionālajām lidostām, kas apkalpo gan pilna servisa, gan zemo izmaksu avio kompānijas. Pilna servisa aviokompānijām ir augstākas kvalitātes prasības nekā zemo izmaksu pārvadātājiem, taču lidostā 'Rīga' abām pārvadātāju grupām pieejami gandrīz vienādi kvalitātes standarti [7]. Tā rezultāta tirgus diferenciācijas iespējas tiek izjauktas, zemo izmaksu pārvadātājiem esot ieguvējiem. Šis apstāklis atstāj pozitīvu iespaidu uz patērētājiem, jo līdzvērtīgas pakalpojumu kvalitātes apstākļos pārvadātāji ir spiesti pielīdzināt arī pakalpojumu cenas, kā rezultātā vidējā tirgus cena samazinās. Šis apstāklis pozitīvi ietekmē arī jaunu zemo izmaksu aviokompāniju piesaistīšanu Latvijas tirgū, kas, savukārt, paplašina patērētāju izvēles iespējas maršrutu, cenu un kvalitātes ziņā. Pilna servisa kompānijas ir zaudētājas neesošos kvalitātes diferenciācijas iespēju apstākļos, kas varētu atstāt negatīvu ietekmi uz jaunu pilna servisa pārvadātāju ienākšanu Latvijas tirgū.

- Piekļūšana reisu laikiem (slot times)

Lidostai 'Rīga' patreiz nav izstrādātas vienotas sistēmas kā sadalīt reisu pacelšanās un nosēšanās laikus starp aviokompānijām [7]. Lai arī patreizējais noslogojums ļauj apkalpot visus plānotos reisos atbilstoši aviokompāniju vēlmēm, pieaugot lidojumu un maršrutu skaitam šis apstāklis nākotnē varētu radīt problēmas vienlīdzīgas konkurences apstākļu nodrošināšanā. It īpaši tas varētu ietekmēt tirgus jaunienācējus, kuriem nebūtu pieejas populārākajām izlidojumu stundām.

- Valsts ietekme

Apstākļus gaisa palīgdarbības sfērā, tāpat kā avio nozarē kopumā, sarežģī valsts īpašuma un regulatora tiesības. Latvijas valsts ir vairākuma akcionārs nacionālajā aviokompānijā *AirBaltic* (52.6%), kā arī lidostas 'Rīga' vienīgais akcionārs. Valsts arī saskaņo aeronavigācijas un lidostas pakalpojumu nodevas, kas skar visas Latvijā darbojošās aviokompānijas. Lai arī *AirBaltic*, piemēram, saņem lielākās atlaides lidostas pakalpojumiem, tas skaidrojams ar kompānijas līderpozīcijām tirgū.

Jaunu spēlētāju ienākšanas kontekstā lidosta 'Rīga' kopumā vērtējama kā atvērta jaunu kompāniju ienākšanai. Tā līdz ar valsts amatpersonām aktīvi risina sarunas ar dažādām aviokompānijām par tirgū ienākšanu. Norit sarunas ar Vācijas zemo izmaksu aviosabiedrībām, kā arī Japānas un Korejas lidsabiedrībām [14]. Lidosta 'Rīga' aktīvi investē infrastruktūras attīstībā, tādejādi cenšoties nodrošināt arvien labākus apstākļus aviosabiedrību piesaistīšanai.

13.3.2 Ne-aviācijas pakalpojumi un pašpakalpojumi

Ne-aviācijas pakalpojumi ietver zemes un telpu īri aviokompānijām un citiem uzņēmumiem lidostas teritorijā (t.sk. veikali, kafejnīcas, biroji), kā arī stāvvietu īri. Lidostas pašpakalpojumi ietver lidostas īpašumā esošās zemes un telpu uzturēšanu, rekonstrukciju un attīstību.

Tā kā lidosta ‘Rīga’ ir valsts uzņēmums, trešo pušu piesaistei pakalpojumu izpildē LR likumdošanas noteiktajā kārtībā valsts iestādēm jārīko oficiālas cenu aptaujas vai konkursi par izdevīgāko piegādātāju. Tā piemēram, taksometru pakalpojumus konkursa kārtībā sniedz Rīgas taksometru parks. Konkursu rīkošanas kārtība paver vienlīdzīgas iespējas konkurencei.

Izņēmums ir autobusa līnija, kas nodrošina pasažieru transportu uz/no Rīgas pilsētas. Lidostā ‘Rīga’ vairākkārtīgi mēģinājusi ieviest īpaša lidostas autobusa pakalpojumus, taču līdzšinējie mēģinājumi cietuši neveiksmi. Jaunu spēlētāju piesaistīšanu apturējuši *SIA Rīgas satiksme* izvirzītie iebildumi. *SIA Rīgas satiksme*, kas ir Rīgas pilsētas pašvaldību uzņēmums, piedāvā tikai vienu maršruta līniju, kas kvalitātes ziņā neatbilst patērētāju prasībām. *SIA Rīgas satiksme* nav ieinteresēta papildus līnijas izveidē, kā rezultātā tiek izkropļota konkurence un cieš patērētāji.

13.4 Kopsavilkums

- Gaisa palīgdarbība ir strauji augošs tirgus
- Aviācijas pakalpojumu tirgū nozīmīgākais spēlētājs Latvijā ir lidosta ‘Rīga’
- Patreizējais lidostas noslogojums sastāda tikai 50%; tomēr pasažieru apkalpošanas brīvā kapacitāte ir krietni zemāka, tāpēc, ņemot vērā straujo avio nozares attīstību Latvijā, šai jomā nepieciešama tālāku investīciju veikšana kvalitātes standartu nodrošināšanai
- Ne-aviācijas pakalpojumu lidostā ‘Rīga’ notiek konkursa kārtībā un atbilst tirgus konkurences pamatprincipiem

Izmantotā literatūra:

1. www.sam.gov.lv, skatīts 28.08.2006
2. LETA, 24.05.2006, Lidostas "Rīga" peļņa pērn - Ls 201 861.
3. LETA, 04.04.2006, Realizējot vērienīgo lidostas "Rīga" modernizāciju, termināļa platība palielināsies divas reizes.
4. www.lgs.lv, skatīts 29.08.2006.
5. LETA, 01.06.2006
6. LETA, 04.04.2006, Lidostas "Rīga" prezidents: No KP lēmuma atkarīga zemo cenu aviosabiedrību darbība Rīgā.
7. Intervija, Lidosta Rīga Mārketinga Direktore Liene Freivalde, 2006. gada 29. augustā.
8. www.liepaja-airport.lv, skatīts 20.08.2006.
9. Riga Airport, Annual Report 2005, www.riga-airport.com/media/file/RIX%20Annual%20Report_2005.pdf
10. LETA, 04.04.2006, Lidosta "Rīga" cer uz Vācijas zemo cenu lidsabiedrībām.
11. www.airport.ventspils.lv, skatīts 20.08.2006.
12. Inga Dapša, Lietvedības sekretāre, SIA Aviasabiedrība Liepāja, telefonsaruna, 1.09.2006.
13. Latvijas avīze, 27.07.2004, www.icelo.lv/icelo2005/?ze=articles&sid=1484
14. Diena, 09.02.2006, Redz Rīgu kā tranzīta mezglu.

Pielikums 13-1

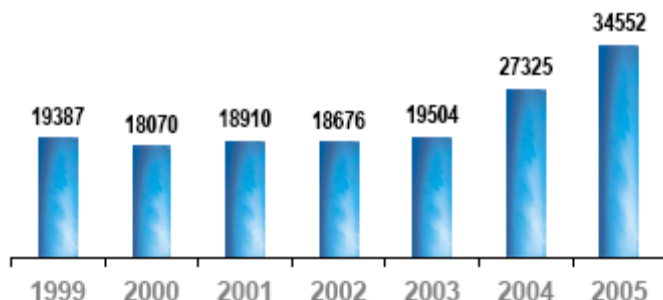
Lidostā 'Rīga' darbojošos gaisa pārvadātāju tirgus daļas* (%), 2003.-2006. gadi.

Aviosabiedrība	Pasažieru skaits				Lidojumu skaits			Tirgus daļas (%)*			
	2003	2004	2005	1Q2006	2003	2004	2005	2003	2004	2005	1Q2006
Air Baltic	347,966	530,900	769,107	258,256	10,307	14,002	16,056	49%	50%	41%	38%
Ryanair		44,907	427,246	212,014		346	3,078		4%	23%	31%
Latcharter	32,283	81,631	97,584	29,319	368	721	792	5%	8%	5.20%	4.28%
ČSA	60,353	67,339	87,844	23,433	736	1,054	1,518	8%	6.35%	4.68%	3.42%
KLM		50,749	87,104	30,621		847	1,445		5%	4.64%	4.47%
British Airways	60,665	61,765	77,164	21,931	520	539	701	9%	5.82%	4%	3.20%
EasyJet		6,683	76,099	19,202		72	642		1%	4%	2.80%
Lufthansa	66,403	74,250	67,862	15,863	722	1,296	1,306	9%	7%	4%	2%
Finnair/Aero	54,152	60,330	47,728	16,026	1,198	1,655	1,231	8%	5.69%	3%	2%
Aeroflot	26,853	25,955	29,556	7,565	330	410	438	4%	2%	2%	1%
Uzbekistan Airways		3,400	28,803	6,863		72	390		0%	2%	1%
Austrian Airlines		15,829	25,238	8,430		560	738		1%	1%	1%
LOT Polish Airlines	15,947	18,131	24,178	7,087	524	604	874	2%	2%	1%	1%
Aer Lingus			6,711	15,588			54			0%	2%
Israir	4,324	4,869	5,182	n/a	26	30	34	1%	0%	0%	n/a
Norwegian Air Shuttle			5,047	11,137			42			0%	2%
Turkish Airlines				266							0%
Citi	42,807	13,688	15,582	n/a				6%	1%	1%	n/a
Kopā	711,753	1,060,426	1,878,035	685,677				100%	100%	100%	100%

* Tirgus daļas aprēķinātas, balstoties uz pasažieru apgrozību

Pielikums 13-2

Apkalpoto reisu dinamika lidostā 'Rīga', 1999.-2005. gadi.



Pielikums 13-3

Atlaižu shēma gaisa pārvadātājiem Latvijas teritorijā aeronavigācijas pakalpojumiem.

Nr. p.k.	Lidojumu skaits	Atlaide (%)
1.	1000	5
2.	2000	10
3.	3000	15
4.	4000	20
5.	5000	25
6.	6000 un vairāk	30

Pielikums 13-4

Atlaižu shēma gaisa pārvadātājiem Latvijas teritorijā lidostas pakalpojumiem.

Izlidojošo pasažieru skaits (tūkst.)	Atlaide (%)
	0.0
25	10
50	20
75	30
100	40
125	50
150	60
200	70
250	80

14 KOMPLEKSO TŪRISMA UZŅĒMUMU, TŪRISMA OPERATORU UN AĢENTŪRU DARBĪBA

Nozare	Komplekso tūrisma uzņēmumu, tūrisma operatoru un aģentūru darbība
NACE klase	63.30
	<i>Tūrisma aģentūras:</i>
Tirgus apgabals	Latvija
Tirgus spēlētāju skaits	130
Tirgus koncentrācija	C-3=33%, C-5=46%, HI=0.06
	<i>Tūrisma operatori:</i>
Tirgus apgabals	Latvija
Tirgus spēlētāju skaits	7
Tirgus koncentrācija	C-3=76%, C-5=95%, HI=0.24

14.1 Tirgus apgabala definēšana

14.1.1 Primārais tirgus apgabals

Tūrisma uzņēmumu nozare ir definēta atbilstoši NACE klasifikatoram un ietver sekojošus pakalpojumus:

- a. tūrisma aģentūru darbība:
 - informācijas sniegšana par tūrisma braucieniem, padomi un plānošana,
 - tūrisma braucienu organizēšana pēc pasūtījuma, apmešanās vietu un transporta organizēšana ceļotājiem un tūristiem, vīzu noformēšana,
 - biļešu nodrošināšana, pakešu ceļojumu pārdošana.
- b. tūrisma operatoru darbība;
- c. tūrisma informācijas biroju darbība, ieskaitot informācijas sniegšanu par apmešanās vietām un to rezervēšanu;
- d. gidu un ekskursiju vadītāju darbība (63.30).

Tūrisma informācijas biroju darbība nav iekļauta pētījumā, jo šie biroji izveidoti pēc pašvaldību iniciatīvas un darbojas kā bezpeļņas organizācijas.

Gidu un ekskursiju vadītāju darbība īsumā apskatīta kvalitatīvās analīzes ietvaros, jo Latvijā šis pakalpojumu vēl nav attīstījies līdz atsevišķam tirgum, t.i. pakalpojumu sniedzēji ir privātas personas, kas neiesaistās pārdošanā, bet sadarbojas ar tūrisma aģentūrām, nereti saņemot atalgumu skaidrā naudā bez darba līguma.

Kvantitatīvā analīzē iekļauti dati par visu Latviju, jo: 1) statistikas dati par atsevišķām pilsētām nav pieejami; 2) moderno komunikāciju tehnoloģiju ienākšana tūrisma sfērā nojaukusi ģeogrāfiskās barjeras, līdz ar ko pakalpojumus patērētājiem iespējams saņemt elektroniski, bez fiziskas klātbūtnes nepieciešamības. Kvalitatīvā analīze galvenokārt balstīta uz tirgus tendencēm un novērojamiem Rīgā, jo citur Latvijā tirgus dalībnieku skaits ir krietni mazāks zemā pieprasījuma dēļ.

14.2 Tirgus spēlētāju identifikācija

Pēc CSB datiem Latvijā darbojas 130 tūrisma firmas. Kvantitatīvo indikatoru aprēķinos iekļautas tikai firmas ar tirgus daļu lielāku par 1% saskaņā ar HI indeksa aprēķina pamatprincipiem. Tādejādi, aprēķinos izmantoti dati par 43 tūrisma aģentūrām. Lielākā daļa no šiem uzņēmumiem ir Latvijas Tūrisma Aģentu Asociācijas (ALTA) biedri. Pētījumā analizēto tūrisma firmu saraksts pieejams nodaļas beigās (skat. Pielikums 14-1).

Tūrisma aģentūras un tūrisma operatori pētījuma ietvaros tiks analizēti atsevišķi to atšķirīgo pakalpojuma rakstura un biznesa modeļu dēļ. Tūrisma aģentūru un operatoru definīcijas pieejamas Pielikumā Nr. 3. Tūrisma operatoru tirgus apskatā, balstoties uz ekspertu ieteikumiem, iekļautas 7 firmas. Pētījumā apskatīto tūrisma operatoru saraksts pieejams nodaļas beigās (skat. Pielikums 14-2).

14.3 Kvantitatīvie parametri

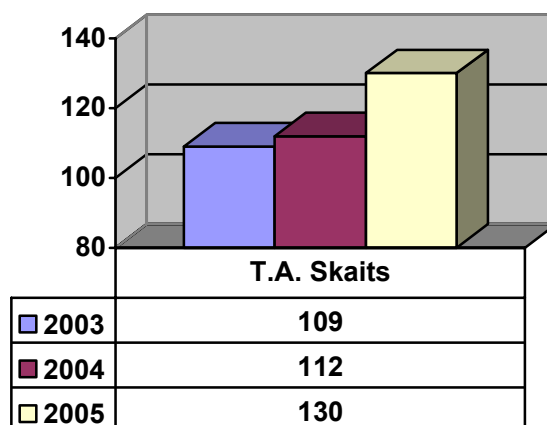
14.3.1 Tūrisma aģentūras

HI indekss ievērojami atpaliek no teorētiski pieņemtās riska robežas 0.2; hipotētiski tas sasniegtu kritisko robežu tikai gadījumā, ja tirgū paliktu tikai 6 lielākās firmas. Tas apliecina, ka tūrisma aģentūru vidū pastāv mazs risks dominējoša stāvokļa izmantošanai vai slepenu vienošanos izveidošanai, kas varētu negatīvi iespaidot tirgū jaunienācējus. Neraugoties uz to, ka C5 indekss sasniedz gandrīz pusi no tirgus (46%), šis skaitlis salīdzinoši vienmērīgi sadalās starp 5 lielākajiem tirgus dalībniekiem. Zems HI indekss pastiprina hipotēzi, ka nozarē ir mazs risks dominējoša stāvokļa veidošanai vai slepenu vienošanos panākšanai.

Tabula 14-1. Tirgus koncentrācijas rādītāji tūrisma aģentūru tirgū Latvijā.

Uzņēmumu skaits	HI	C3	C5
130	0.06	33%	46%

Kopš 2003. gada tūrisma firmu skaitam ir tendence palielināties (skat. Attēls 14-1). Pieaugums 16% apmērā 2004. gada laikā liecina par tirgus atvērību un pievilcīgumu jaunienācējiem.



Attēls 14-1. Tūrisma firmu skaits Latvijā, 2003.-2005.

14.3.2 Tūrisma operatori

Latvijā tūroperatoru pakalpojumus sniedz 7 uzņēmumi. HI indekss ir salīdzinoši tuvu 0.2, kas pieņemta kā 'kritiskā drošības robeža'. Arī C3 un C5 indeksi mudina pievērst padziļinātu uzmanību tūrisma operatoru nozarei no slepeno vienošanos iespējamības viedokļa. Tā kā tūrooperatori ir vieni no nozīmīgākajiem tūrisma aģentūru ienākumu nodrošinātājiem, sastādot vidēji ap 50%, bet atsevišķos gadījumos pat 100% no tūrisma aģentūru apgrozījuma, tūrooperatoriem ir lielas iespējas stāvokļa izmantošanai.

Tabula 14-2. Tirgus koncentrācijas rādītāji tūrisma operatoru tirgū Latvijā.

Uzņēmumu skaits	HI	C3	C5
7	0.24	76%	95%

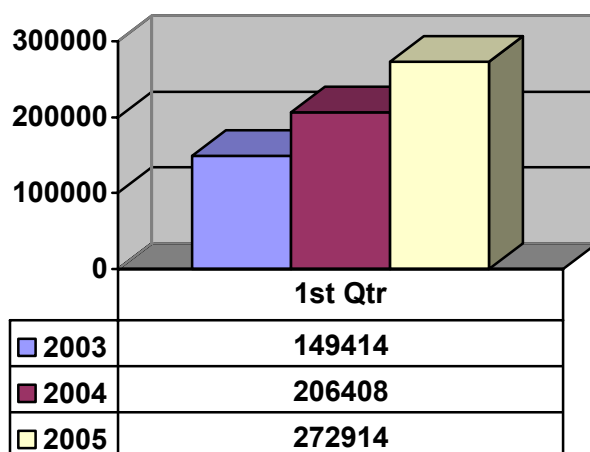
14.4 Kvalitatīvie aspekti

Kvalitatīvas analīzes mērķiem tūrisma aģentūru darbība tiks apskatīta ienākošā un izejošā tūrisma griezumā.

14.4.1 Tūrisma aģentūras – izejošais tūrisms

- Tirgus izaugsme

Izbraukušo ceļotāju skaits Latvijā 2004. gada laikā pieaudzis par 82%, savukārt 2005. gadā – par 32% (skat. Attēls 14-2). Salīdzinot industrijas izaugsmes tempu ar tūrisma firmu skaita palielināšanos, jaunu tūrisma firmu dibināšanas dinamika atpaliek. Statistika par 40 lielākajām tūrisma firmām liecina, ka apgrozījums pieaug visiem bez izņēmuma, t.i. neviens tirgus spēlētājs nav cietis apgrozījuma samazināšanos konkurences cīņas dēļ. Līdz ar to secināms, ka konkurencei tūrisma nozarē ir iespējas tālākai attīstībai.



Attēls 14-2. Izbraukušo ceļotāju skaits, 2003.-2005. [1]

- Izmaksas, kas saistītas ar piegādātāju (tūrisma firmu) maiņu

Par spīti tam, ka taustāmas izmaksas tūrisma aģentūras maiņas dēļ nepastāv, jo klienti var viegli pārslēgties starp dažādiem piedāvājumiem, tomēr pastāv ‘nemateriālas’ izmaksas, kas saistītas ar neziņas risku par pakalpojuma iegādi no nezināmas firmas. Šāda situācija neveicina konkurenci un aprūrina tirgū ienākšanu jauniem dalībniekiem, jo prasa papildus līdzekļu ieguldījumu klientu atrašanai vai zīmola atpazīstamības veidošanai.

- Lieli un salīdzinoši reti pasūtījumu apjomi no klientiem

Lielu lomu tirgū spēlē korporatīvie klienti, piemēram, valsts iestādes vai lieli uzņēmumi, kas slēdz līgumus par pakalpojumu piegādi lielā apjomā noteiktā laika posmā. Atsevišķos gadījumos šādu līgumu summa sasniedz pat 72% no tūrisma firmas apgrozījuma [3]. Līdz ar to korporatīvo klientu iegūšanai, kas parasti notiek konkursa ietvaros, veidojas asa konkurence starp piedāvātājiem. Piedāvājumu cenu starpība var sastādīt līdz pat 20% un novest līdz konkursa rezultātu apsūdzēšanai tiesā [3]. Pat neraugoties uz to, ka labākajā gadījumā tikai 10% firmu no 130 tūrisma tirgus dalībniekiem ir kapacitāte apkalpot korporatīvos pasūtījumus, konkurence šajā segmentā ir augsta.

- Apjoma ekonomija

Tūrisma aģentūru biznesa modelim nav raksturīga būtiska izmaksu samazināšanas pārdošanas apjomu pieauguma dēļ, ko diktē nozares ‘starpniecības’ raksturs. Uzņēmumu gada pārskatu dati liecina, ka pieaugošs apgrozījums nav tieši saistīts ar peļņas palielināšanos. Tajā pat laikā

tūrisma aģentūras, kas pārdot vairāk čarterreisu ceļojumus un aviobiļetes saņem lielākus komisijas procentus no piegādātājiem [2]. Komisiju atšķirības tomēr nevar tikt uzskatītas par tik nozīmīgām, lai mazinātu interesi par industriju un atbaidītu potenciālos jaunienācējus.

- Nozares uzņēmumu vertikālā integrācija

Dažām tūrisma firmām, kas specializējās autobusu braucienu organizēšanā pieder autobusi (piemēram, *Airisa & Ko*, *Fortuna Travel*, u.c.), savukārt citām - nē (piemēram, *Viesturdārzs*). Tomēr aģentūras ar savu autobusu parku neveido risku aģentūrām, kas iznomā autobusus kā pakalpojumu, jo autobusu nomas tirgū pastāv pietiekama konkurence un pat vasaras sezonā Latvijas autobusu parku (Rīga, Jelgava, u.c.) piedāvājums ir pietiekošs. Vienīga priekšrocība ir transporta īpašnieku iespējas eksperimentēt un attīstīt jaunus maršrutus, jo tiem nav jāsedz fiksētās nomas maksas izdevumi.

- Patērētāju lojalitāte tirdzniecības zīmoliem

Pēc ekspertu viedokļiem tirgū pastāv zīmola lojalitāte, kas balstīta uz zīmola atpazīstamību un iepriekš gūto pieredzi konkrētās firmas pakalpojumu izmantošanā. Tā kā katras tūrisma aģentūras piedāvājuma klāsts un nosacījumi tomēr ir vienādi, uzņēmuma zīmola atpazīstamība ir svarīgs faktors tūrisma firmas izvēlē. Kopš tūrisma tirgus dibināšanas 1991. gadā, tūrisma firmas pakāpeniski mēģinājušas palielināt lojālo klientu skaitu un veikušas ieguldījumus reklāmā. Līdz ar to, jauniem ienācējiem ar katru gadu jāiegulda aizvien vairāk līdzekļu tirgū ienākšanai. Šis ir viens no svarīgiem faktoriem, kas mazina jaunienācēju skaitu industrijā.

- Ieguldījumu apjoms jauniem ienācējiem

Ieguldījumu prasības jaunienācējiem tūrisma nozarē ar katru gadu aizvien pieaug. Neskatoties uz to, ka tirgus pieaugums pārsniedz jaunu tūrisma aģentūru pieaugumu, jaunienācējiem jāiegulda aizvien vairāk līdzekļu, lai spētu konkurēt ar tirgū jau stingras pozīcijas ieņēmušajām firmām ar augstu atpazīstamību un lojālu klientu loku. Ja agrāk jauna tūrisma aģentūra varēja veiksmīgi uzsākt darbību ar minimāliem ieguldījumiem biroja tehnikā, īrējot necilas telpas, tad pašlaik šāda ienākšanas stratēģija nav reāla vai vismaz ieteicama. Lai nodrošinātu veiksmīgu ienākšanu, jānodrošina modernas telpas pilsētas centrā, jāiegulda līdzekļi mājas lapas izveidē, kā arī jāparedz augstāks atalgojums nekā iepriekš, jo tirgū pastāv kvalitatīva darbaspēka trūkums [4, 5, 6]. Ieguldījumi sadārdzinās arī tāpēc, ka tūrisma nozarē notiek uzņēmējdarbības modeļa vispārējās pārmaiņas, kas atceļ iepriekšējus drošus ienākumu avotus un palielina nozares biznesa risku (skat. tālāk nodaļas Produktu un pakalpojumu aizvietojamība un Piegādātāju pozīcijas).

- Produktu un pakalpojumu aizvietojamība

Tūrisma aģentūra darbojas kā starpnieks, kas balsta savus pakalpojumus uz savā rīcībā esošo informāciju par faktiskajiem tūrisma pakalpojumu sniedzējiem (viesnīcām, lidsabiedrībām utt.), kā arī savā rīcībā esošajiem saziņas līdzekļiem (fakss, elektroniskais pasts, u.c.). Līdz šim augstās informācijas meklēšanas izmaksas un pieeja komunikācijas līdzekļiem nodrošināja tūrisma aģentūrām stabilu iztikas avotu. Taču pēdējā laikā Internets darbojas kā spēcīgs aizvietotājs, kas nodrošina tūristus ar plašu informācijas klāstu par ceļošanas iespējām jebkurā pasaules malā, kā arī iespēju pašam sazināties ar konkrētu pakalpojumu sniedzēju, veikt rezervāciju un maksājumus.

Šādu pārmaiņu ietekmē tūrisma aģentūru pakalpojumi kļūst mazāk pieprasīti un tradicionālie ieņēmumu avoti – aizvien mazāk ienesīgi. Tas spiež tirgus jaunienācējus meklēt iespējas piedāvāt tirgū specializētus nišas produktus, kas prasa vairāk ieguldījumu pirms produkta sāk

ienest reālus ienākumus. Šie faktori apgrūstina jaunu tūrisma firmu ienākšanu tirgū un mazina konkurences palielināšanos.

- Piegādātāju pozīcijas

Nozīmīgākie piegādātāji tūrisma aģentūrām ir tūroperatori, avio sabiedrības un citu transporta pakalpojumu sniedzēji, kā arī viesnīcas. Tālāk tekstā katra no piegādātāju grupām apskatīta atsevišķi.

Tūrisma operatori

Tradicionāli tūrisma operatori izstrādā ceļojumu paketes un pārdod tās gala patērētājiem caur tūrisma aģentūrām. Lai arī tūroperatori tirgus Latvijā ir daudz koncentrētāks nekā tūrisma aģentūru nozare, tūrisma aģentūru licēšanas apliecina, ka tajā valda sīva konkurence un tūrisma operatori nemēģina diskriminēt cenu ziņā vai ierobežot pieeju saviem produktiem.

Pēdējo gadu laikā tūroperatori aktīvi uzsākuši paši savu pārdošanas kanālu attīstību, kas saasina konkurenci tūrisma aģentūru tirgū kopumā. Tā piemēram, otrs lielākais tūroperators *Novatours* atvēra savus pārdošanas birojus Latvijā 2005. gadā, tai skaitā piedāvājot arī vairākām aģentūrām atteikties no saviem zīmoliem un tā vietā darboties zem *Novatours* vārda. Šāds solis tiek uztverts kā konkurences saasināšanās aģentūru tirgū [2], un nereti tiek vērtēts arī kā negodīga konkurence, jo *Novatours* rīcībā atrodas arī aģentūru apkalpoto klientu kontaktinformācija, ko tūroperators var teorētiski izmantot savām pārdošanas vajadzībām. Arī citiem tūroperatoriem jau ir, vai arī tie sāk pamazām attīstīt tiešus pārdošanas kanālus. Pieaugoši konkurences saasināšanās draudi var atbaidīt tirgū jaunienācējus, taču no otras puses – veicina konkurenci starp tirgus dalībniekiem ceļojumu pakešu segmentā, stimulē aģentūru specializāciju un jaunu piedāvājumu izstrādi.

Aviosabiedrības un citas transporta kompānijas

Visā pasaulē pieaugoša tendence samazināt (no 9% līdz pat 1%) vai likvidēt aviosabiedrību komisijas maksu par aģentūrās pārdotajām biļetēm skar arī tūrisma aģentūras Latvijā. Zemo izmaksu lidsabiedrības, kas aizņem 34% Latvijas tirgū nesadarbojas ar tūrisma aģentūrām; šim paraugam seko arī tirgus līderis *AirBaltic*. *AirBaltic* aktīvi attīstījuši biļešu pārdošanu Internetā, kā arī tieši strādā ar korporatīviem klientiem, piedāvājot izdevīgākus nosacījumus biļešu iegāde, nekā tūrisma aģentūras spēj nodrošināt [2].

Arī citi transporta pakalpojumu sniedzēji uzrāda līdzīgas tendences. Tā piemēram, autobusu pārvaldītājs *Ecolines* piedāvā līdz pat 15% atlaidēm, ja biļetes tiek iegādātas Internetā. Šāda situācija palielina konkurenci tūrisma aģentūru tirgū, jo līdzšinējie piegādātāji, pateicoties pārdošanas kanālu attīstībai, sāk tieši konkurēt ar aģentūrām. Pieaugoša konkurence veicina pakalpojumu un to kvalitātes attīstību, kā arī paplašina pieeju pakalpojumiem un samazina to cenas.

Viesnīcas un citu tūrisma pakalpojumu sniedzēji

Arī viesnīcas nodrošina tiešu pārdošanas kanālu attīstību gan pilnveidojot savas mājas lapas, gan iesaistoties dažādos interneta portālos, kur klienti var izvēlēties, rezervēt un apmaksāt viesnīcu pakalpojumus. Arī pārējie pakalpojumu sniedzēji, tādi kā apdrošināšanas kompānijas u.c., Interneta piedāvāto iespēju dēļ aizvien vairāk un vairāk paaugstina konkurenci pakalpojumu pārdošanas jomā. Šīs tendences mazina klientu plūsmu uz tūrisma aģentūrām un arī rada spiedienu uz tūrisma aģentūru komisijas maksas samazināšanos. Kopumā šāda situācija var atbaidīt tirgū jaunienācējus, jo aģentūru ienākumi no komisijas maksām aizvien sarūk, taču no otras puses tiek veicināta aģentūru specializācija, jaunu piedāvājumu izstrāde un cenu samazināšanās.

- Likumdošana un valsts ietekme

90.-to gadu beigās tika atcelta obligātā tūrisma aģentūru licencēšana, un šobrīd nozares darbību regulē patērētāju intereses aizsargājošie normatīvie akti [8]. Valsts ietekmē tūrisma firmu darbību caur atsevišķām saistītām sfērām, piemēram, gaisa pavadājumu regulācija utt.

Tūrisma firmas pauž neapmierinātību ar ‘faktisko’ *Latcharter* monopolstāvokli neregulāro gaisa pārvadājumu tirgū³⁰. Tās vairākkārtīgi griezušās ar sūdzībām LR Satiksmes ministrijā par atļauju neizsniegšanu citu valstu neregulāro reisu nodrošinātājiem (piem., Turcijas, Tunisijas, Lietuvas) [9, 10, 11]. Neattīstīts čartera lidojumu tirgus liek tūrisma firmām pat apdomāt iespējas lidmašīnas iegādei, taču tas diemžēl nav iespējams augsto izmaksu un drošības standartu dēļ [2]. No vienas puses lētākie lidojumi palielinās cilvēku skaitu, kas terces līdzekļus ārzemes palielinot importu un samazinot IKP, no otras puses šobrīd cieš patērētājs maksājot vairāk un tūrisma firmas ir ierobežotas jaunu produktu attīstībai.

14.4.2 Tūrisma operatori

- Industrijas izaugsmes temps

Katru gadu ceļotāju skaits, kas iegādājas ceļojumu paketes, strauji pieaug. Spriežot pēc *Latcharter* veiktā lidojumu skaita, tirgus pēdējos gados vidēji pieaudzis par 30-50% gadā. Straujā tirgus izaugsme ļāvusi palielināt apgrozījumu visiem tirgus spēlētājiem. Tomēr pat tirgus izaugsmes apstākļos cīņa par konkurenci liek tūroperatoriem asi konkurēt savā starpā, pazeminot piedāvājumu cenas. Atsevišķos gadījumos cenu pazemināšana pat tiek uzskatīta par cenu dempingu un asu cīņu par izdzīvošanu [2]. Paredzams, ka konkurence turpinās pieaugt, jo tirgum stabilizējoties vienīgā iespēja papildus ienākumiem būs tirgus daļu atkarošana no konkurentiem.

- Kapitālstruktūra

Analizējot tirgu ar nosacīti nelielo spēlētāju skaitu, jāpievērš uzmanība dalībnieku izcelsmei un kultūras atšķirībām. Viena izcelsmes valsts, līdzīga pieredze un kultūra palīdzētu vienoties par darbību koordināciju. 37% tūroperatoru tirgus Latvijā aizņem 5 Latvijas operatori, pārējo tirgu aizņemot Lietuvas *Novatours* un Krievijas-Turcijas kopfirmai *Teztour*. Tā kā *Novatours* un *Teztour* izcelsme ir no dažādām valstīm un kultūrām, darbību koordinācija to starpā ir mazāk iespējama. Tas varētu būt viens no apstākļiem, kāpēc tūrisma aģentūru pārstāvji raksturo tūroperatoru tirgu Latvijā kā asi konkurējošu [2]. Par to liecina arī *Teztour* iesniegums Konkurences padomē par negodīgu konkurenci no *Novatours* puses. Nosacīti zemo tirgus dalībnieku skaitu līdzsvarots dalībnieku izcelsmes un kultūras atšķirības, kas mazina iespējas darbību koordinācijai un palielina konkurenci tūrisma operatoru nozarē.

- Uzņēmumu brīvā jauda

Brīva jauda spēlē nozīmīgu lomu šajā nozarē, un tā izpaužas kā brīvas vietas čartera lidojumos. Operators apmaksā veselu lidmašīnu un gatavs samazināt cenu pēdējā brīdī līdz pakalpojuma pašizmaksai, lai segtu izmaksas un neciestu zaudējumus.

- Dziļa stratēģiska interese tirgū

³⁰ Arī *AirBaltic* veic čarterreiskus, taču šī joma nav uzņēmuma prioritāte.

Dziļa interese tirgū un ilgtermiņa stratēģiska perspektīva veicina cīņu par uzņēmuma stratēģiskajām pozīcijām, upurējot īstermiņa rentabilitāti. Abi tirgus līderi vairākkārt izteikuši nodomus kļūt par reģiona vadošajiem tūroperatoriem.

- Apjoma ekonomija (economies of scale)

Piesaistīto ceļotāju apjoms dod tūrisma operatoriem iespējas iegūt spēcīgas pozīcijas attiecībā pret pakalpojumu sniedzējiem, t.i. viesnīcām, ekskursiju organizētājiem, lidsabiedrībām utt. Jaunienācējiem būtu problemātiski nodrošināt līdzvērtīgus pasūtījumu apjomus, jo esošie spēlētāji, piemēram, *Teztour* pat piesaista ne tikai Latvijas, bet arī Lietuvas, Krievijas, Baltkrievijas, Ukrainas un Bulgārijas iedzīvotājus. Arī *Novatours* strādā visās trīs Baltijas valstīs. Šāda situācija, protams, nerada šķēršļus jaunu starptautisku tūroperatori ienākšanai Latvijas tirgū.

- Pieeja izplatīšanas kanāliem

Pieeja izplatīšanas kanāliem ir brīva. Lielāka daļa tūrisma firmām ir noslēgti līgumi ar visiem septiņiem tūrisma operatoriem. Tas fakts var sekmēt jauno starptautisko operatoru ienākšanu un konkurences turpmāko attīstību.

- Piegādātāju pozīcijas

Tūrisma operatora darbībā liela nozīme ir iespējām nogādāt klientus no konkrētās valsts, kurā tie darbojas, uz citam valstīm, t.i. operators ir tieši atkarīgs no gan no valsts līgumiem ar citām valstīm par lidošanas iespējām, gan pārvadātājiem. Dotajā brīdī Latvijā darbojas tikai divi neregulārās gaisa satiksmes nodrošinātāji – specializētā čartera firma *Latcharter* un *AirBaltic*. Tūrisma operatoru iniciatīvas attīstīt situāciju un aicināt citu valstu pārvadātājus no valstīm kā Tunisija, Turcija, Lietuva, līdz šim tikušas bloķētas. Šādā situācijā neattīstās arī tūroperatori piedāvājuma klāsts un čarterpakalpojumu tirgus kopumā; tiek aizkavēta jaunu spēlētāju ienākšana tirgū ierobežoto likumdošanas iespēju dēļ.

14.4.3 Tūrisma aģentūras - ienākošais tūrisms

- Tirgus spēlētāju skaits un tirgus koncentrācija

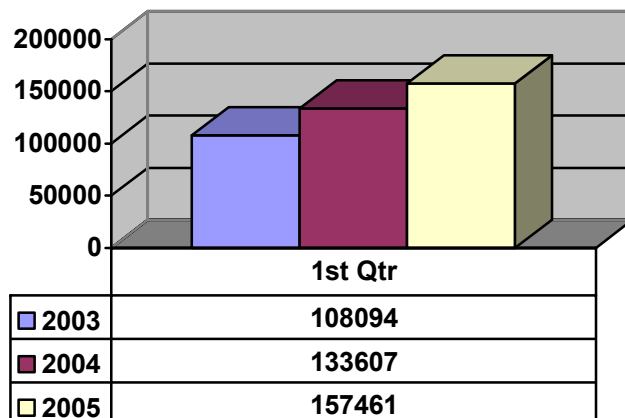
Pēc CSB datiem Latvijā darbojas 36 tūrisma firmas, kas apkalpo iebraucošos tūristus. Ienākošā tūrisma nozarē strādā mazāk uzņēmumu nekā izejošā, un tas ir daudz koncentrētāks: 5 vadošās firmas apkalpo 80% no kopējā iebraucošo tūristu skaita [1]. Izteikti tirgus līderi ir *Latvia Tours*, kas ir pirmā tūrisma aģentūra Latvijā dibināta uz *Inturist* bāzes, un *Via Hansa Tour*, kas ir Dānijā dibinātas starptautiskas ķēdēs pārstāvis Latvijā. Nosacīti atšķirīgā līderu vēsturiskā attīstība un atšķirīgie biznesa modeļi tālāk paaugstina koncentrāciju tirgū.

Salīdzinoši zemais firmu skaits un augstā koncentrācija skaidrojama ar ienākošā tūrisma tirgus specifiku. Ienākošais tūrisms iedalāms sekojošās nozarēs, vadoties pēc klientu segmentācijas: individuālie ceļotāji, tūristu grupas, korporatīvie klienti un konferences. Ārzemju tūrisma aģentūras pārsvarā izmanto vietējo tūrisma firmu pakalpojumus, visbiežāk – starptautisku tīklu pārstāvniecības.

- Industrijas izaugsmes temps

Pēdējo trīs gadu laikā ienākošā tūrisma tirgus Latvijā audzis vidēji par 46% gadā; pieaugums sadalīts starp lielākajiem uzņēmumiem. Tirgus specifika nosaka, ka tūrisma aģentūras nevar

aktīvi piedalīties pārdošanas procesā, jo ārzemju partneri, ienākot Latvijas tirgū, saņem informāciju par iespējamiem partneriem no Tūrisma Aģentu Asociācijas, Tūrisma Attīstības Valsts Aģentūras vai citām iestādēm.



Attēls 14-3. Uzņemto ceļotāju skaits [1].

- Lielie un salīdzinoši reti pasūtījumu apjomi no klientiem

Uzņemto ceļotāju tirgū pastāv apjomīgi darījumi, jo parasti iesaistītas ceļotāju grupas vai ārvalstu tūrisma aģentūras. Tas pozitīvi ietekmē tirgu ar nosacīti augsto koncentrāciju, jo pastiprina klienta pozīcijas efektīvāka piedāvājuma pieprasīšanā un veicina konkurenci tirgū.

- Reputācija un zīmola lojalitāte

Reputācija un dalība prestižās starptautiskās organizācijas palielina iespējamību, ka ārzemju partneris iekļaus uzņēmumu savā aptaujas sarakstā. Augstāk minētas lietas nevar nodrošināt tirgus jaunienācēji, tāpēc apstākļi uzskatāms kā barjera tirgū ienākšanai.

- Problemātiska pieeja izplatīšanas kanāliem

Tirgū ir divi uzņēmumu tipi. Pirmie pieder kādai starptautiskai ķēdei un saņem pasūtījumus tās ietvaros. Otrai grupai pieejas nodrošināšanai klientiem tieši nav ekonomiski izdevīga risinājuma, jo potenciālie sadarbības partneri atrodas visā pasaulē. Šis apstākļi nosaka to, ka vietējam tūrisma aģentūrām ienākošais tūrisms nav augsta prioritāte, jo to nosaka pieprasījums. Tas samazina interesentu skaitu šajā tirgus segmentā un, tādējādi, aizkavē arī konkurences attīstību.

- Priekšrocības, kas balstās uz tirgus pieredzi

Tirgus vēsturiska attīstība norāda uz tūrisma aģentūru personāla pieredzes svarīgumu. Piemēram, 1991. gadā *LatviaTours* bija vienīga tūrisma aģentūra, pie kuras varēja griezties ārzemju tūrisma firmas, jo tajā strādāja bijušā *Inturist* darbinieki – vienīgie ar pieredzi tūrisma jomā. Šī priekšrocība palīdzēja *LatviaTours* ar laiku akumulēt vēl vairāk pieredzes nekā citiem tirgus dalībniekiem, sasniedzot līderpozīcijas. Ārzemju partneri dod priekšroku firmām, ar kurām veiksmīgi sadarbojas jau ilgstoši. Jaunienācēju iespēja akumulēt pieredzi un tikt pie izplatīšanas kanāliem ir pārvilināt darbiniekus no tirgus līderiem.

- Ieguldījumu apjoms jauniem ienācējiem

Nepieciešamie ieguldījumi darbības uzsākšanai ienākošā tūrisma jomā ir daudz lielāki, nekā izejošā tūrisma attīstībai. Nepieciešama ne tikai vietēja klātbūtne, bet arī piedalīšanās tūrisma izstādēs ārvalstīs, katalogu izveide un piegāde potenciāliem ārzemju partneriem, kvalificēts personāls. Pēc tūrisma ekspertu domām divi gadi ir minimālais pieredzes termiņš, kuru iegūstot tūrisma aģentūra var sākt apkalpot arī ienākošo tūristu plūsmu. Šis apstāklis arī paskaidro salīdzinoši mazo dalībnieku skaitu ienākošā tūrisma nozarē un tuvākā laika posmā neapsola skaitliski daudzus jaunienācējus.

- Apjoma ekonomija

Ienākošā tūrisma nozarē pastāv būtiskas apjoma ekonomijas, jo nodrošinot lielu tūristu plūsmu regulāri vai ilgākā sadarbības laika posmā ar piegādātājiem, aģentūra var pretendēt uz izdevīgākām cenām un līdz ar to – lētāku piedāvājumu klientiem. Liels apjoms aizsargā tūrisma aģentūras no pakalpojumu sniedzēja savu pārdošanas kanālu attīstīšanas. Otrkārt, tas aizsargā no jauniem ienācējiem, jo viņi pirmajos darbības gados nevarēs saņemt tik pat izdevīgus sadarbības nosacījumus.

- Produktu un pakalpojumu aizvietojamība

Internets ienākošai tūristu nozarei rada tādu pašu risku kā izejošai, jo potenciālie sadarbības partneri var atrast nepieciešamo informāciju par pakalpojumiem paši saviem spēkiem. Šis apstāklis ir vēl viens faktors, kāpēc vietējas tūrisma aģentūras neattīsta ienākošā tūrisma nodaļas.

- Piegādātāju pozīcijas

Nozīmīgākie piegādātāji ienākošā tūrisma jomā ir vietējās viesnīcas, autobusu pārvadātāji, gidu pakalpojumu sniedzēji, u.c.

Viesnīcas

Viesnīcu un citu tūristu mītņu skaits Latvijā 2005. gadā sastādīja 418 un, salīdzinot ar 2000. gadu, tas gandrīz divkāršojies. Konkurenci starp viesnīcām tieši ietekmē viesnīcu piepildījums jeb noslogojums. Vasaras periodos, kad piepildījums ir tuvu maksimālajam, viesnīcas diktē tirgus nosacījumus. Pēc tūrisma ekspertu viedokļa Latvijas viesnīcu piedāvājums ir dārgāks, salīdzinot ar Lietuvu un Igauniju. Tādejādi, tirgū pastāv faktori, kas ierobežo konkurenci un dod Latvijas viesnīcu īpašniekiem iespēju uzturēt augstākas cenas, nekā diktētu tirgus ar augstu konkurences līmeni.

No ienākoša tūrisma perspektīvas viesnīcu sektors ir salīdzinoši neattīstīts, it īpaši segmenti no vienas līdz trīs zvaigznēm. Lauku tūrisma attīstības dinamika arī neveicina ārzemju tūristu piesaisti, jo ES līdzekļi pārsvarā ieguldīti lielu kompleksu uzbūvei bez etniskas un kulturālas identitātes. Šādi kompleksi lielākoties darbojas kā komerciāls piedāvājums pasākumu organizēšanu vietējiem uzņēmumiem.

Autobusu pārvadājumi

Tūrisma aģentūrām ir plašas iespējas autobusu nomai vai no specializētajam firmām vai no autobusu parkiem visa Latvijā. Pēc tūrisma ekspertu domām tirgū pastāv konkurence, kas padara līdzīgu sava autobusa parka uzturēšanu vai pārvadājumu ārpakalpojumus iegādi. Autobusa pārvadājumu tirgus nekavē nozares attīstību, bet arī neveicina, jo tūristus piesaista daudzveidīgie galamērķi Latvijā nevis loģistika.

Gidu pakalpojumi

Gidu tirgu atrodas vairākas privātas personas. Viņi ir spiesti uzturēt minimālo pakalpojuma maksu, jo viņiem pašiem nav izplatīšanas kanālu, tirgus pamešanas barjeras ir augstas (jāmācas no jauna), un piedāvājuma skaits pārsniedz pieprasījumu.

- Valsts ietekme

Vīzu liberalizēšanas procedūra ar NVS valstīm palielinātu ienākošo tūrisma skaitu un veicinātu tūrisma aģentūru attīstību. NVS tirgus ir pazīstams un Latvijai, ka zīmolam ir augsta vērtība. Vīzu liberalizēšana tiktu uztverta kā jauna tirgus atvēršana, plašākas un lētākas tūrisma iespējas. Tāpat, ieeja šajās tirgū neprasītu tik lielus ieguldījumus, kā rietumu tirgū. Rezultātā, tirgū parādītos vairāk tūrisma aģentūru, kas nodarbojas ar ienākošo tūrismu, ar laiku attīstot piedāvājumus līdz līmenim, kas varētu ieinteresēt arī rietumu tūristus un aģentūras.

14.5 Kopsavilkums

- Strauji augošs tirgus ar lielu spēlētāju skaitu un izteikti zemu koncentrāciju
- Tirgū nosacītu lomu spēlē patērētāju lojalitāte un zīmolu spēks, kā arī pastāv emocionālas dabas pārslēgšanās 'izmaksas'
- Salīdzinoši vieglas iespējas ienākt tirgū, taču esošo tirgus dalībnieku akumulētā pieredze un nostiprinātās klientu bāzes mazina tās
- Pieaugoša un spēcīga konkurence no aizvietotāju pakalpojumu puses, t.sk. avio sabiedrības un citi starptautisko pasažieru pārvadātāji, viesnīcas, arī Internets
- Valsts tiešā ietekme tirgū salīdzinoši minimāla, tomēr pastāv netieša ietekme caur valsts politiku un likumdošanu aizvietotāju pakalpojumu un piegādātāju nozarēs
- Ienākošais tūrisms salīdzinoši mazāk attīstīts nekā izejošais; tirgū mazāks spēlētāju skaits un augstāka koncentrācija

Izmantotā literatūra

1. Tūrisms Latvijā 2005. gadā Latvijas Republikas Centrālā statistikas pārvalde, 2006.
2. Intervija, Latvia Tours.
3. LETA-EPI. 15.01.2004.
4. Izglītība un Kultūra. 27.01.2005.
5. Diena. 03.10.2005.
6. LETA-EPI. 16.03.2006.
7. Diena. 16.10.2003
8. LETA-EPI. 19.01.2001.
9. LETA. 23.05.2005
10. LETA. 25.04.2005.
11. Diena. 25.05.2001.
12. LETA. 07.06.2005.
13. Ainārs Muižnieks. Satiksmes ministrijas Aviācijas Departamenta direktors.
14. LETA. 19.09.2005.
15. Latvijas Vēstnesis. 30.11.2005.
16. LETA 16.12.2005
17. LETA. 06.01.2006.
18. Intervija, IRBE LNK, Guntars Jaudzems
19. Intervija, LTS-TRAVEL, Irina Mišneva
20. Intervija, Latvia Tours, Ieva Keiša, Izejošā tūrisma direktore
21. Intervija, *British Airways*, Toms Andersons , Direktors
22. Intervija, Ceļojumu portāls www.turists.net, Aleksandrs Roze

Pielikums 14-1
Tūrisma firmu saraksts.

NOSAUKUMS	APGROZIJUMS 2005. GADĀ (LVL)
AIR-TOUR	3344476
ANSBERGS TRAVEL	754366
AR-TUR	264625
ATLAS TOURS	1789091
AVEROJA	1017052
BALTIJAS CEĻOJUMU GRUPA	2670256
BARBARA&M	967
DIGITOURS **	98696
EIROPAS CEĻOJUMU CENTRS	255332
EXPLAIN TOUR	236692
EXSPRESS TRAVEL	3385038
FENIKSS	11483
FTB LATVIA	2358118
GO Travel Cassandra	665785
GORBANTS ***	103763
IMPRO CEĻOJUMI	6056706
IRBE LNK	184481
JĒKABA AĢENTŪRA	1359937
KOLUMBS **	3200000
LATVIA TOURS	12106920
LTS-TRAVEL	293318
LUTK tūrisma aģentūra	144623
MAKS	37402
OZOLCIEMS TŪRE	639095
PEGASUS	2669458
PUTŅIKS	962717
RAFI TRAVEL	70940
RELAKS TŪRE	1870552
REMACO	1063275
RĪGAS TŪRISMA AĢENTŪRA	2114230
SIBUS	50280
T.U.I.	2767265
TAS LATVIJA *	4900000
TBS TŪRISMA AĢENTŪRA	1680000
TŪRISMA AĢENTŪRA BALTA	2186770
VIA HANSA TOURS	9034319
VIA RĪGA *	5600000
VIESTURDĀRZS	339338
WORLD TRAVEL SERVICE	848230
YOUR RUN	1308293
ASTRA TŪRE	1490420
AIRISA UN KO	536578
RĪGAS TŪRISTI	387734

Avots: www.lursoft.lv

* - dati no LatviaTours 2005. gada pārskata. Pieejams: www.latviatours.lv

** - dati par 2004. gadu

*** - dati par 2002. gadu

Pielikums 14-2
Tūrisma operatoru saraksts.

NOSAUKUMS	APGROZIJUMS 2005. GADĀ (LVL)
TEZTOUR	8691262
NOVATOURS	5829640
JTL	3386951
BEGONIJA	2992567
DOMINA TRAVEL	1445682
ROYALTOUR	703760
ALIDA TURS	284333

Avots: www.lursoft.lv

Pielikums 14-3

Tūrisma aģentūra – tūrisma uzņēmums, kas pilda starpnieka funkcijas starp tūristiem un tūrisma operatoriem un citiem pakalpojumu sniedzējiem.

Tūrisma operators – tūrisma uzņēmums, kas izstrādā un pārdod kompleksus tūrisma pakalpojumus.

Avots: Tūrisms Latvijā 2005. gadā Latvijas Republikas Centrālā statistikas pārvalde, 2006.

15 KURJERU DARBĪBA

Nozare	Kurjeru darbība
NACE klase	64.12
	<i>Starptautisko kurjeru pakalpojumi:</i>
Tirgus apgabals	Latvija
Tirgus spēlētāju skaits	4
Tirgus koncentrācija	C-1=42%, C-2=71%, C-3=93%, HI=0.31
	<i>Iekšzemes kurjeru pakalpojumi:</i>
Tirgus apgabals	Latvija
Tirgus spēlētāju skaits	18
Tirgus koncentrācija	C-2=67%, C-2=74%, C-3=81%, HI=0.24

15.1 Tirgus apgabala definēšana

Kurjeru pakalpojumu nozare ir definēta atbilstoši NACE klasifikatoram un ietver sekojošus pakalpojumus:

- vēstuļu un pasta tipa bandroļu un paciņu savākšana, transports un piegāde, ko veic firmas, izņemot valsts pastu. Iesaistīts var būt viens vai vairāk nekā viens transporta veids, un darbību var realizēt gan ar personisko transportu, gan ar sabiedrisko transportu (64.12).

Analizē iekļauti uzņēmumi, kas nodrošina gan vietējos, gan starptautiskos sūtījumus ar piegādi ‘no durvīm līdz durvīm’, kuru svars nepārsniedz 70kg un kuru nodrošināšanai nav nepieciešamas paletes. Kurjeri piedāvā arī sūtījumus ar paletēm, taču tie tiks apskatīti ‘Kravas autotransporta’ analizē (skat. 5. nodaļa). ‘Air cargo’ pakalpojumi tiek apskatīti pie gaisa pārvadātājiem (skat. 11. nodaļa).

15.2 Tirgus spēlētāju identifikācija

Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisija (SPRK) ir izsniegusi 42 vispārējas atļaujas kurjera pakalpojumu sniegšanai (skat. Pielikums 14-1), tomēr daudzas no šīm firmām nenodarbojas ar kurjeru, bet ar saistītiem pakalpojumiem, tādiem kā brokeru pakalpojumi vai krāvu pārvadājumiem bez piegādes ‘no durvīm līdz durvīm’.

15.3 Kvantitatīvie parametri

Kurjeru pakalpojumu sniedzēji nosacīti iedalāms divās grupās. Pirmajā iekļauti kurjeri, kas specializējas ātrās piegādes nodrošināšanā jebkurā vietā pasaulē un izmanto gaisa transportu. Otrā grupā iekļauti uzņēmumi, kas vairāk specializējušies vietējā piegādē vai arī piegādē Baltijas mērogā, lai arī izpilda starptautiskos pārvadājumus; šie kurjeri pārsvarā izmanto sauszemes transportu.

15.3.1 Kurjeri ar starptautisku tirgus fokusu un specializācija gaisa transportā

Tirgū sastopami četri uzņēmumi, kas pārstāv pasaules vadošos kurjerpasta zīmolus – DHL, UPS, TNT un FedEx. Uzņēmumu reģistrā pieejami dati par firmu apgrozījumiem par 2005. gadu (skat. Pielikums 14-2). Apgrozījuma dati parāda, ka DHL aizņem 68% tirgus. HI indekss sastāda 0.5. Tomēr krasās atšķirības starp tirgus dalībnieku apgrozījumu apjomiem varētu būt radušās atšķirīgas apgrozījuma uzskaites metodoloģijas dēļ starp grupas uzņēmumiem (meitas uzņēmumi TNT un DHL grupām, kā arī franšīzes uzņēmumam EKL/LS (UPS pārstāvis)). Tāpat kopējā apgrozījumā ir iekļauti arī blakus pakalpojumi, kas neattiecas uz starptautiskā kurjerpasta pakalpojumiem, piemēram, noliktavas, muitošanas, ekspeditora, pakalpojumi un lielo kravu ekspedīcija.

Tirgus koncentrācijas indeksi ir aprēķināti, balstoties uz SPRK veiktajām aplēsēm par tirgus daļām kurjerpasta pakalpojumu tirgū 2005. gadā. Informācija par visu tirgus dalībnieku tirgus daļām, kā arī tirgus daļas tiem uzņēmumiem, kas piegādā vēstules un pakas ar gaisa transporta palīdzību, ir pieejama nodaļas beigās (skat. Pielikums 15-3).

Tabula 15-1. Tirgus koncentrācijas rādītāji kurjeru pakalpojumu nozarē (starptautisks fokuss).

Uzņēmumu skaits	C1	C2	C3	HI
4	42	71	93	0.31

Par spīti tam, ka tirgū darbojas tikai četri uzņēmumi, HI indekss ir tuvu pieņemtajam drošības kritērijam 0.2 (skat. Tabula 15-1). Tas skaidrojams ar to, ka trīs tirgus līderu apgrozījums sadalās samērā vienmērīgi - 42%, 29% un 22%, un katrs no tiem spēlē nozīmīgu lomu tirgū. Kvalitatīvajā analizē šis aspekts tiek pētīts padziļināti, lai pārliecinātos, vai tirgus spēlētāju starpā tiešām pastāv konkurence, un cik lielā mērā iespējama darbību un cenu koordinācija. Pastiprināta uzmanība pievērsta arī tirgus līdera apgrozījuma dinamikai un pieauguma iemesliem.

Šobrīd nav vērojami arī apstākļi, kas veicinātu tirgus spēlētāju skaita palielināšanos, jo Latvijā darbojas visi pasaules 'lielā četrinieka' kurjeru tirgū dalībnieki. Taču izmaiņas iespējamas tirgus struktūrā. Pašlaik viens no tirgus līderiem EKL/LS (UPS pārstāvis) ir frančizes uzņēmums, tāpēc teorētiski UPS jebkurā brīdī var lauzt frančizes līgumu, lai ienāktu tirgū ar savu pārstāvniecību. Šādu soli kādu laiku atpakaļ veica TNT. Tas var attīstīt tirgu kopumā un konkurenci tajā, jo pārstāvniecības parasti piedāvā plašāku pakalpojumu klāstu un pielieto jaunas marketinga stratēģijas, cīnoties par konkurentu tirgus daļām.

Analizējot tirgus līdera DHL darbību 2005. gadā, vērojams straujš apgrozījuma pieaugums par 46% no 5,735 līdz 8,383 miljoniem LVL. Būtu kļūdaini pieņemt, ka izaugsmes iemesls ir dominējoša stāvokļa izmantošana, jo apgrozījums pieaudzis visiem tirgus dalībniekiem, pie tam DHL peļņa 2005. gadā samazinājusies par 70% no 379 709 līdz 116 744 LVL [4].

15.3.2 Kurjeri ar Baltijas tirgus fokusu un specializāciju sauszemes transportā

Šī tirgus dalībniekus ir grūtāk apzināt, jo tie neatrodas SPRK uzraudzībā, bet darbojas pārsvarā kā ekspeditori vai kravas pārvadātāji. Var minēt tirgus līderi SIA Baltic Logistic System-Latvija, kā arī virkni citu spēcīgu uzņēmumu SIA Schenker, SIA HRX, SIA TNT Latvia (suszemes nodaļa) u.c. Tā kā SPRK rīcībā nav datu par šī tirgus sadalījumu, tas tiks pētīts dziļāk kvalitatīvās analīzes daļā.

15.3.3 Kurjeri ar iekšzemes tirgus fokusu un specializāciju sauszemes transportā

Pilns tirgus dalībnieku saraksts pieejams nodaļas beigās (skat. Pielikums 15-4). Tajā attēlotas arī uzņēmumu tirgus daļas pēc SPRK datiem. Tirgū kopskaitā ir 18 firmas ar diviem izteiktiem līderiem - VAS Latvijas pasts un SIA Baltic Logistic System-Latvija. Abu uzņēmumu tirgus daļas ir līdzīgas, kopā sastādot ap 67% tirgus.

Tabula 15-2. Tirgus koncentrācija kurjeru pakalpojumu sfērā (iekšzemes fokuss).

Uzņēmumu skaits	C2	C3	C4	HI
18	67%	74%	81%	0.24

HI ir nedaudz augstāks par teorētisko riska robežu 0.2; pietam abu līderu tirgus daļas vien sastāda jau 0.23 no 0.24 (skat. Tabula 15-2). Vēsturiski šie divi uzņēmumi ir saistīti, jo no 1998. līdz 2002. gadam VAS Latvijas Pasts piederēja 40% no SIA Baltic Logistic System-Latvija, kamēr pārējie 60% zvidru akcionāriem. Tomēr 2005. gadā SIA Baltic Logistic System-Latvija tika pārdots un pašlaik ir franču pasta Geopost meitas uzņēmums.

15.4 Kvalitatīvie parametri

15.4.1 Kurjeri ar starptautisku tirgus fokusu un specializāciju gaisa transportā

- Tirgus izaugsme

Pieejamie tirgus dati par vietējiem un starptautiskiem kurjerpasta sūtījumiem liecina, ka 2005. gadā pārvadāti par 50% vairāk nekā 2004. gadā. Starptautisko sūtījumu tirgus ar gaisa transportu palīdzību aug pateicoties atvieglotiem dokumentu noformēšanas noteikumiem, kas saistīti ar Latvijas iestāšanos ES. Īpaši palielinājies sūtījumu skaits, kas saistīts ar interneta veikalu darbību [5].

Pieaugums tirgū vērojams visiem tirgus dalībniekiem, taču visstraujākais tas bijis DHL. Tirgus dalībnieki atzīt, ka DHL pieaugums ir balstīts uzņēmuma agresīvajā pārdošanas stratēģijā, jo uzņēmuma pārdošanas aģenti piedāvā lielas atlaides klientu piesaistīšanai. Tomēr, nākotnē sagaidāma vēl asāka konkurence, kas saistīta raksturīga tirgus stabilizēšanas fāzē, kad uzņēmumi uzsāk konkurences cīņu par konkurentu tirgus daļām.

- Kapitālstruktūra

Tirgus ir salīdzinoši augstu koncentrēts, jo četri uzņēmumi veido visu tirgu. Tomēr šāda situācija kurjeru pakalpojumu tirgū ir visā pasaulē. Pie tam tirgus dalībnieki ir atšķirīgi pēc to izcelsmes, piemēram, DHL ir no Vācijas, bet UPS – ASV uzņēmums. Katram no starptautiskajiem spēlētājiem ir savs darbības modelis, piemēram, UPS ir savas lidmašīnas, kamēr pārējiem – nav.

- Izmaksas, kas saistītas ar piegādātāju maiņu

Tādu izmaksu nav, jo klients var brīvi pārslēgties no viena kurjera uz otru. Tas veicina konkurences spiedienu tirgū, jo pamatpakalpojumu klāsts un kvalitāte ir līdzīga, un izšķirošais faktors ir cena.

- Tirgū ienākšanas barjeras

Pēdējos gados tirgu ienākšanas barjeras ievērojami samazinājušās. Tirgus pievilcību palielina arī aviotransporta pakalpojumu attīstība Latvijā, kā arī Latvijas iestāšanās ES. Līdz ar to jebkurš uzņēmums teorētiski var noslēgt līgumu ar ārzemju kurjerpasta ķēdi, kas nodrošinātu sūtījuma piegādi ārvalstīs, un uzsākt darbību.

- Saistīto darbību ekonomija

Jaunienācēju ienākšanu tirgū apgrūtina esošo dalībnieku sniegtie blakus pakalpojumi un ar tiem saistītā izmaksu ekonomija. Piemēram, TNT nodrošina arī sauszemes pārvadājumus vai UPS piedāvā pilnu piegādes ķēdes risinājumu (UPS SCS), izmantojot savas noliktavas un automašīnu parku.

- Pakalpojumu aizvietojamība

Konkurences spiedienu veido uzņēmumi, kas tirgū parādījušies salīdzinoši nesen, pēc Latvijas iestāšanās ES, un piedāvā lētākus pakalpojumus bez piegādes ātruma garantijas [5]. Šie uzņēmumi darbojas pēc salīdzinoši vienkāršota principa – atviegloto dokumentu formēšanas procedūru dēļ jaunie uzņēmumi nokomplektē kravu automašīnu, kas nogādā sūtījumus līdz kādam ES valstij, piemēram, Vācijai, no kurienes sūtījumi tālāk tiek nodoti ar kādas starptautiskas kurjerpasta ķēdes palīdzību. Konkurences spiedienu rada arī uzņēmumi, kas agrāk

nodrošināja piegādi tikai Baltijas robežas, taču tagad attīstījuši saikni ar Eiropas kurjerpasta ķēdēm un arī piedāvā lētu piegādi pa sauszemi.

- Klientu pozīcijas

Konkurences spiedienu palielina korporatīvo klientu pozīcijas, jo tā kā tirgū nepastāv ‘pārslēgšanās’ izmaksas, kā arī katram klientam piedāvātās cenas ir individuālas un konfidenciālas, klientiem ir spēcīgas pozīcijas, lai tie dabūtu izdevīgāko piedāvājumu. Atšķirībā no korporatīviem klientiem, privātajām personām nav īpašas ietekmes uz konkurenci kurjerpasta pakalpojumos.

15.4.2 Kurjeri ar Baltijas tirgus fokusu un specializāciju sauszemes transportā

- Tirgus spēlētāju skaits

Tirgū atrodas vairāki uzņēmumi, kas ir starptautisku kurjerpasta pakalpojumu ķēžu pārstāvji Latvijā. Pēdējos gados tirgus spēlētāju skaits nav audzis, tāpēc tālāk apskatīti iemesli, kāpēc par spīti tirgus izaugsmei, tajā neienāk jauni spēlētāji. Uzskatāms, ka starp esošajiem dalībniekiem pastāv asa konkurence, jo tie pārstāv atšķirīgas izcelsmes valstis, kultūras un biznesa modeļus, kas mazina slepeno vienošanas risku.

- Ieguldījumu apjoms tirgū ienākšanai

Liels nepieciešamo ieguldījumu apjoms darbības uzsākšanai ir viens no jaunienācēju parādīšanos tirgū aizkavējošiem faktoriem. Lai veiksmīgi konkurētu ar esošajiem tirgus dalībniekiem, kas dienā vidēji nosūta 1-2 kravas automašīnām ar ekspres-pakām un vēstulēm no Latvijas uz Lietuvu vai Igauniju, ir nepieciešamas lielas noliktavas un attīstīta IT sistēma. Kā norāda tirgus eksperti, IT sistēmas tādiem nolūkiem var izmaksāt vairākus miljonus EUR. Ņemot vērā, ka šos ieguldījumus ir grūti pārvērst naudā tirgus atstāšanas gadījumā, tas apgrūtina tirgū ienākšanu. Līdz ar to jaunienācējs varētu būt vienīgi kāda starptautiska organizācija ar izstrādātu infrastruktūru un pieredzi šajā jomā [7].

- Tirgus izaugsme

Tirgus spēlētāji norāda, ka tirdzniecības sektora attīstība diktē arvien mazākus piegādes apjomus, taču ātrāku un biežāku piegādi (t.i. krājumu samazināšana un ‘just-in-time’ piegāde) [9, 10]. Pieaugošas darba algas un degvielas cenas liek uzņēmumiem atteikties no saviem autotransporta parkiem un tā vietā izmantot kurjerpasta pakalpojumus. Šie faktori veicina tirgus izaugsmi. Tajā pašā laikā tirgū pastāv asa konkurence, jo esošie tirgus dalībnieki saprot, ka klientu lojalitāte ir viņu aizsardzība pret potenciāliem tirgū jaunienācējiem [7].

- Produktu un pakalpojumu aizvietojamība

Ciešu konkurenci veido kravu pārvadātāji un ekspeditori. Ja piegādes ātrums nav kritisks, potenciālais pakalpojumu sniedzēju skaits palielinās līdz vairākiem tūkstošiem Latvijas uzņēmumu vai pat vēl vairāk, ņemot vērā, ka Latvijas tirgū aktīvi strādā arī Lietuvas un Igaunijas pārvadātāji. Šis faktors rada konkurences spiedienu, un ir viens no iemesliem, kāpēc kurjera pakalpojumu cenas būtiski nemainās, neraugoties uz degvielas cenu kāpumu.

15.4.3 Kurjerpasta sauszemes transports – iekšzemes tirgus

Šo tirgu var iedalīt divās daļās: Rīga (un Rīgas rajons) un pārējā Latvijas teritorija. Pārējā Latvijas teritorijā dominē VAS ‘Latvijas Pasts’ un SIA ‘Baltic Logistic System-Latvija’, jo sūtījumu šķirošanai un piegādes optimizēšanai nepieciešami lieli ieguldījumi noliktaļu infrastruktūras un IT sistēmas izstrādē. Rīgas un Rīgas rajona tirgū šādā sistēma nav vajadzīga, jo kurjers saņem vēstuli vai paku un uzreiz to ved gala adresātam; nepieciešamā loģistikas IT sistēma ir daudz vienkāršāka un līdzinās taksometru dispečeru sistēmai. Tā rezultātā Rīgā darbojas vēl 16 uzņēmumi bez VAS ‘Latvijas Pasts’ un SIA ‘Baltic Logistic System-Latvija’. Ienākšana tirgū ir vienkārša – ir vajadzīgs tālrunis, karte, un rācijas kurjeriem, kas parasti izmanto savu personīgo vēlo, moto, vai autotransportu.

Tirgū parādās arī diferenciācijas pazīmes – senāk dibinātie uzņēmumi mēģina sevi pozicionēt kā kurjerus, kas nodrošina sūtījuma drošību un datu konfidencialitāti. Savukārt, jaunienācēji iekaro tirgu ar zemākam cenām.

Kopēja tirgus vērtība nav liela. Piemēram, SIA City Express apgrozījums 2005. gadā sastāda LVL 185 216, kas pēc SPRK datiem aizņem 6.73% tirgus; SIA Velo Informācijas Centrs apgrozījums 2005. gadā bija LVL 168 247 [5] jeb 5.78%. Vidējais apgrozījums un tirgus daļa ir LVL 127,000 un 6.26%. Tirgus dalībnieki prognozē būtisku pieaugumu, tomēr tas nav tik liels, lai piesaistītu starptautiskus uzņēmumus. Drīzāk sagaidāma jaunu velo un moto kurjeru ienākšana tirgū vasaras sezonā, mazāk iespējama jaunu auto kurjeru parādīšanās. Konkurences turpmāka saasināšanās sagaidāma 2008. gadā, kad vietējais tirgus tiks atvērts arī ārzemju pārvadātājiem. Līdz 2008. gadam iekšzemes tirgu drīkst apkalpot tikai vietējas firmas [8].

15.5 Kopsavilkums

- Starptautisko kurjerpasta pakalpojumu nozarē tirgus spēlētāju skaits nav liels, tomēr to tirgus pozīcijas ir vienlīdzīgas, kā rezultātā tirgus koncentrācija ir zema un konkurences stāvoklis apmierinošs
- Iekšzemes kurjerpasta pakalpojumu nozarē tirgus spēlētāju skaits ir augstāks, taču arī tirgus koncentrācija ir augstāka, jo tirgū sastopami vairāki izteikti līderi
- Tirgū nepastāv būtiskas barjeras jaunu spēlētāju ienākšanai

Izmantotā literatūra

1. LETA. 19.05.2004.
2. Latvijas Avīze. 27.03.2006.
3. Diena. 17.11.2003.
4. Lursoft.
5. Intervija, EKL/LS (UPS pārstāvis) darbinieks.
6. Dienas Bizness. 09.03. 2006.
7. Latvijas Avīze. 27. 03. 2006.
8. Diena. 20.04.2006.
9. Latvijas Avīze. 27.03.2006.
10. LETA. 28.07.2006.

Pielikums 15-1

Uzņēmumi, kas saņēma no Sabiedrisko Pakalpojumu Regulatora vispārējās atļaujas uz kurjera darbību.

SIA "Abonēšanas centrs Diena" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30082)
 SIA "AIRKARGO" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30061)
 SIA "AITEO" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30053)
 SIA "AJRA" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30046)
 SIA "Akmens Auto" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30078)
 SIA "AP Termināls" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30066)
 SIA "AUTOPASTS TERMINALS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30062)
 SIA "AVE KURJERS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30084)
 SIA "Baltic Logistic System-Latvija" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30070)
 SIA "CITY EXPRESS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30074)
 SIA "COMBIFRAGT LATVIA" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30085)
 SIA "DARA 2" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30043)
 SIA "DAREKSS AUTO" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30044)
 SIA "DDK (DEPEŠU DIENESTS KURJERPASTS)" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30086)
 SIA "DHL LATVIA SIA" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30063)
 SIA "EKL/LS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30050)
 SIA "EKO kurjers" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30054)
 SIA "EKSPRESSPASTS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30068)
 SIA "EON" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30051)
 SIA "FAST FORWARD" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30067)
 SIA "KR-ES" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30071)
 SIA "L-EKSPRESIS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30048)
 SIA "LEX SYSTEM" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30075)
 SIA "M & M Militzer & Muench Baltica" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30056)
 SIA "MESSENGERS SERVICE GROUP" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30060)
 SIA "MSG Kurjers" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30077)
 SIA "PASTA UN KURJERU SERVISS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30047)
 SIA "REKLĀMAS PASTS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30049)
 SIA "RIETUMU PASTS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30058)
 SIA "SIVERTS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30080)
 SIA "SPEDAIR" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30059)
 SIA "TEIKAS KALNS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30055)
 SIA "TNT EKSPRESS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30064)
 SIA "TNT Latvia" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30065)
 SIA "UNIKURJERS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30083)
 SIA "UNISON" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30076)
 SIA "Velo informācijas centrs" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30073)
 SIA "VIKAUTO LOGISTIKA" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30052)
 SIA "VIM AGENTUUR" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30045)
 SIA "VIP KURJERS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30081)
 SIA Izdevniecības nams "Petits" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30079)
 VAS "Latvijas Pasts" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30069)

Avots: Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisija (www.sprk.gov.lv)

Pielikums 15-2

Starptautisko kurjerpasta uzņēmumu apgrozījums un tirgus daļas.

Uzņēmuma nosaukums	2005. gada apgrozījums	Tirgus daļa (%)
SIA "DHL LATVIA SIA"	8383833	68.23
SIA "EKL/LS" (UPS pārstāvis)	1183583	9.63
SIA "M & M Militzer & Muench Baltica" (FedEx)	666256.	5.42
SIA "TNT Latvia"	2054540	16.72

Avots: Lursoft

Pielikums 15-3

Starptautisko kurjerpasta uzņēmumu tirgus daļas.

Uzņēmuma nosaukums	Tirgus daļa (%)
SIA „AUTOPASTS TERMINĀLS”	9.62
SIA „DHL LATVIA SIA”	19.50
SIA „TNT LATVIA”	10.23
SIA „AP TERMINĀLS”	0.60
VAS „LATVIJAS PASTS”	5.55
SIA „BALTIC LOGISTIC SYSTEM-LATVIJA” *	32.30
SIA „VELO INFORMĀCIJAS CENTRS”	0.02
SIA „UNISON”	0.65
SIA „DARA 2”	2.69
SIA „VIM AGENTUUR”	0.72
SIA „PASTA UN KURJERU SERVISS”	0.87
SIA „L-EKSPRESIS”	0.18
SIA „AIRKARGO”	0.14
SIA „EKL/LS”	13.61
SIA „M&M Militzer&Muench Baltica”	3.13
SIA „SPEDAIR”	0.28

Avots: Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisija (SPRK)

* - SIA „BALTIC LOGISTIC SYSTEM-LATVIJA” ir iekļauta pie kurjeriem, kas piegādā kurjerpasta ar sauszemes transporta palīdzību. SPRK datus tā ir iekļauta starptautisko kurjerpasta tirgu, jo firma specializējas Baltijas tirgū.

Uzņēmumu, kas nodarbojas ar kurjerpasta piegādi ar aviotransporta palīdzību, savstarpējas pozīcijas.

Uzņēmuma nosaukums	Tirgus daļa (%)
SIA „DHL LATVIA SIA”	41.9
SIA „TNT LATVIA”	22
SIA „EKL/LS”	29.3
SIA „M&M Militzer&Muench Baltica”	6.8

Pielikums 15-4
Iekšzemes kurjerpasta uzņēmumu tirgus daļas.

Uzņēmuma nosaukums	Tirgus daļa (%)
SIA „Messengers Service Group”	0.78
SIA „AUTOPASTS TERMINĀLS”	3.46
SIA „AKMENS AUTO”	0.51
SIA „DHL LATVIA SIA”	0.05
SIA „TNT LATVIA”	0.28
SIA „AP Termināls”	0.34
VAS „LATVIJAS PASTS”	32.48
SIA „BALTIC LOGISTIC SYSTEM-LATVIJA”	34.94
SIA „EKO Kurjers”	1.15
SIA „VELO INFORMĀCIJAS CENTRS”	5.78
SIA „CITY EXPRESS”	6.73
SIA „UNISON”	0.09
SIA „DARA 2”	6.38
SIA „DAREKSS AUTO”	1.07
SIA „AJRA”	3.46
SIA „PASTA UN KURJERU SERVISS”	0.01
SIA „EKL/LS”	0.95
SIA „TEIKAS KALNS”	1.61

Pielikums 15-5

Uzņēmumi, kas saņēma no Sabiedrisko Pakalpojumu Regulatora vispārējās atļaujas uz kurjera darbību.

SIA "Abonēšanas centrs Diena" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30082)
 SIA "AIRKARGO" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30061)
 SIA "AITEO" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30053)
 SIA "AJRA" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30046)
 SIA "Akmens Auto" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30078)
 SIA "AP Termināls" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30066)
 SIA "AUTOPASTS TERMINALS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30062)
 SIA "AVE KURJERS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30084)
 SIA "Baltic Logistic System-Latvija" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30070)
 SIA "CITY EXPRESS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30074)
 SIA "COMBIFRAGT LATVIA" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30085)
 SIA "DARA 2" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30043)
 SIA "DAREKSS AUTO" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30044)
 SIA "DDK (DEPEŠU DIENESTS KURJERPASTS)" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30086)
 SIA "DHL LATVIA SIA" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30063)
 SIA "EKL/LS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30050)
 SIA "EKO kurjers" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30054)
 SIA "EKSPRESSPASTS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30068)
 SIA "EON" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30051)
 SIA "FAST FORWARD" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30067)
 SIA "KR-ES" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30071)
 SIA "L-EKSPRESIS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30048)
 SIA "LEX SYSTEM" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30075)
 SIA "M & M Militzer & Muench Baltica" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30056)
 SIA "MESSENGERS SERVICE GROUP" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30060)
 SIA "MSG Kurjers" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30077)
 SIA "PASTA UN KURJERU SERVISS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30047)
 SIA "REKLĀMAS PASTS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30049)
 SIA "RIETUMU PASTS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30058)
 SIA "SIVERTS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30080)
 SIA "SPEDAIR" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30059)
 SIA "TEIKAS KALNS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30055)
 SIA "TNT EKSPRESS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30064)
 SIA "TNT Latvia" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30065)
 SIA "UNIKURJERS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30083)
 SIA "UNISON" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30076)
 SIA "Velo informācijas centrs" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30073)
 SIA "VIKAUTO LOGISTIKA" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30052)
 SIA "VIM AGENTUUR" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30045)
 SIA "VIP KURJERS" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30081)
 SIA Izdevniecības nams "Petits" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30079)
 VAS "Latvijas Pasts" (SPRK vispārējā atļauja Nr. P30069)
 Avots: Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisija (www.sprk.gov.lv)

Pielikums 15-6

Starptautisko kurjerpasta uzņēmumu apgrozījums un tirgus daļas.

Uzņēmuma nosaukums	2005. gada apgrozījums	Tirgus daļa (%)
SIA "DHL LATVIA SIA"	8383833	68.23%
SIA "EKL/LS" (UPS pārstāvis)	1183583	9.63%
SIA "M & M Militzer & Muench Baltica" (FedEx)	666256.	5.42%
SIA "TNT Latvia"	2054540	16.72%

Avots: Lursoft

16 TELEKOMUNIKĀCIJAS

Nozare	Fiksētie balss pakalpojumi – vietējās sarunas
NACE klase	64.20
Tirgus apgabals	Latvija
Tirgus spēlētāju skaits	2
Tirgus koncentrācija	C-1=95%, HI=0.94

Nozare	Fiksētie balss pakalpojumi – starptautiskās sarunas
NACE klase	64.20
Tirgus apgabals	Latvija
Tirgus spēlētāju skaits	5
Tirgus koncentrācija	C-1=65%, C-2=83%, C-3=93%, C-4=97%, HI=0.47

Nozare	Datu pārraide (Internets)
NACE klase	64.20
Tirgus apgabals	Latvija
Tirgus spēlētāju skaits	7
Tirgus koncentrācija	C-1=50%, C-2=71%, C-3=84%, HI=0.31

Nozare	Mobilie balss pakalpojumi
NACE klase	64.20
Tirgus apgabals	Latvija
Tirgus spēlētāju skaits	3
Tirgus koncentrācija	C-2=93%, HI=0.48

Nozare	Televīzija
NACE klase	64.20
Tirgus apgabals	Latvija
Tirgus spēlētāju skaits	5
Tirgus koncentrācija	C-1=47%, C-2=73%, C-5=86%, HI=0.31

16.1 Tirgus apgabala definēšana

16.1.1 Tirgus apgabals

Telekomunikāciju nozare ir definēta atbilstoši NACE klasifikatoram (NACE 64.20), un šajā nozarē ietilpst ‘skaņas, attēlu, datu vai citas informācijas pārraide ar kabeļu, translācijas, releju vai satelītu palīdzību’.

16.1.2 Tirgus iedalījums

Telekomunikāciju nozare ir plašs tirgus, kas ietver daudzus pakalpojumu veidus un dažādu pārraides tehnoloģiju izmantošanu. Tabula 16-1 parāda nozares segmentāciju pēc sniegto pakalpojumu un datu pārraides tehnoloģiju veidiem (ar ‘x’ norādīti gadījumi, kuros pakalpojums var tikt nodrošināts ar attiecīgo pārraides tehnoloģiju).

Tabula 16-1. Telekomunikāciju tirgus iedalījums.

	Telefona līnijas	Telefona līnijas (Dial-up, DSL)	GSM (3G, CDMA)	Kabeļu tīkli
Balss vietējais	X	X	X	X
Balss starptautiskais	X	X	X	X
Datu pārraide (Internets)		X	X	X
Televīzija		X	X	X

Šī pētījuma ietvaros telekomunikācijas nozare tiks atsevišķi apskatīta sekojošos piecos tirgus apgabalos:

1. fiksētie balss pakalpojumi – vietējās sarunas;
2. fiksētie balss pakalpojumi – starptautiskās sarunas;
3. mobilie balss pakalpojumi – vietējas un starptautiskās sarunas;
4. datu pārraide (Internets);
5. televīzija.

16.2 Tirgus spēlētāju identifikācija

Darbības uzsākšanai visiem telekomunikāciju nozares uzņēmumiem jāsaņem vispārēja atļauja no Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisijas (SPRK). 2006. gada oktobrī SPRK bija reģistrētas 37 atļaujas telekomunikācijas pakalpojumu sniegšanai [1]. Uzņēmumu saraksts, kas noslēguši starpsavienojumu līgumus ar *SIA Lattelekom*, apskatāms nodaļas beigās (skat. Pielikums 16-1). Tomēr saņemto atļauju skaits

neatspoguļo tirgus stāvokli apskatāmajās nozarēs, jo faktiskais pakalpojumu sniedzēju skaits ir krietni zemāks [2]. Liela daļa uzņēmumu nodarbojas ar datu tranzīta pakalpojumiem (piem., *SIA Sigis*), numuru pārdošanu (piem., *SIA Justin Media*) vai arī apkalpo ļoti šauru un specifisku klientu loku³¹ (piem., *SIA Finors Telecom*, *SIA Unistars*³²).

Līdz 2003. gadam vietējo sarunu pakalpojumus oficiāli sniegt drīkstēja tikai *SIA Lattelecom*. Realitātē tirgū darbojās arī vairāki ‘neoficiāli’ konkurenti, kas galvenokārt piedāvāja priekšapmaksas kartes (piemēram, VISS kopš 1998. gada) un ‘call-back’ pakalpojumus (piemēram, *Telegroup/Primus International* kopš 1998. gada). Šie pakalpojumi tomēr bija galvenokārt vērsti uz starptautiskiem zvaniem.

Salīdzinot ar 2003. gadu, kad tirgū pastāvēja monopols, pašlaik tirgus ir atvērts konkurencei. Par konkurences palielināšanos liecina arī pakāpeniski samazinošās pakalpojumu cenas. Cenu pazemināšanās sagaidāma arī turpmāk, lai arī tirgus attīstība visdrīzāk būs saistīta ar pārraides tehnoloģiju attīstību.

Tirgus spēlētāji tiks identificēti katra atsevišķā tirgus segmenta ietvaros.

16.3 Kvantitatīvie parametri

16.3.1 Fiksētie balss pakalpojumi – vietējās sarunas

Konkurence vietējo fiksēto sarunu tirgū aizsākās 2003. gadā, kad SPRK apstiprināja starpsavienojumu kartību ar *SIA Lattelecom* tīklu. Uzņēmumi, kas līdz šim bija darbojušies ‘nelegāli’, varēja oficiāli slēgt sadarbības līgumus ar *SIA Lattelecom* par iespējām sniegt fiksētus balss pakalpojumus vietējā tirgū.

Segmenta līderis ir *SIA Lattelecom* ar 95% tirgus daļu. Aptuveni 2% tirgus ar 11,000 abonentiem un 30,000 lietotājiem aizņem *SIA Baltkom TV*, kas izmanto operatora izvēles kodu (prefiksu) zvaniem caur *Baltkom* tīklu [23]. Tirgū pārstāvēti arī vairāki alternatīvi operatori, kuru kopējais abonentu skaits sastāda ap 50,000. Taču šie uzņēmumi savus abonentus lielākoties apkalpo starptautisko sarunu jomā, vietējo sarunu pakalpojumiem sastādot nebūtiskus apjomus. Līdz ar to alternatīvo operatoru tirgus daļas vietējo fiksēto sarunu segmentā atsevišķi nepārsniedz 1%. Tirgus koncentrācijas indeksu aprēķinos iekļauti tikai līderi - *SIA Lattelecom* un *SIA Baltkom TV* (skat. Tabula 16-2).

Tabula 16-2. Tirgus koncentrācija fiksētajos balss pakalposumos (vietējās sarunas).

Uzņēmumu skaits	C-1	HI
2	95%	0.94

HI indekss tuvojas 1, kas liecina par tirgus stāvokli tuvu monopolam. Iemesli augstajai tirgus koncentrācijai analizēti segmenta kvalitatīvajā analizē.

³¹ 200-300 aktīvu klientu vai skaitliski nedaudz korporatīvo klientu.

³² Apkalpo valsts organizācijas, piem. Rīgas domi, u.c.

16.3.2 Fiksētie balss pakalpojumi – starptautiskās sarunas

Situācijā starptautisko fiksēto balss pakalpojumu segmentā ir līdzīga vietējo sarunu tirgum. Lielākoties tirgus spēlētāji, kas sniedz vietējo fiksēto sarunu pakalpojumus, piedāvā iespējas iziet arī starptautiskā tīklā. Tieši starptautisko sarunu tirgus bija primārais motīvs jaunu uzņēmumu ienākšanai tirgū, jo līdz pat 2003. gadam Latvija bija Eiropas līderis telekomunikācijas tarifu dārdzības ziņā. Apzinoties iespējas noslēgt līgumus ar starptautiskiem telekomunikāciju operatoriem, kas piedāvā ‘call termination’ pakalpojumus, līdz ar tirgus liberalizāciju šie uzņēmumi uzsāka pakalpojumu sniegšanu par zemākiem tarifiem nekā *SIA Lattelecom*.

Pirmie uzņēmumi, kas šīs iespējas izmantoja, šobrīd kļuvuši par nozīmīgiem tirgus dalībniekiem. Tie bija: alternatīvo operatoru līderis *AS Telekom Baltija (Triatel)*³³, *SIA CSC Telecom* un *SIA Telekomunikāciju Grupa*. 2004. gadā līgumus noslēdza arī *VAS Latvenergo* un *VAS Latvijas dzelzceļš*.

Tirgus līderis ar 65% tirgus daļu šobrīd vēl aizvien ir *SIA Lattelecom*. Tam seko četri lielākie konkurenti – *SIA Telekom Baltija (Triatel)*, *SIA Telefant*, *SIA Master Telecom* un *SIA Telekomunikācijas Grupa*, kas kopā sastāda 35% tirgus. Šie četri uzņēmumi kopā aizņem ap 80% no alternatīvo operatoru tirgus daļas. No četriem alternatīvajiem operatoriem tirgus līderis ir *SIA Telekom Baltija* ar aptuveni 50% no alternatīvo operatoru tirgus, tam seko *SIA Telefant* ar 30%, savukārt *SIA Master Telecom* un *SIA Telekomunikācijas Grupa* katrs aizņem ap 10%.

Sastopami arī vēl daži citi operatori, taču to individuālās tirgus daļas nepārsniedz 1%, tāpēc šie uzņēmumi netika iekļauti aprēķinos.

Tabula 16-3. Tirgus koncentrācija fiksētajos balss pakalpojumos (starptautiskās sarunas).

Uzņēmumu skaits	C-1	C-2	C-3	C-4	HI
5	65%	83%	93%	97%	0.47

HI indekss pārsniedz teorētiski pieņemto paaugstināta riska robežu 0.2, tomēr ir divas reizes zemāks nekā vietējo sarunu tirgus segmentā (skat. Tabula 16-3). Iemesli, kas padarījuši šo segmentu pievilcīgu jaunienācējiem, apskatīti kvalitatīvajā analizē.

16.3.3 Datu pārraide (Internets)

Pēc Latvijas Interneta Asociācijas datiem Latvijas interneta pieslēgumu tirgū kopā darbojas 98 uzņēmumi. Daži no tiem piedāvā specifiskus risinājumus tikai juridiskām personām, kamēr citi apkalpo vienu māju, nomājot līniju no *SIA Lattelecom* un sadalot to tālāk pa nama dzīvokļiem.

³³ Līgums ar *SIA Lattelecom* parakstīts 14.07.2003.

Lielākie tirgus spēlētāji ir *Apollo (SIA Lattelecom)* ar 70,000 abonentiem [12], *IZZI (Telia MultiCom)* ar aptuveni 10,000 pašu un 20,000 bijušā FAO abonentiem [13] un *Baltkom TV* ar 182,000 kabeļu televīzijas pieslēgumiem, no kuriem interneta pieslēgumu izmanto apmēram 10% jeb 18,000 [23]. Balstoties uz tirgus izaugsmes aplēsēm, kopējais pastāvīgo pieslēgumu skaits tirgū varētu šobrīd sastādīt ap 140,000 [14, 15]. No tā 118,000 apkalpo lielākie trīs uzņēmumi.

HI indekss datu pārraides tirgus segmentā aprēķināts, ņemot vērā datus par septiņiem lielākajiem tirgus dalībniekiem, tā kā pārējo spēlētāju tirgus daļas nepārsniedz 1%. Trīs lielākie tirgus dalībnieki ir *Apollo* (~70,000 abonentu), *Baltkom TV* (~30,000) un *IZZI* (~18,000). Pārējais tirgus, balstoties uz ekspertu viedokli, sadalās vienlīdzīgi starp četriem pārējiem dalībniekiem. Precīzu datu par to tirgus daļām diemžēl nav pieejami.

Tabula 16-4. Tirgus koncentrācija datu pārraidē (Internets).

Uzņēmumu skaits	C-1	C-2	C-3	HI
7	50%	71%	84%	0.31

HI indekss mazliet pārsniedz teorētiski pieņemto paaugstināta riska robežu 0.2, tomēr tas nav pārāk augsts (skat. Tabula 16-4).

16.3.4 Mobilie balss pakalpojumi

Vairāk nekā desmit gadus mobilo balss pakalpojumu tirgū Latvijā pastāvēja duopolija. Līdz 2004. gadam Latvijā darbojās tikai divi mobilo sakaru operatori ar saviem GSM tīkliem – *SIA LMT* un *Tele2*, kas pie tam darbojās atsevišķās tirgus nišās bez cenu kariem un ar peļņas likmi vairāk nekā 30% apmērā³⁴. 2005. gadā tirgū ienāca arī trešais GSM/UMTS operators, *UAB BITE Lietuva* iegūstot trešo UMTS/GSM mobilā operatora licenci un uzsākot pakalpojumu sniegšanu Latvijas tirgū ar sava tīkla starpniecību. Trešā operatora ienākšana tirgū ir nozīmīgs fakts, kas būtiski uzlaboja konkurences stāvokli tirgū.

Pieņemot, ka kopējais mobilo telefonu lietotāju skaits Latvijā sastāda aptuveni 1.5 milj. [24], operatoru tirgus daļas var tikt noteiktas aptuveni. *BITE* publiskie paziņojumi vēsta, ka uzņēmuma abonentu skaits sastāda 108 tūkst. (t.sk. virtuālie operatori *IZZI* un *MTS_GSM*). Tātad, pārējie 1,392 tūkst. dalās starp *Tele2* un *LMT*. *LMT* dati par reģistrēto abonentu skaitu ir uzticamāki, jo operatora lielāka abonentu daļa ir lietotāji ar pastāvīgo pieslēgumu. 2006. gada septembrī tie sastādīja 915 tūkst. [26]. Tas, savukārt, nozīmē, ka *Tele2* abonentu skaits ir ap 477 tūkst. Līdz ar to tirgus daļas iedalās sekojoši: *BITE* aizņem 7% tirgus [35], *LMT* – 61% un *Tele2* – 32%.

Tabula 16-5. Tirgus koncentrācija mobilajos balss pakalpojumos.

³⁴ Peļņas procenti telekomunikāciju nozarē Eiropā ir tikai ap 15%.

Uzņēmumu skaits	C-2	HI
3	93%	0.48

Ņemot vērā nevienmērīgo tirgus struktūru sadalījumu ar izteiktu tirgus līderi, HI indekss ir samērā augsts – 0.48 (skat. Tabula 16-5).

Paralēli jaunienācējiem ar savu tīkla infrastruktūru, tirgū parādās arī virtuālie operatori, kas izmanto *LMT*, *Tele2* vai *BITE* tīkla infrastruktūru. Tirgus līderis ir *SIA Zetcom* ar zīmoliem Amigo un Hallo, kas darbojas *LMT* tīklā. *Tele2* tīklā pieejami zīmoli, kas pieder pašam *Tele2*, t.i. Zelta Zivtiņa un URA. Trešais mobilais operators *BITE* ir visaktīvākais šajā jomā, jo tīkla iznomāšana ir viens no uzņēmuma pamatdarbības virzieniem. Tā rezultātā šobrīd *BITE* tīklu izmanto *IZZI* (*SIA IZZI*, agrāk *Telia MultiCom*), *MTS_GSM* (*SIA MasterTelecom*), *TeleDema* (*UAB TeleDema*, Lietuvas virtuālais operators), *FivePlus* (*SIA PMT*, kas pieder Krievijas pilsoņiem un pozicionē sevi kā operatoru krievieski runājošajiem). Vēlmi uzsākt mobilā operatora darbību paudis arī nozīmīgs fiksētā tirgus dalībnieks – *SIA Telekomunikācijas Grupa*.

2004. gadā tirgū ienāca *Triatel* (*AS Telekom Baltija*), kas, izmantojot CDMA tehnoloģiju, nomā licenci, kas dod iespējas piedāvāt UMTS līdzvērtīgus pakalpojumus [7]. CDMA tehnoloģija nav iekļauta standarta mobilo operatoru lokā, jo tās pielietojums ir fragmentēts.

16.3.5 Televīzija

Šajā nozarē tiek pētīti kabeļtelevīzijas tīkli, jo nacionālas programmas, kas pārraida Latvijas ēterā (*LTV-1*, *LTV-2*, *LNT*, *TV3*, *TV5*) var uztvert bezmaksas. Uzņēmumus, kas pārdod satelītšķīvjus nevar uzskatīt par elektronisko sakaru pakalpojumu sniedzējiem, jo tie pārdod signāla uztveršanas ierīces un neiesaistās datu pārraides procesā (šādu ierīču lietotāju skaits ir apmēram 180,000) [22]. Par kabeļtelevīziju uzskatāma retranslācijas sistēma, kas pati neveido raidījumus, bet darbojas kā alternatīvu satelīta šķīvja iegādei, nereti sniedzot ērtākus un lētākus pakalpojumus patērētājiem.

Kopā tirgū sastopami vairāk nekā 30 uzņēmumi, no kuriem divi izteikti līderi ir divi – *Baltkom TV* (182,000 pieslēgumi) un *IZZI* (*Telia MultiCom*, 100,000 pieslēgumi). Pārējiem uzņēmumiem, no kuriem trim lielākajiem (*Livas*, *Netcom*, *Dautkom TV*) ir katram 10,000-20,000 abonentu, pārsvarā ir vietējas darbības raksturs. Šiem trim uzņēmumiem kopumā ir aptuveni 50 000 abonentu. Tirgus eksperti apliecina, ka pārējais tirgus, kuru sastāda izmēra un abonentu skaita ziņā nelieli uzņēmumi, kopā sastāda ap 50 000. Šajā segmentā darbojas vairāki mazi uzņēmumi, kuru atsevišķās tirgus daļas nepārsniedz 1%.

Tabula 16-6. Tirgus koncentrācija televīzijā.

Uzņēmumu skaits	C-1	C-2	C-5	HI
5	47%	73%	86%	0.31

HI indekss nedaudz pārsniedz teorētiski pieņemto paaugstināta riska robežu 0.2, tomēr tas nav pārāk augsts (skat. Tabula 16-6). Tirgus ir salīdzinoši koncentrēts, tomēr kabeļtelevīzijas tirgū arī nevar pastāvēt situācija, kad patērētājam ir izvēle starp skaitliski daudziem piegādājamiem augsto vadu ievilkšanas izmaksu dēļ. Tāpēc tirgū pastāv asa konkurence starp diviem lielākajiem uzņēmumiem - *IZZI* un *Baltkom TV*, kuru ģeogrāfiskās zonas pārklājas.

16.4 Kvalitatīvie parametri

16.4.1 Fiksētie balss pakalpojumi – vietējās sarunas

- Tirgus izaugsme

Pēc ekspertu aprēķiniem fiksēto sakaru tirgus naudas izteiksmē laika posmā no 2001. līdz 2004. gadam ik gadu samazinājies par 20%. Krītošie tirgus apjomi neveicina jaunu spēlētāju ienākšanu, tomēr konkurences attīstība segmentā balstās uz blakus nozaru attīstību, kā arī attīstību pārraides tehnoloģiju jomā. Viena no galvenajām nozares tendencēm ir piedāvāt tirgū visu datu pārraides pakalpojumu spektru (t.i. balss, televīzija, Internets), kas tirgū tiek dēvēts par ‘triple play’ faktoru.

- Pakalpojumu aizvietojamība

Fiksēto vietējo balss pārraides pakalpojumi saskaras ar ciešu konkurenci no aizvietotāju pakalpojumu puses; tie apskatīti secīgi.

Mobilie sakari

Fiksēto telekomunikāciju tirgus norunāto minūšu un līniju skaita ziņā aizvien samazinās [8]. Lai arī minūšu skaita ziņā tirgus apjoms joprojām pārsniedz mobilo sakaru apjomus, tomēr tirgū vērojama strauja fiksēto sakaru aizvietošana ar mobilajiem. To pastiprina trešā mobilā operatora ienākšana tirgū, un tam sekojoša mobilo tarifu samazināšanās.

Kabeļu tīkli

Kabeļu televīzijas nodrošinātāji līdz ar tehnoloģiju attīstību piedāvā gan interneta pieslēguma, gan balss pakalpojumus. Lielākais tirgus spēlētājs segmentā ir *SIA Baltkom TV*, kuram pieder lielākā integrētā tīkla³⁵ daļa jeb 125,000 no kopumā 170,000 Latvijā esošajiem pieslēgumiem [4, 5]. Tirgus potenciāls jeb kopējais abonentu skaits, kuru pieslēgumu iespējams modernizēt balss un datu pārraidei, Latvijā sastāda ap 400,000. Tas ir ievērojams tirgus apjoms, jo, piemēram, *SIA Lattelecom* patreizējais abonentu skaits sastāda 641,000 [2].

Pastāvīgais interneta pieslēgums

Interneta pieslēgums nodrošina dažādu lietojumprogrammu izmantošanu, kas sniedz lietotājiem iespējas bezmaksas sarunām (piem., Skype, Yahoo, ICQ, MSN, Gmail, u.c.). Šīs programmas kļuvas populāras arī Latvijā, par ko liecina, piemēram, uzņēmumu mājas lapās kontaktinformācijā norādītā Skype adrese.

³⁵ Papildus TV tiek piedāvāta arī balss un datu pārraide.

Maģistrālie optiskie tīkli

VAS Latvenergo, VAS Latvijas Dzelzceļš, VAS Valsts informācijas tīkla aģentūra, SIA Baltcom un daži citi uzņēmumi ir optisko tīklu īpašnieki, kas piedāvā pakalpojumus korporatīviem klientiem. Apkalpojot lielus uzņēmumus, tie ir spējīgi atrisināt ‘pēdējas jūdzes’ problēmu un nodrošināt tīkla tehnisko uzturēšanu. Sadarbība ar gala lietotājiem jeb vertikālā integrācija veicina konkurences saasināšanos segmentā.

- Brīvā jauda

Līdz ar tehnoloģiju attīstību tīklu īpašnieki savā rīcībā iegūst lielākas jaudas nodrošināšanas iespējas. Papildus peļņas gūšanas centieni un konkurentu aktivitāte veicina uzņēmumus attīstīt dažādus blakus pakalpojumus. Tā rezultātā pieaug konkurence.

- Klientu pozīcijas un pārslēgšanās izmaksas

Klientu pozīcijas veicina konkurences attīstību, jo klienti var slēgt līgumus ar jebkuru operatoru par līnijas abonēšanu, taču izmantot cita operatora pakalpojumus caur iezvana numuru vai prefiksu. Pārslēgšanās maksas tirgū ir nebūtiskas.

- Kapitāla ieguldījumi tīklu izbūvē un uzturēšanā

Tīklu būve prasa ļoti lielus ieguldījumus, jo ietver ierīču un datu nesēju iegādi un noklāšanu maģistrālajā līmenī, kā arī datu nesēja piegādi līdz abonentam. Šāda veida ieguldījumi patreiz ir neizdevīgi, jo līdzvērtīgas pārraides iespējas sniedz arī mobilā tīkla infrastruktūra, kas salīdzinoši ir daudz lētāka no administrēšanas un uzturēšanas viedokļa.

Mazākus ieguldījumus prasa darbības stratēģija, kas balstīta uz *SIA Lattelecom* iekārtu ‘kopīgu’ izmantošanu. Šajā gadījumā uzņēmuma ieguldījumi aprobežojas ar fizisko ierīču, kas saņem un pāradresē datus no *SIA Lattelecom* tīkla, iegādi (2,000 LVL), līnijas ierīkošanu (800 LVL), abonēšanu (1,500 LVL) un garantijas depozītu (17,500 LVL). Atkarībā no uzņēmuma stratēģijas šīs izmaksas var tikt papildinātas ar ieguldījumiem marketingā. Zemākas ieguldījumu prasības veicina konkurenci segmentā.

- Valsts ietekme

Valstij ir būtiska ietekme telekomunikāciju nozarē, jo valsts politika tieši skar *SIA Lattelecom* monopolstāvokļa regulēšanu.

Nozīmīga loma konkurences veicināšanā ir SPRK centieniem samazināt starpsavienojumu tarifus [3]. Tāpat konkurenci sekmējuši SPRK tiesību akti par kopīgu iekārtu izmantošanu, starpsavienojuma tarifu samazināšanu, numuru saglabāšanas iespējam operatora maiņas gadījumā, kā arī citi. Šie aspekti spēlējuši ļoti lielu lomu tirgus attīstībā. Tā piemēram, numuru saglabāšanas iespējas ļāva pakalpojumu sniegšanu fiksēto

balss pārraides jomā uzsākt ap 30 pakalpojumu sniedzējiem. 2006. gada pirmajos trijos mēnešos fiksēto operatoru, saglabājot numuru, nomainījuši ap 55,000 abonentu.

Šobrīd valsts turpina pilnveidot *SIA Lattelecom* starpsavienojumu tarifu kalkulāciju metodoloģiju un cenšas nodrošināt turpmāku tarifu pazemināšanu. Citās Eiropas valstīs vidējie starpsavienojuma tarifi ir līdz pat divām reizēm zemāki nekā Latvijā (EUR 0.005/minūtē). Tāpat valsts centienos ietilpst panākt vienošanos par bezmaksas numura saglabāšanu, mainot operatoru, kas iespējams, piemēram, Lietuvā [6].

16.4.2 Fiksētie balss pakalpojumi – starptautiskas sarunas

- Tirgus izaugsme

Kopējais norunāto starptautisko minūšu skaits Latvijā strauji pieaug. Tas skaidrojams ar vietējo uzņēmumu aizvien aktīvāku iesaistīšanos eksporta un importa aktivitātēs, tūrisma nozares attīstību, kā arī palielinoties ārzemēs dzīvojošo latviešu skaitam. Dominējošā operatora tarifi joprojām ir pietiekoši augsti, lai spētu ieinteresēt jaunienācējus, tomēr starptautisko sarunu tirgū sastopami vairāki nozīmīgi aizvietotāji.

Tirgus attīstības dinamiku var ilustrēt ar atsevišķiem piemēriem. *SIA Telefants* tirgū ienāca 2005. gadā, taču jau šobrīd atrodas pirmajā četrniekā, pateicoties veiksmīgai marketinga stratēģijai. Lai arī *SIA Telefants* tarifi ir divas reizes augstāki nekā konkurentiem (piem., *SIA Master Telecom*, *SIA Telecom Discount*), ieguldot tiešajā marketingā LVL 4,000 mēnesī, uzņēmums mēnesī ieguva ap 1,000 jauniem klientiem.

- Pakalpojumu aizvietojamība

Starptautisko fiksēto zvanu pakalpojumu sniedzēji izjūt spēcīgu konkurenci no sekojošiem pakalpojumu aizvietotājiem:

Mobilie sakari

Jau 2003. gadā *SIA Lattelecom* analītiķi norādīja uz pieaugošu konkurenci starptautisko zvanu tarifos no mobilo pakalpojumu operatoru puses, tā kā to piedāvātie zvanu tarifi bija par 10% zemāki. Līdz ar trešā mobilā operatora ienākšanu tirgū un tīkla nomas uzsākšanu virtuāliem operatoriem šis aspekts saasinājies vēl vairāk. Tirgū parādījusies iespēja nodrošināt starptautiskās mobilās sarunas par ļoti zemu pašizmaksu. Piemēram, *BITE* un virtuālie operatori, kas darbojas *BITE* tīklā caur lietuviešu mātes uzņēmumu *UAB BITE*³⁶, piedāvā salīdzinoši lētas starptautisko zvanu iespējas. Šis apstāklis aizkavē jaunu spēlētāju ienākšanu fiksēto balss pakalpojumu segmentā, taču saasina konkurenci tirgū.

Kabeļu tīkli

Starptautiskos fiksētos balss pakalpojumus pieejami arī caur kabeļu tīkliem. Kabeļu tīkla saimnieki starpsavienojuma pakalpojumus neiegādājas no *SIA Lattelecom*, bet no abonenta saņemto signālu nodod sadarbības partnerim ārvalstīs (call termination). Pēc

³⁶ Darījumi netiek aplikti ar 18% PVN likmi.

šāda principa darbojas, piemēram, *SIA Telekomunikāciju Grupa*. Nākotnē konkurences draudi no šo uzņēmumu puses varētu pieaugt, iegūstot nozīmīgākas pozīcijas vietējā tirgū, kas ļautu slēgt lielāka apjoma līgumus ar starpsavienojuma pakalpojumu nodrošinātājiem ārvalstīs.

Pastāvīgais interneta pieslēgums

Pastāvīgais Interneta pieslēgums, ka ir aprakstīts augšup pie fiksēto vietējo sakaru aizvietotājiem, piedāvā bezmaksas sarunu iespēju starp interneta lietotājiem, kam ir uzstādītas viena no populāram un bezmaksas pieejamam lietojumprogrammām. Arī šādas lietojumprogrammas piedāvā zvanus uz parastiem fiksētiem vai mobiliem numuriem par cenām, kas ir zemākas nekā piedāvā alternatīvie operatori Latvijā.

Maģistrālie optiskie tīkli

Skat. vietējo fiksēto sakaru tirgus analīzi.

Šobrīd Latvijā ir pieejami vairāki maģistrālie optiskie tīkli, caur kuriem var pārraidīt signālu starptautiskajiem telekomunikāciju operatoriem, kas sniedz 'call termination' pakalpojumus. Šādam biznesa modelim ir salīdzinoši zema pašizmaksa³⁷, un tādā veidā darbojas *Master Telecom* un *Telecom Discount* (maksā LVL 0.05/min. zvaniem uz Eiropu, Kanādu un ASV).

Starptautiskie operatori un tehnoloģijas attīstība

Latvijas tirgū sastopami arī vairāki uzņēmumi, kas darbojas kā starpnieki starp pasaules telekomunikācijas uzņēmumiem, kas sniedz 'call termination' pakalpojumus, un gala lietotājiem Latvijā. Minimālais uzcenojums par starpniecības pakalpojumiem šobrīd sastāda 100%. Taču paredzams, ka tālāka tehnoloģiju attīstība sniegs gala lietotājiem iespējas pašiem slēgt līgumus ar ārzemju operatoriem un izmantot platjoslas interneta pieslēgumu signāla pārraidei līdz ārzemju operatora serverim. Īpaši nozīmīgi tas varētu skart juridiskās personās, jo ārzemju uzņēmumu infrastruktūra varētu būt vairāk pielāgota līgumu slēgšanai ar lieliem pasūtītājiem. Tomēr ar laiku tehnoloģiju attīstība padarīs šos pakalpojumus pieejamus arī privātpersonām.

- Brīvā jauda

Skat. vietējo fiksēto sakaru tirgus analīzi.

- Klientu pozīcijas un pārslēgšanās izmaksas

Skat. vietējo fiksēto sakaru tirgus analīzi.

Tirgus eksperti uzskata, ka, klientu operatoru izvēle laika gaitā tomēr kļūst inerta. To apliecina arī *SIA Telefants* piemērs, kurš pakalpojumus tirgū sniedz par cenām, kas līdz pat divām reizēm augstākas nekā citiem tirgus spēlētājiem. Tomēr uzņēmuma klienti

³⁷ Šie operatori nodrošina zvana pašizmaksu, piemēram, uz ASV līdz USD 0.01/min. apmērā; klāt pie šīm izmaksām jāpievieno *SIA Lattelecom* maksa par starpsavienojumu (LVL 0.008/min.), kas aplikas ar PVN (LVL 0.008).

nesteidzas pāriet pie lētākiem operatoriem. Jaunienācējiem jāiegulda līdzekļi un pūles pierādot, ka tie ir spējīgi nodrošināt ne tikai zemākus tarifus, gan arī līdzvērtīgu sakaru kvalitāti un tehnisko atbalstu. Agrāk situācija bija savādāka, jo alternatīvie operatori piedāvāja tarifus, kas bija līdz pat desmit reizēm zemāki nekā *SIA Lattelecom*.

- Kapitāla ieguldījumi uz tīkla uzbūvi un uzturēšanu

Starptautisko fiksēto sakaru tirgus ieguldījuma prasības ir tādas pašas kā vietējo fiksēto sakaru tirgū. Lai nodrošinātu 'call termination' uzņēmumam nepieciešams iegādāties arī, piemēram, Cisco 3600-5350 (cena USD 2000).

Zemās kapitāla ieguldījumu vajadzības un augošie tirgus apjomi veicina interesi no jaunienācēju puses. Tomēr, lai sasniegtu nozīmīgu tirgus daļu, uzņēmumam jāveic ieguldījumu arī marketingā. Viens no veiksmīgākajiem piemēriem tirgū šajā ziņā ir Igaunijas uzņēmums *SIA Telefant*, kas pēc ekspertu aprēķiniem iegulda LVL 4,000/ mēn. marketingā, ik mēnesi iegūstot 1,000 jaunu klientu. *SIA Master Telecom* pārdošanā izmanto aģentus (kopskaitā ap 50 aģentiem), kas saņem procentus par noslēgtajiem līgumiem pirmo trīs mēnešu laikā un ir motivēti nepārtraukti meklēt jaunus abonentus. *SIA Telekomunikācijas Grupa* pielieto integrētu marketinga stratēģiju: aģentu tīkls kombinācijā ar tiešo marketingu. Jaunienācējiem jāiegulda līdzekļi un pūles pierādot, ka ilgtermiņā tie ir spējīgi nodrošināt gan zemākus tarifus, gan sakaru kvalitāti un tehnisko atbalstu.

- Valsts ietekme

Skat. vietējo fiksēto sakaru tirgus analīzi.

Lai attīstītu starptautisko fiksēto zvanu tirgu, valstij jāturpina pazemināt izcenojumi vietējās infrastruktūras izmantošanai, jo šobrīd vietējā signāla pārraides izmaksas sastāda lielāko daļu starptautisko zvanu pašizmaksā, t.i. signāla pārraide no operatora maršrutētāja līdz abonentam ASV izmaksā lētāk nekā signāla pārraide no zvanītāja līdz operatora maršrutētājam *Lattelecom* tīklā. Lai veicinātu konkurenci nozarē, uzņēmumiem nepieciešamas alternatīvas izejas iespējas uz starptautisko trafiku. Valsts var veicināt vairumtirgotāju ienākšanu Latvijā, tādejādi paplašinot iespējas savienojumiem ar komunikāciju mezgliem pasaulē.

16.4.3 Datu pārraide (Internets)

- Tirgus izaugsme

Pēc Latvijas Interneta Asociācijas datiem Interneta lietotāju pieaugums Latvijā sastāda 20-30% gadā [15]. 2004. gadā pieaugums sastādīja 33%; 2005. gadā lietotāju skaits palielinājās par 220 tūkstošiem lietotājiem jeb 23%, sasniedzot 1,003 tūkstošus. Attiecīgi pieaug arī Interneta pieslēgumu nodrošinātāju apgrozījums, lai arī mazākā tempā cenu krituma dēļ. 2004. gada laikā tas pieauga par 11% (no 13.9 līdz 15.5 milj. LVL). Teorētiski pieaugošiem tirgus apjomiem nevajadzētu veicināt cenu samazināšanos, jo

tirgus dalībnieki spēj palielināt apjomus, necīnoties par konkurentu tirgus daļām. Tomēr realitātē tarifi samazinās. Tas liecina par sīvu konkurences cīņu gan tiešo pakalpojuma sniedzēju starpā, gan no aizvietotāju pakalpojumu sniedzēju puses.

- Piedāvājuma ģeogrāfiskie ierobežojumi

Datu pārraides nodrošinātāji nosacīti iedalāmi Vislatvijas, reģionu un pilsētas rakstura pakalpojumu sniedzējos.

Skaitliski lielākā tirgus dalībnieku grupa pārstāv ‘pilsētas rakstura’ pakalpojumu sniedzējos. No tirgus spēlētājiem šajā grupā lielākais ir *Baltkom TV*. Pilsētas rakstura pieslēguma firmas sadalās tālāk pa rajoniem, kurus tās apkalpo. Šādas firmas skaitliski ir daudzas. Lielākās no tām – *MPE* tīkls (*SIA MP Elektronika*, *SIA MPE Nets*) darbojas Ziepniekkalnā un Zolitūdē; *SIA Maksinets* apkalpo Purvciemu, Pļavniekus, Juglu, Zolitūdi, Ilguciemu, Centru un Teiku; *Livas* apkalpotie rajoni ir Bolderāja, Ziepniekkalns, Mangaļi, Sarkandaugava, Teika; savukārt *Balticom* pakalpojumi pieejami gandrīz visos Rīgas rajonos. Tomēr Rīgā patērētājiem parasti ir izvēle starp 2-3 vai pat vairākām alternatīvam.

SIA Lattelecom nosacīti uzskatāms par Vislatvijas pakalpojuma sniedzēju. Savukārt, *Latnet* pakalpojumus pārsvarā izmanto lietotāji reģionos, kur nav sasniedzami citi pakalpojumu nodrošinātāji³⁸. Aktīvā konkurence Rīgā sniedz ieguvumu arī abonentiem reģionos, jo *SIA Lattelecom* neveic diskriminējošu cenu politiku, nosakot augstākus tarifus reģionos, kuros konkurence ir neattīstīta.

- Pakalpojuma aizvietotāji

Interneta pieslēgumu pakalpojumu tirgū vērojamas būtiskas pārmaiņas jeb pakalpojumu saplūšana. Interneta pieslēguma nodrošinātāji ieiet aizvien jaunās tirgus sfērās (piem. televīzijas pārraide, balss savienojumi, u.c.). Tajā pat laikā arī uzņēmumi, kas agrāk nodarbojās tikai ar televīzijas vai balss savienojumu pārraidi, tagad spēj nodrošināt interneta pieslēgumus. Tirgū parādījies ‘triple play’ koncepts, kad, izmantojot vienu fizisko nesēju (optisko vadu, GSM tīklu, utt.), vienlaicīgi iespējama gan interneta pieslēgumu, gan televīzijas signālu un balss savienojumu pārraide.

Mobilie sakari (GSM)

Sākot ar 3G pārraides tehnoloģiju ieviešanu mobilie operatori un virtuālie operatori piedāvā platjoslas interneta pieslēgumu par cenu, kas tikai nedaudz atšķiras no fiksētā pieslēguma izcenojumiem. Mobilie interneta pakalpojumi par fiksētu abonēšanas maksu abonentam pieejami jebkurā operatora pārklājuma zonā. Līdzīgi kā fiksēto balss sakaru tirgū notiek ‘fixed for mobile’ aizvietojamība, arī datu pārraidē šī tendence aizvien aktualizējas.

Mobilie sakari (CDMA-450)

³⁸ Piedāvā lielākoties risinājumus juridiskām personām un iezvanpieeju, kuras izmantošanas apjoms strauji sarūk nesamērīgi augsto cenu un zemās kvalitātes (ātruma) dēļ.

Interneta pieslēgumu caur CDMA-450 protokolu piedāvā *Triatel*, kurš sasniedzis nozīmīgu teritorijas pārklājumu un kopā ar mobilo sakaru operatoriem rada spēcīgu konkurenci fiksēto sakaru tirgus dalībniekiem. Tas varētu būt viens no iemesliem, kāpēc lielākais fiksētā tirgus dalībnieks *Apollo (SIA Lattelecom)* nesēn tirgū ieviesis jaunu pakalpojumu paketi, kas nodrošina arī bezmaksas balss sakaru pārraidi iekšējā *Lattelecom* tīklā.

Kabeļtelevīzijas tīkli

Kabeļtelevīziju uzņēmumi veikuši samēra lielus ieguldījumus, lai pārveidotu savu tīklu par integrētu un izmantojamu divvirzienu komunikācijai. Daži uzņēmumi, piemēram, *Baltkom TV*, uzreiz noklāja optiskos vadus līdz gala patērētājiem, kas dod uzņēmumam iespēju sniegt gan platjoslas interneta pieslēgumu, gan balss sakarus. Kabeļtelevīzijas tīkli būtiski palielina konkurenci mājas pieslēgumu segmentā.

- Apjoma un blakus darbību ekonomijas

Tirgū pastāv iespējas apjoma ekonomijas priekšrocībām, jo ‘triple play’ rezultātā tirgū notiek konsolidācija³⁹. Arī tīkla uzturēšana, iekārtu iegāde un nosacījumi pieejai maģistrāliem kanāliem veicina tirgus konsolidāciju [17, 18, 19]. Šī tendence neveicina jaunu spēlētāju interesi par tirgus. Tomēr interese par ienākšanu tirgū varētu pieaugt gadījumā, ja pēc konsolidācijas tirgū pastāvētu zems dalībnieku skaits.

- Izmaksas, kas saistītas ar piegādātāju maiņu

Interneta pieslēguma tirgū izmaksas, kas saistās ar pieslēguma izveidošanu, ir aprīkojuma iegāde (modems vai tml dz.). Vēl pirms gada tirgū pastāvēja arī pieslēgšanās izmaksas, taču konkurences apstākļos šīs izmaksas ir praktiski izzudušas. Arī šis apstāklis liecina par tirgus piesātinātību vismaz Rīgas robežās, jo pieslēgšanas maksas atcelšana domāta cīņai par konkurentu klientiem.

- Piegādātāju pozīcijas

Piegādātāji ir uzņēmumi, kas nodrošina komunikāciju starp interneta pieslēguma sniedzēja datu pārraides ierīcēm un attālu komunikācijas mezglu. Piegādātāji dalās divās grupās: 1) tie, kas nodrošina vietējo trafiku, un 2) tie, kas nodrošina saini ar ārzemju komunikācijas mezgliem.

Piegādātāji – vietēja datu apmaiņa

Vietējais trafiks ir pieejams LIX (Latvian Internet Exchange) – ātrās datu apmaiņas mugurkaulā, kuru izveidoja *SIA Lattelecom*, *AS Microlink40* un *SIA Latnet Serviss*. Tirgū sastopami vairāk nekā simts uzņēmumu, kam ir LIX maršrutētie tīkli, un kas spējīgi nodrošināt pieeju vietējai datu apmaiņai. Lielā tirgus dalībnieku skaita dēļ tirgū ir attīstīta

³⁹ ‘Triple play’ būtisku lomu spēlē iekšējā tīkla platums, kurā komunikācija starp abonentiem ir bezmaksas.

⁴⁰ [1] *SIA Lattelecom Technology* pārdeva fizisko tīklu *IZZI* īpašniekiem, kas nopirka *SIA MulticCom* no *Telia* 2004. gadā.

konkurence. To apliecina arī fakts, ka vairākus gadus, kamēr interneta lietotāji vēl maksāja pār ārzemju trafiku, vietējais trafiks jau tika nodrošināts bez maksas.

Piegādātāji – ārzemju datu apmaiņa

Ārzemju trafika tirgū ir daudz mazāk dalībnieku – *SIA Lattelecom*, *VAS Latvenergo*, *VAS Latvijas Dzelzceļš* (uz Krievijas komunikācijas mezglu M9) *VAS Valsts informācijas tīkla aģentūra (VITA)*, *Latnet (GEANTS akadēmiskais tīkls)*, *IZZI*, *Baltcom IP* (optiskais vads uz Zviedriju, kas pieder Pēterim Šmidrei), *Elion* (Igaunijas *Lattelecom* analogs). Tirgū darbojas arī *SIA Interneta Pasaule*, kas iepērk trafiku vairumā no *SIA Lattelecom* un pārdod to tālāk mazumtirdzniecībā, sadalot trafiku starp vairākiem vietējiem maza apjoma interneta pieslēguma nodrošinātājiem un uzņēmumi, kas izmanto bezvadu tehnoloģijas, piemēram, *BITE*, *Telecentrs* (caur Lietuvas tīklu *Sprint*), tomēr to ātrums ir nesalīdzināms ar optiskiem tīkliem, tāpēc šie uzņēmumi netiek uzskatīti par nopietniem piegādātājiem.

Tirgus eksperti šo tirgu, salīdzinoši ar citām Eiropas Savienības valstīm, novērtē kā atpalikušu. Eiropā samaksa par 1 Mbit/s sastāda nepārsniedz LVL 21, savukārt Latvijā šī maksa sastāda sākot no LVL 90. Tam ir vairāki iemesli: 1) tādiem tirgus dalībniekiem kā *SIA Lattelecom*, *Elion* vai *IZZI* interneta pieslēguma nodrošināšana pagaidām vēl nav pamatdarbības virziens; 2) tirgus jau ir sadalīts (lock-in) un lielākajiem klientiem ir personīgie tarifu plāni, kas aizkavē pārslēgšanos uz konkurentu tīkliem, jo potenciālais ieguvums ir salīdzinoši mazs, bet pakalpojuma maiņa – sarežģīts un riskants process; 3) patērētāji būtu gatavi uzticēties alternatīvam pakalpojumam sniedzējam ar labu reputāciju, taču šādu kandidātu patreiz tirgū nav, jo lielajiem Eiropas uzņēmumiem Baltijas tirgus joprojām nav interesants tā mazā apjoma dēļ. Rezultātā tirgū darījumi starp lieliem klientiem tiek slēgti personīgo kontaktu ceļā, kas mazina tirgus caurskatāmību un, tādejādi, arī jaunienācēju interesi par segmentu.

VAS Latvenergo, VAS Latvijas Dzelzceļš un VAS VITA

Šie uzņēmumi apskatīti atsevišķi, jo tiem pieder savi optiskie tīkli ar izeju uz ārzemju partneru tīkliem. Abi uzņēmumi vairākkārtīgi deklarējuši velēšanos ienākt tirgū. *Latvenergo* veiksmīgi piedalās korporatīvo klientu tirgū, tomēr neviens no šiem diviem uzņēmumiem joprojām nespēlē tirgū būtisku lomu, kur arī attīstītā tīkla infrastruktūra šādas iespējas sniedz.

Latvijas Dzelzceļa svarīgie darījumu partneri ir *Tele2*, kas izmanto optiskos vadus, lai nenoslogotu savas pārraižu stacijas, kā arī *Datagrupa 777* un *Sigis*, kas ir starpnieki izejai uz Krievijas komunikācijas mezglu. Tomēr, balstoties uz tirgus ekspertu atzinumiem, šo uzņēmumu lomas nostiprināšanu kavē uzņēmuma neefektīvā organizācija un cilvēcisko resursu trūkums.

Latvenergo vinnēja konkursā par datu apmaiņu starp Hansabankas filiālēm trijās Baltijas valstīs. Uzņēmumam pieder izcila tīkla infrastruktūra un priekšroka tīkla ierīkošanai jaunos projektos. Taču šī spēlētāja ienākšana mazumtirdzniecības tirgū ir apšaubāma, jo šobrīd jaunienācējiem jāspēj nodrošināt ‘triple play’ klāsts, ko piesātināta tirgu apstākļos

grūti akumulēt peļņu nesošā apmērā. Paralēli tam gan *SIA Lattelecom*, gan *Latvenergo* īpašnieks ir Latvijas valsts, kas nav ieinteresēta attīstīt *Latvenergo* elektronisko sakaru pakalpojumus, jo tādejādi tas spētu negatīvi ietekmēt tarifus un abu uzņēmumu peļņu.

VAS VITA pieder attīstīta tīkla infrastruktūra Rīgas robežas, un tā galvenā atšķirība no konkurentiem ir konfidencialu sakaru nodrošināšana un valsts iestāžu apkalpošana. *VITA* arī darbojas korporatīvo klientu sektorā, bet ar augstākam nekā tirgus līmenis cenām ar specifisko pakalpojumu izņēmumiem, piemēram, Ethernet savā pamattīklā robežās.

- Vertikālā integrācija

Tirgū pastāv vertikālās integrācijas iespējas abos virzienos: 1) maģistrālo tīklu īpašnieki iesaistās gala lietotāju apkalpošanā (forward integration), 2) datu pārraides mazumtirgotāji iegādājas maģistrālos vadus (backward integration) [20]. Maģistrālo tīklu īpašnieku integrācija gala lietotāju apkalpošanā veicina konkurenci nozarē, palielina alternatīvo mazumtirdzniecības pakalpojumu sniedzēju skaitu, paplašina izvēles iespējas un cenu sortimentu tirgū. Situācijas, kad datu pārraides mazumtirgotāji iegādājas maģistrālos tīklus nav īpaši izplatītas, tomēr sastopamas (piem., *Baltkom TV*).

- Valsts ietekme

Valstij nav īpašas ietekmes uz interneta pieslēgumu nodrošinātājiem, lai arī darbības uzsākšanai tiem nepieciešama vispārīga atļauja no SPRK.

Aktuāla problēma interneta tirgū, kur valsts tomēr teorētiski var iesaistīties, ir konkurences veicināšana vai pakalpojumu sniegšanas uzraudzība reģionos, kuros nav ekonomiski izdevīgi vilkt optiskos vadus vai citus datu nesējus. Patreiz vienīgi *SIA Lattelecom* nodrošina datu pārraides pakalpojumu pieejamību visā Latvijas teritorijā, dažos gadījumos ar starpnieku palīdzību (piem., *Triatel* bezvadu CDMA-450 tehnoloģija). Viens no risinājumiem būtu valsts pārklājuma optiskā tīkla izbūves nodrošināšana, iznomājot to elektronisko sakaru pakalpojumu sniedzējiem par abonēšanas maksu, kas veiktos valsts ieguldījumus ļautu atpelnīt.

Vēl viens jautājums, kuram valsts varētu pievērst uzmanību ir cenu diskriminācija starp privātām un juridiskām personām. Šobrīd tirgū pastāv ne tikai atšķirības pakalpojumu cenās, bet arī piedāvājuma klāstā dažādiem klientu segmentiem. Piemēram, *SIA Lattelecom (Apollo)* piedāvā tālruņa līnijas abonēšanu ar Interneta datu pārraides ātrumu 2/5Mbit/sek. un bezmaksas sarunu iespējām *SIA Lattlekom* tīklā par LVL 13.90/16.90. Šis pakalpojums pieejams tikai privātām personām, taču neapšaubāmi iegūtu popularitāti arī starp maziem un vidējiem uzņēmumiem.

Valsts netieši ietekmē interneta pieslēgumu nozari, ietekmējot blakus nozares, kuras sniedz aizvietotājpakalpojumus, kā, piemēram, mobilie sakari, u.c. Tā piemēram, trešās licences izsole un *BITE* platjoslas interneta pakalpojuma attīstība būtiski ietekmējusi interneta pieslēgumu nozari.

16.4.4 Mobilie balss pakalpojumi (vietējie un starptautiskie)

- Tirgus izaugsme

Lai arī tirgus izaugsme norunāto minūšu skaita ziņā tiek uzskatīta par konfidenciālu informāciju, visi aptaujātie tirgus dalībnieki apliecina, ka pārdoto sarunu minūšu skaits pieaug visiem operatoriem. Neoficiālas sarunās tirgus eksperti min, ka naudas izteiksmē mobilo sakaru tirgus laika posmā no 2001.-2004. gadam pieaudzis par aptuveni 40%. Pēc 2005. gada tik strauji attīstības tempi vairs nav sagaidāmi, ko atspoguļo arī tirgū jaunienācēju aktivitātes, kas vērstas uz konkrētu tirgus segmentu dotēšanu (piemēram, *MTS-GSM* piedāvā tarifu LVL 0.00 savā tīklā). Šādas aktivitātes ir raksturīgas stabilam tirgum, kurā pastāv augsts konkurences līmenis, jo uzņēmumi cīnās par konkurentu klientiem un tirgus daļām.

- Produktu vai pakalpojumu diferenciacija

Izteikta pakalpojuma diferenciacija, kas kāvēja konkurenci, turpinājās līdz pat 2005. gadam, kad tirgū pastāvēja duopols. *SIA LMT* pozicionēja sevi kā augstas kvalitātes operatoru ar plašu pārklājumu un attīstītu pakalpojumu spektru, iegūstot daudzus korporatīvos klientus. *Tele2* mērķis, savukārt, bija būt cenu līderim ar galveno peļņas avotu no priekšapmaksas kartēm. Abi operatori neiesaistījās konkurences cīņā un neuzsāka cenu karu vai citas aktivitātes, virzītas uz tarifu samazināšanu. Arī abu uzņēmumu peļņas rādītāji (virs 30% tīras peļņas) liecināja par tirgus neattīstīto konkurenci.

Līdz ar trešā operatora ienākšanu tirgū situācija būtiski uzlabojās. Piemēram, priekšapmaksas karšu segmentā parādījās spēcīgs konkurents *Toxic*. Uzskatāma attīstība notika arī korporatīvo klientu segmentā, kurā gan *Tele2*, gan *LMT* samazināja tarifus līdz LVL 0.01-0.03 par minūti pēc *BITE* uzsāktās kampaņas, kas virzīta uz korporatīvo klientu iegūšanu.

- Izmaksas, kas saistītas ar pakalpojuma sniedzēju maiņu

Līdz 2006. gada sākumam patērētājs cieta mobilā operatora maiņas gadījumā, jo, pārejot uz citu tīklu, tam bija jāmaina arī telefona numurs. SPRK iniciatīvas rezultātā 2006. gadā tika ieviesta ‘numura pārnesamība’ (number portability), kas nozīmēja, ka patērētājs var brīvi pārslēgties no viena operatora uz citu, saglabājot savu numuru. Šī reforma veicināja konkurenci un pozitīvi ietekmēja piedāvājumu gala patērētājiem. Pēc noteikumu ieviešanas tirgū ir sagaidāma abonentu migrācija 10-15% robežās, kas veicina konkurenci operatoru starpā un tarifu pazemināšanos [9].

- Brīva pieeja izplatīšanas kanāliem

Šis faktors galvenokārt attiecas uz esošajiem un potenciālajiem virtuālajiem operatoriem. Pašlaik vienīgi *BITE* neierobežo interesentu pieeju savam tīklam. Veiksmīgais *SIA Zetcom* piemērs skaidrojams ar ciešo vēsturisko kontaktu starp *SIA LMT* un *SIA Zetcom* dalībniekiem: *SIA Zetcom* dibinātāji ir pirmie *LMT* dīleri Latvijā, kas izveidoja Trodeks

tīklu un kuru 2006. gadā nopirka *SIA LMT* [10]. Tirgū pastāv viedoklis, ka *SIA Zetcom* varēja darboties *LMT* tīklā ar izdevīgākiem nosacījumiem, nekā pārējie tirgus dalībnieki tieši vēsturisku kontaktu dēļ.

Konkurence mobilo operatoru tīklā varētu tikt uzlabota, ja esošie tirgus dalībnieki, līdzīgi kā *SIA Lattelecom*, tiktu tiesiski regulēti, liekot tiem piedāvāt savus tīklus un iekārtas kopīgai izmantošanai. Tas veicinātu tarifu atbilstību Eiropas līmeņa tarifiem.

- Specifiskas zināšanas un pieredze

Mobilo sakaru tirgus prasa specifiskas zināšanas, kas Latvijā diemžēl ir ierobežotas. Esošie mobilie operatori iegūst pieredzi un zināšanas no saviem ārvalstu mātes uzņēmumiem. Virtuālo operatoru darbības pieredze pieejama ierobežotam skaitam tirgus dalībnieku. Tā piemēram, *SIA Zetcom* bija pirmie Latvijas tirgū, kas uzsāka mobilo telefonu importēšanu un sadarbību ar *SIA LMT*. Konkurences spiedienu vietējiem virtuāliem operatoriem rada Lietuvas virtuālie operatori, kas veiksmīgi iekarojuši Lietuvas tirgu, strādājot *BITE* tīklā, un mēģina pārnest darbības modeli arī uz Latviju. Pirmais no potenciālajiem tirgus ienācējiem ir *SIA Teledema*.

- Pakalpojuma aizvietotāji

Mobilo sakaru operatori cīnās ne tikai savstarpējā konkurencē, bet arī ar citu pārraides tehnoloģiju sniedzējiem.

Plaša WI-FI pārklājums

2006. gadā sākumā plaša WI-FI pārklājuma uzņēmumus AWA iesāka Latvijas tirgus izpēti saistībā ar tirgū ienākšanas plāniem. Uzņēmums izmanto WIMAX tehnoloģiju, kas ļauj tam nodrošināt platjoslas interneta pieslēgumu visā valsts teritorijā. Šī attīstība skar mobilo operatoru tirgu, jo modernie telefona aparāti (piem., Blackberry) ļauj izmantot interneta lietojumprogrammas, nodrošinot sarunas pēc IP protokola. Šādas sarunas starp abonentiem tiek nodrošinātas bezmaksas vai arī par salīdzinoši nelielu samaksu (ap LVL 0.01), dodot iespēju sazvanīt jebkuru fiksēto abonentu pasaulē. Šāda tehnoloģiju attīstības gaita nodrošina to, ka mobilie operatori ir spiesti piedāvāt platjoslas internetu par līdzīgu cenu (kā 3G tehnoloģija), tādējādi 'kanibalizējot' savu pamatbiznesu.

3G platjoslas internets

Pašlaik mobilo operatoru rīcībā ir 3G tehnoloģija, kas ļauj viņiem piedāvāt ātro datu pārraides pakalpojumus. No vienas puses vecie tirgus dalībnieki nav ieinteresēti to plaši popularizēt, jo tas samazinātu viņu ienākumus. Tomēr tirgū jaunienācēji kā *BITE* un virtuālie operatori jau uzsākuši piedāvāt šādus pakalpojumus, tāpēc arī citi ir spiesti attīstīt piedāvājumu, lai saglabātu tirgus pozīcijas.

CDMA-450 tehnoloģija

Latvijā ir tikai viens uzņēmums *AS Telekom Baltija*, kas piedāvā CDMA risinājumus ar *Triatel* zīmolu kopš 2004. gada beigām. Neskatoties uz to, ka *Triatel* piedāvā zemas tarifu, abonentu skaits nav nozīmīgs, jo lietotājiem pakalpojuma saņemšanai jāiegādājas

arī CDMA tīkla telefona aparāts. Kompānijai nav izdevies piesaistīt daudz lietotāju, kas izmanto aparātu biroja vajadzībām. Līdz ar to *Triatel* darbojas galvenokārt nišas segmentā, sadarbojoties ar *SIA Lattelecom* un nodrošinot tā pakalpojumu sniegšanas iespējas ģeogrāfiski attālinātās vietās, kurās ir ekonomiski neizdevīgi vilkt optiskos vadus un pieslēgt DSL. Neskatoties uz to, *Triatel* varētu būt spēcīgs konkurents datu pārraides pakalpojumiem, jo CDMA tehnoloģija piedāvā līdzīgas 3G datu pārraides iespējām.

- Valsts ietekme

Valstij bija būtiska ietekme uz konkurences stāvokli segmentā līdz ar trešās licences izsoli 2005. gadā un numura pārnesamības ieviešanu 2006. gadā. Valstij ir arī turpmākas iespējas būtiski ietekmēt turpmāko konkurences un pakalpojuma efektivitātes attīstību. Viena no tām ir dominējošā operatora iekārtu nodošana kopīgā izmantošanā. Šis jautājums tika aktualizēts *BITE* ienākšanas laikā, kad uzņēmumam nebija izveidots savs tīkls. Lai arī šobrīd Latvijā šis jautājums nedaudz zaudējis aktualitāti, Eiropas valstu pieredze rāda, ka virtuālie operatori ar zemām operatīvajām izmaksām un klientu apkalpošanas modeli Internetā spēj pazemināt tarifus par 30%. Šādu operatoru ietekme tirgū ir salīdzināma ar zemo izmaksu aviosabiedrību lomu aviācijas pakalpojumu tirgū [11]. Līgumi par kopējo iekārtu izmantošanu un starpsavienojumu tarififikāciju var tikt organizēti arī garantēto vairuma atlaižu veidā, kas dotu jaunienācējiem iespējas būtiski samazināt pakalpojumu pašizmaksu līdz ar pieaugumu apjomos.

16.4.5 Televīzija

- Tirgus izaugsme

Tirgus ir piesātināts, un tirgus dalībnieki liecina, ka nav brīvu teritoriju, kuras būtu iespējams veidot jaunus un izdevīgus pieslēgumus [21]. Līdz ar to uzņēmumi uzsāk attīstīt blakus pakalpojumus (piem. ‘triple play’ jeb balss sakaru un interneta pieslēgums pa kabeļtelevīzijas vadiem). Industrijas eksperti liecina, ka kabeļtelevīzijas pieslēgumu skaits turpmāk varētu tikai mazināties, jo sagaidāmās jaunas tehnoloģijas kā WIMAX varētu aizvietot fiksēto tīklu [19].

- Pakalpojumu ģeogrāfiskais ierobežojums

Dautkom TV ir lielākais kabeļtelevīzijas operators Daugavpilī, kas var tikt uzskatīts par dominējošu. Līdzīga situācija ir arī pārējās Latvijas pilsētās, tomēr pakalpojumu cenu līmenis tur ir līdzīgs vai pat zemāks nekā Rīgā iedzīvotāju zemākas pirktspējas dēļ. Šī iemesla dēļ reģionos nav konkurences no jaunienācēju puses, jo tirgus nav spējīgs uzturēt vairāk kā vienu uzņēmumu, pieļaujot dabīga monopola situāciju.

- Pakalpojuma aizvietotāji

Arī kabeļtelevīzijas nozarē konkurences spiediens no aizvietotāju pakalpojumu puses aizvien palielinās.

Mobilie sakari – GSM

TV pārraides iespējams vērot arī 3G pārraides protokolos caur modernos telefonu aparātiem (video streaming). Līdz ar šo tehnoloģiju attīstību un datu pārraides ātruma palielināšanos lietotājs varēs saņemt gan kvalitatīvu attēlu, gan plašu kanālu spektru. Protams, pašlaik vēl šī pakalpojuma kvalitāte nav pietiekami attīstīta un konkurētspējīga. Tomēr eksperti apliecina, ka Eiropā mobilais TV ieguvis pārsteidzošu popularitāti un cilvēki to skatās pat mājās, kur pieejams arī parastais televizors [19].

Telefona līnijas ar DSL, pastāvīgie pieslēgumi

Interneta nodrošinātāji ar augstu datu pārraides kapacitāti, piemēram, *SIA Lattelecom* un *MPE tīkls*, jau piedāvā vai teorētiski ir spējīgi piedāvāt televīziju datorā un pat HDTV (high definition TV). Tāpat kā kabeļtelevīzijas tīkli rada konkurenci interneta nodrošinātājiem, tie piedāvā arī TV signāla pārraidi šajos tīklos. Šis varētu kļūt par nopietnu aizvietotāju, jo platjoslas pieslēgums var nodrošināt papildus pakalpojumus (piem., video), kā arī sniegt interaktīvus pakalpojumus. Principā tādus pašus pakalpojumus var piedāvāt arī kabeļtelevīzijas tīklā, kas modernizēts līdz integrēta tīkla līmenim, kurā izmanto optiskos vadus (piem., *Baltkom TV*).

Īpašus draudus veido *SIA Lattelecom* infrastruktūra ar 640 000 abonentiem, no kuriem ap 90% var pieslēgt DSL datu apmaiņas ierīcēm, kas ļautu saņemt kabeļtelevīzijas programmas pat tādās vietās Latvijā, kur *Baltkom TV* vai *IZZI* tīkla paplašināšana nav ekonomiski vitāla. Lai arī šis drauds ir netiešs, jo esošie tirgus dalībnieki nav spējīgi cīnīties par šiem abonentiem, tomēr tas dod *SIA Lattelecom* lielu klientu bāzi, iespējas apjoma ekonomijas priekšrocībām, kā arī nozīmīgu lomu iespējamai kabeļtelevīzijas operatoru sadarbībai Baltijā.

- Stratēģiskā interese tirgū

Konkurence ir spēcīgāka, kad tirgus dalībniekiem papildus ekonomiskai interesei ir arī stratēģiski nākotnes nodomi konkrētā tirgū. Tas vērojams arī kabeļtelevīzijas jomā. Pastāvot pakalpojumu saplūšanas tendencēm, nozares nākotne varētu nozīmēt datu nesēja izveidi, caur kuru iespējams pārraidīt jebkuru informāciju, kas konvertējama ciparu formātā. Konverģence rada papildus stimulu konkurences cīņai, jo veiksmes gadījumā uzņēmums spēs trīskāršot pārraidīto datu apgrozījumu ar savu ‘triple play’ piedāvājumu. Attīstot piedāvājuma spektru kabeļtelevīzijas operatori varēs izmantot savu tīklu arī tālākiem blakus pakalpojumiem, kā, piemēram, signalizācija, video novērošana, BMS.

- Apjoma un blakus darbību ekonomijas

Tirgū pastāv apjoma ekonomijas, jo ‘triple play’ tendences rezultātā tirgū vērojama konsolidācija. Arī tirgus ekspertu aprēķini liecina, ka tirgū nevar pastāvēt uzņēmumi ar dažiem tūkstošiem abonentu [21]. Tas neveicina interesi par tirgu no mazo un vidējo uzņēmumu puses, kas varētu būt potenciāli jaunienācēji. Ticamāka tirgū ienākšanas stratēģija varētu būt liela esošā tīkla nopirkšana [19], taču šajā gadījumā tas neiespaidoto tirgus spēlētāju skaitu.

- Problemātiska pieeja izplatīšanas kanāliem

Lai saņemtu tiesības par satura retranslēšanu gala lietotājam kabeļtelevīzijas operatori maksā abonēšanas maksu kanāla īpašniekam atkarība no abonentu skaita (vidēji EUR 0.20 par abonentu) vai fiksētu mēneša maksu (vidēji EUR 4000). Lai attīstītu programmu iepirkšanas praksi, lielākie Baltijas kabeļu televīzijas tīkli pauduši interesi sadarbībai [19]. Tas nozīmē, ka turpmāk aliansē neiekļautie uzņēmumi saņemtu sliktākus iepirkšanas nosacījumus. Tas mazinātu konkurenci no jaunienācēju puses. Tāpat tas dotu iespējas lielajiem uzņēmumiem pārpirkt mazākos tirgus spēlētājus, kuru tirgus vērtība jaunajos tirgus apstākļos būtu zemāka [22].

- Valsts ietekme

Valsts īpaši neietekmē kabeļtelevīzijas tirgu, lai arī uzņēmumiem, kas vēlas sniegt pakalpojumus vajadzīga vispārīga atļauja no SPRK.

Nereti apgrūtināša kabeļtelevīzijas pieslēguma sniedzējiem ir sadarbība ar komunālsaimniecībām vadu ievilkšanā mājsaimniecībās. Valsts varētu veicināt tīklu infrastruktūras uzbūvi, ieviešot vienotos noteikumus, kas regulē nekustamā īpašuma saimnieku un telekomunikācijas uzņēmumu attiecības. Tas veicinātu nozares attīstību.

Valsts netieši ietekmē kabeļtelevīzijas nozari, ietekmējot blakus nozares, kur atrodas pakalpojuma aizvietotāji, piemēram, interneta pieslēgumi, kas tagad var nodrošināt mobilos sakarus. Trešās licences izsole un *BITE* platjoslas interneta pakalpojuma attīstība būtiski ietekmējusi arī interneta pieslēgumu nozari.

16.5 Kopsavilkums

- Līdz ar telekomunikāciju tirgus liberalizāciju 2003. gadā tirgus dalībnieku skaitam un konkurencei šajā nozarē ir tendence palielināties
- Konkurences saasināšanos galvenokārt veicina tehnoloģiju attīstība
- Konkurences attīstību aizkavē *SIA Lattelecom* dominējošās tirgus pozīcijas
- Valstij ir būtiska loma konkurences veicināšanā, mazinot *SIA Lattelecom* dominējošās pozīcijas tirgū, nosakot zemākus starpsavienojuma tarifus, numuru saglabāšanas iespējas operatoru maiņas ziņā, u.c. jautājumos
- Fiksēto vietējo un starptautisko balsu pārraides pakalpojumu tirgos lielāko konkurences spiedienu rada aizvietotājpakalpojumu attīstība
- Datu pārraides pakalpojumu tirgū valda sīva konkurence Rīgā; reģionos nereti pieejams tikai viens pakalpojuma sniedzējs, tāpēc nepieciešams valsts atbalsts konkurences veicināšanā vai arī pakalpojumu pārraudzībā
- Konkurenci mobilo sakaru pakalpojumu tirgū būtiski uzlabojusi trešā pakalpojumu sniedzēja ienākšana tirgū; dominējošo spēlētāju infrastruktūras nomas iespējas virtuālajiem operatoriem veicinātu tālāku tirgus attīstību un konkurenci

- Kabeļu televīzijas tīklu nozarē dominē divi lieli tirgus spēlētāji, taču, ņemot vērā nozares tehnisko specifiku, tirgus struktūra kopumā vērtējama kā konkurencei labvēlīga
- Konkurenci kabeļu televīzijas tīklu nozarē veicina aizvietotāju pakalpojumu attīstība

Izmantotā literatūra:

1. Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisija. Pieejams on-line: <http://www.sprk.gov.lv>
2. Dienas bizness. 16.12.2004.
3. Dienas bizness. 12.10.2004.
4. Dienas bizness. 26.03.2004.
5. Dienas bizness. 06.09.2005.
6. Dienas bizness. 19.04.2006.
7. Dienas bizness. 18.10.2004.
8. Dienas bizness. 21.10.2005.
9. Dienas bizness. 06.12.2005.
10. Lursoft. www.lursoft.lv
11. Dienas bizness. 22.12.2003.
12. Lattelekom gada pārskats. Pieejams on-line: <http://www.lattelekom.lv>
13. Dienas bizness. 23.11.2005.
14. Dienas bizness. 23.01.2006.
15. Latvijas Interneta Asociācija. Pieejams on-line: <http://www.lia.lv>
16. Dienas bizness. 22.08.2005.
17. Dienas bizness. 09.01.2005.
18. Dienas bizness. 07.04.2006.
19. Dienas bizness. 03.07.2006.
20. Dienas bizness. 05.08.2004.
21. Dienas bizness. 22.08.2005.
22. Dienas bizness. 27.01.2004.
23. *Baltkom TV* mājas lapa. Pieejama on-line: <http://www.Baltkom.lv>
24. TNS Latvija. Pieejams on-line: www.tns.lv
25. *BITE*. Pieejams on-line: www.BITE.lv
26. LETA. 1.11.2006.

Pielikums 16-1

Mobilo un fiksēto telekomunikāciju pakalpojumu sniedzēji.

1	SIA "Lattelecom SIA"
2	SIA "LMT SIA" - *
3	SIA "Tele2" - *
4	SIA "Radiokoms" - *
5	A/s "Telekom Baltija" - *
6	SIA "Lattelenet"
7	SIA "Teledialogs"
8	VAS "Latvijas dzelzceļš"
9	SIA "Telekomunikāciju grupa"
10	SIA "CSC Telecom"
11	VAS "Latvenergo"
12	SIA "UNISTARS"
13	SIA "Finors Telecom"
14	SIA "Tele2 Telecom"
15	SIA "SIGIS"
16	SIA "Telenets"
17	SIA "Optinet"
18	SIA "Datagrupa 777"
19	SIA "D - COM"
20	SIA "Optron"
21	SIA "Master Telecom" - *
22	SIA "Telegrupa globāls"
23	SIA "IT Group"
24	SIA "Tilts Visiem"
25	SIA "IZVANS"
26	SIA "JUSTIN MEDIA"
27	SIA "DIRECT"
28	SIA "BITE Latvija" - *
29	SIA "TELEFANT"
30	SIA "AUGSTCELTNE"
31	SIA "Baltkom TV"
32	SIA "Telecom Discount"
33	SIA Rigatta
34	SIA "10 1/2"
35	SIA FastNet
36	SIA RIXTEL
37	SIA IZZI - *

* - uzņēmumi nodarbojas arī ar mobilo sakaru pakalpojumu sniegšanu

17 DATU IEGUVE: NEPILNĪBAS UN REKOMENDĀCIJAS

Viens no šī pētījuma uzdevumiem ir identificēt esošo datu, to iegūšanas, apstrādes un sistematizācijas nepilnības, kā arī iespēju robežās veikt rekomendācijas par nepieciešamajām izmaiņām un uzlabojumiem pastāvošajā datu savākšanas sistēmā.

Datu ieguves un apstrādes iespējas var spēlēt nozīmīgu lomu konkurences attīstībā. Aprūtināšana datu ieguve nozīmē vājas tirgus pārskatāmības iespējas un ierobežotu tirgus struktūras caurspīdīgumu. Šāds informācijas trūkums var negatīvi ietekmēt konkurences attīstību, jo mazina potenciālo tirgū ienācēju interesi par tirgu un ierobežo jaunu spēlētāju ienākšanu tajā.

Šajā nodaļā apskatīta datu ieguves un apstrādes problemātika transporta un sakaru nozarēs Latvijā. Nodaļa sākotnēji sniedz ieskatu vispārējās datu ieguves un apstrādes nepilnībās; nodaļas beigās apskatīta datu ieguve katrā no pētījumā ietvertajām nodaļām atsevišķi, norādot uz konkrētai tirgus sfērai raksturīgām nepilnībām.

17.1 Datu iegūšana

Šis pētījums lielā mērā balstās uz publiski pieejamajiem sekundārajiem datiem par konkrēto nozaru kopējo attīstību, kā arī nozarē pārstāvētu uzņēmumu darbības rādītājiem. Populārākie sekundāro datu avoti bija pieejamie nozaru pārskati un statistikas datu apkopojumi Centrālajā statistikas pārvaldē, uzņēmumu mājas lapas, valsts regulējošo institūciju publikācijas, nozares asociāciju apkopotie dati, kā arī paziņojumi preseī un mediju publikācijas. Samērā bieži tomēr darba autori sastapās ar problemātisku pieeju datiem. Šajos gadījumos dati iespēju robežās tika pieprasīti no tirgus dalībniekiem.

Datu pieejamība ir salīdzinoši apmierinoša valsts uzņēmumiem un uzņēmumiem, kuru darbība tiek stingri uzraudzīta (piem., SPRK uzraudzība). Tas skaidrojams ar stingru ārēju uzraudzību un kontroli, kā arī pastāvošām prasībām pēc atskaišu sagatavošanas par šādu uzņēmumu darbību.

Līdzīgi salīdzinoši viegli iegūstami ir arī dati par uzņēmumiem, kas darbojas plaša patēriņa preču vai pakalpojumu tirgos. Tas skaidrojams ar uzņēmuma ieinteresētību nodrošināt informāciju par sevi pēc iespējas plašākam potenciālo klientu lokam.

Būtiskākās nepilnības datu ieguves procesā transporta un sakaru nozarē bija sekojošas:

- Datu ieguve par industriālajiem tirgiem

Aprūtināšana ir datu ieguve par uzņēmumiem, kas darbojas industriālos tirgos (business-to-business). Šie uzņēmumi nav ieinteresēti izplatīt informāciju par sevi pēc iespējas plašākai publikai; šo uzņēmumu mājas lapas nereti satur vienīgi kontaktinformāciju un sniegto pakalpojumu vai produktu aprakstu.

- Starptautiska rakstura datu ieguve

Arī datu pieejamība par uzņēmumiem vai nozarēm, kuru darbības raksturs ir starptautisks vai vērsts ārpus Latvijas robežām ir limitēta. Tā piemēram, informācija par iekšzemes dzelzceļa pārvadājumiem ir pieejama, kamēr dati par pārvadājumiem no Latvijas uz ārvalstīm nav pieejami.

17.2 Datu apstrāde un sistematizācija

Pāris gadījumos pieejamie tirgus dati nebija izmantojami pētījumā vai arī to izmantošana nebija uzticama pastāvošās datu sistematizācijas dēļ. Lielākoties tas attiecas uz datiem par licenču skaitu, kas nereti krasi kontrastēja ar faktisko tirgus spēlētāju skaitu. Nozares dalībnieku reģistrācija un izsniegto licenču skaits bieži vien sniedz neprecīzu ieskatu tirgus struktūrā, jo licencēto un faktiski darbojošos uzņēmumu skaits var krietni atšķirties. Līdz ar to būtu jāpanāk, ka paralēli licenču skaitam iestāde, kas tās izsniedz, nodrošina arī informāciju par uzņēmuma faktisko darbību. Tāpat ieteicamas regulāras licenču atjaunošanas prasības, kā arī licences derīguma perioda ierobežošana.

Datu apstrādi un sistematizāciju noteikti uzlabotu arī padziļināti kvalitatīvi ieskati tirgus pieprasījuma pusē, kā, piemēram, kvalitatīvi pētījumi par patērētāju izvēles iespējām. Nereti tirgus attīstību ierobežo zems pieprasījums; atsevišķos gadījumos tirgus ierobežotā mēroga dēļ nav iespējams izveidot rentablu biznesa modeli, kas piedāvātu tirgū konkrētos produktus vai pakalpojumus. Šādos gadījumos īpaši pareizi izprast pieprasījuma pusi, t.i. kādas alternatīvas ir pieejamas patērētājiem, vai to vajadzības tiek apmierinātas, utt. Šādi jautājumi varētu tikt padziļināti pētīti, izmantojot kvalitatīvās pētniecības metodes, tādas kā aptaujas, intervijas, u.c.

17.3 Datu ieguves nepilnības nozaru griezumā

17.3.1 Dzelzceļš

Tā kā pasažieru iekšzemes pārvadājumi atrodas SPRK uzraudzībā, par šo sfēru dati ir publiski pieejami. Publiska datu pieejamība ir ierobežota par sekojošām sfērām:

- starptautiskie kravu pārvadājumi: pārvadātie apjomi, to dinamika;
- starptautiskie pasažieru pārvadājumi: pārvadāto pasažieru skaits maršrutos.

Dati par dzelzceļa privātās lietošanas infrastruktūru ir nav publicēti, taču pieejami pēc pieprasījuma principa *Valsts dzelzceļa administrācijā*.

17.3.2 Regulārais pasažieru autotransports

Nozare atrodas valsts un pašvaldību pārraudzībā, tāpēc dati par to ir samērā plaši pieejami. Ierobežoti dati pieejami vienīgi par:

- starptautiskajiem pasažieru pārvadājumiem.

17.3.3 Taksometri

Rīgas dome apkopo datus par taksometru pakalpojumu tirgu un pārvadātājiem tikai par Rīgas pilsētas un Rīgas rajona ietvaros. Katastrofāli trūkst datu par:

- taksometru pakalpojumiem reģionos un lauku pilsētās.

17.3.4 Kravas autotransports un transporta aģentūras

Līdz ar licencēšanas prasību atcelšanu nav apkopotu datu arī par spēlētāju skaitu kravu autotransporta nozarē. Tirgus stāvokļa izvērtēšanu ekspedītoru pakalpojumu sfērā apgrūtina fakts, ka dati par tirgus spēlētāju apgrozījumiem, kas pieejami Lursoft datu bāzē, atspoguļo ieņēmumus par visiem veiktajiem darbības veidiem. Dati par kravas autotransporta īpašnieku skaitu ir pieejami CSDD, taču tie nav apkopoti un sistematizēti, atbilstoši tirgus pārskata iespējām.

17.3.5 Glabāšana un noliktavu saimniecības

Datu apkopojumos šī nozare iekļauta pie būvniecības statistikas radītājiem, līdz ar to datu par nozares tirgus kopapjomiem, to attīstību nav pieejami. Arī dati par nozarē darbojošos uzņēmumu skaitu apkopotā veidā nav pieejami. Šobrīd datus par noliktavām iespējams saņemt tikai personīgā kontakta ceļā ar uzņēmumiem un tirgus ekspertiem. Lai nodrošinātu nozares pilnvērtīgu analīzi, jābūt pieejamiem sekojošiem datiem:

- noliktavu skaits Latvijā;
- noliktavu platība (kopējā, atvērta, segta un apsildāma tipa noliktavām);
- dati par noliktavu īpašniekiem un apsaimniekotājiem;
- noliktavas Rīgā un Rīgas rajonā, kā arī pārējos Latvijas reģionos.

17.3.6 Pasažieru pārvadājumi pa jūras ceļiem

Nav datu par pārvadāto pasažieru skaitu dažādos maršrutos.

17.3.7 Iekšzemes ūdenstransports

Lai arī Rīgas dome apkopo informāciju par iekšzemes ūdenstransporta tirgus dalībniekiem Rīgā, tomēr šie dati nav uzskatāmi par patieso tirgus situāciju atspoguļojošiem. Tas skaidrojams ar to, ka daļa sniegto pasākumu tiek apkalpoti arī 'neoficiālā' veidā. Nav pieejamu datu apkopotā veidā par:

- iekšzemes ūdenstransporta uzņēmumu skaitu Latvijā un dalījumā pa tirgus ģeogrāfiskajiem apgabaliem;
- pasažieru pārvadājumu skaitu ar iekšzemes ūdenstransportu.

17.3.8 Pasažieru pārvadājumi pa gaisa ceļiem

Dati par avio sabiedrību skaitu, to apkalpoto pasažieru un veikto lidojumu apjomiem ir pieejami un apkopoti. Nav pieejami:

- dati par pasažieru apgrozību citās Latvijas lidostās (Ventspils, Liepāja).

17.3.9 Ūdenstransporta palīgdarbība

Tā kā Latvijas ostas darbojas speciālā nodokļu atvieglojuma režīmā, informācija par to darbību un kopējiem pārvadājumu apjomiem ir pieejama un apkopota. It īpaši tas attiecas uz Rīgas un Liepājas brīvistām, mazāk pieejama informācija par Ventspils tirdzniecības ostu. Savukārt, dati par uzņēmumiem, kas darbojās ostās un sniedz dažādus ostas palīgdarbības pakalpojumus, vai arī nodarbojas ar kravu pārvadājumiem un uzglabāšanu ir ierobežoti.

17.3.10 Cauruļvadu transports

Latvijā ir tikai viens uzņēmums, kas sniedz cauruļvada transporta pakalpojumus, un dati par to ir salīdzinoši viegli pieejami un apkopoti.

17.3.11 Tūrisms

Lai arī pateicoties nozares asociāciju sekmīgai darbībai, dati par kopējo uzņēmumu skaitu nozarē, tā dinamiku, kā arī apkalpoto klientu skaitu ir pieejami apkopotā veidā, tomēr pilnvērtīgai tirgus situācijas novērtēšanai ieteicama to papildināšana ar informāciju par:

- atsevišķu nozares uzņēmumu apkalpoto klientu vai pārdoto ceļojumu skaitu.

17.3.12 Kurjeru pakalpojumi

Lai arī kopējie dati par nozari ir salīdzinoši viegli pieejami, to apkopošana tirgus analīzei piemērotākā griezumā būtu ieteicama. Tā piemēram, datus ieteicams apkopot sekojošos griezumos:

- uzņēmumu skaits un apjomi dalījumā pa ģeogrāfiskajiem tirgiem, kurus tie apkalpo (t.i., Latvija, Baltija, Eiropa-autotransports, Eiropa-gaisa transports, utt.);
- sūtījumu sadalījums pa tipiem (t.i., aploksnes, sīkpakas, pakas, krava līdz 35kg, krava līdz 650kg, utt.);

Šāds dalījums palīdzētu izprast tirgus struktūru un koncentrāciju, jo patreiz aprēķinos izmantoti Lursoft dati par uzņēmumu apgrozījumu, kas dod priekšstatu par uzņēmuma kopējo īpatsvaru tirgū, tomēr neatspoguļo situāciju tirgus apgabalā ietvaros.

17.3.13 Telekomunikācijas

Patreiz ir pieejami dati par kopējo uzņēmumu skaitu, kuriem izsniegtas atļaujas dažāda veida telekomunikāciju pakalpojumu sniegšanai. Lai nodrošinātu pilnvērtīgu nozares analīzi, būtu jānodrošina vēl sekojoši dati:

- vidējais pārraidīšanas ātrums klientam;
- klienti, kuriem pieejama platjoslas datu pārraide;
- abonentu skaits (privātie un juridiskie abonenti);
- datu pārraides apjoms un sadalījums (balss vietējais, balss starptautiskais, balss mobilie sakari, datu pārraide, internets, televīzija);
- apkalpotā trafika sadalījums (mazumtirdzniecība, vairumtirdzniecība, kā arī balss vietējais, balss starptautiskais, balss mobilie sakari, datu pārraide, internets, televīzija).

Šie dati patreiz publiski pieejami tikai par atsevišķiem nozares uzņēmumiem.

18 KONKURENCES VEICINĀŠANA: REKOMENDĀCIJAS

Viens no šī dokumenta uzdevumiem ir, balstoties uz ekonomiskās analīzes rezultātiem, novērtēt un sniegt rekomendācijas par izmaiņām likumdošanā vai normatīvajos aktos, kas varētu veicināt konkurences attīstību nozarē. Šī nodaļa apkopo autoru nostādnes valsts politikas, likumdošanas un normatīvo aktu, kā arī to ietekmes uz konkurenci jautājumos. Nostādnes norāda uz nepilnībām normatīvajos aktos, kas aizkavē konkurences veidošanos vai jaunu spēlētāju ienākšanu tirgū, kā arī norāda uz problēmām dažādu institūciju un organizāciju sadarbībā. Tā kā pētījumā apskatītās nozares reprezentē krasi atšķirīgas tirgus situācijas, kā arī to regulēšana un valsts ietekme katrā konkrētajā gadījumā būtiski atšķiras, nodaļa ir iedalīta, atbilstoši nozaru sadalījumam.

18.1 Dzelzceļa transports

- Dzelzceļa palīgdarbības pakalpojumi

Lielāko daļu ar dzelzceļa palīgdarbību saistīto pakalpojumu faktiski nodrošina tikai viens tirgus spēlētājs – koncerns *VAS Latvijas dzelzceļš*, kas liecina par monopolstāvokli. Lai arī dzelzceļa joma atrodas stingrā neatkarīgu institūciju uzraudzībā, par monopolstāvokļa negatīvajām sekām tomēr liecina dzelzceļa pakalpojumu tirgus dalībnieku sūdzības. Sūdzības izteikuši starptautisko kravu pārvadātāji, un tās skar pieeju informācijas datiem par vilcienu plūsmu, kā arī citiem saistītajiem dzelzceļa transporta atbalsta pakalpojumiem, kurus tirgū sniedz vienīgi koncerna *VAS Latvijas dzelzceļš* uzņēmumi.

- Institūciju sadarbība

Latvijā dzelzceļa attīstībā šobrīd būtiskākais ir jautājums par vienotas valsts un pašvaldību pasūtījuma sistēmas ieviešanu dažādiem iekšzemes pasažieru pārvadājumu veidiem. Dzelzceļa infrastruktūras tālākā attīstība jāplāno saskaņā ar valsts galveno maģistrālo līniju elektrifikāciju. Ņemot vērā augsto dažādu institūciju skaitu, kas iesaistītas valsts politikas veidošanā dzelzceļa transporta pakalpojumiem, nozares stratēģijas un darbību koordinācija ir apgrūtināta.

- Kvalitātes nodrošināšana

SPRK pārrauga dzelzceļa pakalpojumu kvalitātes standartu ievērošanu. Neskatoties uz vispār pastāvošu neapmierinātību ar šo pakalpojumu kvalitāti, SPRK 2005. gada laikā saņēmusi tikai vienu kvalitātes sūdzību, kas atzīta par nepamatotu. Kvalitātes uzraudzības un kontroles sistēma nozarē prasa rūpīgāku tālāku izvērtēšanu.

18.2 Regulārais pasažieru autotransports

- Institūciju sadarbība

Kā minēts dzelzceļa transporta pārskatā, sabiedriskā transporta organizēšanu Latvijā veic 34 dažāda līmeņa valsts pārvaldes institūcijas – Satiksmes ministrija, rajona padomes un republikas pilsētas domes [13]. Šāda dalītās kompetences principa dēļ nereti rodas situācijas, kad maršrutu tīkla veidošanā netiek ievēroti kopējie maršrutu tīkla veidošanas principi, kas rada arī būtiskas atšķirības pakalpojumu pieejamībā un kvalitātē dažādos Latvijas reģionos. Sabiedriskā transporta organizēšanas shēma būtiski ietekmē arī pasažieru plūsmas dalījumu starp dažādiem transporta veidiem. Nosakot dotāciju apjomus, tiek ietekmētas pakalpojumu cenas. Tādejādi tiek nodrošināta pakalpojumu savstarpējā aizstājamība, kas nevar tikt uzskatīta par konkurenci valsts un pašvaldību lomu dēļ.

18.3 Taksometri

- Vienota dispečeru dienesta izveide

Rīgas dome tuvākajā nākotnē plāno veicināt taksometru parku apvienošanu, izveidojot vienotu dispečeru dienesta infrastruktūru jeb vienotu taksometru izsaukšanas tālruņa numuru. Teorētiski, tas samazinātu tirgū ienākšanas barjeras uzņēmumiem, un līdz ar to šī iniciatīva vērtējama pozitīvi.

- Kvalitātes kontrole

Tomēr vienota tālruņa numura darbošanās iespējama tikai gadījumā, kad tirgū tiek ievērots arī vienots pakalpojuma kvalitātes standarts. Patreiz tirgus struktūra nozarē ir samērā sadrumstalota, un pastāv būtiskas atšķirības kvalitātes standartu ziņā. Līdz ar to nepieciešama stingrāka kvalitātes uzraudzība un kontrole. Rīgas domes nesenais ierosinājums par obligāto taksometru vadītāju sertificēšanu (t.i. šofera prasmju un zināšanu regulāra pārbaude) varētu vienot sniegto pakalpojumu kvalitāti.

- Tirgus uzraudzība

Tā kā taksometru nozare ir lielā mērā regulēts tirgus, noteikumu iedzīvināšanai tirgū ir izšķiroša nozīme. Vājās tirgus uzraudzības dēļ, tirgus spēlētāji nereti atrod veidus kā apiet noteikumus, tādejādi veicinot negodīgas konkurences attīstību. Lai nodrošinātu godīgu un veselīgu tirgus konkurenci, nepieciešams uzlabot noteikumu un normatīvo aktu, kas regulē taksometru pakalpojumu darbību, ievērošanu. Tas attiecināms gan uz pašvaldību pārziņā esošo taksometru tarifu pārraudzību un šoferu sertificēšanu, gan arī uz Valsts Metroloģijas centra pārziņā esošo taksometru skaitītāju uzraudzību.

- Pašvaldību stāvvietas

Neoficiālas vienošanās starp taksometra vadītājiem kropļo konkurenci pašvaldību stāvvietās. Risinājums šai situācijai varētu būt pārskatāmāki noteikumi stāvvietu izmantošanai, piešķirot nomas tiesības uz stāvvietām konkursa kartībā. Arī šoferu obligātā sertificēšana ar iespēju sertifikātu atsavināt pārkāpumu gadījumos varētu

mazināt agresīvu metožu izmantošanu neoficiālo stāvvietu sadalījuma aizstāvēšanas gadījumos.

18.4 Kravu autotransports

- Licencēšana

Obligātā ekspeditoru licencēšana tika atcelta 2005. gadā. Industrijas dalībnieku viedoklis par licencēšanas atcelšanu dalās. Licencēšanas atcelšana veicinājusi jaunu tirgus spēlētāju ienākšanu tirgū un Latvijas ekspeditoru konkurētspēju ES, taču pazemina pakalpojumu kvalitātes standartus tirgū.

- Normatīvie atvieglojumi dokumentācijas izstrādei

Nākotnē iespējamā valsts ietekme uz pārvadātāju darbību ir pavadzīmju rēķinu atcelšana un cita veida dokumentācijas atvieglošana. Tas varētu izraisīt līdzīgas sekas robežu šķērsošanas atvieglojumi, kas stājās spēkā līdz ar Latvijas iestāšanos ES un būtiski samazināja pārvadājumu izpildes laiku. Maršrutu izpildei paātrinoties par 25-30%, attiecīgi atbrīvojās arī uzņēmumu brīvā jauda, kā rezultātā būtiski pieauga konkurence tirgus spēlētāju starpā.

18.5 Glabāšana un noliktavu saimniecība

- Uzņēmumu un valsts institūciju sadarbība

Valstij ir būtiska ietekme uz glabāšanas un noliktavu saimniecību, jo valsts nosāka preču uzskaites un nodokļu iekasēšanas normatīvus, kā arī sanitāras normas. Atsaucoties uz tirgus ekspertu viedokli, loģistikas nozare ātri reaģē uz likumdošanas izmaiņām, tāpēc valsts iestādēm ieteicams pastiprināt saikni ar nozares institūcijām, attīstot mehānismus, kas ļauj uzņēmumiem operatīvi informēt valsts iestādes par likumdošanas ietekmi uz tirgu.

- Datu apkopošana

Tirgus pārskatāmību varētu uzlabot arī izmaiņas pastāvošajā Centrālās Statistikas pārvaldē praksē par glabāšanas un noliktavas saimniecību nozares iekļaušanu būvniecības statistikas radītājos.

18.6 Pasažieru pārvadājumi pa jūras ceļiem

- Valsts politika ostās

Pasažieru pārvadājumu pa jūtas ceļiem aizkavē zemā ostu prioritāte šī pakalpojuma attīstībā. Valsts tiešā ietekme uz ostu darbības noteikumiem varētu veicināt pakalpojuma attīstību.

18.7 Iekšzemes ūdenstransports

- Piestātņu noma

Rīgas domes rīkotais konkurss par piestātņu nomu Daugavas krastā Rīgas centrā atstājis pozitīvu ietekmi uz konkurenci nozarē, jo ieviesis izmaiņas uzņēmumu izmaksu struktūrā, tādējādi izjaucot iepriekš pastāvošo cenu saskaņošanas tradīciju starp tirgus dalībniekiem. Tomēr patreizējā situācijā trīs centrālās piestātnes iegūtas viena uzņēmuma īpašumā. Pie tam, viena no piestātnēm netiek izmantota pakalpojumu sniegšanai. Šādā situācijā tiek ierobežotas pārējo tirgus dalībnieku iespējas sniegt pakalpojumus un līdz ar to tirgus piedāvājums. Tā rezultātā cieš patērētāji.

- Kvalitātes un drošības standarti

Patērētāju interešu aizsardzības dēļ ieteicama stingrāka drošības uzraudzība kuģīšu piestātņu vietās. Tāpat jāizskata arī drošības standarti saviesīgu pasākumu organizēšanā uz kuģiem, jo šāda veida aktivitātēm raksturīgs paaugstināts negadījumu risks.

18.8 Pasažieru pārvadājumi pa gaisa ceļiem

- Lidostas pakalpojumu atlaižu shēma

Lai nodrošinātu vienlīdzīgākus spēles apstākļus maršruta ietvaros, patreiz spēkā esošā atlaižu sistēmu ieteicams papildināt ar faktoru, kas ņem vērā pārvadāto pasažieru skaitu konkrētā maršruta ietvaros. Tāpat, Satiksmes ministrijai būtu jāpamato vai jāpārskata patreizējās atlaižu skalas ‘stāvums’ (steepness). Patreizējā shēmā atlaižu amplitūda ir ļoti plaša, taču nepamatota.

Lai veicinātu vispārēju avio nozares attīstību, nepieciešams atbalstīt arī tirgus jaunienācējus. Patreizējā atlaižu sistēma sniedz atbalstu tikai liela apjoma pārvadātājiem. Tirgū ienākšanas periodā jauni uzņēmumi nespēs uzreiz nodrošināt lielus pārvadājumu apjomus, tāpēc tiem varētu tikt piemērota īpaša atlaižu sistēma, kas sniegtu iespējas nostiprināties tirgū un sasniegt noteiktu apgrozījuma līmeni.

- Gaisa satiksmes līgumsaistības ar trešajām valstīm

Veicot lidojumus uz trešajām valstīm (t.i. ārpus ES), Latvijas valsts pieprasa paritātes līguma slēgšanas iespēju, tādējādi it kā aizstāvojot vietējos avio pārvadātājus. Šis aspekts sāpīgāk skar čarterreisu rīkotājus, jo to maršruti nereti ietver gala mērķus ārpus ES robežām, taču vietējā tirgus iespējas nodrošināt lidojumus ir ierobežotas. Tā rezultātā

čarterlidojumu cenas Latvijā saskaņā ar tirgus ekspertu sniegto informāciju ir par 30-50% augstākas nekā tuvākajās kaimiņvalstīs. Tā rezultātā cieš patērētāji.

18.9 Ūdenstransporta palīgdarbība (ostu termināli)

- Ostu darbības pārraudzība

Šobrīd ne tikai Latvijā, bet visas ES līmenī aktuāls ir jautājums par ostu pārraudzību. Latvijā ostu pārraudzība ir Satiksmes ministrijas pārziņā, kas deleģējusi tiešo uzraudzību vietējām pašvaldībām un Ministru kabinetam. Šāda modeļa ietvaros lielu lomu spēlē valsts politiskā nostāja ostu savstarpējās konkurences veicināšanā. 2006. gadā ASV ekspertu veiktajā pētījumā par Latvijas ostām pašvaldību neatkarīgā pieeja attīstības plānošanai un pastāvošā ostu savstarpējā konkurence norādīti kā negatīvi aspekti valsts kopējā ekonomiskā attīstībā. Ziņojumā norādīts, ka ‘iekšzemes’ konkurence, lai arī daudzos aspektos veselīga, var novest pie liekas pakalpojumu dublēšanās un līdzekļu izšķērdēšanas, kas varētu aizkavēt Latvijas ostu konkurētspējas celšanu starptautiskā mērogā.

18.10 Gaisa palīgdarbība

- Tirgus atvēršana

Darbības apjomu ziņā lidosta ‘Rīga’ strauji tuvojas ES noteiktajam tirgus atvēršanas sliekšnim avio pakalpojumu jomā, kas paredz gaisa pārvadājumu palīgdarbības (ground handling) tirgus atvēršanu brīvai konkurencei kā obligātu lidostās, kurās pasažieru apgrozība pārsniedz 2 milj. gadā. Līdz ar to tirgus atvēršana lidostas pakalpojumiem jau tuvākajā nākotnē varētu būt kritiska konkurences nodrošināšanā un tālākā tirgus attīstībā. Pasaulē praksē nereti tādi aviācijas pakalpojumi kā biļešu reģistrācija, bagāžas apstrāde, gaisa kuģu apkope uz perona, u.c., tiek nodrošināti brīvās konkurences apstākļos, piesaistot trešās izpildītāju puses, kas slēdz līgumus pa tiešo ar pārvadātājiem.

18.11 Tūrisms

- Saistīto nozaru regulācija

90.-to gadu beigās tika atcelta obligātā tūrisma aģentūru licencēšana, un šobrīd nozares darbību regulē patērētāju intereses aizsargājošie normatīvie. Valsts tomēr būtiski ietekmē tūrisma firmu darbību caur atsevišķām saistītām sfērām, piemēram, gaisa pavadājumu regulācija utt. Tā piemēram, tūrisma firmas pauž neapmierinātību ar ‘faktisko’ *Latcharter* monopolstāvokli neregulāro gaisa pārvadājumu tirgū. Tās vairākkārtīgi griezušās ar sūdzībām LR Satiksmes ministrijā par atļauju neizsniegšanu citu valstu neregulāro reisu nodrošinātājiem (piem., Turcijas, Tunisijas, Lietuvas).

18.12 Telekomunikācijas

- SIA Lattelecom monopolstāvoklis

Valstij ir būtiska ietekme telekomunikāciju nozarē, jo valsts politika tieši skar *SIA Lattelecom* monopolstāvokļa regulēšanu.

- Starpsavienojumu tarifi

Nozīmīga loma konkurences veicināšanā ir SPRK centieniem samazināt starpsavienojumu tarifus. Šobrīd valsts turpina pilnveidot *SIA Lattelecom* starpsavienojumu tarifu kalkulāciju metodoloģiju un cenšas nodrošināt tarifu pazemināšanos arī turpmāk, jo citās Eiropas valstīs vidējie starpsavienojumu tarifi ir līdz pat divām reizēm zemāki nekā Latvijā (EUR 0.005/minūtē).

- Numura saglabāšanas iespējas fiksēto balss pārraides pakalpojumos

Valsts centienos ietilpst panākt vienošanos par bezmaksas numura saglabāšanu, mainot operatoru, kas iespējams, piemēram, Lietuvā [6]. Tas veicinātu konkurences saasināšanos fiksēto vietējo balss pārraides pakalpojumu sfērā.

- Izeja uz starptautiskajiem komunikāciju mezgliem

Lai attīstītu starptautisko fiksēto zvanu tirgu, valstij jāturpina pazemināt izcenjumi vietējās infrastruktūras izmantošanai, jo šobrīd vietējā signāla pārraides izmaksas sastāda lielāko daļu starptautisko zvanu pašizmaksā, t.i. signāla pārraide no operatora maršrutētāja līdz abonentam ASV izmaksā lētāk nekā signāla pārraide no zvanītāja līdz operatora maršrutētājam *Lattelecom* tīklā. Lai veicinātu konkurenci nozarē, uzņēmumiem nepieciešamas alternatīvas izejas iespējas uz starptautisko trafiku. Valsts var veicināt vairumtirgotāju ienākšanu Latvijā, tādejādi paplašinot iespējas savienojumiem ar komunikāciju mezgliem pasaulē.

- Pakalpojumu ģeogrāfiskais pārklājums

Aktuāla problēma interneta tirgū, kur valsts tomēr teorētiski var iesaistīties, saistās ar konkurenci tādos Latvijas reģionos, kuros nav ekonomiski izdevīgi vilkt optiskos vadus vai citus datu nesējus. *SIA Lattelecom* nodrošina pakalpojuma pieejamību visā Latvijas teritorijā, kas arī tiek veikts dažos gadījumos, izmantojot arī starpnieku palīdzību (*Triatel* bezvadu CDMA-450 tehnoloģija). No otras puses tirgū jānodrošina konkurence un jāveicina alternatīvo operatoru iesaistīšana. Viens no risinājumiem būtu subsidēt optiskā tīkla uzbūvi un ļaut to izmantot elektronisko sakaru pakalpojumu sniedzējiem par tādu abonēšanas maksu, kas ļautu atpelnīt ieguldījumus.

- Cenu diskriminācija

Vēl viens jautājums, kuram valsts varētu pievērst uzmanību ir cenu diskriminācija starp privātām un juridiskām personām. Šobrīd tirgū pastāv ne tikai atšķirības pakalpojumu cenās, bet arī piedāvātajā klāstā dažādiem klientu segmentiem. Piemēram, *SIA Lattelecom (Apollo)* piedāvā tālruņa līnijas abonēšanu ar Interneta datu pārraides ātrumu 2/5Mbit/sek. un bezmaksas sarunu iespējām *SIA Lattekom* tīklā par LVL 13.90/16.90. Šis pakalpojums pieejams tikai privātām personām, lai arī tas būtu ļoti izdevīgs arī maziem un vidējiem uzņēmumiem.

- Dominējošā tirgus spēlētāja pozīciju saglabāšana

Valstij ir arī turpmākas iespējas būtiski ietekmēt turpmāko konkurences un pakalpojuma efektivitātes attīstību mobilo sakaru tirgū. Viena no tām ir dominējošā operatora iekārtu nodošana kopīgā izmantošanā. Šis jautājums jau tika aktualizēts *BITE* ienākšanas laikā, kad tai vēl nebija uzbūvēts savs tīkls. Šobrīd šis jautājums zaudējis aktualitāti, tomēr Eiropas valsts pieredze rāda, ka virtuālie operatori ar zemām operatīvajām izmaksām un klientu apkalpošanas modeli Internetā spējuši pazemināt tirgus tarifus līdz pat 30% un spēlē nozīmīgu lomu tirgus attīstībā. Šādu operatoru ietekme tirgū ir salīdzināma ar zemo izmaksu aviosabiedrību lomu aviācijas pakalpojumu tirgū [11]. Līgums par kopējo iekārtu izmantošanu un starpsavienojumu tarifikāciju var tikt organizēts arī garantēto vairuma atlaižu veidā, kas dotu jaunienācējiem iespējas būtiski samazināt pakalpojumu pašizmaksu līdz ar pieaugumu apjomos.