

**VILNIAUS UNIVERSITETAS
KAUNO HUMANITARINIS FAKULTETAS**

VERSLO EKONOMIKOS IR VADYBOS KATEDRA

Verslo vadybos ir administravimo studijų programa
Kodas 62103S101

MINGAUDĖ KIELIENĖ

MAGISTRO BAIGIAMASIS DARBAS

**KELEIVIŲ PERVEŽIMO PASLAUGŲ ANALIZĖ
LOGISTINIŲ POŽIŪRIU**

Kaunas 2006

**VILNIAUS UNIVERSITETAS
KAUNO HUMANITARINIS FAKULTETAS**

VERSLO EKONOMIKOS IR VADYBOS KATEDRA

MINGAUDĖ KIELIENĖ

MAGISTRO BAIGIAMASIS DARBAS

**KELEIVIŲ PERVEŽIMO PASLAUGŲ ANALIZĖ
LOGISTINIŲ POŽIŪRIU**

Darbo vadovas _____
(parašas)

(darbo vadovo mokslo laipsnis,
mokslo pedagoginis vardas,
vardas ir pavardė)

Magistrantas _____
(parašas)

Darbo įteikimo data _____

Registracijos Nr. _____

Kaunas 2006

TURINYS

LENTELIŲ IR PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS	3
SANTRUMPŲ SĄRAŠAS.....	3
ĮVADAS.....	4
1.PASLAUGŲ LOGISTIKOS ESMĖ IR PASKIRTIS.....	6
1.1.Logistikos samprata ir tikslai.....	6
1.2.Logistikos tikslai ir produkto prigimtis.....	12
1.3.Logistinė pagrindinių transporto rūšių prigimtis.....	15
2.LOGISTIKOS METODŲ PRITAIKYMAS KELEIVIŲ PERVEŽIME.....	21
2.1. Logistikos taikymo galimybės.....	21
2.2.Logistikos sistema įmonėje.....	26
3.UAB „KAUTRA“ LOGISTIKOS PASLAUGŲ VYSTYMO KRYPTYS.....	31
3.1. Keleivių aptarnavimas.....	31
3.2. Informacinės sistemos būtinumas.....	36
3.3. Maršruto vystymas.....	37
4.TEIKIAMŲ PASLAUGŲ VYSTYMAS, NAUDOJANTIS LOGISTINIAIS METODAIS....	43
IŠVADOS.....	52
LITERATŪRA.....	53
1 PRIEDAS Anketa.....	57
2 PRIEDAS Apklauso rezultatai.....	59

SANTRUMPŲ SĄRAŠAS

GS – terminas apibūdinantis vis didėjantį pinigų srautą, išleidžiamą transportavimui, mažinant sandėlius ir reikalaujant vis tikslesnio pristatymo.

3PL – logistikos partneris; pervežimo paslaugas teikianti bendrovė, vadinamasis logistikos tarpininkas, atlieka kompleksines logistikos funkcijas.

IS - informacinė sistema.

GBP – Anglijos svarai sterlingų

LENTELIŲ SĄRAŠAS

1 lentelė Pagrindinių keleivių pervežimo rūšių privalumai ir trūkumai.....	18
2 lentelė Pagrindiniai konkurentai maršrute Vilnius-Londonas.....	40
3 lentelė Tarptautinis keleivių vežimas autobusais.....	40
4 lentelė Tarptautinis keleivių vežimas UAB „Kautra“ autobusais.....	41

PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

1 pav. Logistikos samprata	6
2 pav. Logistikos skirstymas	7
3 pav. Logistikos funkcijų grandinė.....	10
4 pav. Informacijos valdymo lygiai.....	12
5 pav. Keleivių pervežimo logistikos funkcijų grandinė	27
6 pav. Partnerio parinkimo grandinė.....	35
7 pav. Maršruto paskirstymas.....	37
8 pav. Išvykimo laiko pasiskirstymas.....	45
9 pav. Vykimo dažnio pasiskirstymas.....	45
10 pav. Vykimo tikslo pasiskirstymas.....	46
11 pav. Kelionės pasirinkimo pasiskirstymas.....	47
12 pav. Tikėtino kelionės būdo pasiskirstymas.....	47
13 pav. Kelionės tikslo nepasiekimo priežasčių pasiskirstymas.....	48
14 pav. Pageidaujamos informacijos pasiskirstymas.....	49
15 pav. Informacijos paskirstymo tinklas.....	50

IVADAS

Lietuvai pasirinkus integravimosi į Europos bendriją kelią sumažėjo keleivių pervežime egzistuojančios kliūtys, kas sąlygojo būtinybę mažinti pateikiamos paslaugos kainą, bei didinti kokybę. Tai reikalauja didesnio paskirstymo vadybos indėlio, ypatingai informacijos paskirstymo. Keleivių pervežime tiesiogiai perkamų prekių kaina sudaro santykinai nedidelę dalį. Kai kurie šių kaštų yra sunkiai nusakomi, todėl šiame darbe bus paliečiami „nematomi“ faktoriai. Tai yra, reikia įvertinti ne konkrečiais kaštais nusakomus veiksmus, jų paskirstymą, indėlį į tam tikros paslaugos, taip pat bendro paslaugų portfelio optimizavimą.

Žinoma, kad ateityje kompanijų vadovai reikalaus mažinti kaštus ir laiką, reikalingą paslaugos suteikimui. Ir turizme aktualiausias yra laikas, kadangi paslaugos suteikimą labai sąlygoja politinė situacija srityje viduje ir už jos ribų, konkurentų, naujų vardų atsiradimas, technikos naujovių atsiradimas (šiuo atveju – automobilių transporto išradimai) ir kt. Praeityje buvo galima prognozuoti reikiamą suteikti tam tikros paslaugos kiekį, bei tam ramiai pasiruošti mažinant/didinant apimtį, kokybę, šiandien nuo paslaugos sukūrimo iki jos pateikimo ir realizacijos laikas sumažėjo iki minimumo. Todėl kiekvienas veiksmas privalo būti peržiūrėtas bei rasti keliai ir būdai kainos, informacijos, kontrolės, aptarnavimo kokybės optimizavimui ir suderinimui.

Temos aktualumas. Lietuvoje logistikos principai taikomi palyginus neseniai, todėl keleivių pervežime dar nėra kreipiamas dėmesys į vientisą sistemą, kuri vienodai gerai atitiktų logistikos principus – reikiamu laiku reikiamoje vietoje. Taip pat būtų galima pridėti reikiamu kiekiu, ne tik paslaugos, bet ir informacijos.

Pagal šiuolaikinius apibrėžimus logistikos misija – gauti reikalingas prekes ar paslaugas reikiamu laiku į reikiamą vietą su didžiausia firmai nauda. Tačiau didėjant konkurencijai ir teikiamų paslaugų kiekiui bei kokybei, logistika aktualu pritaikyti ne tik gamybos sferoje. Kol paslauga pasiekia vartotoją praeinama nemažai etapų, kuriuose pritaikius logistikos principus galima taupyti laiką bei pinigus.

Būtent keleivių pervežime mažinti kaštus galima iki klientui pasirenkant paslaugą (srityje, kurios pirkėjas nemato), tolesnis kaštų taupymas gali tiesiogiai veikti klientų srautus. Todėl paslaugos kūrimas ir organizavimas tampa ta sritimi, kurioje galima minimalizuoti išlaidas: tiek tiesiogiai, stengiantis iš tiekėjų išgauti palankesnes priemonių pirkimų sąlygas, tiek netiesiogiai, mažinant paslaugos pateikimo proceso kaštus.

Darbo tikslas – atlikti logistinės sistemos įmonėje dalių analizę, ją pritaikyti teikiant keleivių pervežimo paslaugas ir išsiaiškinti klientų pasirinkimą lemiančius veiksnius.

Darbo uždaviniai:

- išsiaiškinti teorines logistikos sistemos dalis,

- kurias galima pritaikyti teikiant keleivių pervežimo paslaugas,
- palyginti pervežimo transporto tinkamumą teikiant krovinių ir keleivių pervežimo paslaugas,
- pritaikyti tinkančias logistikos sistemos dalis UAB „Kautra“ vykdomoje veikloje,
- atskleisti keleivių pervežimo logistikos įtaką paslaugų teikime.

Darbo objektas – įmonės, teikiančios tarptautines keleivių pervežimo paslaugas.

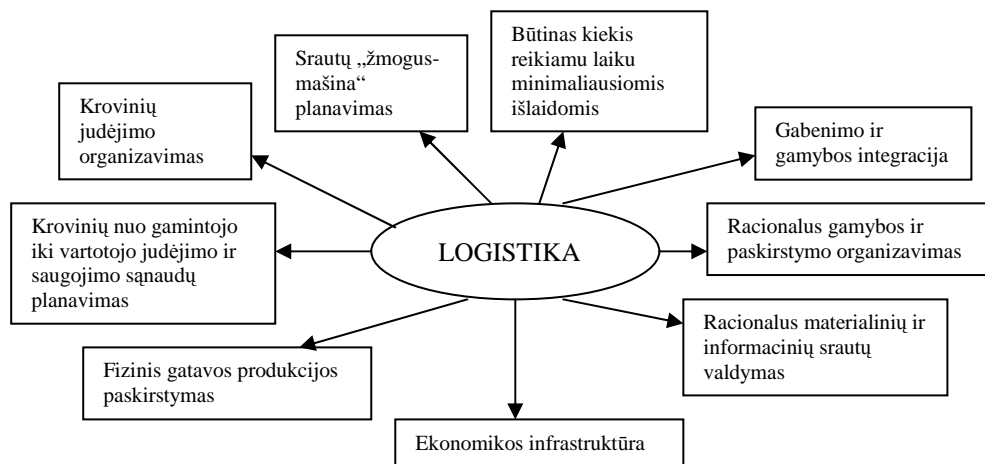
Darbo metodai – aprašomoji ir lyginamoji mokslinės literatūros ir statistinių duomenų analizė, stebėjimas, apklausa, duomenų rinkimas, jų sisteminimas ir analizė.

Tam, kad praktinėje darbo dalyje neapkrauti paveikslėlių pasikartojančia informacija nebus nurodomas autorės indėlis sudarant tuos paveikslėlius ar lentelės. Tuo pačiu, pabrėžiu, kad visi paveikslai ar lentelės yra sudaryti autorės, išskyrus tuos, kurių autorystė nurodyta kitaip.

1.PASLAUGŲ LOGISTIKOS ESMĖ IR PASKIRTIS

1.1. Logistikos samprata ir tikslai

Labai dažnai logistika yra tapatinama su prekių judėjimu ir sandėliavimu. Kitaip sakant, logistika yra suprantama kaip fizinis paskirstymas. Tačiau pats terminas logistika turi kur kas platesnę reikšmę. Tiek užsienio, tiek ir lietuvių ekonominė ir vadybinė literatūra pateikia labai įvairias logistikos sampratas (žr. 1 pav.).



Šaltinis: Garalis A. (2003) 121p.

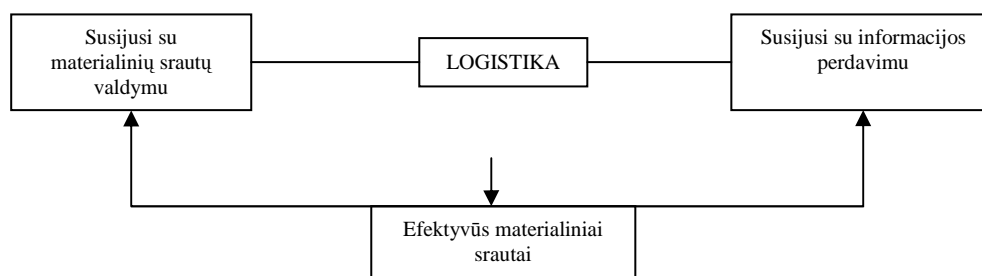
1 pav. Logistikos samprata

Logistikos rinka apima daug įvairių tarpusavyje susijusių įmonių. Jų veiklos koordinavimas bei savitarpio kooperacija yra sudėtingas ir diversifikuotas reiškinys. Efektyvios informacijos logistikos sistemos išvystymas priklauso nuo įmonių integracijos ir bendradarbiavimo supratimo. Vienas iš tokios integracijos logistikos procese tikslų yra pasikeitimas duomenimis. „Įmonės turi įvairias informacijos talpinimo bei apdorojimo sistemas. Skirtingi informacijos perdavimo ir archyvavimo metodai dažnai sukuria sunkumus tarp žmonių, o informacija gali būti perduota su klaidomis. Todėl svarbi yra informacijos logistikos integracija“ (Srinivasa R. P.; Swarup S. (2001) *Business intelligence and logistics*).

Lietuvių literatūroje yra siūloma logistikos apibrėžimus skirti į dvi grupes susijusias su:

- materialinių srautų valdymu gamybos ir apyvartos sferoje,
- naujų galimybių paieška didinant materialinių srautų efektyvumą.

Kitaip tariant, logistiką galima pateikti kaip integruotą materialinių ir informacinių srautų perdavimą siekiant efektyvaus materialinių srautų valdymo (2pav).



Šaltinis: pagal Minalga R. (2001) 37psl.

2 pav. Logistikos skirstymas

Pagrindiniai logistikos tikslai yra pristatymo trukmė, patikimumas, lankstumas ir jo kokybė. Prekės turi būti pristatomos laiku, sutartys taip pat turi būti įvykdytos. Labai svarbu, ar laikomasi pristatymo terminų. Pristatymo lankstumas rodo, kaip sugebama prisitaikyti prie nuolat kintančių rinkos sąlygų tenkinant vartotojų norus ir poreikius (t.y., pirkimo kiekis, trukmė, įpakavimas, persiuntimas, bendradarbiavimas, išorinė aplinka). Logistikoje kokybė apima produkto/paslaugos kokybę, taip pat užsakymo atitikimą pervežtų prekių rūšiai, kiekiui bei būklei. Svarbu stebėti visus šiuos logistikos/prekių pristatymo tikslus, nes jų nesilaikant, pastebima neigiama klientų reakcija, sąlygojanti netinkamą informacijos judėjimą.

Teikiant paslaugas sumažėja sistemos įtakojamos sritys. Šiuo atveju galima nagrinėti informacijos srautų įtakas. Pagrindine sritis išlieka informacijos perdavimas tiek parenkant naujas paslaugos rūšis, tiek aptarnaujant jau esančius pasirinkimus.

Paskutiniaisiais dešimtmečiais firmos, pasitelkdamos logistiką, surado gerus verslo sprendimus. Tokia veikla labai aktuali Lietuvos įmonėms, kuriose vyrauja nesuderinti, neišspręsti logistikos procesai, nėra susisteminto požiūrio į tai. Įmonėse pradedami kurti atskiri poskyriai, tačiau išlieka didelio praktinio patyrimo problema. Paskirstant produktus dažnai pasitelkiama logistikos sąvoka. Tyrimai rodo, kad logistikos kaštai sudaro 20-30 proc. produkto vieneto išlaidų (Palšaitis R. (2000) *Tranzito ir logistikos plėtros problemos Lietuvoje*).

Verslo logistika, apimdama ne vien transporto sferą (prekių pervežimą), naudoja skaičiavimo ir mąstymo meną; tai praktinė ir mokslinė veikla, sprendžianti uždavinius, susijusius su transporto judėjimu šalyje; tarptautinė logistika apima globalias sritis.

Visas logistinės veiklos rūšis pagal funkcijas (kartu ir su kiekviena iš jų susijusius sprendimus) galima suskirstyti į pagrindines ir pagalbines (Palšaitis R. 2005., 15 psl) .

Pagrindinės veiklos rūšys (Palšaitis R. 2005., 15 psl):

1. Vartotojo aptarnavimo politika ir standartai;
2. Užsakymų tvarkymas;
3. Atsargų valdymas;

4. Transportavimas;
5. Sandėliavimas.

Pagalbinės veiklos rūšys (Palšaitis R. 2005., 15 psl):

1. Informacijos apdorojimas ir tvarkymas;
2. Paklausos prognozavimas;
3. Gamybos ir sandėlių vietos parinkimas;
4. Medžiagų tvarkymas;
5. Apsirūpinimas (įsigijimas);
6. Atsarginių detalių tiekimas ir klientų posandorinio aptarnavimo užtikrinimas;
7. pakavimas;
8. Gamybos atliekų tvarkymas;
9. Gražintų produktų tvarkymas.

Vartotojų aptarnavimas – grandis, sujungianti visas veiklos sritis. Geras aptarnavimas, kai kliento norai yra patenkinami visiškai arba iš dalies. Nuo logistinės sistemos funkcionavimo priklauso, ar klientas gaus tikimąsi informaciją, gaminį ar paslaugą tinkamu laiku ir norima kaina. Taigi vartotojų aptarnavimas susijęs su intergruota logistikos sistema.

Teikiant paslaugas ypač aktuali keleivių aptarnavimo veikla. Vartotojai dažnai pasirenka paslaugos teikėją atsižvelgdami tik į aptarnavimo lygį, todėl šią dalį įmonės, teikiančios paslaugas, turėtų akcentuoti ir skatinti darbuotojus didinti aptarnavimo efektyvumą.

Užsakymų tvarkymą galima skirstyti į tris lygius:

- operatyviniai elementai – informacijos teikimas, užsakymo preliminarus priėmimas, derinimas ir kt.
- komunikaciniai elementai – užsakymo patvirtinimas, produkto/paslaugos radimas, klaidų taisymas ir kt.
- atsiskaitymas už paslaugą/ produktą.

Šis etapas lemia klientų aptarnavimo lygį. Pažangios informacinės sistemos didina užsakymų apdorojimą ir greitį, taip taupydamos lėšas kitoms veikloms sritims. Užsakant prekes lengviau pasirinkti būsimą tiekėją, nes galima derinti tam tikras technines charakteristikas, spalvą ir pan., perkant paslaugas labiau remiamasi bendru supratimu arba asmeniniu įsivaizdavimu, kas pakankamai subjektyvu. Todėl daug sunkiau suderinti užsakymą taip, kad klientas būtų informuotas apie būsimą paslaugą, tačiau neparodyti laukiamos situacijos per daug niūriai, dėl ko vartotojas pasirinktų kitą teikėją. Tuo pačiu nereikia teikti per daug didelių lūkesčių, kad klientas neatsisakytų paslaugos. Šiuo atveju, nėra bendrų parametrų, norint įvertinti būsimą paslaugą, kas sukelia didžiausią neuztikrintumą.

Atsargų valdymas ypač svarbus krovinių pervežimo kompanijoms. Kadangi investuojant pinigus į žaliavas jų negalima naudoti kitur, todėl turi būti saugomas minimalus atsargų kiekis, tačiau garantuojant, kad jų neprietrūks. Paslaugų teikėjams tai aktualu tik labai maža dalimi, kuomet reikia spręsti, ar teikti didesnę kiekį tam tikros paslaugos, ar geriau papildomiems klientams siūlyti kitus variantus, ar jų visiškai atsisakyti.

Transportavimas – vienas svarbiausių logistinės sistemos dalių, produkcijai priskirianti laiko ir vietos vertę. Ši veikla apima transporto rūšies parinkimą, produktų judėjimo valdymą, maršruto nustatymą, vežėjo parinkimą, įstatymų laikymąsi ir kt.

Transportavimo išlaidos dažnai sudaro didžiausią dalį, lyginant su kitomis išlaidomis. Įmonės, teikiančios keleivių aptarnavimo paslaugas, gali tarpusavyje konkuruoti tik papildomomis paslaugomis ar dažniau keičiant transportavimo priemones, nes kuro išlaidos yra vienodos.

Sandėliavimas. Ši veikla susijusi su vietos ir atsargų valdymu. Kuo daugiau atsargų sukaupiama, tuo didesni plotai skiriami joms saugoti. Būtina suplanuoti sandėlių išdėstymą, prekių išdėstymą juose, apsaugą, personalo kiekį, apmokymus ir kt. Ši sritis aktuali tik prekybinėms-gamybinėms įmonėms, paslaugų teikėjams nereikalingi atsargų saugojimo plotai, nereikia užtikrinti paslaugų saugojimo normatyvų.

Informacijos apdorojimas tiesiogiai susijęs su konkurencinio pranašumo įgijimu. Turi būti užmegzti efektyvūs informacijos srautai tarp:

- įmonės tiekėjų ir klientų,
- pačios įmonės viduje tarp stambiausių funkcinų padalinių,
- įmonės viduje tarp atskirų veiklos sričių.

Būtina užtikrinti saitus tarp viso logistinio proceso ir įmonės klientų.

Paklausos prognozavimas – klientų pageidaujamo produktų, paslaugų kiekis ateityje. Kuo tiksliau nustatoma būsima paklausa, tuo mažiau išaldoma lėšų, sumažinamas sandėlių skaičius, nustatomi produkcijos pateikimo terminai, pardavimo strategija ir kt. Ši dalis ypač svarbi teikiant paslaugas, kadangi reikia iš anksto numatyti būsimą paklausą ir parinkti jos patenkinimo būdą. Padarius neteisingą sprendimą bus patiriami nuostoliai, nes paslauga gali būti pateikta tik reikalingu momentu, jos negalima atidėti ateičiai.

Gamyklos ir sandėlių vietų parinkimas svarbus numatant, kokios priemonės bus nuomojamos, ką verta įsigyti patiems, kaip išdėstyti gamyklas, kad būtų galima pagerinti klientų aptarnavimą.

Pasirinkimą dažnai nulemia būsimų rinkų nustatymas ir pasirinkimas: kas pigiau - rinktis gamyklą būsimoje rinkoje ar pristatinti produkciją iš atokesnių gamyklų.

Medžiagų tvarkymas apima visas gamyboje naudojamas medžiagas: pusfabrikačius, nebaigtą produkciją, pagamintą produkciją. Medžiagų tvarkymas turi būti minimalus, kadangi

vertės būsimam produktui šis etapas neprideda, tačiau patiriamos išlaidos. Pasirinkus gerą medžiagų tvarkymo sistemą galima sumažinti išlaidas atsargoms.

Apsirūpinimo sferai priskiriama medžiagų įsigijimas, paslaugų teikimas. Reikia subalansuoti visą aprūpinimo sistemą, tiekimo šaltinius, produktų kokybę, kontrolę bei kita.

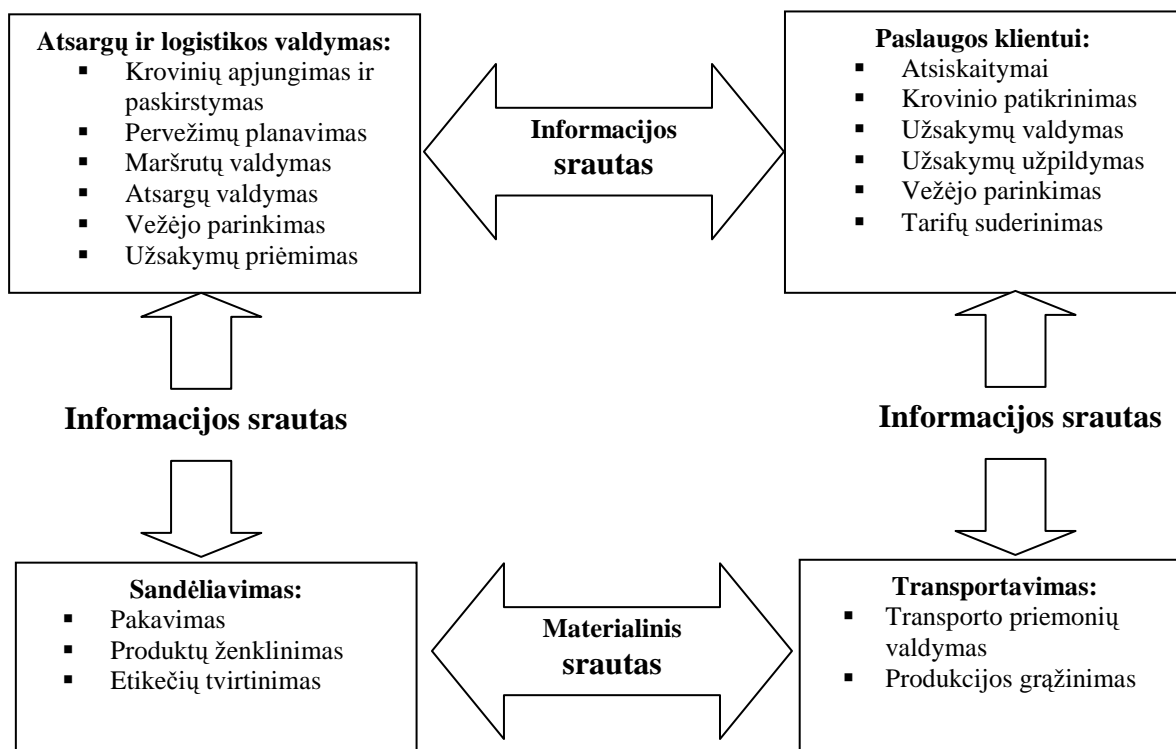
Atsarginių detalių tiekimas ir klientų posandorinis aptarnavimas reikalauja užtikrinti gaminio remontą, atsarginių dalių tiekimą po pabaigto sandorio.

Pakavimas apsaugo gaminį nuo pažeidimų ir leidžia lengviau sandėliuoti, transportuoti gaminius.

Gamybos atliekų tvarkymas užtikrina transportavimą į perdirbimo vietas ar tam pritaikytus šiukšlynus.

Gražintų prekių tvarkymas. Dažnai įmonėms sunku derinti gražintų prekių tvarkymą, kadangi tai yra visiškai skirtinga sistemos dalis nei įprasta įmonėje. Šios išlaidos gali būti daug didesnės nei transportuojant įprastu maršrutu.

Aprašant logistikos funkcijas lengviausiai jas suskirstyti i keturias dalis:



Šaltinis: sudaryta autoriaus pagal Supply chain executive board (2001) 3PL selection and implementation.

3 pav. Logistikos funkcijų grandinė

Pagrindinis logistikos uždavinys išreiškiamas taip:

„reikiamas produktas, reikiamu laiku, reikiamoje vietoje“. Jei marketingo pagrindinis tikslas yra paklausos kūrimas, tuomet logistikos – tos paklausos patenkinimas. Mano nagrinėjamu atveju tai būtų: „reikiama paslauga, reikiamu laiku, vykstanti į reikiamą vietą“.

Logistikos pagalba sprendžiamus uždavinius galima priskirti taktiniams ir strateginiams veiksams:

- fizinių srautų optimizavimas;
- įmonės konkurencijos didinimas.

Galima teigti, kad logistika egzistuoja visose valdymo operacijose, kurios kartojasi daug kartų, kol gaunamas galutinis produktas.

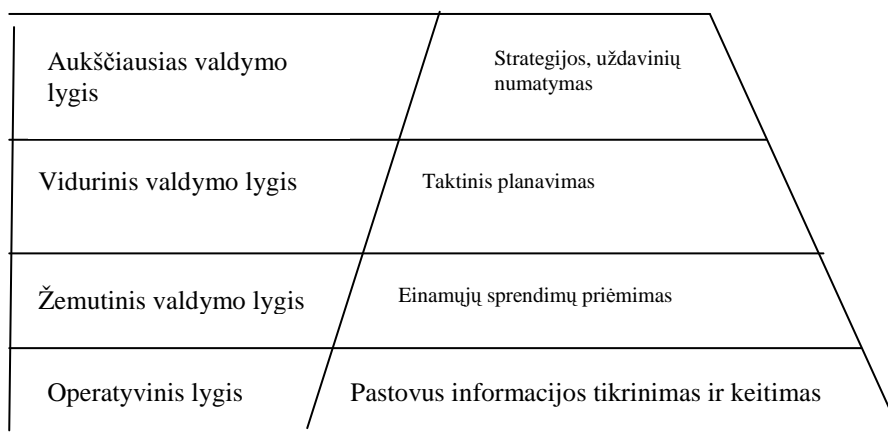
Negalima sukurti produkto neišsiaiškinus jo atskirų gamybos veiksmų ir nematant poveikio kitoms proceso dalims. Prasta aptarnavimo kokybė lemia didesnius veiklos kaštus. Todėl kuriant optimalią sistemą reikia suformuoti efektyvų veiklos tinklą, numatyti jo planavimą bei kontrolę.

Viena iš verslo logistikos sistemos dalių yra produktų srautų judėjimas ir saugojimas, šalia kurio privalo egzistuoti informacijos tinklas, veikiantis perduodant informaciją tarp partnerių. Šie du tinklai glaudžiai susiję ir užtikrina efektyvią įmonės veiklą.

Valdymo informacinė sistema apima žmonių darbą ir mašinų sistemą, naudojančią programinę įrangą, fizinį darbą, valdymo ir sprendimų modelius, duomenų bazes ir kt. Šią sistemą И.И.БАЖИИ (2000) suskirstė į 4 grupes:

- Žemiausias – operatyvinis lygis reguliuoja patvirtinimus, sandėrius, t.y. užsakymų priėmimas, vykdymas, tikrinimas. Tai gali būti įvairūs paklausimai dėl reisų vykimų, kainų, laisvų vietų skaičiaus ir kt. Dažniausiai naudojama sistemos dalis, kurioje labai svarbu informacijos pateikimo ir gavimo greitis.
- Žemutinis valdymo lygis – informacija reikalinga vadybininkams, sprendžiantiems autobuso parinkimo, papildomų reisų vykimo sąlygas. Tai gali būti kasdieninės ataskaitos (informacija yra stabilesnė).
- Vidurinis valdymo lygis papildo prieš tai buvusius lygius. Turima informacija tikrinama retai, keletą kartų per metus. Tai taktinis sezoniškumo, pasikeitusios ekonominės ar politinės situacijos planavimas, transporto panaudojimo, atnaujinimo problemos ir pan.
- Aukščiausias valdymo lygis - tai vyriausių vadovų strateginis planavimas, kuris apima įmonės tikslus, strategijos numatymą, uždavinius, bendrą logistinės sistemos funkcionavimą. Informacinė sistema naudojama labai retai ir informacijos gavimo greitis nėra didelis.

Visi lygiai yra glaudžiai tarpusavyje susiję ir sunkiausia prijungti papildomai įvestas sistemas.



4 pav. Informacijos valdymo lygiai

Logistikos informacinė sistema yra valdymo sistemos dalis. Kuriant logistinę informacinę sistemą būtina atsižvelgti į klientų poreikių tyrimus, darbo standartus, įmonės galimybes,

Galima teigti, kad logistika yra mokslinės ir praktinės veiklos dalis, kurios pagrindai skirti pagrįsti žaliavų/ prekių judėjimo, parinkimo, pristatymo metodus, tačiau tuos pačius principus taip pat galima taikyti ir teikiant paslaugas. Paslaugų teikėjui aktualios logistikos sritys: keleivių aptarnavimas, transportavimas ir informacijos valdymas.

1.2. Logistikos tikslai ir produkto prigimtis

Logistikos sistemos organizavimą galima apibūdinti kaip logistikos veiksnių suderinimą laiko ir erdvės atžvilgiu, t.y. numatomi darbai įmonės tikslų pasiekimui, priskiriami vykdytojai, numatomas darbų atlikimo laikas, biudžetas, finansavimo šaltiniai.

Galima teigti, kad logistika nesiskiria nuo kitų įmonės funkcijų vykdymo. Funkcijų svarbumas priklauso nuo įmonės pasirinktos veiklos strategijos. Logistikos organizavimas reikalauja specifinių žinių, todėl reikalingi darbuotojai, išmanantys mokesčius, teisę, muitus ir kt. Dėl šios priežasties logistikos organizavimas dažnai patikimas trečiosioms įmonėms.

Įmonė patenkina pirkėjų poreikius, siūlydama jam savo produktą. Kuriant logistinę sistemą reikia žinoti, kam skirtas galutinis produktas. Jei siūlomas produktas yra paslauga, pirkėjas atkreipia dėmesį į patogumą, kokybę, tikslingumą. Produktai yra klasifikuojami į vartojimo ir gamybines prekes. Gamybinės prekės skirtos tolesniam perdirbimui, vartojimo prekės tiekiamos galutiniam vartotojui. Keleivių pervežimo paslaugas galima prilyginti vartojimo prekėms, nes paslauga

teikiama tiesiai galutiniam vartotojui. Šias paslaugas galima suskirstyti pagal vartojimo prekių kategorijas:

- Pirmo būtinumo; jas vartotojas perka nesirinkdamas, dažnai. Tai galėtų būti netolimų atstumų reisai, kuomet keleivis nelabai kreipia dėmesį į pervežimo kokybę, transporto priemonės naujumą. Svarbiausias dalykas – pasiekti reikiamą tašką.
- Patogumo; vartotojas renkasi prekes pamąstęs, lygindamas kokybę ir kainas. Tam priskirčiau tolimųjų maršrutų pervežimus, kai keleivis renkasi vežėją, autobusų kokybę. Tikslas – patogiai pasiekti reikiamą tašką.
- Prabangos; šių prekių įsigijimui vartotojas įdeda daug pastangų, rinkdamasis ne tik prekę, bet dažnai ir gamintoją. Tai išskirtinių kelionių organizavimas.

Nagrinėjant visą logistikos sistemą neįmanoma atskirti atskirų sistemos komponentų, kadangi jie sudaro tos sistemos dalis. Būtina sukurti informacijos keitimosi sistemą, kuri valdytų turimas atsargas, numatomus užsakymus ir kt. Tai yra, būtina sukurti kiekvieno momento situacijos kontrolę.

Pats transportavimas nėra visa logistikos sistema. Jį būtina sieti su sandėliavimu, produkcijos priežiūra, saugojimu, t.y transportavimą vertinti kaip funkcinę sistemos dalį. Tai ypač svarbu keleivių pervežime, kuomet net vykstant pačiam transportavimo procesui lygiagrečiai reikia vykdyti klientų aptarnavimą. Tiekiant prekes vykstant transportavimui užtenka tik informacijos apie prekių buvimo lygį.

Norint sukurti lanksčią sistemą įmonės turi įtraukti daug tiekimo vertinimo kriterijų:

- Rasti galimybę perkelti produktus tarp įrengimų, gamyklų, naudojant daugumos produktų kaitaliojimąsi ir pagrindines dalis, taip pat darbuotojų perėjimą nuo vieno technologinio proceso prie kito. Vykstant gamybai reikia stebėti situaciją rinkoje ir greitai perorientuoti gamybą, gaminant paklausesnes prekes. Todėl ir pirminiai produktai, ir darbuotojų sugebėjimai turi būti universalūs.
- Reikia optimizuoti sutampančius procesus tiek gamyboje, tiek paskirstyme. Numatant rinką galima taikyti masto ekonomijos efektą, pagaminant daugiau vienodų prekių, jas paskirstant.
- Planuoti produktus ir procesus su didžiausias atidėjimais, naudojant aprūpinimo grandines. Projektuojant būsimą paklausą nustatyti reikiamą rinkai prekių kiekį, tačiau jį gaminti kiek galima vėliau, taip sutaupant sandėliavimo vietą ir mažinant rinkos svyravimo pokyčių riziką.
- Suderinti tiekimo strategiją su aprūpinimo galimybėmis.

Šie principai ne tik padeda tampriai suderinti tiekimo ir realizavimo taškus, tačiau leidžia reaguoti į besikeičiančius kasdienes vartotojų poreikius. Atsiradus galimybei naudoti

pusfabrikačius įmonėms lengviau juos saugoti, užimant mažesnio dydžio sandėlius, nekreipiant didelio dėmesio į pakavimą. Naudojant tokius produktus greičiau vyksta paskutiniai gamybos etapai ir galima tampriau sąveikauti esamoje rinkoje.

Teikiant keleivių pervežimo paslaugas šiuos principus įgyvendinti sunkiau, kadangi maršrutai numatomi iš anksto ir juos keisti užima daug laiko. Tačiau šiek tiek galima sąveikauti rinkoje, reaguojant į pasikeitusį sezoną, keleivių poreikius, net mados dalykus.

Keleivių pervežimas – viena iš pervežimo veiklos rūšių, skirta vartotojų poreikių patenkinimui; jai būdinga tai, kad veiklai užtikrinti reikalingi technologiniai, informaciniai, ekonominiai, teisiniai ir resursiniai aprūpinimai. Tai ne tik pats pervežimo procesas, bet ir bet kuris veiksmas, tiesiogiai nepriskiriamas pervežimo procesui, bet susijęs su jo paruošimu ar vykdymu.

Šioms keleivių pervežimo paslaugoms galima priskirti:

- Keleivių, keleivių bagažo vežimą;
- Keleivių bagažo krovimo paslaugas;
- Keleivių bagažo saugojimo paslaugas;
- Paslaugas keleiviams pervežimo metu;
- Transporto priemonių paruošimą darbui;
- Išankstines paslaugas (informaciją, bilietų platinimą, draudimą ir kt).

Augant ekonomikai, šalių susivienijimams, keleivių pervežimas turi tendenciją augti arba stabilizuoti. Tokia situacija būdinga daugeliui šalių.

Galima išskirti dvi pervežimo organizavimo kryptis:

- Paslaugos pritaikomos specifiniams vartotojų reikalavimams;
- Paklausa formuojama norint pelningiau realizuoti teikiamas paslaugas.

Abiejų krypčių užtikrinimui reikalinga sukurta infrastruktūra. Logistika apima visas paslaugų sąvokas: kiekį, laiką, vietą, kokybę, kainą. Kuo geriau patenkinami vartotojų poreikiai, tuo lengviau pasiekiami verslo tikslai.

Galima skirti tris verslo modelius, kuriuose pritaikoma logistika (Sheffi Yossi and Closs David J.(2006) Supply Chain Resilience):

- Pigiausias paklausos patenkinimo ieškojimas: yra prekė ir ieškomas pigiausias pristatymo būdas. Tai labiausiai apsunkinantis verslą būdas, kadangi siūlant mažesnę kainą kenčia kokybė. Įmonės, uždirdamos minimalų pelną, neinvestuoja į inovacijas ir stabdo informacijos keitimąsi. Teikiant keleivių pervežimo paslaugas šią dalį užima nelegalūs pervežėjai, kuriuos domina trumpalaikis pelnas, neinvestuojant į transporto priemonių kokybę, keleivių draudimą, reklamą.
- Pasiūlos patenkinimo ieškojimas: pristatymo būdui ieškoma prekės. „Toks“ žingsnis ne visada atspindi vartotojų poreikius ir pasirinkus netinkamą maršrutą patiriami

nuostoliai. Kaip pavyzdys galėtų būti UAB „Kautra“ reisas Kaunas- ST. Peterburgas: reisas gyvavo 1,5m., kadangi keleivių buvo ypač mažai ir reisas patyrė tik nuostolius. Tuo tarpu „Ecolines“ tinklas pasirinko reisą Kaunas – Maskva, kuris gyvuoja keletą metų ir pradėjo duoti pelną po pirmų metų (vidutiniškai maršrutas turėtų tapti pelningas po 2,5m.).

- Pasiūlos ir paklausos patenkinimas: efektyviausias būdas, norint užtikrinti pelningą įmonės veiklą. Dažniausiai tai pasiekama kooperuojantis keliems vežėjams. Teikiant keleivių pervežimo paslaugas optimizuojami pervežimo maršrutai, kuriant tinklus, t.y. suteikiant keleiviui galimybę sužinoti atskirus tinkančius maršrutus ir jais naudotis. Taip parenkama pigiausias pervežimo kaštų, informacijos sklaidos būdas ir siūloma daugiau galutinių taškų, t.y. vartotojas turi didesnę pasirinkimą.

Paskutiniame scenarijuje būtinas pastovus informacijos keitimasis, būtina investuoti į technologijas ir sukurti bendrą visos informacijos pratekamumą. Tokios sistemos turi būti pasiekiamos visiems sistemos dalyviams, lanksčios ir užtikrinančios stabilumą. Naudojant šiuolaikines technologijas šis stabilumas užtikrinamas, įdedant daug priežiūros ir pastangų.

Pagrindinis keleivių pervežimo autobusais tikslas – saugus, patogus, efektyvus keleivių vežimas, siekiant užtikrinti gerą aptarnavimą.

Galima teigti, kad paslaugas prilyginus prekėms gaunamas pagrindinis logistikos sistemos kūrimo principas: minimaliomis išlaidomis gauti maksimalų pelną, pritaikant prekių pasiūlą pagal klientų pageidavimą. Galima naudoti 3 modelius: pigiausias paklausos patenkinimo ieškojimas, pasiūlos patenkinimo ieškojimas, pasiūlos ir paklausos patenkinimas.

1.3. Logistinė pagrindinių transporto rūšių prigimtis

Norėčiau išskirti pagrindines transporto rūšis: geležinkelių, oro, automobilių ir vandens transportą. Skirtingos visų struktūros gali užtikrinti skirtingos kokybės transportavimo paslaugas.

Iš bet kokių statistinių duomenų matome, kad Lietuvoje nėra intensyviai naudojamasi geležinkeliu, taip pat vandens transporto paslaugomis. Kroviniai pervežami daugiausia šiuo transportu, tačiau keleiviai mieliau renkasi automobilius arba oro linijas.

Geležinkelio sistemą galima pavadinti „natūralia monopolija“, kadangi įsikūrimui reikalingos didelės lėšos ir, aišku, valstybės rėmimas. Remiantis G.Kancerevičiumi (2005) galima teigti, kad mažinant tarifus galima didinti keleivių skaičių, taip sukuriant precedentą pelno augimui. Didelę geležinkelio išlaidų dalį sudaro pastovios išlaidos, todėl ekonomiškai naudinga neturėti daug geležinkelio transporto įmonių arba joms jungtis į blokus. Tačiau būtina naudoti valstybinį

reguliuojama, kad monopolininkas nenustatytų nepagrįstų transportavimo tarifų. Geležinkelio transportą naudinga naudoti didelių krovinių vežimui ilgais nuotoliais. Vienintelis minusas – blogas pasiekiamumas. Tokiu atveju reikia naudotis papildomų vežėjų paslaugomis, nors tai užtesia transportavimo laiką bei padidina kainą.

Europoje išvystytas keleivių pervežimo geležinkelių tinklas, siūlomos nuolaidos, derinami maršrutai. Šia transporto rūšimi naudojami keleiviai, norintys patogios kelionės. Geležinkelio transporto tinklas yra išvystytas ir pasiekia atokius šalių kampelius, o Lietuvoje traukiniai naudojami krovinių pervežimui, keleiviams paliekant keletą maršrutų tarp didžiausių miestų. Reisiškai pakankamai reti, todėl vartotojai yra stumiami pasirinkti kitą paslaugą. Kaina nesudaro ryškesnio skirtumo lyginant su bilieto kaina autobusu, ir keleiviai renkasi greitesnę, dažniau siūlomą paslaugą.

Pervežimų saugumas ir stabilumas yra palankūs geležinkelių tinklams. Šis transportas ne „Toks“ jautrus oro sąlygoms, o tai lemia tikslų pristatymo laiką. Pervežant krovinius būtina atsižvelgti į įpakavimą ir jo kainą, kadangi transportuojant prekes geležinkeliu jos lengviau pažeidžiamos perkabinant vagonus arba kertant bėgių sandūras. Teikiant keleivių pervežimo paslaugas tai nesvarbu, kadangi vartotojai nėra „stikliniai“ ir nekreipia dėmesio į lengvus krestelėjimus, o žiemos sąlygomis neveluojantis transportas suteikia didelį pasitenkinimą.

Logistikos sistemoje didžiausią reikšmę turi automobilių transportas. Daugumoje logistikos operacijų įmonės naudoja automobilius krovinių pervežimui. Lietuvos kelių tinklas suteikia galimybę automobiliais pasiekti atokiausias šalies vietas ir pervežėjai gali siūlyti kokybiškas transportavimo paslaugas.

Pagrindinis automobilių transporto pranašumas logistikoje yra galimybė pervežti krovinius ir keleivius į pasirinktą vietą, taip pat paimti krovinius iš bet kurios užsakovo nurodytos vietos. Pasirenkant šį transportą nereikia laukti, kol bus suformuotas, pvz., traukinio sąstatas, ir gali vykdyti užsakymus nepriklausomai. Tuo pačiu krovinyje pergabenamas iš siuntėjo nurodytos į gavėjų norimą vietą.

Kadangi krovinyje juda tiesiai nurodyta kryptimi sutrumpinamas pristatymo laikas, palyginus su vandens ir geležinkelio transportu, kai krovinyje nepajuda iš vietos, kol nebūna suformuotas visas bagažas.

Šiai transporto rūšiai daro įtaką ir oro sąlygos, kurios nesvarbios krovinių gabenimui geležinkelio transportu.

Automobiliai dažniausiai pasirenkami transportuojant produkciją trumpais atstumais arba vežant nedidelį produkcijos kiekį ilgais atstumais. Taip pat šiai transporto priemonei teikiama pirmenybė vežant krovinius, kuriems kenkia sąlygų pasikeitimas, pvz. šaldyti produktai; produktai, kurių nėra galimybės tvirtai supakuoti arba tai kainuoja per brangiai.

Teikiant keleivių pervežimo paslaugas netolimaais maršrutais dažniausiai pasirenkamas automobilių transporto priemonės. Lietuvoje traukinių tinklas nėra išvystytas ir lieka tik ši transporto rūšis. Teritorija, kurioje galima vežti keleivius, apibrėžiama gavus licenciją. Leidimas gali būti išduodamas reguliariems ar nereguliariems maršrutams; šalies, miesto, rajono teritorijoms ar tarptautiniams maršrutams.

Tai vienas populiariausių keliavimo būdų tarptautiniais maršrutais. Keleiviai renkasi reguliarius maršrutus atsižvelgdami į palyginti nedidelę kainą, stabilius vežimo grafikus. Užsakomuosius reišus vertina vartotojai, vykstantys į pažintines keliones, arba nenorėdami apsiriboti nuvykimu iki norimo taško.

Nedidelės vertės stambiams kroviniams dažnai naudojamas vandens transportas, kurio mažesnė savikaina. Dėl šios priežasties vandens transportą renkasi įmonės, kurių produkcijos kainą smarkiai lemia transportavimo kaina.

Šios priemonės trūkumas – ilgas pristatymo laikas, taip pat ypač mažas prieinamumas. Šia priemone patogiu naudotis, tik veiklą vykdant netoli vandens kelių, bet būtina derinti su sausumos transportu.

Lietuvoje vandens transportas dažniausiai naudojamas stambių krovinių tarptautiniams gabenimams. Vidaus vandens transporto infrastruktūra yra visiškai neišvystyta ir skirta keletui šventinių reišų per metus.

Keleiviai, vykstantys iš Lietuvos, dažniausiai renkasi keltą į Švediją, kadangi kitų oficialių keleivinių reišų nėra. Tai patogus keliavimo būdas, mažai veikiamas oro sąlygų, tikslus.

Oro transporto kompanijos dažniausiai tik keleivius perveža. Ši veikla atneša didžiausią pajamų dalį, gaunamą iš komercinės veiklos. Šią industriją sudaro mažai įmonių, ir jų veikla vykdoma skirtingai nuo kitų rūšių. Yra skiriamas krovinių pristatymas, reguliarius oro taksi, reisinis oro transportas, nacionalinis oro transportas, regioninis oro transportas ir kt.

Pagrindinius kaštus sudaro įrangos kaina, mokesčiai. Kaip ir automobilių transporte, nereikia mokėti už kelių įrengimą. Krovinių pristatymas plėtojamas kaip antraeilė veikla, bandant ją plėsti.

Pats didžiausias pervežimų oru pranašumas – greitis. Atsiranda galimybė įveikti didelius atstumus per sąlygiškai trumpą laiką. Tuo naudojamosi siunčiant didelį kiekį greitai gendančių produktų. Tačiau apsimoka pristatinti tik didelės vertės nedidelio svorio produktus, kadangi vidutinė gabenimo savikaina apie 3 kartus didesnė nei automobilių transportu, apie 20 – nei geležinkeliu. Kai transportavimas sudaro nedidelę dalį produkto kainos, renkamosi oro transportą.

Vienas iš oro transporto trūkumų – ribotas pasiekiamumas. Pristatymą į/iš oro uosto būtina derinti su sausumos transportu.

Didelis priklausomumas nuo oro sąlygų, tuomet reikia iš anksto apsirūpinti atsargomis.

Teikiant keleivių pervežimo paslaugas oro transportas užima vis didesnę reikšmę. Galima skirti du variantus: paprastus skrydžius ir reisu, organizuojamus pigių skrydžių bendrovių. Dauguma oro bendrovių stengiasi užtikrinti kokybiškas paslaugas, kreipia didelį dėmesį vartotojų pasitenkinimui didinti.

Pigių skrydžių bendrovės siūlo pigesnes paslaugas, tačiau „taupo“ kokybės atžvilgiu. Pasirenkami oro uostai, kuriuose mažesni mokesčiai, tačiau nelabai geras susisiekimas keleiviams. Kitas trūkumas – mažas bagažo svoris. Norint sutaupyti lėktuvo apkrovimą ir gauti papildomų pajamų nustatomas dvigubai mažesnis bagažo svoris nei standartinėse oro transporto bendrovėse, už papildomą svorį imant mokesčius.

Pigių skrydžių bendrovės labai rimtai konkuruoja su tarptautiniu keleivių vežimu Lietuvoje. Dažniausiai pirmą kartą vartotojai kelionės priemonę pasirenka kreipdami dėmesį į kainą ir kelionės trukmę, tačiau vykdami sekančiais kartais įvertina visus kriterijus.

1lentelė

Pagrindinių keleivių pervežimo rūšių privalumai ir trūkumai

Privalumai	Trūkumai
Automobilių transportas	
-manevringumas -nedidelė kaina -reisu reguliarumas, greitis	- nepatogi kelionė - klaidos grafikuose
Geležinkelio transportas	
-patogi kelionė -nedidelė kaina - nėra oro sąlygų įtakos	-neišvystytas tinklas -nepatogūs grafikai
Oro transportas	
-greitis -patogumas -saugumas	-didelė kaina -skrydžių apribojimai -bagažo apribojimai -priklausomybė nuo oro sąlygų
Vidaus vandens transportas	
-patogi kelionė -nedidelė kaina	-neišvystytas tinklas -didelė priklausomybė nuo oro sąlygų -ilga kelionė
Jūrų transportas	
-patogi kelionė -maža priklausomybė nuo oro sąlygų -nedidelė kaina	-mažas reisu pasirinkimas -mažas greitis

Siekiant efektyvaus krovinių pristatymo, dažnai yra naudojamas kelių transporto rūšių junginys. Keleiviai taip pat renkasi kelionės su persėdimais, norėdami pasiekti reikiamą kelionės tikslą.

Renkantis būtina atsižvelgti į skirtingas transporto rūšių paslaugų charakteristikas ir transportavimo tarifus. Dažniausiai renkama autobuso – lėktuvo ir autobuso – jūrų kelto derinį pervežant keleivius; ir sunkvežimio – geležinkelio bei sunkvežimio – jūrų kelto derinys pervežant krovinius.

Dažniausiai renkama automobilių transportas, kuris pasižymi geru pasiekiamumu.

Kita problema, kai naudojantis keliomis priemonėmis būtina perkelti bagažą iš vienos transporto rūšies į kitą. Tai ilgina vykimo laiką ir didina kelionės kaštus.

Pats transportavimas ir gabenant krovinius, ir pervežant keleivius, sudaro didžiausius kaštus. Stank T. T. Ir Mentzer J.T. (*Transportation Management Trends (2006)*) augantį transporto poreikį aprašo kaip Pasirinkimo Sūmyšį (The Gathering Storm - GS), t.y. vis didėjantį pinigų srautą, išleidžiamą transportavimui, mažinant sandėlius ir reikalaujant vis tikslesnio pristatymo.

Pagrindiniai kaštus įtakojantys elementai yra 3:

1. Kuro kainos: pasauliniai įvykiai (tiek politiniai, tiek ekonominiai) didina pagrindinių resursų kainas. Norėdami išlaikyti klientus, vežėjai stengiasi nedidinti transportavimo kainų, bet didėjantys kaštai verčia taupyti kitose srityse. Tuomet išlieka tik pats transportavimo procesas ir nekreipiamas dėmesys į kitas logistikos sritis, t.y. neinvestuojama informacinės sistemos gerinimui, darbuotojai neapmokomi klientų aptarnavimo pagrindų, o tai lemia vartotojų nepasitenkinimą.
2. Vairuotojų trūkumas. Didėjant transporto priemonių kiekiui atsiranda poreikis įdarbinti daugiau vairuotojų. Tada prasideda konkurencija tarp įmonių, kurios pasiūlys geresnes sąlygas. Tai ypač jaučiama keleivių pervežimo kompanijose: atlyginimai aukštesni už vidurkį, kadangi skaičiuojamos reiso darbo valandos. Perveždami keleivius vairuotojai būna išvykę nelabai ilgą laiką tarpą, o veždami krovinius dirba daug daugiau valandų. Taip susidaro konkurencija pritraukiant darbuotojus, kurie nėra išvykę dirbti į užsienio kompanijas.
3. Kvalifikacijos varžymasis. Nėra vertinama vairuotojų kvalifikacija: asmuo, turintis teises, gali vairuoti atitinkamus automobilius. Tačiau niekas nevertina jų sugebėjimų pastoviai. Transporto policija tikrina tik oficialius duomenis (greitis, vairavimo laikas ir pan.), bet dirbant su keleiviais to nepakanka. Reikia ne tik vairavimo pagal taisykles, bet ir stabilumo. Tam įmonės kartais siunčia kitus darbuotojus į keliones, kad galėtų įvertinti, kaip keleivis jaučiasi autobuse. Tačiau dažniausiai tokį įvertinimą pateikia vartotojai – sekantį kartą rinkdamiesi arba ne tos pačios įmonės reišą.

Geležinkelio transportas taip pat neišsprendžia GS problemų, kadangi mažiau įtakojamas kuro kainas (ir galimybę šiek tiek kelti vykimo ar transportavimo kainas) atsveria didelės investicijos keičiant ar kuriant naujas geležinkelio trasas.

Apibendrinant galima teigti, kad privaloma logistikos ir visos transportavimo sistemos dalis yra pervežimo procesas. Tai grandis, jungianti gamintoją ir vartotoją, kaip ir paslaugos teikėją ir vartotoją.

Pagrindinės keleivių pervežimo priemonės Lietuvoje yra automobilių ir oro transportas. Nors šioms rūšims kenkia kuro kainų didėjimas, vairuotojų trūkumas, kvalifikacijos varžymasis, tačiau geležinkelio transportas nedidina savo konkurencinio pranašumo keleivių pervežimo srityje.

2.LOGISTIKOS METODŲ PRITAIKYMAS TEIKIANT KELEIVIŲ PERVEŽIMO PASLAUGAS

2.1. Logistikos taikymo galimybės

Didėjant keleivių pasirinkimo galimybėms, tampa vis svarbesnis logistikos vaidmuo, todėl paslaugų kokybę ir greitį galima naudoti didinant konkurencinį pranašumą.

Stambių Vakarų tinklų susidomėjimą Baltijos šalimis galima paaiškinti keliomis sąlygomis:

- Lietuva yra išorinė Europos Sąjungos valstybė;
- Greitai pasiekiami Rusijos taškai;
- Patogi tranzito šalis.

Greitai didėjantys vartotojų poreikiai ir konkurencija skatina augančius verslo paslaugų kokybės reikalavimus.

Taigi logistikos misija yra gauti reikalingas prekes ar paslaugas į reikalingą vietą reikalingu laiku norimos būklės su didžiausia firmai nauda. Pagal šį apibrėžimą galima teigti, kad logistika skirta subalansuotam prekių kūrimui, gamybai, gabenimui, tačiau aš manau, kad pagrindinius logistikos principus galima pritaikyti ir organizuojant turistinius maršrutus. Turistinės rinkos yra labai apkrautos, todėl organizacijos turėtų siekti, ieškoti, panaudoti naujas rinkas, o taip pat optimizuoti jau esamas.

Pabandyčiau analizuoti tik keleivių pervežimų nustatytais maršrutais problemas ir taikymo galimybes. Kelių transportas, veždamas keleivius, tenkina žmonių susisiekimo poreikius, t.y. dalyvauja aptarnavimo srityje. Transporte gamybos procesai ir produkcijos realizavimas susilieja į vieną visumą, kai kitose materialinėse gamybos šakose šie procesai yra savarankiški. Dėl šios savybės neįmanoma kaupti transportinės produkcijos, todėl turi būti papildomi pajėgumai, kad prireikus jų galėtų patenkinti staiga padidėjusius vežimo poreikius. Vežimo produkcijos vertė sukurama taip pat kaip ir kitose materialinės gamybos šakose. Krovinių ir keleivių vežimui sunaudojamas gyvasis darbas, t.y. kelių transporto darbuotojų, dalyvaujančių vežimų procese, darbas; ankstesnis darbas, sunaudotas gaminant transporto priemones, degalus, atsargines dalis ir t.t.

Logistinių technologijų panaudojimas turistinėje rinkoje reiškia, kad įvedant logistinius principus nereikės įvesti naujovių ir tai neprieštaraus vidinei firmos politikai, o tik papildys ją, iškeliant firmą į aukštesnį lygį, pagerinant finansus, produkto pateikimą rinkai bei mikroklimatą įmonėje. Tačiau įvedant logistinius principus įmonėse labiausiai trukdo didelis skaičius sustabarėjusių vadovaujančių asmenų, kurie galvoja, kad svarbiausiai produktą sukurti, o toliau kaip išeis. Bet sukurta paslauga, netenkinanti vartotojo, atneša ne tik finansinį nuostolį, tačiau ir sumažina įmonės prestižą; o tam kenkia prastas sutarčių laikymasis, ypač kai dėl nepakankamos

kokybės paslaugos nieks neatsako.

Lietuvoje kuriant naują maršrutą pirmiausiai atsižvelgiama į vartotojo poreikius ir galimybes. Dėmesys dažniausiai nukreipiamas į ekonomiškai stabilesnes šalis, tačiau kelionę autobusu renkasi turintys vidutinį, žemesnį nei vidutinis pajamų lygis klientai, kurie neturi galimybės pasirinkti kelionės lėktuvu, todėl žemesnės kainos pasiūlymas dažnai lemia didesnį klientų skaičių. Keleivinio transporto paklausa yra gana nelanksti dėl ribotumo intervale, kuriame galima koreguoti bilietų kainas. Bet jeigu stipriai sumažinamos bilietų kainos, tada paklausa stipriai auga, tačiau ne visada kainų mažinimas pasiteisina (Mary Lu Hardini *Determining Total Supply Chain Cost (2003)*). Šiuo metu taikoma intriguojanti nuolaidų sistema: pirmi 2 bilietai į autobusą parduodami simboline kaina, sekantys 2 su didele nuolaida, vėlesni normaliomis kainomis. Tačiau keleivis būna suintriguotas ir dažnai pasirenka tikimybę nusipirkti pigius bilietus, nei ieškoti kitur. Nagrinėjant transporto pasiūlą ir paklausą reikėtų laikyti šį procesą ilgalaikiu, kadangi transporto politikos įgyvendinimas ir rezultatų lyginimas užima ne vieną sezoną. Pats transporto politikos procesas yra nepertraukiamo pobūdžio, privalo egzistuoti nustatytos politikos kontrolės bei būtinas korekcijų įvedimo, peržiūrėjimo mechanizmas. Veikla yra visiškai kontroliuojama įstatymų nuoleidimų gavimo iki kainos nustatymų. Vietinių bilietų kainos be atskiro ministerijos leidimo keisti negalima. Pagal aplinkos neapibrėžtumo laipsnį pervežimų aplinka yra įvairi, tačiau pakankamai stabili.

Maršrutai kuriami remiantis žinomais ir numatomais keleivių srautais, atsižvelgiant į rinkos įsisavinimo galimybę. Kylant Lietuvos ekonomikai keleiviai nori rinktis geresnės kokybės paslaugas už priimtina kainą. Kadangi kaina yra nustatoma atsižvelgiant į nustatytą vieno kilometro kainą, tai stipriausias argumentas pritraukiant klientus lieka greitas paslaugos pateikimas. Planuojant, realizuojant keleivinius maršrutus taip pat reikia atkreipti dėmesį ir į konkurentus bei galimybes pasirodyti geriau už juos. Ypatingą dėmesį reikia skirti sutampantiems maršrutams. Pasirenkant vienos ar kitos kelių transporto įmonės siūlomas vežimų paslaugas, įvertinami tokie svarbūs faktoriai, kaip vežimo kaina ir paslaugų užtikrinimas. Svarbiausi paslaugų užtikrinimo faktoriai: pristatymo laikas, patikimumas, vežimų galimybės, pasiekiamumas ir saugumas. Taikyti tam tikras nuolaidas (jaunimui, vaikams, vyresnio amžiaus žmonėms) reikėtų visuose maršrutuose, populiarinant įmonės vardą; tačiau turint maršrutą, kuris panašus ar net sutampa su konkurentų, reikėtų produktui suteikti išskirtinį akcentą. Labai vertingas akcentas gali būti įmonės reputacija, Lietuvoje veikiantys vežėjai naudojami tarptautinių organizacijų, kurioms jie priklauso, vardais: „Eurolines“, „Ecolines“. Todėl rinkdamasis klientas dažnai atkreipia dėmesį ne tik į vežėjo vardą, todėl organizacijos plėtoja geras logistinio bendradarbiavimo paslaugų perspektyvas.

Logistinių technologijų panaudojimas turistinėje rinkoje leidžia (Gvozdenko A. A. (2004) *Логистика в туризме* 167psl.):

- sukurti vientisą apskaitos ir kontrolės sistemą, kuri būtų atsakinga už turistinio produkto kūrimą ir judėjimą;
- sutrumpinti laiko intervalus formuojant, perduodant ir realizuojant turistinį produktą;
- automatizuoti apskaitos, finansinių ir informacinių srautų kontrolę;
- sutrumpinti ir pagerinti vartotojo aptarnavimą;
- sumažinti aptarnaujančio personalo skaičių, cirkuliuojančių dokumentų kiekį, tuo pačiu sumažinant apskaitos-atsiskaitymo dokumentų klaidas.

Kompanijos sudaro bendrus junginius, kad galėtų lengviau specializuotis. Tai skatina logistikos sistemų centralizavimą ir plėtimą, o tai galiausiai atveria kelius logistikos proceso pertvarkymui. Bendras biznio susidomėjimas reiškia, kad logistinio bendradarbiavimo organizatoriai turi unikalias galimybes siūlyti ir realizuoti savo paslaugas.

Transportavimo planavimas ir valdymas – tai viena iš pagrindinių logistikos partnerio teikiamų paslaugų. Be to, logistikos partneris kontroliuoja išvykstančius ir atvykstančius transporto srautus, optimizuoja maršrutus bei gali kontroliuoti apmokėjimo sąlygas. Aptarnaujant keleivius, vykstančius tarptautiniais maršrutais, labai populiarėja galimybės įsigyti bilietus iki galutinio taško. Todėl bandoma ieškoti partnerių, aptarnaujančių tolimesnius maršrutus, derinti laikus ir suteikti klientui pilną paslaugą.

Informacijos srautai padeda efektyviau aptarnauti esamus klientus. Informacijos apsikeitimas įmanomas naudojant pažangias informacines technologijas.

Vieno iš partnerio bendradarbiavimas su klientu galimas naudojantis internetu. Taip galima greitai ir efektyviai pasikeisti duomenimis su partneriu. Logistinių funkcijų perdavimas logistikos partneriui – tai daugelio kompanijų konkurencinis pranašumas, nes taip daugelis kompanijų tapo lankstesnėmis, operacijos atliekamos efektyviau, buvo pagerinti ryšiai su klientais.

Padidėjusi konkurencija, augantys kaštai ir vis didėjantys klientų lūkesčiai – tai tik keletas veiksnių, kurie motyvuoja kompanijas sudaryti strateginius aljansus.

Logistinių procesą, kuriant ir realizuojant turistinį produktą, galima skirstyti į etapus:

1. Tyrimas, skirtas naujų maršrutų ištyrimui, paslaugų parinkimui, laiko paskirstymui, atkreipiant dėmesį į pasirinkto produkto apimtį, struktūrą, naudojimą, kokias suteikia paslaugas, jų suderinimą su įstatymais, socialiniais reikalavimais, kokie turimi firmos rezervai gali būti panaudoti pritraukiant klientus, kaip galima išplėsti maršrutų geografiją, aptarnavimą, kaip paskirstytos konkurentų kainos, vidutinės rinkos kainos; reklamos paskirstymui, parenkant pagal būsimo kliento charakterį ir t.t. Tačiau esant šių dienų besikeičiančiai rinkai, šį procesą reikia atlikti kiek galima greičiau, kad rezultatas būtų įmanomai artimesnis realybei, numatant tam tikrą paklaidą.

2. Šiam etapui idealus žingsnis būtų eksperimentas, tačiau maršrutinio autobuso vykimui reikalingi dokumentai neišduodami keliems kartams, todėl padaryti keletą reisų, kad klientas galėtų susipažinti su produktu ir jį įvertinti, nėra galimybių. Todėl galima organizuoti reklamą, kad klientai spėtų išsakyti savo pageidavimus, apklausą.

3. Šis žingsnis skirtas visam „popierizmui“: patvirtinama sutartis, grafikai, atsiskaitymo tarp partnerių formos, darbuotojų paskyrimas, jų apmokymas ir kt.

4. Vykdoma organizacijos parengta sistema reklamai, pradedama produkto realizacija.

Tampa aišku, kad įvedant produktą būtinas logistinis pagrindimas, be kurio labai išauga produkto kaina. Vykdam tarptautinius keleivių pervežimus būtina turėti partnerius tose šalyse, kurios atrodo patrauklios (kai yra žinoma, nujaučiama kad tai nebus judėjimas į vieną pusę). Todėl reikia atlikti ne tik savo vidaus rinkos tam tikrus tyrimus ir įsitikinti, kad tai naudinga abiem pusėm įtikinti tuo ir partnerius. Tai dar pailgina paslaugos įvedimo laiką, todėl dažniausiai visi etapai persipina, darbai yra „forsuojami“, o tai padidina klaidų tikimybę. Kadangi tarp laiko ir logistikos egzistuoja aiškus ryšys, norinčios pirmauti firmos turi sumažinti laiko trukmę kurdamos naujas paslaugas ir pristatydamos jas vartotojams. Tuo pačiu tai veikia, reikalaujanti didelių buvusių ar esamų investicijų, kadangi transporto priemonės, vairuotojai ir kt. reikalingi tam tikrais momentais, o ne kada yra galimybių. Įmonė privalo turėti rezervų, kuriuos reikiamu metu galėtų panaudoti, tuo pačiu spręsti klausimą dėl neekonomiškų rezervo prastovų. Vežėjai yra priversti spręsti du sunkiai tarpusavyje suderinamus uždavinius, vartotojui ir firmoms priimtinomis kainomis užkariauti rinką.

Nauji logistikos reikalavimai - tai logistinio bendradarbiavimo diegimas, prisitaikymas prie laiku besiremiančio menedžmento, plataus informacinės technologijos vartojimo maršrutizuojant ir organizuojant paslaugos pritaikymą ir pristatymą vartotojams.

Galima teigti, kad logistikos pagalba turi būti sprendžiami šie klausimai:

- turistinės paslaugos formavimo, įvedimo ir realizacijos procesų analizė, kontrolė, valdymas; tuo pačiu turi būti atkreipiamas dėmesys į visos įmonės strateginius planus - dėl vieno produkto įvedimo negali būti keičiama visos įmonės struktūra ar siekiai. Negalima įvesti trumpalaikės paslaugos, kuri nepasiteisina maršruto, kurį reikia netrukus nutraukti dėl atnešamo nuostolio, įvedimas ne tik pablogina įmonės finansinę padėtį, bet ir apsunkina klientą. Kažkada išgirdęs apie teikiamą paslaugą, keleivis po tam tikro laiko jos paprašo - nesuteikus tokios paslaugos nukenčia įmonės vardas. Todėl maršruto formavimas ir įvedimas turi numatyti net besikeičiančius įstatymus ir vartotojų poreikius. Tai galima nustatyti analizuojant ir prognozuojant neigiamą įtaką turistinei sferai, taip pat turėti tam tikrą finansinį atidėjimą tokiems atvejams padengti.
- operatyvus ir tinkamas informacijos perdavimas reikiamu laiku ir reikiamoje vietoje. Perdavus informaciją per daug anksti ji paprasčiausiai bus „padedama į stalčių“ ir reikiamu

momentu neatneš norimo poveikio vartotojui, tačiau pavėlavę duomenys neparuoš vartotojo naujos informacijos priėmimui, o tai atneš įmonei finansinį nuostolį. Šiuo atveju būtent aptarnaujantis personalas turi sprendžiamąjį balsą, jie turi jausti reikiamą momentą.

- operatyvi turistų judėjimo kontrolė. Aptarnaujantis personalas privalo žinoti apie kiekvieną vėlavimą, nelaimingą atsitikimą; jie turi būti apmokyti reagavimo kiekvienu atveju. Kuomet autobusui vėluojant darbuotojas pasako „Aš nežinau“, tai yra didelis minusas ne tik tuo atveju, tačiau krenta kliento pasitikėjimas įmone apskritai. Tai lemia įmonės prestižo mažėjimą, kuriam sukurti, o tuo labiau atstatyti įdedamos daug didesnės lėšos, nei jį išlaikyti.
- funkcinų informacinių sistemų sujungimas į vieningą logistinę informacinę sistemą. Tokia sistema padeda greičiau perduoti informaciją reikiamu laiku, informuoti apie nenumatytus įvykius, realizuoti nustatytą produkto kiekį.
- darbuotojų ir atstovų seminarai, konferencijos padeda pasiruošti personalą, kuris mokės elgtis reikiamais atvejais. Tai brangiausiai kainuojanti dalis, kadangi ji visiškai nesukuria produkto ar paslaugos. Tačiau pagailėjus lėšų atsiranda klaidos, dėl kurių patiriami didesni finansiniai nuostoliai. Tuo pačiu sunku išlaikyti paruoštą darbuotoją, kadangi jis būna reikalingas ir kitoms įmonėms, turi būti sprendžiamas klausimas, kas svarbiau, ir sudaroma nuostatų bazė, kuri padengtų investuotas lėšas. Numatant besivystančių technologijų reikšmę ir perspektyvas turizmo sferoje, galima teigti, kad beveik pusė aptarnaujančio administracinio, komercinio ir kitų tarnybų personalo bus įtraukti į turizmo ir informacijos sferas. Todėl šiuo metu įsigyti lojalų darbuotoją yra pigiau negu tai bus galima padaryti ateityje.
- finansinių srautų planavimas, prognozavimas ir kontrolė.

Teikiant tarptautinio keleivių pervežimo paslaugas klientų aptarnavimas atlieka svarbų vaidmenį. Šiame etape nebelieka reklamos poveikio, išankstinių nusistatymų, klientas bet kada gali pakeisti vežėją vien dėl asmeninių priežasčių.

Visos šios grupės sudaro bendrą logistinę sistemą, todėl būtinas sisteminis požiūris analizuojant, kontroliuojant ir šalinant trūkumus. Tai ypač svarbus naudojant ir atnaujinant globalias logistines sistemas.

Logistikos pagalba valdomi visi srautai įvairių rūšių tinkluose.

Iš keleto paslaugų, kurių kaina vienoda, pirmiau bus pasirenkama ta, kuri yra aukštesnės kokybės ir turi geresnes vartojamąsias savybes. Kiti šios paslaugos gamintojai bus priversti arba pagerinti savo suteikiamų paslaugų savybes, arba mažinti kainą. Pasirenkant vienos ar kitos kelių transporto įmonės siūlomas vežimų paslaugas, įvertinami tokie reikšmingi faktoriai, kaip vežimo kaina ir paslaugų užtikrinimas. Svarbiausi paslaugų užtikrinimo faktoriai šie: pristatymo laikas,

vežimų galimybės, patikimumas, pasiekiamumas ir saugumas. Ateityje, didėjant automobilių gamybos ir vežimo kainų įvairovei, tarifai turėtų būti svarbiausi renkantis vežėją. Finansinių sąlygų stabilumas taps svarbia kelių transporto vežėjų pasirinkimo sąlyga, be abejo, po tokių kaip pristatymo kaina ir stabilumas. Atsirandant vis daugiau kelių transporto įmonių, vežimų tarifai privalės mažėti, o „Toks“ tarifų mažinimas įmanomas tik minimalizavus vežimų savikainą. Tačiau, mažinant savikainą negalima „skriausti“ kokybės. Ir tai turi būti svarbus darbuotojų indėlis.

Logistinės sistemos sukūrimas įmonėje sutrumpina apskaitos, kontrolės, valdymo, keleivių aptarnavimo laiko intervalus ir sukuria bendros kontrolės sistema visuose paslaugos kūrimo, teikimo taškuose, bei didina grįžtamojo ryšio efektyvumą.

2.2. Logistikos sistema įmonėje

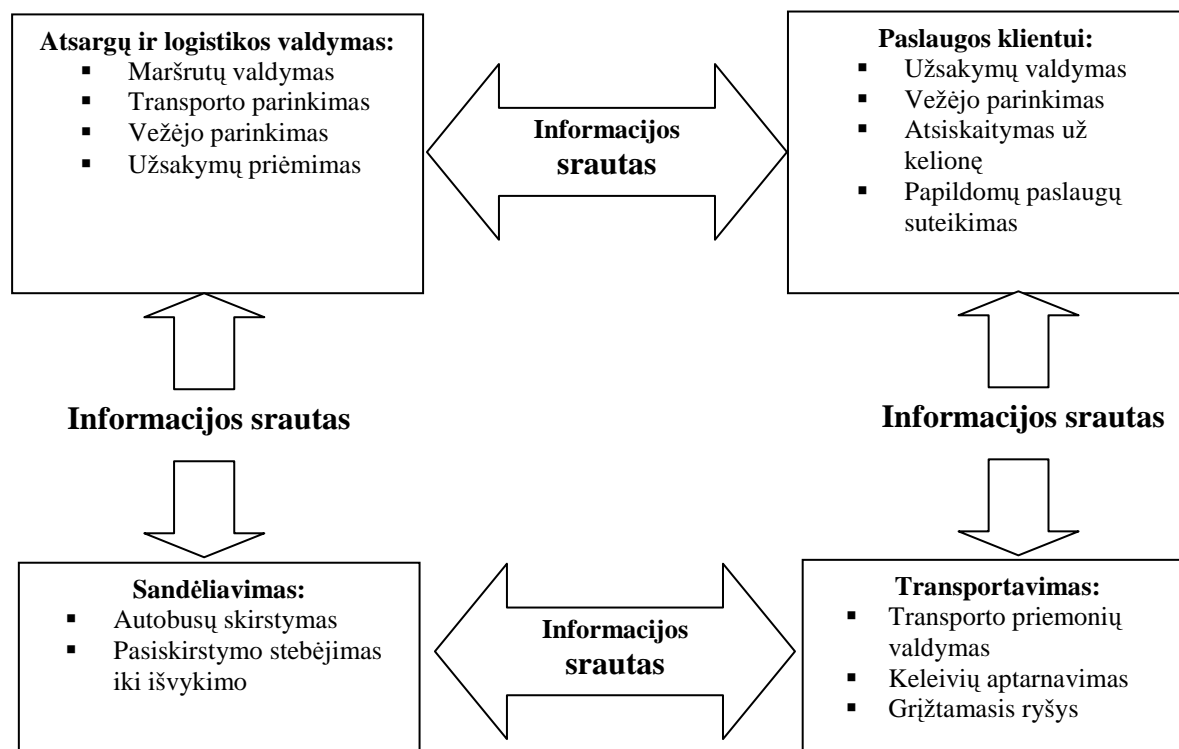
Dažnai kompanijos tikisi, kad užtenka parduoti paslaugą, ir nesirūpina grįžtamoju ryšiu. Tačiau „Toks“ požiūris greitai sukelia klientų nepasitikėjimą ir tada jau reikia keisti ne tik vartotojų, bet ir pačios įmonės bei darbuotojų požiūrį. Pasirenkant tarptautinę logistinę sistemą pirmiausiai reikia išanalizuoti esamus procesus ir įrankius, reikalingus smulkmeniškam proceso įvertinimui. Kartais išaiškėja, kad kai kurie procesai tinkami, kai kurie – ne, o kiti yra visiškai nereikalingi. Kartais tai skatina keisti visą sistemą, o tai lemia proceso optimizavimą.

Formavimas, įvedimas, realizacija sudaro daugiapakopį procesą, reikalaujantį kompleksinės analizės ir įvertinimo:

- Būsimojo produkto vartotojo;
- Būsimojo produkto vartojimo laikotarpio (sezoniškumas);
- Realizuojamojo produkto paslaugų įvertinimas (autobusų lygis, autobuse suteikiamas aptarnavimas);
- Būsimojo produkto vartotojų poreikiai (nustatant grafikus, išvykimo-nuvykimo laikus);
- Egzistuojantys kainų tarifai, persipinantys su suteikiamų paslaugų greičiu (pvz. pigesni lėktuvo bilietai, tačiau jie būna išperkami prieš reikiamą datą, o reikiamu metu klientas priverstas derinti komfortą ir kainą pagal esančias likusias laisvas vietas);
- Konkurentai;
- Maršrutų taisyklės (pvz., autobusu negalima gabenti gyvūnų);
- Rezervavimo bei pirkimo galimybės (galimybė užsisakyti vietą, o išpirkti prieš reisą; ar tik išpirkimas garantuoja vietos užsakymą);

- Suteikiama kokybė (labai dažnai pagal kokybę sprendžiama pagal nusiskundimo kiekį).

Aprašant keleivių pervežimo logistikos funkcijas lengviausiai jas suskirstyti i keturias dalis:



5 pav. Keleivių pervežimo logistikos funkcijų grandinė

Keleivių pervežimui nėra naudojamos atsargos, įpakavimas, sandėliavimas, tačiau standartines logistikos schemas galima pritaikyti kitoms sritims.

Pagal suskirstytas logistikos funkcijas galima būtų skirstyti:

- Paslaugos klientui. Gavus konkretų užsakymą, randamas optimalus maršrutas. Naudojantis partnerių turimomis duomenų bazėmis, parenkama vietos ir laikai. Suderinami tarifai, kadangi organizuojant bendrą maršrutą nustatomos vidutinės kainos, pagal jas yra skaičiuojamos tolesnio maršruto kainos (jei vykstama tiesioginių partnerių maršrutu). Kai kuriais atvejais pirkti bilietą Lietuvoje yra pigiau nei Anglijoje (pvz., London – Dublin: 24GBP Londone ir 18 GBP Lietuvoje). Žinoma, iš karto reikia atsiskaityti už kelionę. Tik išimtiniais atvejais galima keliauti kreditu.
- Atsargų ir logistikos valdymas. Pasikeitus informaciją apie būsimo reiso apkrovimą, yra derinama transportas: autobusų kiekis, dydis. Viskas vyksta operatyviai ir pastoviai keičiantis informacija. Suderinama vėlavimo galimybės, pvz., kartais keleiviai perkeliama į vėlesnį reisą, nesant galimybei – išvykstantis autobusas laukia. Šiuo atveju nesistengiama

naudotis tik partnerių paslaugomis, bet ieškoma patikimų vežėjų. Vykstant derinimui priimami užsakymai ir tolesniems reisams, lygiagrečiai derinant ir juos.

- Sandėliavimas. Mano nagrinėjamu atveju šį etapą galima prilyginti laikotarpiui nuo turimo užsakymo iki išvykimo. Esant didesniai keleivių skaičiui, skirstomi autobusai, keleiviai. Šis etapas nėra labai išreikštas ir beveik susilieja su atsargų ir logistikos valdymo etapu.
- Transportavimas. Šis etapas vyksta reiso metu. Ypač svarbu, kad klientas gautų maksimaliai įmanomą komfortą, kurį lemia aptarnaujančio personalo sugebėjimu tiksliai atlikti savo pareigas. Būtent reiso metu keleiviai susidaro įspūdį apie firmą, taip pat galima sužinoti jų nuomonę bei pageidavimus. Grįžtamasis ryšys po reiso dažniausiai pasireiškia skundais, kuriuos stengiamasi išspręsti, o ne surinkti informaciją.

Visą laikotarpį keičiamasi informacija. Materialinis srautas yra transportavimo ir paskirstymo sistemų rezultatas, o informacinis srautas yra itin svarbus integruojant šias 4 kategorijas į vieną visumą. Pervežant keleivius vietoj materialinio srauto turėtų būti informacinis, kadangi operatorius turi žinoti autobusų vietą, laiką, problemas. Įsodinus keleivius į autobusą negalima laikyti darbo atliktu, toliau vyksta klientų aptarnavimas ir keitimasis informacija. Tai lemia darbo efektyvumą.

Daugelis kompanijų nesusimąsto apie sutaupytus kaštus įvedus logistinę sistemą. Tokį taupymą lemia buvę prastai apibrėžti procesai ir išteklių sistemos trūkumai. Varijuojant procesais, visa sistema ir grįžtamuosiu ryšiu galima sukurti lanksčią valdymo sistemą.

Nustačius pagrindinius sistemos taškus ir keleivių reikalavimus, tolesnę programą galima vykdyti keliomis dalimis (Koch Dave K. And Neuner James J. (2003) *Internal Logistics as a Core Competency*):

- Proceso tikslumas. Numatomas visas vykdomas procesas ir galimi nukrypimai. Įmonė, nukrypdamą nuo savo susikurto proceso, praranda pajamas. Todėl reikia nustatyti procedūras, kurios visą logistinį procesą – informaciją, užsakymus, pervežimus - nukreiptų reikiama linkme.
- Informacinės sistemos analizė. Trūkumus lengviausiai atskleidžia informacijos pasisavinimas skirtingose sistemos dalyse. Informacijos kitimą stebintys darbuotojai turi gauti visą įmanomą informaciją ir jos vėlavimas arba nepatekimas lems visos sistemos trukdžius.
- Centralizuotas skundų centras. Svarbu fiksuoti ne tik tuos skundus, kurie pateikiami raštiškai. Dažnai vartotojas savo nepasitenkinimą išsako aptarnaujančiam personalui. Todėl reikia siekti, kad tokie nusiskundimai pasiektų vadovus, kurie galėtų daryti pakeitimus visame procese.

- Pakartotinė nauda. Teikiant keleivių pervežimo paslaugas pervežime tai gali būti tik papildomo bagažo pervežimas, tačiau gamyboje taip taupomi kaštai: panaudojamos atliekos, parduodamos nebereikalingos prekių dalys ir kt.
- Neapčiuopiama nauda. Ši dalis taip pat svarbesnė gamintojams, kurie, dalyvaudami tam tikrose programose, gali didinti įmonės vardo „švarumą“, pvz., atliekų perdirbimas, mažinimas iki minimumo. Vykiant keleivių pervežimo paslaugas ši nauda gaunama įsigyjant naujesnes transporto priemones, kurios mažiau teršia gamtą, naudoja daugiau biokuro. Šiuo metu Lietuvoje dar nėra pilietiškumo jausmo, dar tik pradedamas kreipti dėmesys į papildomus faktorius. Tačiau Vakarų šalyse kompanijų pardavimus gali nukreipti su paslauga tiesiogiai nesusiję dalykai. Todėl tokį akcentą galima panaudoti reklamuojant įmonės teikiamas paslaugas.

Plečiantis keleivių pageidavimams vis svarbesnis tampa logistikos vaidmuo. Lietuva kaip naujas tarptautinio turizmo regionas formuojasi pietryčių Baltijos jūros šalių ir Vidurio Europos geografinėje ir ekonominėje erdvėje, kuri yra išsidėsčiusi strateginėje vietoje geografiniu požiūriu. Lietuvą kertantys tarptautiniai transporto srautai ir didžiulės kaimyninių šalių turizmo rinkos yra svarbūs veiksniai kelionių vystymui. Pagrindinės užsienio turistų rinkos yra Vokietija, Skandinavijos šalys, Lenkija, Rusija, D.Britanija. Taip pat dėl istorinės raidos susiformavo tvirti etniniai-kultūriniai ryšiai tarp Lietuvos ir Lietuvos išeivių kitose šalyse (Lenkijoje, Rusijoje, Vokietijoje, Izraelyje, JAV, Argentinoje ir kt.), šie ryšiai tampa vienu tarptautinio keliavimo plėtojimo veiksmų.

Integruojantis į ES rinką, Lietuvai labai svarbus transporto priemonių parko modernumas, kadangi vis daugiau dėmesio yra skiriam ekologiškai, eismo saugumui ir t.t. „Toks“ integracijos procesas reikalauja nemažai lėšų, kurios papildomai didėja įsigyjant aukštesnės kokybės transporto priemones, ruošiant kvalifikuotą personalą. Tačiau laikantis ES standartų, kurie reikalauja papildomų lėšų, gerinama transporto paslaugų kokybė. Plečiantis laisvai rinkai, gali kilti konkurencija iš kitų kaimyninių šalių, tačiau Lietuvos vežėjai naudodamiesi palankiais veiksniais: aukšta paslaugų kokybė, personalo profesinis pasirėngimas, mažesnės paslaugų kainos, Rytų rinkos pažinimas, palanki geografinė padėtis, - gali išlaikyti savo konkurencingumą. Nors vykimas ES keliais suteikia papildomų išlaidų (pvz., kelių mokesčiai), tačiau Lietuvoje suvienodinamos sąlygos visoms transporto rūšims.

Žinoma, keleivių pasirinkto keliavimo būdo ir tikslo negalima atskirti nuo kitų valstybės veiklos sektorių. Turizmas ypač susijęs su aplinkos apsauga, transporto sistema, verslu, regionine ir socialine plėtote, kultūra, švietimu ir kt.

Lietuvos vežėjai natūraliai įgyja didelį pranašumą – galimybę naudotis tranzitu tarp Vakarų ir Rytų. Tada atsiranda konkurentai iš šiaurinių kaimyninių šalių, esantys lygiai tokioje pačioje

tranzitinėje padėtyje. Lietuvoje potencialą tranzitiniams pervežimams sukuria geros kokybės keliai, stabilios transporto verslo tradicijos, neužšalantis uostas. Smulkūs Lietuvos vežėjai neturi galimybės konkuruoti su stambiais kitų šalių vežėjais, todėl aktyviai jungiamasi į tinklus, kas leidžia suderinti didesnę skaičių maršrutų ir gauti didesnes nuolaidas („komisinius“). Kurdami naujus maršrutus vežėjai bando derinti išvykimo – nuvykimo laikus, kad keleiviui būtų patogiau pakeisti transporto priemonę. Nustatytos reisų grandinės labai nesikeičia, todėl nauji maršrutai jungiami prie jau suformuotų. Taip pat populiarus savo įtakos didinimo būdas – prisijungti prie jau esančio stambaus kitų šalių tinklo, tokį kelią pasirinko vienos stambesnių Lietuvos įmonių: UAB „Kautra“, UAB „Toks“. Tai užkirto kelią smulkesnėms įmonėms įeiti į „Eurolines“ tinklą, todėl keletas Latvijos ir Lietuvos įmonių sukūrė naują tinklą „Ecolines“. Šis tinklas bando didinti savo dydį jungiantis Rytų šalių kompanijoms, Vakarų vežėjams paliekant tik partnerių veiklą, t.y. mokamas tam tikras mokestis už reisų leidimų gavimą tose šalyse.

Didžiausia tokių įmonių problema – žmogiškojo kapitalo nutekėjimas. Ši sfera ypač imli tokiems praradimams, ir kuo toliau, tuo problema darosi aktualesnė. Geri kvalifikuoti vairuotojai pereina dirbti į krovinių vežimo kompanijas, todėl reikia pritraukti naujus darbuotojus ir numatyti motyvacijos sistemas, skatinančias saugoti darbo vietą.

Įgyvendinant tranzito verslo skatinimo tikslus, reikalinga suformuoti techniniu, technologiniu, organizaciniu ir juridiniu požiūriais patrauklią veiklos aplinką, užtikrinančią patikimą ir saugų tranzitinių srautų aptarnavimą. Tačiau tai jau lemia ekonominė Lietuvos situacija. Būtina pasiekti, kad atvykęs keleivis jaustųsi saugus, gautų visą reikiamą informaciją. Nebus patrauklu atvykti į šalį, kurioje aukštas nusikalstamumo lygis, informacijos reikia ieškoti vos ne po visą miestą ir t.t.. Tai būtų naudinga ne tik įmonei – vežėjui, bet visai aptarnaujančiai sričiai. Galbūt šių sričių atstovai turėtų kurti bendrus centrus, investuoti į ateitį.

Įvedant naują maršrutą reikia atlikti daugiapakopę analizinę ir suderinti su būsimos paslaugos galimybėmis, vėliau vykdant pastovią kontrolę ir reikalingus pakeitimus. Didžiausia įmonių, teikiančių keleivių pervežimo paslaugas, problema – žmogiškojo kapitalo nutekėjimas.

3.UAB „KAUTRA“ LOGISTIKOS PASLAUGŲ VYSTYMO KRYPTYS

3.1. Keleivių aptarnavimas

Ekonominės ir politinės Europos Sąjungos permainos lėmė keleivių srautų persiskirstymą ir padidėjusią konkurencinę kovą tiek tarp atskirų transporto įmonių, tiek tarp šalių. Lietuvos automobilių transporto įmonės yra NVS šalių ir Vakarų Europos jungiamoji grandis.

Lietuvos vežėjų autobusais užduotis – didinti užimamą rinkos dalį teikiant keleivių pervežimo paslaugas bei logistinės sistemos didinimą. Didelis minusas – didėjantis Vakarų ir Centrinės Europos greitkelių apkrovimas, dėl ko ilgėja maršruto laikas, didėja vėlavimo tikimybė.

Savo darbe nagrinėsiu UAB „Kautra“ galimybes naudoti logistikos principus ir remsiuos šios įmonės duomenimis. UAB „Kautra“ yra „Eurolines“ organizacijos narė ir jos atstovė Lietuvoje. „Eurolines“ organizacija vienija 33 vežėjus iš 26 šalių, aptarnaujančius tarptautinius maršrutus. UAB „Kautra“ aptarnauja 6 tarptautinius maršrutus į Vakarų Europą ir dar 4 - į kaimynines šalis. Šiais maršrutais galima nuvykti į Vokietiją, Prancūziją, Angliją, Olandiją, Belgiją, Austriją, Italiją, Čekiją, Lenkiją bei į Rygą, Minską, Gardiną, Kaliningradą. Be to, daugelis maršrutų yra suderinami su kitų „Eurolines“ narių maršrutais, todėl persėdus galima nuvažiuoti dar ir į kitas šalis: Airiją, Ispaniją, Portugaliją, Skandinaviją, Vengriją, Slovakiją, Rusiją bei daugelį kitų. Bilietą iki pat galinio punkto keleivis nusiperka Lietuvoje ir jam belieka persėsti į kitą autobusą. UAB „Kautra“ - įgaliotas firmos „Neoplan“ atstovas Lietuvoje. Veikia autorizuotas „Neoplan“ autobusų servisas. Eksploatuoja 110 autobusų, iš kurių daugiau nei 40 vakarietišku markių. Tai greitai ir patogūs dideli autobusai - „Neoplan“ ir Scania bei mažos talpos patogūs ir nauji autobusai VW - LT. Įmonės apyvarta vidutiniškai per metus sudaro 23 mln. litų. Per metus perveža virš 4 mln. keleivių. Manau, pagrindiniais skaičiais išreiškiamas įmonės gebėjimas plėstis bei efektyviai konkuruoti su jau egzistuojančiais maršrutais.

Šiuo metu UAB „Kautra“ teikia paslaugas:

- Keleivių vežimas autobusais Lietuvos Respublikoje;
- Keleivių vežimas kitose šalyse;
- Smulkių krovinių vežimas Lietuvoje;
- Smulkių krovinių vežimas reisais užsienio šalyse;
- Automobilių ir autobusų remontas;
- Draudimo paslaugų tarpininkavimo paslaugos;
- Informacijos apie žinomus reisuos teikimas;
- Informacijos valdymas ir derinimas.

Pajamos iš keleivių pervežimo 2005m.pajamų struktūroje sudarė 83%, ir, lyginant su praeitų metų tuo pačiu laikotarpiu, išaugo 8,5%. Tai yra pagrindinė UAB „Kautra“ veikla ir pagrindinis pajamų šaltinis. Todėl galima susieti, kad šios įmonės logistikos sistemos efektyvumą galima matuoti aptarnavimo prizme – laiko, paslaugos, vietos išraiška. Tai užtikrina ne tik esamų klientų išlaikymą, bet ir naujų pritraukimą, o tai daro tiesioginį poveikį ir firmos veiklos pelningumui.

Tačiau įmonėje tai yra viena silpniausių grandžių. R. Palšaitis (Palšaitis R. 2005., 74 psl) klientų aptarnavimą skirsto į tris grupes:

1. Priešsandoriniai elementai – organizacinė struktūra, darbuotojų kompetencija, efektyvus užsakymų priėmimas, sistemos lankstumas. Šiame lygyje viskas yra palikta darbuotojų norui. Jie nėra supažindinti su bendra įmonės politika, nėra kreipiamas dėmesys į darbo efektyvumą, dažnai pasitenkinama darbuotojo savęs apibūdinimu. Priimant darbuotojus į darbą įmonėje taikomi bendri tradiciniai reikalavimai: aukštasis išsilavinimas, užsienio kalbos mokėjimas, tačiau nekreipiamas dėmesys į dirbančiojo norą dirbti. Todėl šiame etape dažnai nepasiekiamas galimas efektyvumas. Šiems elementams priskiriama: raštiškas firmos veiklos apibūdinimas (vidaus ir išorės ryšiai, verslo organizavimo problemos, ekonominis pagrįstumas, strateginiai tikslai) , organizacinė struktūra (padalinių bendradarbiavimas, klientų informacijos poreikio patenkinimas), darbuotojų kompetencija (kvalifikacija, firmos verslo pagrindų išmanymas, tiesioginis bendravimas su klientais), efektyvus užsakymų priėmimas (priklauso nuo personalo funkcijų perimimu, sugebėjimo spręsti iškilusias problemas), užsakymo laiko atlikimas (visa užsakymo vykdymo procedūra), sistemos lankstumas (ar firma gali prisitaikyti prie keleivių poreikių, ar reaguoja į transportavimo sutrikimus ir pan.).

2. Sandorio elementai – paslaugos prieinamumas, jos pateikimas klientui, skubumas, klientų aprūpinimas informacija, patikimumas, produktu pakeičiamumas kitu ir kt. UAB „Kautra“ šis lygis taip pat nėra standartizuotas ir dažnai klientui nepasiūloma visi galimi variantai. Todėl reikėtų nustatyti klientų poreikius, apibrėžti aptarnavimo užduotis, sukurti sistemą ir aptarnavimo standartus. Šiam lygiui priklauso: įrangos demonstravimas (būsiami klientai turi galimybę susipažinti su autobuso vidumi, sužinoti teikiamas paslaugas kelionės metu), prieinamumas (ar patenkinamas kliento poreikis vykti norimą data, ar pasiūlomas pakeičiantysis maršrutas), patogumas (ar greitai įvykdomas keleivio užsakymas, ar jam nereikia gaišti laiko kelis kartus grįžtant į agentūrą), produkto pakeičiamumas kitu (ar yra galimybės keisti užsakymą, ar nesant galimybės pakeisti, siūlomi kiti reisai), sistemos tikslumas (padedą išvengti klaidų), raštiška informacija vartotojams (ką gali įmonė pasiūlyti, kaip klientui reikšti pretenzijas), valdymo paslaugų teikimas (ši dalis daugiau skiriama agentūroms, platinančioms vežėjų paslaugas; jų darbuotojai apmokomi, kaip pateikti paslaugas, kaip jas apiforminti).

3. Posandoriniai elementai – suteikiamos paslaugos stebėjimas, klientų skundų, pretenzijų kaupimas ir analizė, modifikuotos paslaugos siūlymas. Dažniausiai įmonės apie savo darbuotojus sprendžia pagal gaunamus skundus ir tikimasi, kad jei nėra nusiskundimų, darbuotojai dirba gerai. Tačiau dalis klientų nelinkę skųstis, o verčiau renkasi kitos įmonės siūlomas paslaugas. Todėl būtinas stebėjimas suteikiant paslaugą. Dažnai konfliktui galima neleisti kilti greitai sprendžiant iškilusias problemas ir siūlant alternatyvas. Šiems elementams priskiriama: paslaugos priežiūra (pačio vykimo organizavimas, pagalba keičiant autobusus ir pan.), paslaugos stebėjimas (atšaukti tam tikrą reisą, jei iškyla pavojus nesugebėti deramai įvykti įsipareigojimų), klientų pretenzijos (šios informacijos kaupimas, veiklos keitimas, norint sumažinti nusiskundimus).

Kiekvienoje situacijoje yra sprendžiama, kurie elementai yra svarbesni, ir jie akcentuojami. Esant dideliame klientų skaičiui, nėra galimybės išsiaiškinti kiekvieno kliento norų ir patenkinti juos, tačiau reikia nustatyti procedūras, aiškiai apibrėžti klientų aptarnavimo politiką.

Suteikiant keleivių pervežimo paslaugas, nėra galimybės atriboti nuo logistikos proceso. Šioje srityje vartotojas ypatingai jautrus, kadangi kiekviena klaida, nesusipratimas iš karto sulaukia atsako. Ir tuomet reikia greitai reaguoti jau norint spręsti problemą.

Įmonėje reikėtų suformuoti klientų aptarnavimo strategiją, t.y. nustatyti aptarnavimo lygį, atsižvelgiant į klientų pageidavimus, ir padaryti išlaidų – pajamų analizę. Kiekvienam klientui svarbūs skirtingi dalykai, todėl numatyti pagrindinius taškus pagal vadybininkų, vadovų įsivaizdavimą nėra efektyvu. Žinoma, perdaug tenkinant kiekvieną klientą labai išauga išlaidos. Tačiau galima nustatyti kelis klientų segmentus ir pagal juos kurti atskiras aptarnavimo strategijas. Šios procedūros įgyvendinimas turi paveikti tiek vidinę, tiek išorinę klientų aptarnavimo kontrolę. Išorinis patikrinimas pradedamas nustatant klientams svarbius aptarnavimo rodiklius (užsakymo priėmimas, pasiūlymai, persėdimo galimybės ir pan.) informacijos kiekį galima didinti išgirdus klientų pasiūlymus. Vidinis patikrinimas leidžia spręsti apie esamą veiklą, t.y. nuomonę išreiškia vadybininkai, operatoriai ir pan.

Todėl būtina rasti teigiamą klientus patenkinantį santykį – nustatyti optimalų dydį.

Šiai daliai taip pat galima priskirti logistikos partnerio funkcijas. Logistikos valdyme paplitęs terminas „third party logistics“ (3PL) jau linksniuojamas ir Lietuvoje, kur šią paslaugą pradėjo teikti novatoriškos įmonės. Šios paslaugos esmė yra ta, kad ją teikianti bendrovė, vadinamasis logistikos tarpininkas, atlieka kompleksines logistikos funkcijas (Vaidyanathan G. (2005) *A framework for evaluating third – party logistics*):

1. sandėliavimą;
2. transportavimą;
3. užsakymų valdymą;
4. siuntų paskirstymą ir kitus darbus;

Kartu ji vykdo integruotą logistinių grandžių valdymą. Kitaip tariant, visi gamintojų ar prekybininkų vargai, susiję su prekių pristatymu, saugojimu ir paskirstymu, yra perduodami šiai kompanijai.

3PL grandinėje dalyvauja ir transporto logistikos partneris – ekspeditorius, agentas, vežėjas, turintis užtikrinti kokybišką krovinio pristatymą iš siuntimo vietos gavėjui nustatytu terminu iš anksto numatytomis optimaliomis sąnaudomis. Klientai, partneriai ir logistikos tarpininkai sudaro vadinamąsias „tris dalis“ logistikos sistemoje, o kompanija kuri suformuoja tokį modelį, laikoma pagrindine logistinio proceso valdytoja. Tarp gamybinių ir prekybinių firmų trišalis bendradarbiavimas pasiskirsto taip: materialinių resursų ir gatavos produkcijos tiekėjai – viena dalis, gatavos produkcijos vartotojai – antra dalis ir logistikos partneris – trečia dalis.

Pasak ekspertų, 3PL modelio privalumai yra kainų vienybė ir stabilumas, galimybė prognozuoti pajamas pakankamai ilgam laikotarpiui ir tiksliai žinoti išlaidas visą sutarties su logistinių paslaugų tiekėju galiojimo laikotarpį.

Gamybos arba prekybos įmonei anksčiau ar vėliau tenka plėsti logistikos padalinį, statyti sandėlius, o tam prireikia nemažai investicijų. Sistemos 3PL atveju sandėlius ir visą įrangą stato paslaugos teikėjas, tad ir investicijos yra jo.

3PL pranašumai yra neginčijami: įmonės didina konkurencinį pranašumą, mažindamos logistinių operacijų išlaidas, bendras sistemos efektyvumo augimas sumažina prekės savikainą, lengvai prisitaikoma prie kintančių aplinkos sąlygų, mažinama rizika, maksimaliai sumažinamas operacijų, atliekamų gamybos ir prekių pristatymo gavėjui, skaičius.

Vakarų logistikos specialistai pabrėžia, kad, be visų 3PL privalumų, būtina žinoti ir pagrindinę taisyklę – logistikos partneris, teikiantis klientui kokybiškas paslaugas, privalo būti patikimas. Tai reiškia, jog jis privalo turėti šiuolaikinius sandėlių ir terminalų kompleksus plataus asortimento prekių rūšiavimui, saugojimui ir paskirstymui. Taip pat užtikrinti siuntų paskirstymo ir pristatymo į specializuotus regioninius centrus paslaugas. Šia veikla užsiimanti įmonė taip pat gali teikti prekių grąžinimo ir jų remonto paslaugas, tiesiogiai iš gamintojo papildyti prekių atsargas kiekvienos dienos pradžioje, užtikrinti plataus asortimento atsarginių detalių ir įrangos tiekimą.

Sudarant sutartį reiktų atkreipti dėmesį į tokius aspektus kaip paslaugų specializacija, kiekviena detalė turi būti suderinta ir partneriai garantuoti, kad to suderinimo bus laikomasi, reikia nustatyti atsakomybę ir informacijos pasikeitimo dažnį.

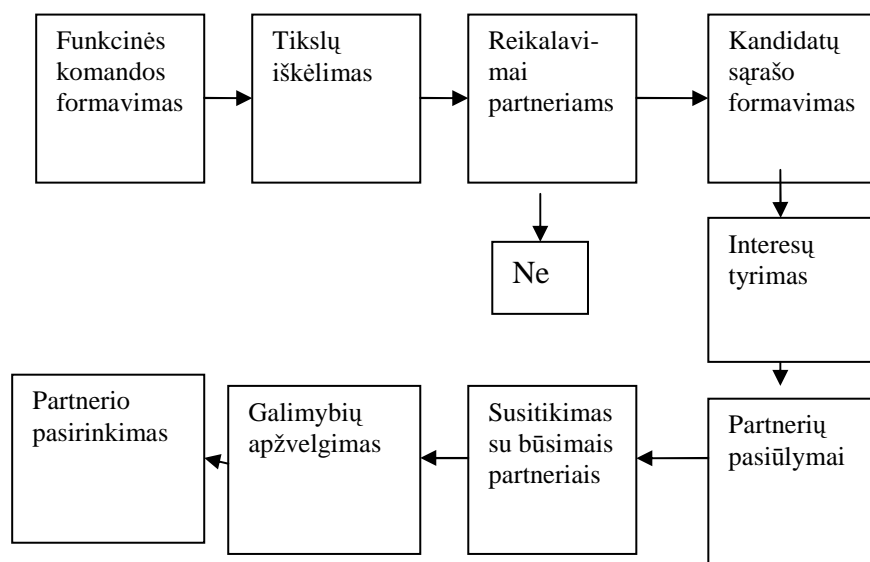
Logistikos partneris pasirenkamas siekiant išvengti kapitalinių įdėjimų į sandėlius, transportą, kontenerius ir kt. Teikiant keleivių pervežimo paslaugas partneriai taip pat pasirenkami norint išvengti didelių įdėjimų į transporto priemones, informacinių sistemų kūrimą, mainais suteikiant vardo naudojimą, leidimų gavimą ir kt. funkcijas. Tarptautinių keleivių pervežime, norint gauti leidimus sustoti užsienio šalyje, būtina turėti tos šalies atstovą. Todėl labai dažnai

pagrindiniai investavimai paliekami naujai atsirandančiai įmonei. Žinoma, suskaičiuojamos sąnaudos vairuotojų užmokesčio, mokesčių ir kt. Dažniausiai kelionės aptarnavimas paliekamas Rytų Europos įmonėms, kadangi darbo užmokestis sudaro didelę pervežimo kainą. Taip visas tinklas tampa lankstesnis, operatyvesnis, pagerina ryšius su klientais.

Transportuojant krovinius logistikos partneris sutaupo daug lėšų, kadangi mažinamas atsargų kiekis, galima atsisakyti sandėlių; teikiant keleivių pervežimo paslaugas didžiausias kaštų mažinimas atsiranda nesteigiant savų agentūrų užsienio valstybėje. Tuo rūpinasi partneris.

Teikiant keleivių pervežimo paslaugas vežėjas yra viena iš derybinių pusių (arba tiekėjas arba gavėjas). Bandoma rasti geriausią kaštų variantą: visas aptarnavimo paslaugas teikia viena pusė arba derinama abiejų pusių turimi privalumai. Sutartyse šis variantas taip pat išskiriamas ir apibūdinamas atskirai nuo bendros sutarties. Tai modifikuotas 3PL atvejis, kuomet pirmiausias randamas partneris, nustatomas maršrutas ir ieškomas klientas.

Pasirenkant partnerius galima greičiau įeiti į naujas rinkas. Kuo didesnę įtaką keleivių pervežimui savo valstybėje turi partneris, tuo lengviau gauti papildomus leidimus. Pasirenkant mažą įmonę, dažnai reikalaujama papildomų garantijų, kas sustabdo plėtimąsi. Šiuo atveju UAB „Kautra“ pasirinko žinomą tinklą ir, įeinant į naujas rinkas, įmonė priimama kaip rimtas „Eurolines“ tinklo atstovas.



6 pav. Partnerio parinkimo grandinė

Kuriant naują reišą, reikia surasti ne tik įmonę, kuri sutiktų atstovauti, bet ir nuspręsti, ar pasirinktas partneris sugebės prisitaikyti prie kintančių poreikių. Ilgai bendradarbiaujant tarsi susipažįstama su kitų šalių įmonėmis ir iš anksto susidaro nuomonė apie galimybę dirbti su jais. Tačiau prijungiant naują sistemos dalį būtina įvertinti ir pasirinkti partnerius ne tik pagal iš anksto susidarytą nuomonę ar įsivaizduojamas galimybes, bet ir būsimo partnerio ekonominius rodiklius.

Naudojantis esamu tinklu, didėja įmonės lankstumas: atsiranda galimybė pasiūlyti paslaugas, kurias teikia kitos įmonės, pvz., persėdimai į kitų įmonių autobusus. Tai didina ne tik klientų skaičių, bet ir ženklo populiarinimą.

Keleivių aptarnavimas paslaugų srityje privalomas visuose sandorio elementuose, nustatant prioritetinius taškus.

Partnerio funkcijos skiriasi nuo prekių logistikos partnerio funkcijų, nes šiuo atveju partneris ne tik vykdo keleivių pervežimą, bet dalyvauja viso proceso metu.

3.2. Informacinės sistemos būtinumas

Iškyla būtinybė turėti gerą informacinę sistemą, kuria galėtų naudotis visi operatoriai. Funkcijos prasme informacinė sistema (IS) susideda iš (Simanauskas L. 2000, 18psl.):

- įvedimo komponentės (duomenų, instrukcijų);
- išvedimo komponentės (ataskaitų, skaičiavimų);
- grįžtamojo ryšio komponentų (mechanizmas, kontroliuojantis sistemos veikimą);
- funkcionavimo aplinkos.

Teikiant keleivių pervežimo paslaugas yra svarbios visos komponentės, kadangi dažnai paklausos prognozuoti nelabai pavyksta tai naudojant duomenų sistemą lengviausiai išvengti klaidų ir greičiau reaguojama į pasikeitusią situaciją.

UAB „Kautra“ yra sukurta tam tikra informacinė sistema, tačiau ji ne visiškai susieja skirtingus maršrutus, t.y. atskirta užsakymai ir pardavimas. Taip neišvengiamai didėja klaidų skaičius ir mažinamas pasitikėjimas įmone. Todėl būtina pertvarkyti egzistuojančias programas, sujungiant jas į bendrą sistemą. Šiuo metu naudojama programa įmonėms maršrutams, t.y. galima sužinoti informaciją apie įmonės teikiamas paslaugas, maršrutus, kuriuos aptarnauja UAB „Kautra“, ir keletą populiariesnių persėdimų. Tačiau nesuteikiama informacija apie visas galimybes pasiekti norimą vykimo tikslą.

Programa kaip darbo priemonė taip pat nėra suderinta – dažnai reikia norimus bilietus „pardavinėti“ kelių įmonių programomis ir taip didėja klaidų tikimybė. Todėl reikėtų sujungti visus informacinės sistemos komponentus: žmones, procedūras, duomenis ir informaciją, kompiuterines sistemas ir ryšio priemones. Šioje srityje žmonės yra svarbiausia sistemos dalis, kadangi jie ne tik kuria programas, prižiūri techniką, bet ir suveda milžiniškus kiekius duomenų, kurie reikalingi visos keleivių pervežimo sistemos funkcionavimui. Iš šių duomenų gaunama informacija galima naudotis ne tik nustatant neilgo laiko tarpo keleivių srautus, bet numatyti ateinančių sezonų tendencijas, vartotojų poreikius.

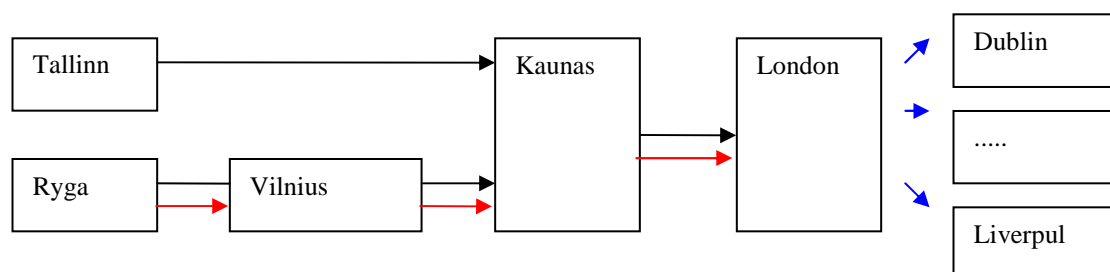
„Eurolines“ tinklo bendroje duomenų bazėje galima surasti informaciją apie daugumą maršrutų, tačiau ši informacija sezono metu neparodo realios situacijos, kadangi populiarūs reisai dažnai būna užpildomi likus kelioms savaitėms iki reiso pradžios, o vartotojas, ieškodamas informacijos, randa pasiūlymus naudotis tais reisiais.

Panaši situacija ir vykstant iš Prancūzijos į Ispaniją, Angliją ir kitur pardavėjas negali iš karto garantuoti, kad yra vietų norimam reisui. Klientų užsakymai gali būti pateikiami įvairiai: per duomenų perdavimo sistemą, raštu, žodžiu, tačiau iš karto įvykdyti užsakymą neįmanoma - būtina siųsti užsakymą ir tik gavus rezervaciją galima garantuoti klientui vietą autobuse. Taip sukeliama papildomų problemų ir sumažinamas pasitikėjimas įmone.

Manau, reikėtų sukurti bendrą informacinę sistemą, kuri veiktų lygiagrečiai vykstančiam darbui. Taip būtų užtikrinamas greitesnis keleivių aptarnavimas, sumažėtų blogų atsiliepimų apie įmonę ir visą tinklą, padėtų didinti konkurencingumą ne tik su kitais automobilio transporto vežėjais, bet ir oro transporto atstovais.

3.3. Maršruto vystymas

Nagrinėdama keleivių pervežimą, analizuosiu maršrutą Ryga-Vilnius-Londonas, kadangi organizuojant šį maršrutą dalyvauja daugiausia įmonių, taip pat egzistuoja didžiausia konkurencija.



7 pav. Maršruto paskirstymas

Maršrutas, kurį aptarnauja „Eurolines“ tinklas pažymėtas juoda spalva; „Ecolines“ aptarnaujamas maršrutas – raudonai; mėlynos linijos – galimas pasirinkimas.

„Eurolines“ reiso operatorius yra UAB „Kautra“, esanti Kaune. Pradinis maršrutas Vilnius-Londonas netenkina visų klientų poreikių, kadangi klientai, vykstantys iš Rygos, kelias valandas turėdavo laukti Kauno autobusų stotyje; vykstantys ne į Londoną, o toliau nespėdavo persėsti į kitus maršrutus. Todėl buvo pradėtos teikti kitos paslaugos. Maršrutas, pakeitus laiką, pradedamas Rygoje. Šiame etape kaip partneris dalyvauja Latvijos įmonė BAL, kuri koordinuoja išvykimą iš Rygos, reklamą Latvijoje. Autobusas vyksta per Vilnių, paimdamas papildomus keleivius iš ten. Ši

reisą pasirenka klientai, ne tik vykstantys tranzitu, tačiau taip pat norintys tik patekti į Kauną, Vilnių. Taip padidinama apyvarta, tuo pačiu mažinant ne partnerių užimamą rinką. Keleiviai iš Talino į Kauną yra pristatomi autobusais, vykstančiais į Vokietiją. Šiuos reisuos vykdo ir prižiūri Estijos kompanija MR. Ji suinteresuota keleivių vykimu iki Londono, kadangi didina savo klientų skaičių keleiviais, kuriuos reikia pristatyti į Kauną. Firmai tai atneša papildomas pajamas, nes nereikia autobuse išsaugoti tuščių vietų keleiviams, vykstantiems iš Kauno į Vokietiją. Kaune renkama informacija apie visus keleivius, priimami sprendimai dėl autobusų dydžio, jų skaičiaus didinimo, taip pat informuojami partneriai Londone dėl tolimesnę kelionę pasirinkusių klientų. Nuvykus į Londoną, keleiviai jau turintys informaciją arba įsigiję bilietus išvykimo taške, tęsia savo kelionę be jokių trukdymų. Vykstama ne tik į Anglijos miestus, tačiau į visus didesnius Didžiosios Britanijos miestus. Londone bendradarbiaujama su „Eurolines England“ kompanija, kuri atlieka operatoriaus vaidmenį vykstant iš Londono, formuojant atgalinį maršrutą, užsiimant reklama Anglijoje. Didelis minusas, kad grįžimui iš Didžiosios Britanijos atgalinius bilietus iki Talino ar Rygos galima įsigyti tik Londone. Sezono metu egzistuoja tikimybė negalėti tęsti kelionės, dėl ko keleiviai pasirenka kitus vykimo būdus. Tai egzistuoja dėl šalių vežėjų susitarimo „neįsileisti konkurentų“, t.y. Didžiosios Britanijos vežėjai bendradarbiauja tik su „Eurolines England“ kompanija, kuri vykdo maršrutus iš Londono. Tačiau, užsirekomendavus kaip patikimam partneriui, atsiranda galimybės plėstis.

Šiame maršrute egzistuoja didžiausia konkurencija, kadangi yra ir „Ecolines“ ir „Eurolines“ reisai, galima vykti autobusais su persėdimais Varšuvoje, Berlyne, taip pat oro transportas, kurį galima išskirti į dvi grupes: standartinės skrydžių bendrovės ir pigių skrydžių bendrovės.

Kelionę autobusu dažniausiai renkasi vartotojai, turintys daugiau laiko, arba negavę bilietų norimai datai skrydžiui lėktuvu. Kelionė su persėdimu Varšuvoje retai pasirenkama Lietuvos agentūrose, kadangi dažnai girdėti atsiliepimai dėl nusikaltimų (vagystės, apiplėšimai) Vakariniėje Varšuvos stotyje sumažina kelionės patrauklumą. Taip persėdimas prailgina kelionės laiką ir tokį keliavimo būdą renkasi vartotojai, norintys susipažinti su miestais, bet neskubantys nuvykti į galutinį tašką.

Kelionėse autobusu iš Lietuvos dažniausiai konkuruoja UAB „Kautra“ ir privati įmonė „Joana“. „Joana“ yra „Ecolines“ atstovė Lietuvoje, tačiau keleivių vežimą į Londoną dalinasi su Rygos „Norma-A“ įmone. Šių vežėjų didžiausias konkurencinis pranašumas – bilieto kaina. Šiuo metu UAB „Kautra“ siūloma kaina mažesnė, tačiau „Ecolines“ daro nuolaidas užsisakant bilietus internetu. Jie yra įdiegę platesnę informacinę sistemą ir naudojami tos sistemos teikiamais pranašumais: sumažinama klaidų tikimybė, kadangi vartotojas pats pasirenka norimą datą, keleivis nepaliekamas nežinioje, kol bilietas būna rezervuojamas, mažėja išlaidos darbuotojų skaičiaus didinimui.

„Ecolines“ aptarnaujamas maršrutas nėra suderintas su iš Talino atvykstančiu autobusu, tačiau tokia galimybė gali būti suteikiama klientui pasirinkus dieną praleisti Vilniuje. Reiso Ryga – Londonas valandų skaičius sutampa, tačiau Ecolines reisas išvyksta vieną dieną ir galutiniame taške būna sekančią. Dažnai klientas pasirenka vizualiai trumpesnę kelionę, neatkreipdamas dėmesio pačią kelionės trukmę. Kiti kaip tik renkasi praleisti autobuse 2 naktis ir 1 dieną, motyvuodami lengvesne kelione arba nuvykimu ankstesniu dienos metu.

Persėdimų iš Londono į kitus Anglijos, Airijos ir kt. miestus. Gali pasiūlyti abi kompanijos. Šiuo atveju geresnį pasirinkimą gali pasiūlyti UAB „Kautra“ (partneris užima didesnę rinkos dalį), tačiau kelionę į kai kuriuos miestus galima įsigyti tik „Ecolines“ atstovybėse.

2005m. pavasarį (vasario – kovo mėn.) UAB „Kautra“ darbuotojai atliko tyrimą apie prekės ženklo identifikavimą vartotojo akyse. Tyrimas buvo atliktas Kauno autobuso stotyje, iš kurios išvyksta visų reisų autobusai. Jo metu išsiaiškinta, kad 43% klientų „Eurolines“ maršrutui suteikė privalumą lyginant su „Ecolines“, 32% pasirinko tinkančią dieną, laiką. Galima teigti, kad UAB „Kautra“ bendradarbiaudama su „Eurolines“ organizacija įgauna konkurencinį pranašumą. UAB „Kautra“ ženklą rinkosi tik 27% klientų, nors iš Lietuvos vežėjų dar 19% buvo žinoma UAB „Toks“, kai kiti surinko tik 1-2%. Pagal šį tyrimą galima spręsti, kad keleiviai renkasi dažnai matomą vardą, jį sėdami su tam tikru bendru vežėju visiems maršrutams.

Didelis šio reiso pranašumas prieš oro transporto bendroves – patogiai Londono stoties vieta – netoli Londono centro. Tas lemia gerą susisiekimą, galėjimą naudotis visuomeniniu transportu.

Oro transportas turi didelį pranašumą – kelionės greitis. Keliavimas lėktuvais užima daug mažiau laiko, suteikia patogią ir komfortišką kelionę. Tačiau kaina smarkiai pranoksta autobuso bilieto kainą arba iškyla papildomų brangių sąlygų.

Didžiausi automobilių transporto konkurentai – pigių skrydžių bendrovės. Kelionės kaina yra tolygi kainai autobusu arba nedaug didesnė; trukmė - daug trumpesnė, tačiau tokios bendrovės keleiviams kelia specifines sąlygas. Būtinai išankstinis atvykimas į oro uostą ir registravimas: jei vėluojama, „kaltas“ lieka keleivis – jis praranda galimybę naudotis savo turimu bilietu ir gali rinktis vykimą tuo pačiu reisu, tačiau mokant didesnę bilieto kainą arba atsisakyti kelionės. Taip pat siūlomas vežtis nemokamas bagažo kiekis yra labai mažas, už papildomą bagažą apmokant papildomus mokesčius. Tokiu būdu kaina yra smarkiai „išauginama“ ir keleivis jaučiasi apgautas; „Toks“ vartotoja sekantį kartą bando ieškoti alternatyvų. Kai kurie renkasi brangesnes oro transporto kompanijas arba suteikia pirmenybę autobusams.

Tradicinių oro transporto kompanijų paslaugų didžiausias minusas – didelės kainos. Lyginant su pigių skrydžių kompanijomis šios firmos labiau rūpinasi klientų aptarnavimu, stengiasi suteikti visokeriopą pagalbą. Tačiau tai nėra tradiciniai konkurentai autobusams.

Reisų į Londoną yra siūloma pakankamai daug ir keleivis gali pasirinkti norimą skrydžio datą. Trūkumas – priklausymas nuo oro sąlygų: tam tikrais sezonais tai ypač aktualus klausimas, kadangi negalima numatyti laukimo laiko.

Oro uostai yra nutolę nuo Londono, todėl susidaro papildomos išlaidos ir rūpesčiai.

Vandens transportas - nei vidaus nei jūrų - neteikia nei vienos alternatyvos vykimui iš Lietuvos į Angliją.

Geležinkeliu, vykstant į Vakarų Europą, naudojasi palyginti mažas keleivių skaičius, todėl galima teigti, kad konkurencijos nėra.

2 lentelė

Pagrindiniai konkurentai maršrute Vilnius-Londonas

Stiprybės	Silpnybės
„Ecolines“ – kompanija, keleivius vežanti autobusu, teikianti panašias paslaugas	
- papildomos nuolaidos perkant internetu - gera reklama	- didesnės kainos - mažiau žinomas vardas
Standartinės skrydžių bendrovės – konkuruojančios teikiamų paslaugų kokybė	
- kokybiškos paslaugos - greitis	- didelė kaina - oro uostai nutolę nuo Londono
Pigių skrydžių bendrovės – siūlo nebrangų, greitą skrydį	
- maža kaina - greitis	- „paslėpti“ mokesčiai - Oro uostas toli nuo Londono

Pagal lentelę galima spręsti, kad pagrindiniai konkurentai – kitos kompanijos vežėjai autobusais ir pigių skrydžių bendrovės. Dažnai vartotojai susidaro įspūdį pagal „malonų aptarnavimą“, kas nulemia vežėjo pasirinkimą.

Norint paaiškinti maršruto efektyvumą galima pasitelkti statistinę analizę. Patogus lyginimo būdas – vežtų keleivių skaičius.

3lentelė

Tarptautinis keleivių vežimas autobusais

	Vežta keleivių, tūkst.	Lyginant su praėjusių laikotarpiu, %
2002	967,10	97,6
2003	994,20	102,8
2004	1085,00	109,1
2005	979,20	90,2

Šaltinis: sudaryta autoriaus, duomenys „Transportas ir ryšiai 2004“ ir „Lietuvos ekonominė ir socialinė raida“

Lentelėje pateikti duomenys rodo, kad keleivių, vykstančių tarptautiniais maršrutais, svyravimo tendencija. Pigių skrydžių bendrovės, ateidamos į rinką, atnešė didelę sumaištį automobilių transporto vežėjams ir sudarė didžiausią konkurenciją, todėl galima teigti, kad tolesnės vykimo autobusais tendencijos smarkiai priklausys nuo pigių skrydžių bendrovių pasirinkto kelio. Praeitais metais aviakompanijai „Ryanair“ padidinus kainas skrydžiams į Londoną keleiviai vėl grįžo prie autobusų, kadangi ilgas kelionės laikas yra mažiau svarbus nei didesnė kaina už skrydį ir bagažo kiekį.

Pagal aukščiau pateiktus duomenis galima spręsti, kad UAB „Kautra“ neužims didesnės rinkos dalies pagal vežtų keleivių skaičių.

4 lentelė

Tarptautinis keleivių vežimas UAB „Kautra“ autobusais

	Vežta keleivių, tūkst.	Lyginant su praėjusių laikotarpiu, %
2002	40,96	97,6
2003	45,63	102,8
2004	57,65	109,1
2005	58,23	101,0

Šaltinis: sudaryta autoriaus, duomenys UAB „Kautra“

Galima teigti, kad įmonė aptarnauja vis daugiau klientų, plečia maršrutų pasiskirstymą. Tačiau užimama rinkos dalis dar nėra didelė:

2002m. $40,96/967,1 * 100\% = 4,24\%$;

2003m. $45,63/994,2 * 100\% = 4,59\%$

2004m. $57,65/1085 * 100\% = 5,32\%$

2005m. $58,23/979,2 * 100\% = 5,95\%$

Užimama rinkos dalis turi tendenciją didėti, tačiau apie 30% šių keleivių vyksta „artimais“ tarptautiniais maršrutais, t.y. Ryga, Kaliningradas, Minskas. Iki 2004m. vykstančių tolimesniais maršrutais keleivių skaičių labiausiai didino maršrutas Vilnius-Paryžius (2003m. - 6,9tūkst. keleivių), o 2004m. visus maršrutus aplenkė Vilnius-Londonas (12 tūkst. keleivių). Galima teigti, kad esantys maršrutai išlaiko savo mažai svyruojančią rinkos dalį, o maksimalų padidėjimą gali lemti naujas, „pataikytas“ maršrutas.

Tokią mažą užimamą rinkos dalį lemia populiarūs trumpi užsienio kelionių maršrutai. Artimiausias UAB „Kautra“ aptarnaujamas maršrutas Kaunas-Ryga (260km.), o Lietuvos Statistikos metraščiuose nurodomas maksimalus vidutinis nuotolis 173km. Vadinasi, daugiausia keleivių yra pervežama firmų, vykdančių trumpus maršrutus tik kertant sieną. Tačiau tai neatspindi bendros keleivių pasirinkimo tendencijos.

Maršrutas Ryga-Londonas labiausiai atitinka pervežimų logistikos sistemą, kadangi galima organizuoti daugiausiai persėdimų, suteikiant papildomas paslaugas. Šis reisas sulaukia didžiausio visų vežėjų dėmesio dėl savo populiarumo. Pagrindiniai konkurentai –pigų skrydžių bendrovės, atėjo į rinką praeitais metais ir užima stiprėjančias pozicijas prieš vežėjus autobusais – „Eurolines“ ir „Ecolines“ tinklus. Šie tinklai siūlo panašias paslaugas, atlieka lygiagrečias funkcijas, todėl daugiausia gali konkuruoti didindami savo vardo patrauklumą.

4. TEIKIAMŲ PASLAUGŲ VYSTYMAS, NAUDOJANTIS LOGISTINIAIS METODAIS

Lietuva, pasinaudodama tranzitine padėtimi, turėtų tapti keleivių pervežimo logistikos šalimi. Ekonominės ir politinės Europos permainos lemia keleivių srautų perskirstymą. Lietuvos automobilių transporto linijos yra natūrali Europos ir NVS šalių jungiamoji dalis.

Stiprėjanti įmonių konkurencija verčia įmones ieškoti kelių savo pranašumo didinimui. Viena pagrindinių įmonės sėkmingą egzistavimą užtikrinančių sričių – joje egzistuojanti logistikos sistema. Įmonės, savo praktikoje sėmingai pritaikančios logistikos principus, gali siekti optimizuoti keleivių judėjimo srautus, didinti vartotojų pasitenkinimą, dėl ko mažėja netikslių užsakymų skaičius, nuostolingų reisų kūrimas. Įmonės, pritaikiusios optimizavimo projektus, gali tikėtis ateityje tapti savo srities lyderiais ir sumažinti naujų konkurentų atsiradimo tikimybę. Lietuvos vežėjai turėtų pasinaudoti savo turima patirtimi bendraujant su Rytų šalių vežėjais, valdžios institucijomis.

Tapdama ES nare, Lietuva sulaukė ir finansinės paramos. Pasinaudojant ja, galima stiprinti savo jau turimus pranašumus, pritraukiant daugiau keleivių. Gaunamų lėšų įsisavinimas didina ekonomikos plėtrą.

Siekiant iškelto tikslo pasirinktas tinkamiausias tyrimo metodas. Numatoma atlikti empirinį tyrimą, nes tyrimo objektas atitinka empirinio tyrimo analizės objektą, numatomas tyrimas – kiekybinis, pateikiant uždaro tipo klausimyną, o gautų duomenų analizė – kokybinė. Pirmiausia atliekamas žvalgybinis tyrimas, siekiant apibrėžti problemą, o iškelto hipotezės tikrinamos priežastinio tyrimo metu.

Pirmiausia, keleivių srautų ištyrimui yra pasirinkta ataskaitinis-statistinis metodas, kuris leidžia nustatyti pervežtų keleivių skaičių, naudojantis informacija apie parduotus bilietus maršrutais.

Siekiant išanalizuoti „Eurolines“ siūlomo maršruto Vilnius-Londonas pasirinkimą sąlygojančius veiksnius, pasirinktas informacijos rinkimo būdas – anketinė apklausa. Tokio tyrimo metodo pasirinkimą galima pagrįsti tuo, jog apklausa, kaip ir kiekvienas pirminių duomenų rinkimo metodas, labai imlus laiko ir kitoms sąnaudoms, tačiau tai labai svarbus būdas informacijai surinkti. Apklausą galima apibrėžti kaip susistemintą informacijos iš respondentų rinkimą, pateikus anketą. Be to, apklausiant žmones, gaunama faktų, sužinomos nuomonės, požiūriai, pozicijos, o to ir reikia norint išanalizuoti iškeltą problemą, tad apklausa, mūsų manymu, tinkamiausias būdas siekiant iškelto tikslo.

Numatoma, kad anketoje pateikti klausimai suteiks galimybę pasirinkti atsakymą.

Anketas užpildys patys respondentai, nes kai respondentas pats savarankiškai pildo pateiktą klausimą, tai sudaro sąlygas respondentui pildyti anketą jam patogiu laiku, išsaugoti informacijos privatumą, išvengiama interviuotojo įtakos.

Apklausoje metu buvo renkami duomenys, kurie patvirtintų ar paneigtų hipotezes.

Sudarytos anketos bus pateiktos nustatytam klientų skaičiui, nes nėra galimybės (dėl techninių ir finansinių kliūčių) bei nėra racionalu apklausti ir ištirti visus dominančios generalinės aibės elementus. Tad, norint ištirti vartotojų kelionės maršruto pasirinkimo motyvus, bus organizuojamas atrankinis stebėjimas.

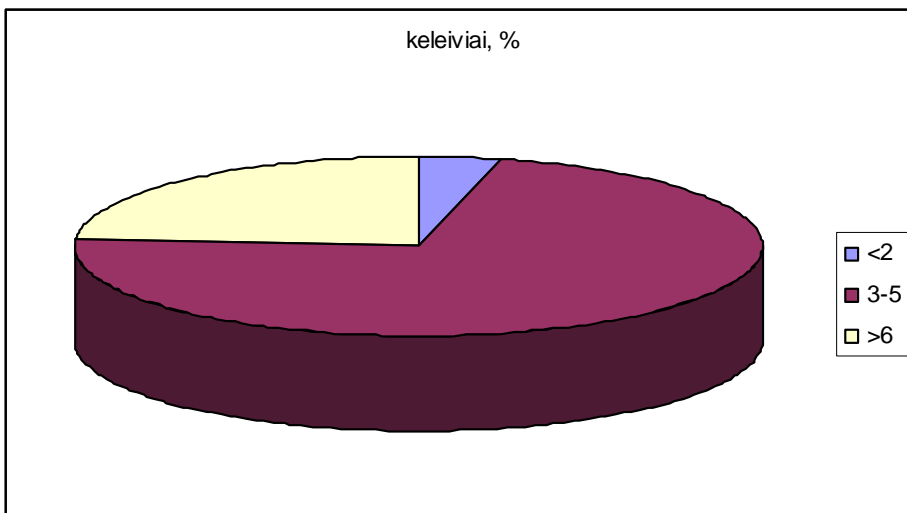
Atrankinis stebėjimas – tai „Toks“ dalinis stebėjimas, kai iš visos visumos, parenkama tam tikra jų dalis, kuri ištiriama pagal iš anksto paruoštą klausimą ir gauti rezultatai išplečiami visai visumai.

Atrankinis stebėjimas organizuojamas todėl, kad:

1. ištisinis stebėjimas neįmanomas, mes negalime apklausti ir ištirti visų vartotojų (nenoras dalyvauti anketoje, kalbos nesupratimas ir kt);
2. reikia pakankamai greitai ir su mažom išlaidom gauti rezultatus;

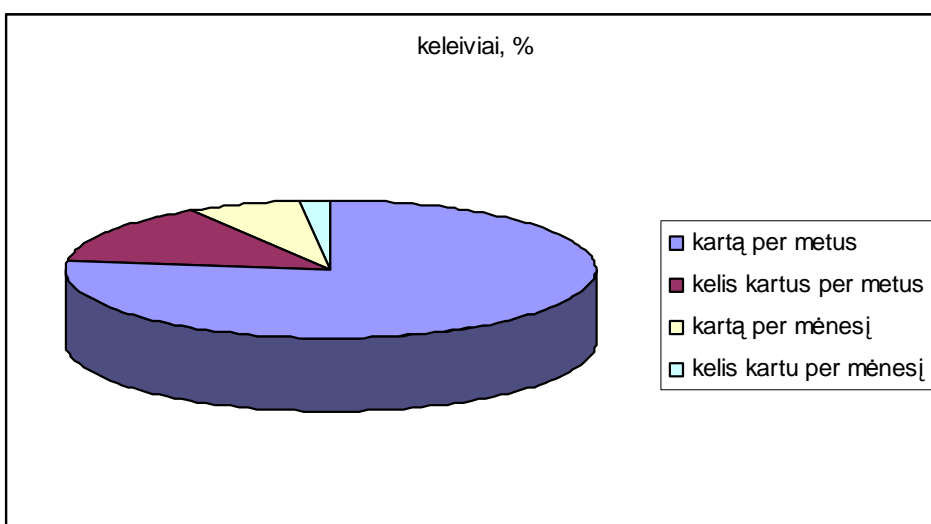
Vartotojų apklausa geriausiai atskleidžia kriterijus, kurie svarbūs keleiviams renkantis vykimo būdą ir maršrutą. Klientai aiškiausiai nurodo, kas nulemia jų pasirinkimą ir ko trūksta, siekiant nukreipti tą pasirinkimą norima linkme. Apklausa buvo atlikta autobusuose (išdalinta 250 anketų), keleiviai turėjo laiko atsakinėti į klausimus, negrįžo 6 anketos, todėl galima teigti, kad atsakymai yra pakankamai tikslūs.

Dažniausiai pasirenka kelionę virš 5d. (72 proc), mažiau 2 d. pasirinko tik 4 proc. keleivių. Kiti (24 proc.) užsienyje praleidžia 3-5 d. Galima teigti, kad klientai renkasi ilgesnes keliones, jie turi laiko, todėl tuo pasinaudodama įmonė galėtų sukurti „tarpinius bilietus“ : keleivis gali pasirinkti galutinį kelionės tašką ir naudotis vykstančiais įmonės reisais. Tai turėtų būti pakankamai nebrangus turistinis maršrutas, įgalinantis susipažinti su daugiau miestų. Tuo pačiu įmonė užsitikrintų, kad vartotojas ir toliau rinksis kelionę autobusu.



8 pav. Išvykimo laiko pasiskirstymas

Kelionę kartą per metus renkasi 77 proc. keleivių, 14 proc. vyksta kelis kartus per metus. Likusi keleivių dalis renkasi dažnesnes keliones: 7 proc. - kartą per mėnesį ir 2 proc. - kelis kartus per mėnesį. Keliaudami retai klientai daug dėmesio skiria išankstiniam kelionės būdo pasirinkimui, tuo pačiu jausdamiesi išskirtiniai. Todėl didesnei rinkos daliai ypač svarbi aptarnavimo kokybė, kuri dažnai nulemia jų pasirinkimą. Kai keliaujama kelis kartus per metus kelionės būdas renkamas automatiškai, neieškant naujų kelių. Todėl teikiant tarptautinio pervežimo paslaugas svarbu pradžioje pritraukti klientą ir stengtis jo nenuvilti. Vartotojas, nenusivylęs kelione ar aptarnavimu, sekantį kartą intuityviai pasirinks žinomą būdą.

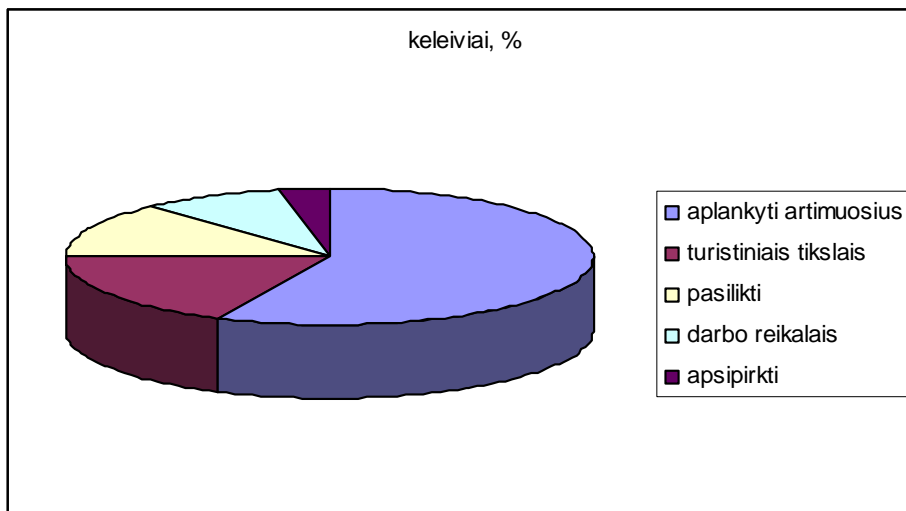


9 pav. Vykimo dažnio pasiskirstymas

Į klausimą apie kelionės tikslą daugiausia (57 proc.) nurodė, kad aplankyti pažįstamus, gimines, draugus; 18 proc. – kaip turistai (susipažinti su miestu, šalimi), 11 proc. ruošiasi pasilikti

ilgam laikui. Paskutiniu laikotarpiu sumažėjo važiuojančių pasilikti gyventi užsienyje, tačiau stebint bilietų pirkimą balandžio – gegužės mėnesiams pastebima tendencija, kad didėja bilietų į vieną pusę pirkimas. 9 proc. vyksta darbo reikalais. 3 proc. leidžiasi į kelionę, turėdami tikslą – apsipirkti.

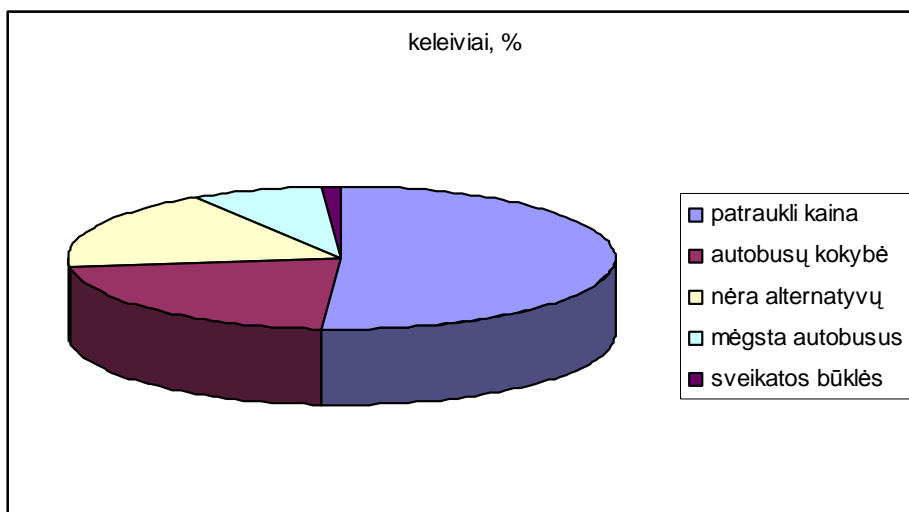
Situaciją nagrinėjant pagal atsakymą į šį klausimą taip pat galima teigti, kad labai svarbu patenkinti kliento norus. Atlikus šią užduotį, buvęs vartotojas atvykstantį pas jį žmogų neatkalbinės pasirinkti kito keliavimo būdo, o gal ir rekomenduos pasirinkti tokį patį reisą. Taip galima užsitikrinti naujus klientus, pasirenkančius keliavimą įmonės autobusu.



10pav. Vykimo tikslo pasiskirstymas

Kelionę autobusu 51 proc. keleivių pasirinko dėl patrauklios kainos, 22 proc. patenkinti autobusų kokybe, 18 proc. nerado tinkamų alternatyvų naudotis kitomis transporto priemonėmis. 8 proc. atsakė, kad autobusu mėgsta keliauti arba jį renkasi iš įpročio, 1 proc. dėl sveikatos būklės gali keliauti tik tokia transporto priemone.

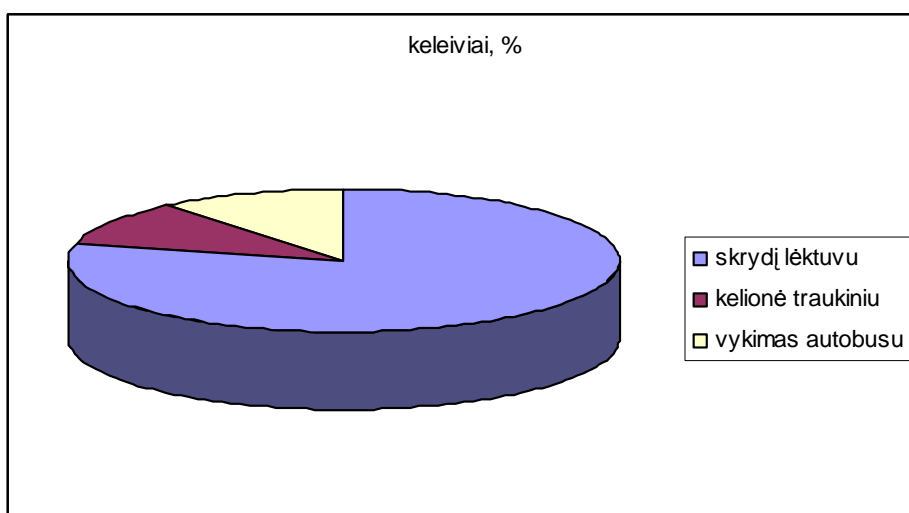
Pagrindiniai konkurentai – pigių skrydžių bendrovės – konkurencingą kainą siūlo klientams, įsigyjantiems kelionę prieš kelis mėnesius. Artėjant skrydžio datai siūlomi reisai brangsta, kol pasiekia standartinę skrydžių kainą. Tuomet vidutinės pajamos gaunančiam klientui lieka vienintelis pasirinkimas – kelionė autobusu. Todėl reikia naudotis, kad Rytų šalių vartotojai dar nemoka iš anksto planuoti būsimų atostogų ir pasiūlyti jiems optimalų variantą.



11 pav. Kelionės pasirinkimo pasiskirstymas

Dauguma, atsiradus galimybei, rinkęsi skrydį lėktuvu (79 proc.), 10 proc. keliautų traukiniu, 11 proc. lieka „ištikimi“ autobusams. Galima teigti, kad autobusų vežėjai turi rasti ypatingus maršrutus, kurie neapsimokėtų aviakompanijoms, nes jos yra ir ateityje taps vis didesnėmis konkurentėmis.

Šis atsakymas tik patvirtina, kad vartotojai labiau vertina kelionės oro linijomis, tačiau juos sustabdo didelės kainos. Tuo naudojantis reikia supažindinti esamus ir būsimus klientus su „geriausiu variantu“ ir tikėtis bei siekti, kad rinkdamiesi keliavimo būdą vartotojai neatsisakys ilgesnės kelionės.



12 pav. Tikėtino kelionės būdo pasiskirstymas

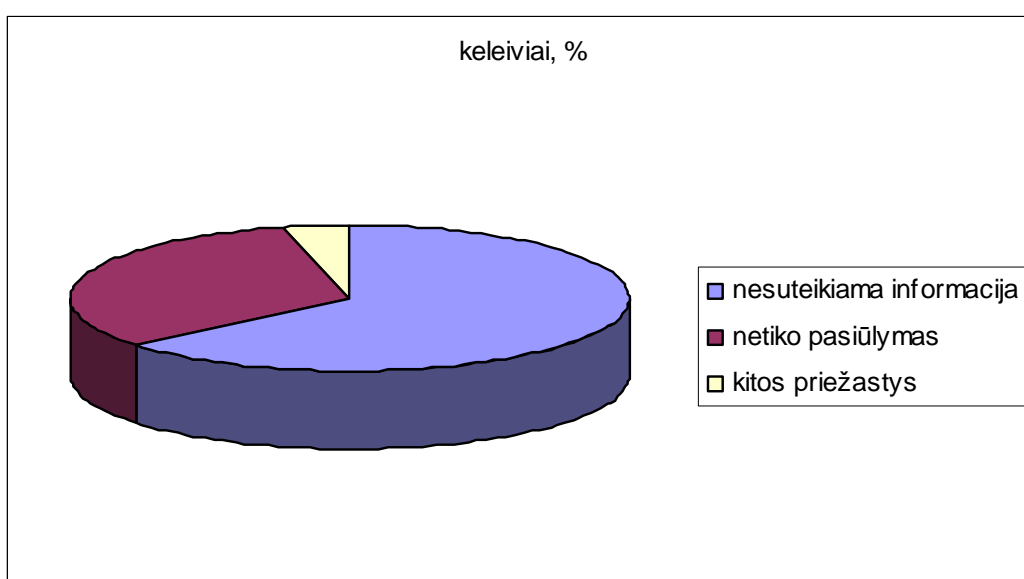
Sužinoję kelionės tikslą, tik 34 proc. keleivių iš karto žinojo būsimos kelionės priemonę, kitiems 56 proc. teko ieškoti informacijos. Vadinasi įmonei reikėtų kurti stiprias reklamines

kampanijas, plėsti informacinį tinklą, kad kuo daugiau keleivių nesvarstydami kreiptųsi informacijos.

Kelionę iki norimo taško agentūroje pasiūlė tik 58 proc. būsimųjų keleivių, kitiems teko patiems ieškoti galimybių vykimui.

Dauguma (87 proc.) norėtų įsigyti bilietus iki galutinio kelionės taško, nekreipiant dėmesio į tai, kad tektų persėsti iš vieno autobuso į kitą ir kelionė užtruktų daug ilgesnį laiko tarpą.

Iki norimo taško kelionės negalėjo pasirinkti daugiausia dėl nesuteikiamos informacijos – 64 proc. , 32 proc. netiko pasiūlytas maršrutas, 4 proc. nurodė kitas priežastis: tolesnio reiso per didelę kainą, keleivis pats žino, kad nėra reiso iki jo norimos vietos, neklausė tokios informacijos ir kiti.



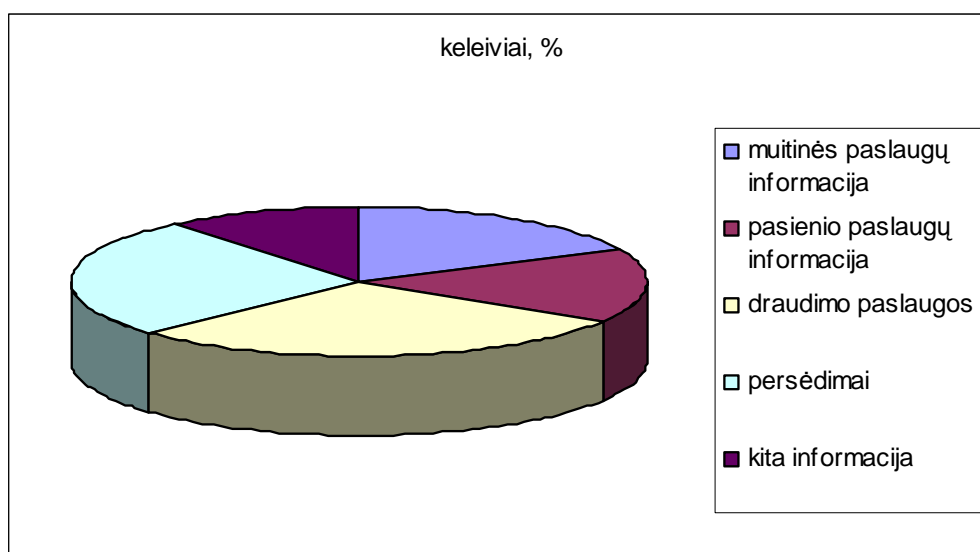
13 pav. Kelionės tikslo nepasiekimo priežasčių pasiskirstymas

Galima teigti, kad didžiausias keleivių aptarnavimas trūkumas UAB „Kautra“ darbe, susijęs su informacijos teikimu. Vienoje anketoje buvo nurodyta, kad tolesnis persėdimas nesirinktas dėl nemalonaus aptarnavimo. Galbūt tokių atvejų būna ir daugiau, tačiau spręsdama įmonės darbuotojų apmokymo politiką galvoju, kad tokių atvejų būna daugiau. Tačiau pagal atliktos apklausos duomenis silpniausia vieta įmonės logistinėje sistemoje – informacijos suteikimas.

Atsakymai apie nesuteiktą informaciją ir norimą gauti informaciją visiškai sutapo arba antrąjį klausimą nieko neatsakytą, todėl rezultatai apžvelgiami kartu.

Dažniausiai keleiviai pageidauja gauti informaciją apie muitines ir pasienio paslaugas (18 proc. - galimų vežtis produktų kiekį, 16proc. - sienos kirtimo privalomus dokumentus), draudimo sąlygas (29 proc.) ir persėdimus (26 proc.). Likusi dalis (11 proc.) negavo informacijos dėl galimybės rezervuoti viešbučius, užsisakyti ekskursijas, automobilius nuvykus ir panašios

informacijos. Norint stiprinti savo konkurencinį pranašumą, tai dar viena niša, kurioje būtų galima konkuruoti su pigių skrydžių bendrovėmis.



14 pav. Pageidaujamos informacijos pasiskirstymas

Išaiškėjo priešinga nuomonė, kad bilietus iki norimo taško pageidautų įsigyti 87 proc. keleivių, iš jų 64 proc. to nepadarė dėl nesuteiktos informacijos. Tačiau tos informacijos trūkumą nurodė tik 29 proc. Galbūt tai lemia vartotojų nepripratimas gauti bendrą paslaugų kompleksą. Bet stiprėjant konkurencijai ir atsirandant vis daugiau įmonių, teikiančių panašias paslaugas, išskyla būtinybė „prisipratinti“ keleivius. Teikiant platesnį paslaugų spektrą, galima kelionę autobusu pateikti kaip privalumą lyginant su lėktuvais.

Atlikus apklausą paaiškėjo, kad didžiausią keleivių nepasitenkinimą sukelia informacijos trūkumas. Dažnas keleivis norėtų pasirinkti reisą iki galutinio kelionės taško. Teikiant šias paslaugas egzistuoja tikimybė, kad vartotojas pasirinks kelionę autobusu, o ne skrydį lėktuvu jei jam bus pasiūlytos tinkamos sąlygos.

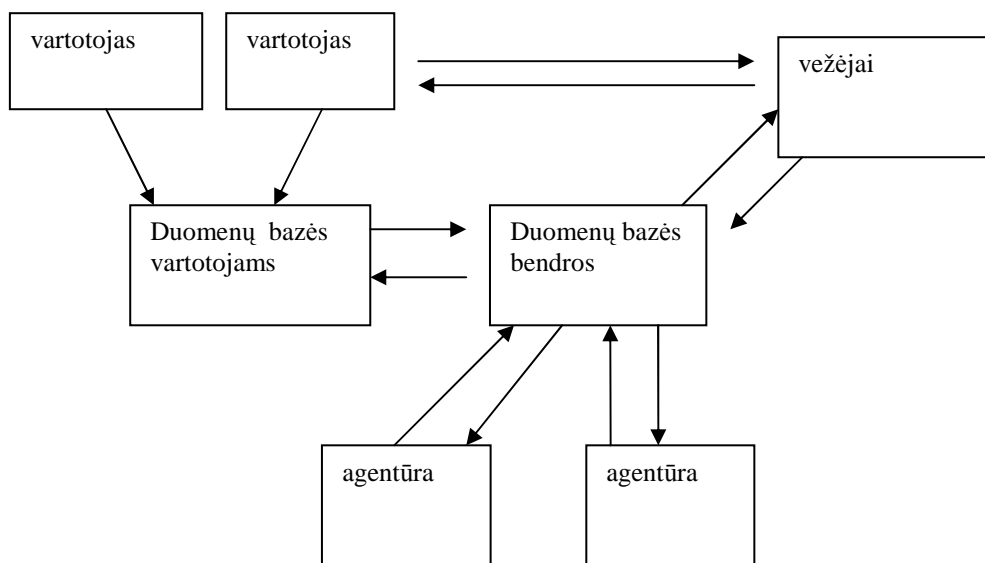
Pirmiausia, reikia sukurti keleivių aptarnavimo procedūras, kurios leistų nustatyti jų pageidavimus ir taikyti norint surasti norimą paslaugą. Tai gali būti netgi plakatas, kad teikiama informacija ir apie kitų šalių vietinius maršrutus. Žinoma, pirmiausiai turėti tokią informaciją. Dauguma keleivių pervežėjų turi galimybę platinti bilietus savo šalies viduje, tačiau bando atskirti dvi funkcijas:

- Vietinius pervežimus ;
- Tarptautinius pervežimus.

Šias funkcijas reikėtų sujungti į bendrą tinklą ir siūlyti bilietus įsigyti ir kitos šalies vartotojams. Tai būtų tarsi kelionės planavimo paslauga, kuri neatneštų didelio pelno, tačiau padėtų pritraukti ir išlaikyti klientus.

Tokią pačią paslaugą reikėtų siūlyti ir kitų šalių vežėjams bei visai „Eurolines“ asociacijai. Šalys, kuriose neįsivertino pigių skrydžių bendrovės, nejaučia pavojaus prarasti užimtas pozicijas (pvz., Prancūzija), todėl nesirūpina papildomų paslaugų ieškojimu. Bet be tų šalių, kurios yra tinklo senbuvės ir turi sprendžiamąjį balsą, pritarimo negalima sukurti bendro informacijos tinklo.

Kuriant bendrą informacinį tinklą reikia įtraukti vartotojus. Negalima sistemos palikti tik pardavėjui, kuris ne visada deda pastangas patenkinti vartotojo pageidavimus. Klientas, dalyvaudamas rezervavimo, informacijos paieškos veikloje, gali pasiūlyti sprendimų, kurie nėra naudojami.



15 pav. Informacijos paskirstymo tinklas

Bilietus platinančios agentūros gautų visą galimą informaciją: reisų vykimai, turimos laisvos vietos, bilietų įsigijimo galimybės ir kt. Vykdam užklausas ir naujos informacijos talpinimą į duomenų bazes galima efektyviai bendradarbiauti ir perduoti informaciją kitoms agentūroms.

Duomenų bazės, skirtos vartotojams, turi būti atskirtos, kadangi klientai nežino įvairių smulkmenų ir gaudami visą informaciją padaro neteisingas išvadas. Pvz., 2 sav. iki reiso išvykimo, pamatę, kad jau beveik neliko laisvų vietų pradeda ieškoti alternatyvų, tuo tarpu paskiriamas naujas autobusas, tačiau vartotojas jau būna susidaręs nuomonę, kad vietų nebėra.

Kitas pasiūlymas būtų – rezervavimo internetu suteikimo galimybės. Vartotojui pačiam ieškant tinkamo reiso, atsiranda susidomėjimas, jis yra įtraukiamas į visą užsakymo procesą ir supažindinamas su papildomais reisais. Tuo pačiu darbuotojams mažėja darbo krūvis, sumažinama klaidų tikimybė. Jei įsigyjant bilietą padaroma klaida, klientas tai priima kaip asmeninį įžeidimą, nepripažindamas tikimybės dėl žmogiškojo faktoriaus: nevienodos žodžių tarties, laiko ir pan. O

ištaisant pačio vartotojo padarytą klaidą klientas yra išsaugomas ir jaučiasi svarbus. Tokio kliento atsiliepimai bus geriausia reklama.

Stebint duomenų bazes, lengviau operatyviai reaguoti į situacijos pasikeitimus, ir vyresnieji vadybininkai tiksliau darytų sprendimus.

Vežėjams reikia sudaryti galimybę gauti nusiskundimus ar pasiūlymus ir tiesiogiai iš vartotojo, kadangi agentūros ne visada tiksliai perduoda gaunamą informaciją, kai kurią priskiria nereikšmingai ir jos visiškai neperduoda, arba nuslepia informaciją. Todėl vežėjui būtina visa informaciją, siekiant išlaikyti ir gerinti užimamą poziciją rinkoje.

Būtina sukurti stabilią informacinę sistemą, kuria lengva naudotis, kuri teiktų naudą ir taupytų laiką.

Atlikus keleivių apklausą ir išanalizavus gautus duomenis paaiškėjo, kad didžiausios paslaugų plėtimo galimybės atsiveria gerinant informacinę sistemą. Būtina kurti bendrą sistemą ne tik įmonės teikiamoms paslaugoms, tačiau jungti atskirų vežėjų turimas galimybes ir pateikti bendrą informaciją vartotojui.

Taip pat klientui suteikus rezervavimo internetu galimybę mažėtų klaidų, įvykstančių dėl „žmogiškojo faktoriaus“.

IŠVADOS

1. Logistika yra mokslinės ir praktinės veiklos dalis, kurios pagrindai skirti pagrįsti žaliavų/prekių judėjimo, parinkimo, pristatymo metodus, tačiau tuos pačius principus taip pat galima taikyti ir teikiant paslaugas. Paslaugų teikėjui aktualios logistikos sritys: keleivių aptarnavimas, transportavimas ir informacijos valdymas.

2. Paslaugas prilyginus prekėms gaunamas pagrindinis logistikos sistemos kūrimo principas: minimaliomis išlaidomis gauti maksimalų pelną, pritaikant prekių pasiūlą pagal klientų pageidavimą. Galima naudoti 3 paslaugų teikimo modelius: pigiausias paklausos patenkinimo ieškojimas, pasiūlos patenkinimo ieškojimas, pasiūlos ir paklausos patenkinimas.

3. Privaloma logistikos ir visos transportavimo sistemos dalis yra pervežimo procesas. Tai grandis, jungianti gamintoją ir vartotoją, kaip ir paslaugos teikėją ir vartotoją.

Pagrindinės keleivių pervežimo priemonės Lietuvoje yra automobilių ir oro transportas. Nors šioms rūšims kenkia kuro kainų didėjimas, vairuotojų trūkumas, kvalifikacijos varžymasis, tačiau geležinkelio transportas nedidina savo konkurencinio pranašumo keleivių pervežimo srityje.

4. Logistinės sistemos sukūrimas įmonėje sutrumpina apskaitos, kontrolės, valdymo, keleivių aptarnavimo laiko intervalus ir sukuria bendros kontrolės sistema visuose paslaugos kūrimo, teikimo taškuose, bei didina grįžtamojo ryšio efektyvumą. Įvedant naują maršrutą reikia atlikti daugiapakopę analizinę ir suderinti su būsimos paslaugos galimybėmis, vėliau vykdant pastovią kontrolę ir reikalingus pakeitimus. Didžiausia įmonių, teikiančių keleivių pervežimo paslaugas, problema – žmogiškojo kapitalo nutekėjimas. Keleivių aptarnavimas paslaugų srityje privalomas visuose sandorio elementuose, nustatant prioritetinius taškus.

5. Partnerio funkcijos skiriasi nuo prekių logistikos partnerio funkcijų, nes šiuo atveju partneris ne tik vykdo keleivių pervežimą, bet dalyvauja viso proceso metu.

6. Maršrutas Ryga-Londonas labiausiai atitinka pervežimų logistikos sistemą, kadangi galima organizuoti daugiausiai persėdimų, suteikiant papildomas paslaugas. Šis reisas sulaukia didžiausio visų vežėjų dėmesio dėl savo populiarumo. Pagrindiniai konkurentai – pigių skrydžių bendrovės, atėjo į rinką praeitais metais ir užima stiprėjančias pozicijas prieš vežėjus autobusais – „Eurolines“ ir „Ecolines“ tinklus. Šie tinklai siūlo panašias paslaugas, atlieka lygiagrečias funkcijas, todėl daugiausia gali konkuruoti didindami savo vardo patrauklumą.

7. Didžiausios paslaugų plėtimo galimybės atsiveria gerinant informacinę sistemą. Būtina kurti bendrą sistemą ne tik įmonės teikiamoms paslaugoms, tačiau jungti atskirų vežėjų turimas galimybes ir pateikti bendrą informaciją vartotojui.

Taip pat klientui suteikus rezervavimo internetu galimybę mažėtų klaidų, įvykstančių dėl „žmogiškojo faktoriaus“.

LITERATŪRA

Mokslinės literatūros sąrašas

1. KANCEREVIČIUS, Gitanas(2004) *Finansai ir investicijos* Kaunas:Smaltijos leidykla. 879 psl. ISBN 9955-551-40-2.
2. GVOZDENKO, Aleksandr A. (2004) *Логистика в туризме*. Maskva:Finansai ir statistika.270 psl. ISBN 5-279-02777-4.
3. PALŠAITIS, Ramūnas (2000) *Tranzito ir logistikos plėtros problemas Lietuvoje*. Lietuvos mokslų akademijos sesijos pranešimų medžiaga / Lietuvos mokslų akademija, Vilniaus Gedimino technikos universitetas, Transporto tyrimų taryba prie Lietuvos mokslų akademijos prezidiumo: p.118-129.
4. MARY LU HARDINI *Determining Total Supply Chain Cost* [interaktyvus] Bristol, 2003, JAV[žiūrėta 2004m. lapkričio 11d], Prieiga per internetą: www.ism.ws
5. GARALIS, Algirdas(2003) *Logistika.Bendrieji pagrindai*. Šiauliai:UAB „Šiaulių knygišykla. 121 psl. ISBN 9986-38-376-5
6. АНИКИНА Б.А. *Логистика : учебное пособие* / [авторский коллектив: Б.А.Аникин ...[et al.]] ; Гос. академия управления им. С.Орджоникидзе, Ин-т мировой экономики и международных отношений РАН, Международная академия науки и практики организации производства .Maskva 1999. 326 psl.ISBN 5-86225-958-9
7. PALŠAITIS E.,PALŠAITIS R (2001).*Logistika : lietuvių-anglų kalbų logistikos terminai, sąvokos* Vilnius (Rotas : Lietuvos nacionalinė vežėjų automobiliais asociacija). 350 psl.ISBN 9955-461-04-7
8. ŽIDONIS Z.(2002) *Verslo logistika : paskaitų konspektas* : [studentams ir verslininkams]; Vilnius:Vilniaus vadybos kolegija .146 psl. ISBN 9986-9349-8-2
9. MINALGA Rimantas(2004) *Tarptautinė logistika* Vilnius : Spaudos kontūrai.159 psl. ISBN 9955-449-69-1
10. URBONAS,Julius Algimantas (2004) *Tarptautinė logistika : mokomoji knyga* ; Kaunas:Technologija. 267 psl. ISBN 9955-09-724-8
11. JANULIENĖ,Inga *Turizmo paslaugų informacinė logistika „VERSLO ŽINIOSE“* prieiga per internetą (žiūrėta 2005-05-10): http://www.elibrary.lt/inf_res4?id=36
12. *The Value of Information within Logistics Alliances*. [žiūrėta 2004-09-06]. Prieiga per internetą: <http://www.lq.ca/issues/summer2001/articles/article08.html>
13. SIMANAUSKAS L. *Informacinės sistemos* // Vilniaus universiteto leidykla, Vilnius 2000; 290 psl. ISBN 9986-19-372-9

14. БАЖИН, Игорь Иванович *Информационные системы менеджмента* Москва : ГУ-ВШЭ , 2000 687pskl. ISBN 5-7598-0131-7
15. PALŠAITIS R. *Logistikos vadybos pagrindai* Vilnius. Technika 2005. 355 psl. ISBN 9986-05-836-8
16. KOCH Dave K. And NEUNER James J. (2003) *Internal Logistics as a Core Competency* [žiūrėta 2006m. Kovo 23d.] <http://www.logisticstoday.com/PDF/{32E08CB3-4A0D-46D8-AAC1-7AB458425091}.pdf>
17. Sheffi Yossi and Closs David J. (2005) *Supply Chain Resilience* [žiūrėta 2006m. balandžio 03d.] <http://www.lq.ca/issues/12-1/LQ_12-1.pdf>
18. STANK, Theodore P. And MENTZER Thomas J. (2005) *Transportation Management Trends*[žiūrėta 2006m. balandžio 03d.] <http://www.lq.ca/issues/12-1/LQ_12-1.pdf>
19. Langely J. C.; Allen G. R.; Dale T. A. (2004) *Third - party logistics* [interaktyvus].Results and findings of the 2004 ninth annual study. [žiūrėta 2005 m. balandžio 17 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.de.capgemini.com/servlet/PB/show/1484991/Capgemini_Third_Party_Logistics.pdf>
20. Srinivasa R. P.; Swarup S. (2001) *Business intelligence and logistics* [interaktyvus]. Wipro technologies: white paper, [žiūrėta 2005 m. balandžio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.dmreview.com/whitepaper/wid328.pdf>>
21. Vaidyanathan G. (2005) *A framework for evaluating third – party logistics*. Electronics edition (DOI: 10.1145/1039544). [žiūrėta 2005 m. gegužės 4 d.]. Prieiga per internetą: <<http://portal.acm.org/citation.cfm?doid=1039544>>

Informacijos šaltinių sąrašas

22. Infrastruktūros pakeitimo sąlygos[interaktyvus]. Lietuvos Respublikos Automobilių kelių direkcija [žiūrėta 2005m. Kovo 29d.]. Prieiga per internetą: <http://www.lra.lt/lt.php/naujienos/12;news_period;2004-11 >.
23. Transporto galimybės gauti licencijas [interaktyvus].Valstybinė kelių transporto inspekcija [žiūrėta 2006m. Sausio 15d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.vkti.lt/index.php?-692090015> >
24. Vežėjų galimybių aprašas [interaktyvus].Lietuvos nacionalinė vežėjų automobiliais asociacija “Linava” [žiūrėta 2005m. Rugšėjo 08d.]. Prieiga per internetą: <http://www.linava.lt/cms/content.aspx?root_id=lt&path=/lt/lt_links&item_id=lt_links_1>

25. Transporto politika [interaktyvus]. Europos komitetas prie LR Vyriausybės [žiūrėta 2006m. vasario 08d]. Prieiga per internetą:

<<http://www.euro.lt/showitems.php?TopMenuID=2&MenuItemID=9&LangID=1&ItemID=435>>

26. Keleivių vežimas [interaktyvus]. Lietuvos Statistikos departamentas [žiūrėta 2005m. vasario 10d]. Prieiga per internetą: <<http://www.std.lt/lt/pages/view/?id=1229>>.

27. RILEY, Craig *Industrial logistic* [interaktyvus] [Žiūrėta 2005m. Spalio 28d.] Prieiga per internetą:

<http://www.manufacturing.net/index.asp?layout=magazines_V2&industryid=19584&vertical=Logistics >

28. „Transportas ir ryšiai 2004“, Vilnius 2005 ISSN 1648-0279

29. „Lietuvos Statistikos metraštis 2004/ II“ , Vilnius 2005 ISSN 1392-026X

30. Lietuvos ekonominė ir socialinė raida . [Žiūrėta 2005m.kovo,27]

<http://www.std.lt/lt/catalog/viewfree/?id=839>

31. UPS Consulting Reverse Logistics [žiūrėta 2006m. Kovo 23d.]

<http://www.logisticstoday.com/PDF/{C74D9F49-2A97-4FB5-81A5-C486468DDBDB}.pdf>

32. Supply chain executive board (2001) 3PL selection and implementation. [žiūrėta 2005 gegužės 12 d.]. Operations management roundtable: decision support memorandum June 2001. Prieiga per internetą:

<<http://www.sceb.executiveboard.com/guest/OMR/Sample3PL.pdf>>

KIELIENĖ, Mingaudė (2006) The Analysis of the Services of passengers transportation on the Bases of Logistics. Master Graduation Paper. Kaunas: Kaunas Faculty of Humanities, Vilnius University.

SUMMARY

The aim of this thesis is to make the analyses of the separate parts of the logistics system enterprises and applying it in providing the services of passengers transportation and to clear up the most important factors for the clients choice.

The object of this thesis is the enterprises providing services for the international passengers transportation.

The application of the logistics system in providing services for the international passengers transportation and the most actual parts of this system is analysed.

The services may be interpreted the same as the goods and all methods suitable for goods transportation logistics can be applied. The most often used mean of transportation are buses and planes, from which the services provided by cheap flight companies should be excluded.

The most actual spheres for service providers are the passengers services, transportation and management of the information.

In the process of this thesis the theoretical parts of logistics system, which can be applied providing the passengers transportation services was elucidated suitability of the means of transportation providing services for goods and passengers transportation were compared, the parts of the logistic system applied in JSC „Kautra“, operating activities especially in the line Ryga – London and compared with services provided by the competitors.

During the interrogation it became clear that the choice of the clients is mainly limited by the quality of the service and the lack of information, so existing information system should be improved. While creating this system it is necessary to involve the possibility for the consumer to choose for himself the suitable service in order to dismiss the mistakes of the services.

The analysis was being made in 4 months, the size of the thesis in 50 pages including 4 tables and 15 pictures.

1 PRIEDAS

Anketa

Anketa skirta išsiaiškinti logistinių principų panaudojimą keleivių pervežime. Gerinant keleivių aptarnavimą norima išsiaiškinti svarbiausias klientui sritis: keleivių aptarnavimas, transportavimas ir informacijos valdymas.

Dėkoju už atsakymus.

1. Lytis

- Vyras
- Moteris

2. Amžius

- <18
- 19-28
- 29-38
- 39-48
- 49-58
- >59

3. Užsiėmimas

- Dirbantis
- Studentas
- Bedarbis
- Pensininkas

4. Kiek laiko praleidžiate užsienyje vienos kelionės metu?

- <2d.
- 3-5d.
- >5d.

5. Kokiu tikslu vykstate?

- Pas draugus
- Pažinti šalį
- Darbo reikalais
- Pasilikti užsienyje
- Kita (įrašykite)_____

6. Kaip dažnai keliaujate?

- Kartą per metus
- Kelis kartus per metus
- Kartą per mėnesį
- Dažniau

7. Ar kelionės tikslą derinate su kelionės būdu?

- Taip
- Ne

8. Kodėl pasirinkote kelionę autobusu?

- Nebuvo alternatyvų
- Labiausiai tinkantis variantas
- Visada renkuosi autobusą
- Pigesnė kaina
- Kita _____

9. Jei būtų galimybė kokią kelionės būdą rinktumėtės? Kodėl?

10. Ar žinodami kelionės tikslą iš karto pasirinkote kelionės būdą?

- Taip
- Ne, teko rinkti informaciją

11. Ar agentūra pasiūlė kelionę iki norimo taško?

- Taip
- Ne

12. Ar norėtumėte įsigyti bilietus iki galutinio kelionės taško (pasirenkant kelionę su persėdimu)?

- Taip
- Ne

13. Kodėl negalėjote pasirinkti maršruto iki kelionės tikslo taško?

14. Kokios informacijos nesuteikia agentūra?

15. Kokią papildomą informaciją norėtumėte gauti agentūroje (parašykite)?

Dėkui už kantrybę

2 PRIEDAS

Apklauso rezultatai

1.Lytis

- Vyras • 44 proc.
- Moteris • 56 proc.

2.Amžius

- <18 • 12 proc.
- 19-28 • 32 proc.
- 29-48 • 29 proc.
- 49-58 • 20 proc.
- >59 • 7 proc.

3.Užsiėmimas

- Dirbantis • 42 proc.
- Studentas • 31 proc.
- Bedarbis • 18 proc.
- Pensininkas • 9 proc.

4.Kiek laiko praleidžiate užsienyje vienos kelionės metu?

- <2d. • 4 proc.
- 3-5d. • 24 proc.
- >5d. • 72 proc.

5.Kokiu tikslu vykstate?

- Pas draugus • 57 proc.
- Pažinti šalį • 18 proc.
- Darbo reikalais • 9 proc.
- Pasilikti užsienyje • 11 proc.
- Kita • 3 proc.

6.Kaip dažnai keliaujate?

- Kartą per metus • 77 proc.
- Kelis kartus per metus • 14 proc.
- Kartą per mėnesį • 7 proc.
- Dažniau • 2 proc.

7.Kodėl pasirinkote kelionę autobusu?

- Nebuvo alternatyvų • 18 proc.
- Labiausiai tinkantis variantas • 4 proc.
- Visada renkuosi autobusą • 22 proc.
- Pigesnė kaina • 51 proc.
- Kita • 5 proc.

8. Jei būtų galimybė kokią kelionės būdą rinktumėtės? Kodėl?

- Lėktuvu 79 proc.
- Traukiniu 10 proc.
- Autobusu 11 proc.

9. Ar žinodami kelionės tikslą iš karto pasirinkote kelionės būdą?

- Taip • 34 proc.
- Ne, teko rinkti informaciją • 56 proc.

10. Ar agentūra pasiūlė kelionę iki norimo taško?

- Taip • 58 proc.
- Ne • 32 proc.

11. Ar norėtumėte įsigyti bilietus iki galutinio kelionės taško (pasirenkant kelionę su persėdimu)?

- Taip • 87 proc.
- Ne • 13 proc.

12. Kodėl negalėjote pasirinkti maršruto iki kelionės tikslo taško?

- Nesuteikta informacija 64 proc.
- Netiko pasiūlymas 32 proc.
- Kita 4 proc.

13. Kokios informacijos nesuteikia agentūra?

14. Kokią papildomą informaciją norėtumėte gauti agentūroje (parašykite)?

- Galimi vežtis produktų kiekiai 18 proc.
- Privalomi sienos kirtimo dokumentai 16 proc.
- Draudimo sąlygos 29 proc.
- Persėdimai 26 proc.
- Kita 11 proc.