

TURINYS

Pratarmė	4
1 SKYRIUS. MARKETINGO PLĖTOJIMAS – PRIORITETINĖ	
TURIZMO VERSLO RAIDOS KRYPTIS	7
1.1. Turizmas, kaip santykinai savarankiška sistema	8
1.2. Turizmo raida Europoje ir kitose pasaulio šalyse	10
1.3. Turizmo raida Lietuvoje	18
1.4. Turizmo industrijos vaidmuo ekonomikos augimui	30
1.5. Marketingo plėtojimas ir funkcijų pasiskirstymas turizmo industrijoje	32
2 SKYRIUS. TURIZMO PASLAUGŲ VARTOTOJAI	
IR JŲ POREIKIAI	44
2.1. Turizmo paslaugų vartotojų poreikiai	45
2.2. Turizmo paslaugų vartotojų segmentavimas	48
2.3. Šiuolaikinės visuomenės poreikiai plėtojant turizmo paslaugas	63
2.4. Konkurencija ir jos poveikis plėtojant turizmo paslaugas	78
3 SKYRIUS. MARKETINGO KOMPLEKSO YPATUMAI	
TURIZMO VERSLE	89
3.1. Turizmo produktas ir jo tobulinimas	90
3.2. Turizmo paslaugų kainodara	102
3.3. Turizmo paslaugų pardavimo būdų tobulinimas ir turizmo keliones organizuojančio verslo vaidmuo	126
3.4. Turizmo produkto reklama ir rėmimas	142
4 SKYRIUS. TURIZMO PASLAUGŲ MARKETINGO	
YPATUMAI SVETINGUMO ĮMONĖSE	210
4.1. Turizmo paslaugų vartotojų poreikių ypatumai svetingumui	211
4.2. Apgyvandinimo verslas ir svečiams teikiamų paslaugų kokybė	212
4.3. Turizmo paslaugų vartotojų apgyvendinimo poreikių ypatumai	239
4.4. Maitinimo verslas ir svečiams teikiamų paslaugų kokybė	266
5. LITERATŪRA	302