The background is a light blue gradient with several realistic water droplets of various sizes scattered across the surface. The droplets have highlights and shadows, giving them a three-dimensional appearance.

**APIBŪDINTI SPORTO  
ORGANIZACIJOS PASLAUGAS IR  
PREKES BEI JŲ PARDAVIMĄ.**

# SPORTO PASLAUGŲ YPATUMAI

- ANALIZUOJANT SPORTO PASLAUGŲ YPATUMUS PIRMIAUSIA TIKSLINGA YRA APSIBRĖŽTI KAS YRA SPORTAS IR KOKIĄ NAUDĄ JIS SUKURIA. EUROPOS BENDRIJŲ KOMISIJOS IŠLEISTAME LEIDINYJE „BALTOJI KNYGA DĖL SPORTO“ (2007): “SPORTAS – DINAMIŠKAS IR SPARČIAI AUGANTIS SEKTORIUS, KURIO MAKROEKONOMINIS POVEIKIS BEI TEIKIAMOS GALIMYBĖS PADĖTI SIEKTI LISABONOS UŽIMTUMO IR DARBO VIETŲ KŪRIMO TIKSLŲ YRA NEPAKANKAMAI VERTINAMI. SPORTAS GALI TAPTI VIETOS IR REGIONŲ VYSTYMO SI, MIESTŲ ATGAIVINIMO AR KAIMO PLĖTROS PRIEMONE. SPORTAS YRA SUSIJĘS SU TURIZMU IR GALI PASPARTINTI INFRASTRUKTŪROS ATNAUJINIMĄ BEI SKATINTI NAUJAS PARTNERYSTES, KURIŲ TIKSLAS – FINANSUOTI SPORTUI IR LAISVALAIKIUI SKIRTUS ĮRENGINIUS”.

- SPORTO REIŠKINIO ĮGYVENDINTOJOS IR SPORTO PASLAUGŲ TEIKĖJOS YRA SPORTO ORGANIZACIJOS, KURIOS PASAK, S. STONKAUS (2002) APIBŪDINAMOS TAIP: „SPORTO ORGANIZACIJA – REGULIARIAI SPORTUOJANČIŲ IR FIZIŠKAI BESIGRŪDINANČIŲ ŽMONIŲ – SPORTUOTOJŲ, SPORTININKŲ IR JIEMS PADEDANČIŲ SPECIALISTŲ, MĖGĖJŲ RĖMĖJŲ BENDRIJA. JI PLĖTOJA KŪNO KULTŪRĄ, SPORTĄ, RENGIA SPORTO VARŽYBAS; JI TURI SAVO ĮSTATUS, ATRIBUTUS, TRADICIJAS.
- SPORTO ORGANIZACIJOS BENDRADARBIAUDAMOS SU VYRIAUSYBINĖMIS ORGANIZACIJOMIS ATSIŽVELGIANT Į JŲ FORMUOJAMUS PRIORITETUS BEI STRATEGIJAS FORMUOJA SPORTO PASIŪLĄ. SPORTO PASIŪLĄ SUKURIA ĮVAIRIOS KŪNO KULTŪROS IR SPORTO ORGANIZACIJOS, KURIŲ VEIKLĄ REGLAMENTUOJA ĮSTATYMAI, O POBŪDĮ NURODO VIDINIAI TEISINIAI AKTAI. ORGANIZACIJAS GALIMA PRISKIRTI VIENAM IŠ TRIJŲ SEKTORIŲ: KOMERCINIAM, VISUOMENINIAM AR VALSTYBINIAM (ČINGIENĖ, 2009).

- SPORTO IR REKREACIJOS ORGANIZACIJOS DAŽNIAUSIAI TEIKIA PASLAUGAS, O NE GAMINA PREKES. ŠI APLINKYBĖ LEIDŽIA KALBĖTI APIE NAUJĄ ŽMONIŲ IŠTEKLIŲ KATEGORIJĄ – SPORTO IR REKREACIJOS ORGANIZACIJŲ KLIENTUS ARBA VARTOTOJUS. DIDUMA SPORTO IR REKREACIJOS ORGANIZACIJŲ TEIKIA PASLAUGAS ŽMONĖMS, T. Y. DIRBA ŽMONĖMS IR SPECIFINIU BŪDU KEIČIA JUOS. TAIP KLIENTAS ARBA VARTOTOJAS TUO PAT METU YRA IR PASLAUGOS VYKSMO PRIELAIDA IR REZULTATAS (PACENKA, 2009).
- SPORTO PASLAUGA KAIP PRODUKTAS YRA NEAPČIUOPIAMAS, NETVARUS, KINTAMAS LAIKE PASLAUGOS DALYVIŲ PATYRIMAS. PASLAUGA TEIKIAMA IR VARTOJAMA VIENU METU, TODĖL KLIENTO IR PASLAUGOS TEIKĖJO SAŲEIKA YRA KRITINIS SPORTO ORGANIZACIJOS ELEMENTAS. (PACENKA, 2009).

- SPORTO ORGANIZACIJŲ TIKSLAS YRA SIEKTI PATENKINTI VARTOTOJŲ POREIKIUS, KURIE ATITIKTŲ MINIMALIUS VARTOTOJO LŪKESČIUS ARBA JUOS VIRŠYTŲ (JAVADEIN ET AL., 2008; BAGDONIENĖ IR HOPENIENĖ, 2005). TAI ĮGYVENDINUS SUKURIAMA PRIDĖTINĖ VERTĖ, KURI SPORTO PASLAUGŲ VARTOTOJUI YRA ITIN SVARBI RENKANTIS SPORTO PASLAUGAS, PANAŠIŲ PASLAUGŲ GRUPĖJE.
- DABARTINIŲ METŲ RINKOJE YRA TEIKIAMA ĮVAIRIŲ TIPŲ SPORTO, FIZINĖS VEIKLOS IR REAKCINIO POBŪDŽIO BEI TURIZMO PASLAUGŲ, KURIOS DAŽNAI YRA PERSIPYNUŠIOS SAVO FUNKCIJOMIS. TAI LEMIA IR SPORTO PASLAUGŲ IR JŲ YPATUMŲ APIBRĖŽTIES SUNKUMUS. SPORTO PASLAUGŲ ĮVAIROVĘ BEI YPATUMUS LEMIA DAUG VEIKSNIŲ, TOKIŲ KAIP TECHNOLOGINIAI IŠRADIMAI, INOVACIJOS, KINTANTYS VARTOTOJŲ POREIKIAI, PERKAMOJI GALIA, KULTŪRINIS PAŽINIMAS, SPORTO PASLAUGŲ PATEIKIMAS, TAM TURI ĮTAKOS PASLAUGOS TEIKIMO VIETA IR PAN.

- NORS SPORTO PASLAUGOS YRA ĮVAIRIOS IR TENKINA ĮVARIUS POREIKIUS, TAČIAU DAŽNIAUSIAI JŲ VARTOJIMAS SIEJAMAS SU ŠIAIS SIEKIAIS, TAI PAGERINTI VARTOTOJO SVEIKATOS BŪKLĘ, HARMONIZUOTI PSICHOLOGINĘ PUSIAUSVYRĄ; EMOCINIO SUJAUDINIMO PER SPORTO PASLAUGOS VARTOJIMĄ (ROBINSON 2006; JAVADEIN ET AL. 2008).
- SPORTUI, SPORTININKUI AR KOMANDAI, TAIP PAT VARŽYBŲ RANGUI APIBŪDINTI DAŽNAI VARTOJAMI EPITETAI PROFESIONALUS ARBA MĖGĖJIŠKAS. LYGIAI TAIP PAT PASLAUGOS KOMPLEKSIŠKUMAS IR LAIPSNIS, KAIP JI ATITINKA INDIVIDUALIAS KLIENTŲ REIKMES, ŽINIŲ IR SPECIALIŲ ĮGŪDŽIŲ, REIKALINGŲ PASLAUGAI TEIKTI, LYGIS, YRA TIE KRITERIJAI, KURIE LEIDŽIA PASLAUGAS KLASIFIKUOTI Į PROFESIONALIAS IR VARTOTOJIŠKAS (PACENKA, 2009).
- PROFESIONALIOS PASLAUGOS – TAI INDIVIDUALIZUOTOS KIEKVIENAM KLIENTUI IR TEIKIAMOS SANTYKIŠKAI AUKŠTOS KVALIFIKACIJOS DARBO JĖGOS PASLAUGOS.

- SPORTO MOKYKLOS, SPORTO KLUBAI, RENGIANČIŲ DIDELIO MEISTRIŠKUMO ATLETUS IR KOMANDAS, SPORTO IR SVEIKATINGUMO KLINIKOS, CENTRAI, SAMDANTYS PROFESIONALIUS INSTRUKTORIUS, TRENERIUS, FIZIOTERAPEUTUS, MEDIKUS IR MOKSLININKUS, TEIKIA PROFESIONALIAS PASLAUGAS SAVO KLIENTAMS. TOKIŲ ORGANIZACIJŲ PASLAUGOS YRA GRINDŽIAMOS DARBUOTOJŲ KOMPETENCIJA IR MEISTRIŠKUMU. JOS NEGALI BŪTI STANDARTIZUOTOS DĖL KIEKVIENO KLIENTO REIKMIŲ INDIVIDUALUMO, TODĖL TOKIOSE ORGANIZACIJOSE TRADICINIAI BIUROKRATINIAI KONTROLĖS MECHANIZMAI NĖRA NEI TINKAMI, NEI PAKANKAMI (PACENKA, 2009).
- VARTOTOJIŠKAS PASLAUGAS APIBŪDINA KAIP PASLAUGAS, TEIKIAMAS PLAČIAJAI RINKAI. JAS TEIKIA SANTYKIŠKAI ŽEMOS KVALIFIKACIJOS DARBO JĖGA (PACENKA, 2009).

- DAUGELIS SPORTO IR REKREACIJOS ORGANIZACIJŲ TEIKIAMŲ PASLAUGŲ TURI ŠIUOS BRUOŽUS, T. Y. JOS PUOSELĖJA SVEIKĄ GYVENSENĄ, UGDO FIZINĖS VEIKLOS VERTĖS SUVOKIMĄ, KEIČIA ŽMONIŲ NUOSTATAS APIE SPORTAVIMĄ IR ATGAIVĄ, KURIA PRIELAIDAS TOBULĖJIMO, BENDRAVIMO, JAUDULIO IR VISAPUSIŠKOS PALAIMOS DŽIAUGSMUI PATIRTI (PACENKA, 2009).

- GALIMA IŠSKIRTI PAGRINDINES SPORTO PASLAUGŲ TAIKYMO SRITIS, TAI YRA KOKIUS POREIKIUS PATENKINTI JOS YRA SKIRTOS. SPORTO PASLAUGŲ IR FIZINIO AKTYVUMO KLASIFIKACIJA PAREMTA DVIEM DIMENSIJOMIS. PIRMĄ DIMENSIJĄ APIMA DARBUOTOJO DALYVAVIMĄ TEIKIANT PASLAUGAS, JO PROFESIONALUMĄ, ŽMOGIŠKAJĄ FAKTORIŲ PASLAUGŲ KŪRIMO PROCESĖ. ANTRA DIMENSIJA YRA VARTOTOJAS, JĄ APIBRĖŽIA VARTOTOJO MALONUMO SIEKIMAS, ĮGŪDŽIAI, MEISTRIŠKUMAS, SVEIKATA (SAVIJAUTA). ŠIŲ DIMENSIJŲ DERINYS SUDARO ŠEŠIAS SPORTO IR FIZINĖS VEIKLOS PASLAUGŲ TEIKIMO SRITIS, KURIOS NUKREIPTOS SIEKiant: VARTOTOJO SVEIKATOS (GEROS SAVIJAUTOS), VARTOTOJO FIZINIŲ ĮGŪDŽIŲ, VARTOTOJO FIZINIO PRANAŠUMO, MITYBOS IR GYDYMO.

- **SPORTO ORGANIZACIJŲ TEIKIAMOS PASLAUGOS GALI BŪTI SUKLASIFIKUOTOS Į TRIS GRUPES:**
- **I. PASLAUGOS DALYVIAMS.**
- VARTOTOJIŠKOS MALONUMŲ AR VARTOTOJIŠKOS SVEIKATOS – TAI SPORTO RENGINIŲ ORGANIZAVIMAS ARBA ĮRENGINIŲ PRIEŽIŪRA IR NAUDOJIMOSI JAIS TVARKARAŠČIO SUDARYMAS ĮVAIRIEMS KLIENTŲ FIZINĖS VEIKLOS POREIKIAMS TENKINTI.
- ŽMOGAUS MEISTRIŠKUMO AR ŽMOGAUS TOBULUMO PASLAUGOS REIKALAUJA PROFESIONALIOS VADYBOS IR SPECIALISTŲ KONSULTACIJOS, KLIENTAS SIEKIA TOBULUMO KONKREČIOJE SPORTO ŠAKOJE AR VEIKLOJE.
- ŽMOGAUS PALAIKYMO AR ŽMOGAUS GYDYMO PASLAUGOS TEIKIAMOS PAGAL SPECIALISTŲ PARENGTAS IR VYKDOMAS FIZINIO PAJĖGUMO IR SVEIKATINGUMO AR FIZINĖS, PSICHINĖS IR SOCIALINĖS REABILITACIJOS PROGRAMAS.

- **II. PASLAUGOS ŽIŪROVAMS.**

- PASTAROSIOS PASLAUGOS YRA TIESIOGINĖ TOBULUMO SIEKIMO PASLAUGŲ IŠDAVA IR YRA NUKREIPTA Į TIESIOGINĮ (ŽIŪROVAMS SALĖJE) IR NETIESIOGINĮ (TV ŽIŪROVAMS) KLIENTŲ LAISVALAIKIO ORGANIZAVIMĄ.

- **III. RĒMIMO PASLAUGOS.**

- RĒMIMAS – TAI INDIVIDŪ AR GRUPIŪ PINIGINĒ ARBA NEPINIGINĒ PARAMA UŽ VIENAĀ AR KELIS SPORTO ORGANIZACIJOS TEIKIAMUS PASIŪLYMUS: PRIEIGA PRIE RINKOS (PVZ.: OLIMPINIŪ ŹAIDYNIŪ, NACIONALINIŪ RINKTINIŪ AR SPORTO ŹAKŪ FEDERACIJŪ RĒMIMAS), SAŹAJA SU TOBULUMU (PVZ., ARVYDO SABONIO RĒMIMAS) IR SOCIALINĒ ATSAKOMYBĒ IR MORALINĒ PAREIGA (VIETOS SPORTO RENGINIŪ, VAIKŪ AR NEŹGALIŪJŪ ORGANIZACIJŪ RĒMIMAS) (PACENKA, 2009).

- SPORTO BEI FIZINĖS VEIKLOS PASLAUGŲ VADOVAVIMAS IR ORGANIZAVIMAS PRIKLAUSO NUO PERSONALO ĮGŪDŽIŲ, ĮSITRAUKIMO. TAI PATVIRTINA IR L. BAGDONIENĖ IR R. HOPENIENĖ (2005), NES JŲ TEIGIMŲ PASLAUGŲ KOKYBĘ LEMIA KONTAKTINIS PERSONALAS, KURIS TIESIOGIAI DALYVAUJA PASLAUGOS TEIKIME.
- VIEŠAI PRIEINAMOS SPORTO PASLAUGOS YRA FORMUOJAMOS VALDŽIOS IR JŲ PATRAUKLUMAS BEI VISUOMENĖS ĮSITRAUKIMAS JAS VARTOTI PRIKLAUSO NUO VALSTYBINIŲ INSTITUCIJŲ TAIKOMŲ NAUJOVIŲ. SPORTO PASLAUGOS YRA SKIRTOS VISUOMENĖS GEROVEI IR SOCIALINIO AKTYVUMO POREIKIUI PATENKINTI. VIEŠO SEKTORIAUS SPORTO PASLAUGOS DAŽNAI YRA SUSIJUSIOS SU VERSLO SEKTORIUMI, NES NAUDOJANT JAS, DAŽNAI YRA NAUDOJAMAS PAPILDOMAS INVENTORIUS, ĮRANGA AR KITA SPORTO PRODUKCIJA. VISUOMENINĖS ORGANIZACIJOS TURĖTŲ TEIKTI SPORTO PASLAUGAS VISUOMENEI NAUDOJANT IŠSKIRTINIUS BŪDUS. TOKIU BŪDU JŲ OBJEKTAS YRA VISUOMENĖS FIZINIS AKTYVUMAS IR JOS ĮSITRAUKIMAS Į SPORTO PASLAUGŲ VARTOJIMĄ.

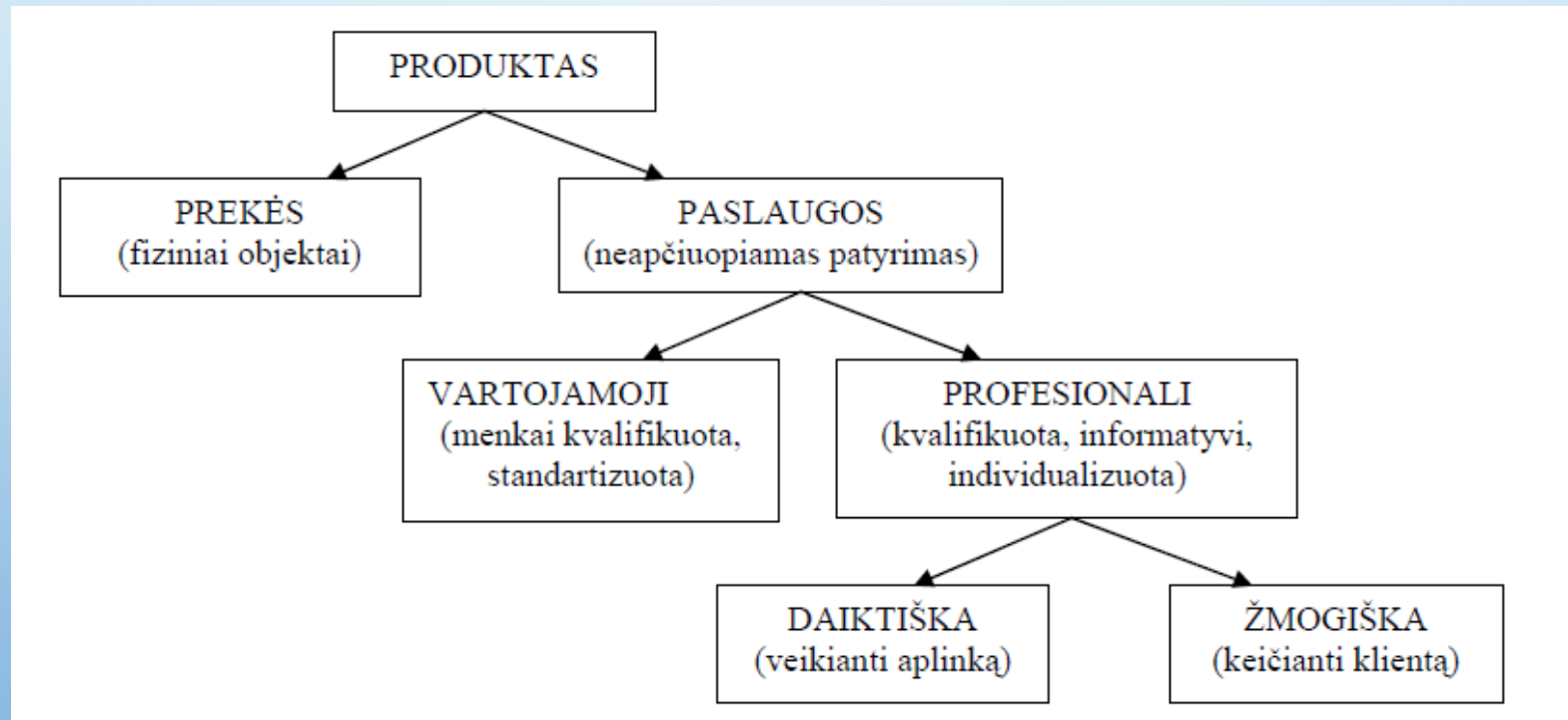
- SPORTO PASLAUGŲ VARTOJIMUI IR JO PATRAUKLUMUI ĮTAKOS TURI KOKYBĖS ASPEKTAS.
- TAI TURI ĮTAKOS TIEK VIEŠO SEKTORIAUS TEIKIAMOMS SPORTO PASLAUGOMS, TIEK VERSLO SEKTORIAUS TEIKIAMOMS SPORTO PASLAUGOMS. VARTOTOJŲ LOJALUMAS YRA BŪTINA VERSLO IŠLIKIMO. SANTYKIAI TARP SUVOKIAMOS PASLAUGŲ KOKYBĖS IR KLIENTŲ LOJALUMO SPORTO PASLAUGŲ TEIKIME VIS DAR NĖRA PAKANKAMAI IŠVYSTYTA. PASLAUGŲ KOKYBĖ IR PATRAUKLUMO VARTOTOJAMS FORMAVIMAS BEI LOJALUMO FORMAVIMAS SPORTO PASLAUGŲ KONTEKSTE YRA MAŽAI NAGRINĖTA SRITIS.
- SPORTO PASLAUGOS KAIP IR MEDICINOS PASLAUGOS YRA ITIN SPECIFINĖS, IR TURI TURĖTI AUKŠTUS REIKALAVIMUS KOKYBĖS ATŽVILGIU, NES TAI YRA TIESIOGIAI SUSIJĘ SU ŽMOGAUS SVEIKATA.

- TAČIAU, SPORTO PASLAUGŲ KOKYBĖS KONCEPCIJOS FORMAVIMAS IR MATAVIMAS VIS DAR NĖRA GALUTINAI AIŠKŪS. DABARTINIŲ METŲ, DINAMIŠKOJE RINKOJE PRADEDAMOS FORMUOTI SPORTO PASLAUGŲ JOS NORMOS BEI KOKYBIŠKŲ PASLAUGŲ TEIKIMO MODELIAI.
- SPORTO PASLAUGŲ KOKYBĖS MATMENYS DAŽNAI INTERPRETUOJAMI SKIRTINGAI IR TAI LEMIA TARP KULTŪRINIAI ASPEKTAI BEI NEVIENODAS SPORTO INFRASTRUKTŪROS IŠVYSTYMAS. AUTORIŲ TEIGIMU, SIEKIANT SPORTO PASLAUGŲ KOKYBĖS BŪTINA ANALIZUOTI VARTOTOJŲ LŪKESČIŲ IR PASITENKINIMO SANTYKĮ, IR TAI, JŲ MANYMU, TURĖTŲ BŪTI VISŲ ŠIOS SRITIES ORGANIZACIJŲ SIEKIU.

- SPORTO PASLAUGŲ KOKYBĖ LABAI PRIKLAUSO NUO ŽMOGIŠKOJO FAKTORIAUS, NES BŪTENT NUO JO PRIKLAUSO IR TŲ PASLAUGŲ VARTOTOJŲ SPORTINIAI PASIEKIMAI. TODĖL ŽMOGIŠKŲJŲ IŠTEKLIŲ VALDYMAS SPORTO ORGANIZACIJOJE TURI YPATINGA REIŠMĘ. SPORTO ORGANIZACIJOSE DALYVAUJA ĮVAIRIUS PROFILIO SPECIALISTAI, PAVYZDŽIUI: TRENERIAI, SAVANORIAI, TEISĖJAI, KINEZITERAPEUTAI, MEDIKAI, PSICHOLOGAI, VADYBININKAI, TEISININKAI, IR PAN.
- SPORTO ORGANIZACIJOS LIETUVOJE DAŽNIAUSIAI YRA NEPELNO SIEKIANČIOS ORGANIZACIJOS IR NERETAI SIEKIANT TEIKTI KOKYBIŠKAS PASLAUGAS RINKAI JOMS TRŪKSTA FINANSAVIMO. TODĖL SIEKIANT UŽTIKRINTI SPORTO ORGANIZACIJOS TEIKIAMŲ PASLAUGŲ AUKŠTA KOKYBĖS LYGĮ, KURIS BŪTŲ KONKURENCINGAS SU KITOMIS PASLAUGOMIS REIKALINGA IEŠKOTI NE TIK PARAMOS, BET IR IEŠKOTI GALIMYBIŲ KAIP INTEGRUOTI IR VERSLO ATSTOVUS IR IEŠKOTI RĖMĖJŲ.

- APIBENDRINANT GALIMA TEIGTI, KAD SPORTO PASLAUGŲ VARTOJIMAS YRA SUSIJĘS: SU SPORTO PASLAUGOS KONCEPCIJOS AIŠKUMU; VARTOTOJO ĮSITRAUKIMU BEI SPORTO PASLAUGŲ YPATUMŲ PAŽINIMO LYGIU; ŽMOGIŠKOJO FAKTORIAUS PROFESIONALUMU, KŪRYBIŠKUMU IR ATSIDAVIMU; ESAMOS INFRASTRUKTŪROS; SPORTO ORGANIZACIJOS FINANSAVIMO - DOTACIJŲ IR PAPILDOMO FINANSAVIMO IŠ ŠALIES.

# SPORTO ORGANIZACIJOS PRODUKTO KLASIFIKACIJA



# SPORTO PASLAUGŲ PASIŪLA/PAKLAUSA ĮTAKOJANTYS VEIKSNIAI

**\* SPORTO KLUBŲ TEIKIAMŲ PASLAUGŲ KONKURENCINGUMĄ ĮTAKOJANTYS VIDINIAI IR IŠORINIAI VEIKSNIAI.**

VIDINIAI VEIKSNIAI: TAI VEIKSNIŲ IR PAKLAUSOS SĄLYGOS, SUSIJĘ BEI APTARNAUJANTYS PRAMONĖS SEKTORIAI (KLASTERIAI), ĮMONĖS STRUKTŪRA, STRATEGIJA IR KONKURENCIJA, VADOVAS/STRATEGIJOS KŪRĖJAS, ĮMONĖS ĮVAIZDIS IR PASLAUGŲ KOKYBĖ.

IŠORINIAI VEIKSNIAI: TAI VYRIAUSYBĖS, GALIMYBIŲ IR TARPTAUTINIO VERSLO VAIDMUO BEI EKONOMINIAI IR SOCIALINIAI VEIKSNIAI.

NUSTATYTA, JOG SPORTO KLUBŲ TEIKIAMŲ PASLAUGŲ KONKURENCINGUMĄ LABIAU ĮTAKOJA VIDINIAI KONKURENCINGUMO VEIKSNIAI LYGINANT SU IŠORINIAIS.

TARP VIDINIŲ VEIKSNIŲ LABIAUSIAI ĮTAKOS TURI SPORTO KLUBO ĮVAIZDIS IR PASLAUGŲ KOKYBĖ, O IŠORINIŲ VEIKSNIŲ VERTINIMO ASPEKTU SVARBIAUSI YRA SOCIALINIAI IR EKONOMINIAI VEIKSNIAI. PAGRINDINĖS SPORTO KLUBŲ TEIKIAMŲ PASLAUGŲ KONKURENCINGUMĄ ĮTAKOJANČIŲ VIDINIŲ VEIKSNIŲ SVARBUMO PRIEŽASTYS YRA KLIENTŲ ASMENINIAI INTERESAI BEI JŲ SOCIALINIŲ POREIKIŲ PATENKINIMAS, O IŠORINIŲ SPORTO KLUBŲ TEIKIAMŲ PASLAUGŲ KONKURENCINGUMĄ ĮTAKOJANČIŲ VEIKSNIŲ SVARBUMO PRIEŽASTIS FORMUOJA VALSTYBĖ IR VISUOMENĖJE NUSISTOVĖJUSIOS VERTYBĖS IR NORMOS.

# SPORTO PASLAUGŲ SAMPRATA

SPORTAS IR FIZINĖ VEIKLA ŠIUOLAIKINIO ŽMOGAUS GYVENIME UŽIMA LABAI SVARBIAŲ VIETŲ. SENIAI ĮRODYTA, KAD AKTYVŲ FIZINĮ GYVENIMĄ GYVENANTYS ŽMONĖS YRA SVEIKESNI, DARBINGESNI, GRAŽESNI IR GERESNĖS NUOTAIKOS, TODĖL SPORTO KLUBŲ TEIKIAMOS PASLAUGOS YRA PAKLAUSIOS BET KURIO AMŽIAUS, LYTIES BEI SOCIALINĖS PADĖTIES ŽMONIŲ TARPE. BALTOJOJE KNYGOJE DĖL SPORTO RAŠOMA KAD SPORTAS UGDO ĮVAIRIAS VERTYBES, PVZ., KOMANDINĘ DVASIAŲ, SOLIDARUMĄ, TOLERANCIJĄ BEI SAŽINGUMĄ IR PRISIEDA PRIE ASMENINIO TOBULĖJIMO BEI SAVIRAIŠKOS. SPORTAS TAI NE TIK GYVENIMO BŪDAS, BET IR KASDIENINIS GYVENIMO STILIUS, PROCESAS IR GYVENIMO TIKSLAS, KURIS YRA NEIŠVENGIAMAS REIŠKINYS SVEIKO ŽMOGAUS GYVENIME.

SPORTAS – TAI VISOS FIZINĖS VEIKLOS FORMOS, KURIOMIS ORGANIZUOTAI AR INDIVIDUALIAI SIEKIAMA TOBULINTI FIZINĘ IŠTVERMĘ IR PSICHINĘ GEROVĘ, FORMUOTI SOCIALINIUS SANTYKIUS AR SIEKTI REZULTATŲ ĮVAIRIAUS LYGIO VARŽYBOSE. DIDŽIOJI DALIS SPORTINĖS VEIKLOS VYKSTA MĖGĖJŲ LYGIU. FIZINĖ VEIKLA ŽMOGUI TEIKIA NE TIK EMOCINĮ PASITENKINIMĄ, PADEDA SAVIRAIŠKAI, BET IR TURI SAVYJE SOCIALINĮ PRADĄ, NES SPORTUOJANT GALIMA SUSIPAŽINTI SU KITAIS ŽMONĖMIS, UŽMĖGSTI GLAUDŽIUS TARPUSAVIO RYŠIUS.

LIETUVOS RESPUBLIKOS GYVENTOJAI TURI TEISĘ LAISVAI PASIRINKTI FIZINIO AKTYVUMO FORMAS IR SPORTO ŠAKAS, VIENYTIŠKAI Į SPORTO ORGANIZACIJAS, DALYVAUTI KŪNO KULTŪROS IR SPORTO VALDYME, UŽSIIMTI PROFESIONALIA SPORTE VEIKLA, TAIP PAT KITA KŪNO KULTŪROS IR SPORTO VEIKLA, KURIOS NEDRAUDŽIA ĮSTATYMAI. NORINT PATENKINTI ŽMONIŲ POREIKĮ SPORTUOTI VISUOMENĖJE KURIAMOS ĮVAIRIOS SPORTO ORGANIZACIJOS, KAIP ANTAI SPORTO KLUBAI, TODĖL BŪTŲ TIKSLINGA PAMINĖTI KELETĄ ŠIO TERMINO APIBRĖŽČIŲ.

- SPORTO KLUBAS – TAI SPECIALI PATALPA, KURIOJE RENKASI RIBOTAS SKAIČIUS VIENODO POMĖGIO ŽMONIŲ, NORINČIŲ TOBULINTI SAVO MEISTRIŠKUMĄ IR TURININGAI PRALEISTI LAISVALAIKĮ.
- SPORTO PASLAUGOS SAMPRATĄ APIBŪDINAMA SKIRTINAI, TAČIAU PAGRINDINĖ MINTIS IR TEIKIAMŲ PASLAUGŲ ESMĖ IŠLIEKA VIENODA IR PANAŠI – TAI PROCESAS, SKIRTAS KLIENTO POREIKIAMS PATENKINTI.

- PASLAUGA – TAI YRA PASLAUGOS TEIKĖJO VEIKLOS, SKIRTOS KLIENTO POREIKIAMS TENKINTI, REZULTATAS.
- NUO MATERIALIŲ PREKIŲ RINKOS PASLAUGŲ RINKA SKIRIASI DĖL DVIEJŲ PRIEŽASČIŲ:
  - NESUTEIKTA PASLAUGA NEEGZISTUOJA. DĖL TO NEGALIMA ĮVERTINTI JOS KOKYBĖS, O PALYGINTI GALIMA TIK NUMATOMĄ IR GAUTĄ NAUDĄ;
  - PASLAUGOS – NEAPČIUOPIAMOS, TODĖL KLIENTAI ATSIDURIA NEPATOGIOJE PADĖTYJE, O PASLAUGŲ TEIKĖJAMS SUDĖTINGA JAS PATEIKTI Į RINKĄ.
- PASLAUGOS PROCESAS SUSIDEDA IŠ DAUGYBĖS KOMPONENTŲ: VEIKIANTYS SUBJEKTAI, VARTOTOJŲ SAŪVEIKA, ŠIOS SAŪVEIKOS FAZĖS IR REZULTATAS, O TAIP PAT PASLAUGOS EFEKTAI. PASLAUGOS TEIKĖJAS - FIZINIS AR JURIDINIS ASMUO, LIETUVOS RESPUBLIKOS TEISĖS AKTŲ NUSTATYTA TVARKA ĮREGISTRAVĘS SAVO VEIKLĄ IR TEIKIANTIS PASLAUGAS.

- PAGRINDINĖS KETURIOS PASLAUGŲ SAVYBĖS:

- NEAPČIUOPIAMUMAS (PASLAUGŲ TEIKIMO REZULTATE NUOSAVYBĖ NEPERDUODAMA, TODĖL PASLAUGOS YRA VEIKLA AR PROCESAS, KURIS PAGAL SAVO POBŪDĮ FIZIŠKAI NEAPČIUOPIAMAS);

- NEKAUPIAMUMAS (PASLAUGOS TEIKIAMOS IR VARTOJAMOS TUO PAČIU METU, TODĖL NĖRA GALIMYBĖS JAS IŠ ANKSTO PAGAMINTI IR SUKAUPTI);

- NEATSKIRIAMUMAS (PASLAUGŲ TEIKIMAS IR VARTOJIMAS YRA LABAI SUSIJĘ IR VARTOTOJO NEATSKIRIAMUMAS NUO TEIKIAMOS PASLAUGOS YRA LABAI SVARBUS REIŠKINYS);

- HETEROGENIŠKUMAS – NEVIENODUMAS (PASLAUGA YRA TEIKĖJO IR KLIENTO SĄVEIKOS REZULTATAS, TODĖL PASLAUGA GALI BŪTI SKIRTINGAI IR NEVIENODAI SUTEIKTA KIEKVIENAM KLIENTUI).

## **SPORTO INDUSTRIJA SKIRSTOMA Į DVI GRUPES:**

- TAI PROFESIONALUSIS IR MĖGĖJIŠKAS SPORTAS, TODĖL SPORTO PASLAUGOS KLASIFIKUOJAMOS Į PROFESIONALIAS IR VARTOTOJIŠKAS.
- PROFESIONALIŲ PASLAUGŲ TIKSLAS - ILGALAIKIS PROCESAS, KURIS PASIŽYMI SANTYKINAI ILGU KONTAKTU. JOS PRITAIKYTOS INDIVIDUALIEMS VARTOTOJO POREIKIAMS TENKINTI IR ORIENTUOTOS Į PROBLEMOS SPRENDIMĄ. PROFESIONALIOMS PASLAUGOMS BŪDINGAS AUKŠTAS SAŲVEIKOS LAIPSNIS TARP PASLAUGOS TEIKĖJO IR GAVĖJO. O VARTOTOJIŠKOS PASLAUGOS – TAI BENDRAI TEIKIAMOS PASLAUGOS, NEATSIŽVELGIANT Į INDIVIDUALIUS KLIENTO POREIKIUS. DAR KITAIP VADINAMOS „MASINĖMIS“ PASLAUGOMIS.

# SPORTO PREKIŲ KLASIFIKAVIMAS

**1. PASLAUGOS DALYVIAMS.** ŠIOS PASLAUGOS SUSIDEDA IŠ VARTOTOJIŠKŲ MALONUMO AR VARTOTOJIŠKŲ SVEIKATOS PASLAUGŲ. TAI GALI BŪTI ĮRENGINIŲ PRIEŽIŪRA IR NAUDOJIMASIS JAIS ĮVAIRIEMS KLIENTŲ FIZINĖS VEIKLOS POREIKIAMS PATENKINTI. PASLAUGOS DALYVIAMS TAIP PAT APIMA IR ŽMOGAUS MEISTRIŠKUMO AR TOBULINIMO PASLAUGAS, KURIOS SUTEIKIAMOS, KAI KLIENTAS SIEKIA TOBULUMO KONKREČIOJE SPORTO ŠAKOJE. ŽMOGAUS SVEIKATOS PALAIKYMO AR GYDYMO PASLAUGOS TAIP PAT YRA PRISKIRIAMOS DALYVIŲ PASLAUGOMS. JOS TEIKIAMOS PAGAL SPECIALIAI PARENGTAS FIZINES, PSICHINES AR SOCIALINĖS REABILITACIJOS PROGRAMAS.

**2. PASLAUGOS ŽIŪROVAMS.** ŠIOS PASLAUGOS ORIENTUOTOS Į TIESIOGINĮ (ŽIŪROVAI SALĖJE) IR NETIESIOGINĮ (TV ŽIŪROVAI) KLIENTŲ LAISVALAIKIO ORGANIZAVIMĄ.

**3. RĖMIMO PASLAUGOS.** TAI PINIGINĖ AR NEPINIGINĖ PARAMA UŽ SPORTO ORGANIZACIJOS TEIKIAMUS PASIŪLYMUS. TAI GALI BŪTI PRIEIGA PRIE RINKOS (PVZ. OLIMPINĖS ŽAIDYNĖS), SAŠAJA SU TOBULUMU AR SOCIALINĖ ATSAKOMYBĖ.

- PROFESIONALIOS PASLAUGOS – TAI INDIVIDUALIZUOTOS KIEKVIENAM KLIENTUI IR TEIKIAMOS SANTYKINAI AUKŠTOS DARBO JĖGOS PASLAUGOS. TAI SPORTO MOKYKLOS AR SPORTO KLUBAI, KURIE RENGIA AUKŠTO MEISTRIŠKUMO ATLETUS AR KOMANDAS. TAI SPORTO IR SVEIKATINGUMO CENTRAI, SAMDANTYS PROFESIONALIUS INSTRUKTORIUS IR TRENERIUS, KURIE TEIKIA PROFESIONALIAS PASLAUGAS KLIENTAMS. VARTOTOJIŠKOS PASLAUGOS APIBRĖŽIAMOS, KAIP RIBOTOS PASLAUGOS, TEIKIAMOS PLAČIAJAI RINKAI. JAS TEIKIA SANTYKINAI MAŽOS KVALIFIKACIJOS DARBO JĖGA.

# SPORTO ORGANIZACIJOS PASLAUGŲ RINKA

## 1. VEIKSNIŲ SĄLYGOS:

- BAZINIAI ŠALIES VEIKSNIAI – GAMTINIAI IŠTEKLIAI, KLIMATAS, GEOGRAFINĖ PADĖTIS IR DEMOGRAFIJA, LEMIANTI PALANKIĄ TAM TIKRŲ VEIKLOS SRIČIŲ PLĖTRĄ;
- KONKURENCINGUMO VEIKSNIAI – AUKŠTOS KVALIFIKACIJOS DARBUOTOJAI, GERESNIO ŠVIETIMO DĖKA ĮGAUTI KVALIFIKACINIAI ĮGŪDŽIAI. KITAS KONKURENCINGUMO VEIKSNYS – PAŽANGŪS TYRIMŲ METODAI, INOVACIJOS, KURIAS INICIJUOJA VERSLO, O JAS SKATINA – VALSTYBINĖS INSTITUCIJOS.
- BENDRIEJI VEIKSNIAI - SUSIFORMAVUSI VEIKLOS SRITYJE IŠSKIRTINĖ KOMUNIKACIJŲ INFRASTRUKTŪRA, SUSIKAUPĖS DIDELIS KAPITALAS, LEIDŽIANTIS TOLIAU EFEKTYVIAUSIU BŪDU PLĖTOTI VEIKLĄ.
- SPECIALIZUOJANTYS VEIKSNIAI – SPECIFINIAI PERSONALO ĮGŪDŽIAI, ĮGAUTI ILGĄ LAIKĄ PLĖTOJANT SPECIFINĘ VEIKLĄ.

## **2. PAKLAUSOS SĄLYGOS:**

- VARTOTOJAI, ŽINANTYS SAVO TEISES, LŪKESČIUS IR NEABEJINGI PREKIŲ (PRODUKTŲ IR PASLAUGŲ) KOKYBEI SUKURIA LANKSČIĄ PAKLAUSĄ, Į KURIĄ REAGUODAMOS ORGANIZACIJOS DIDINA SAVO VEIKLOS EFEKTYVUMĄ.
- SPECIFINIAI VARTOTOJŲ POREIKIAI IR JŲ TENKINIMAS TAIP PAT KURIA DIDESNES ORGANIZACIJŲ GALIMYBES PADIDINTI SAVO KONKURENCINGUMĄ TARPTAUTINIU MASTU.

### **3. SUSIJĘ IR APTARNAUJANTYS PRAMONĖS SEKTORIAI:**

- SĖKMINGAI VEIKIANTYS PRAMONĖS SEKTORIAI LINKĘ DALINTIS Į SEGMENTUS IR KOOPERUOTIS, PVZ. TYRIMŲ ATLIKIMUI. TUO PAČIU ĮMONĖS GALI ĮGAUTI KONKURENCINIŲ PRANAŠUMŲ – JOS GALI SUKONCENTRUOTI PAJĖGUMUS PAGRINDINEI VEIKLAI VYSTYTI, O LIKUSIĄ PALIKTI TIEKĖJAMS.

#### **4. ĮMONĖS STRATEGIJA, STRUKTŪRA IR KONKURENCIJA:**

- ĮMONIŲ KŪRIMO, VEIKLOS ORGANIZAVIMO IR VALDYMO EFEKTYVUMAS IŠ DALIES PRIKLAUSO NUO ŠALIES TEISINIŲ SĄLYGŲ YPATUMŲ, O KONKURENCIJA SEKTORIAUS VIDUJE YRA SVARBUS ĮMONIŲ KONKURENCINIŲ PRANAŠUMŲ ŠALTINIS.
- ĮMONIŲ STRATEGIJA, STRUKTŪRA IR KONKURENCINGUMAS VARIJUOJA IR PRIKLAUSO NUO ŠALIES KULTŪRINIŲ YPATUMŲ.

VISI ŠIE VEIKSNIAI TARPUSAVYJE YRA SUSIJĘ, VEIKIA BEI PAPILDO VIENAS KITA. TAIP PAT YRA GALIMYBĖ ATSIKRAUTI IR NENUMATYTOMS APLINKYBĖMS, ATSIKRAUTUMAMS IR VYRIAUSYBĖS VAIDMENIO ATSIKRAUTIMUI.

# EKONOMINIAI, SOCIALINIAI, KULTŪRINIAI, KT. VEIKSNIAI

DAŽNIAUSIAI VEIKSNIAI SKIRSTOMI Į DVI GRUPES:

- TAI IŠORINIAI (MAKROAPLINKOS IR JOS DALIES – KONKURENCINĖS APLINKOS VEIKSNIAI) IR VIDINIAI (ĮMONĖS VIDAUS APLINKOS VEIKSNIAI, KURIE YRA KONTROLIUOJAMI PAČIOS ĮMONĖS) VEIKSNIAI. IŠORINIAI KONKURENCINGUMUI VERTINTI SVARBŪS VEIKSNIAI: NURODO PLATESNĮ ĮMONĖS TEIKIAMŲ PASLAUGŲ KONKURENCINGUMĄ ĮTAKOJANČIŲ VEIKSNIŲ SPEKTRĄ. MAKROEKONOMIKOS LYGMENYJE ĮMONĖS KONKURENCINGUMĄ ĮTAKOJA POLITINIAI-ĮSTATYMINIAI, EKONOMINIAI, SOCIALINIAI-KULTŪRINIAI IR TECHNOLOGINIAI VEIKSNIAI. KONKURENCINĖJE APLINKOJE PAGRINDINĮ VAIDMENĮ ATLIEKA TIEKĖJAI, KONKURENTAI, ŠAKOS KONKURENCIJA BEI VARTOTOJAI. ĮMONĖS VIDINĖJE APLINKOJE KONKURENCINĮ PRANAŠUMĄ LEMIA ĮMONĖS STRATEGIJA IR TIKSLAI, INFORMACINĖ SISTEMA, VALDYMAS, KULTŪRA BEI ORGANIZACIJOS IŠTEKLIAI.

# SPORTO ORGANIZACIJOS PASLAUGOS IR PREKĖS

NORINT SUŽADINTI PAGEIDAUJAMĄ VARTOTOJŲ REAKCIJĄ TIKSLINĖJE RINKOJE, GERIAU TENKINTI JŲ NORUS BEI REIKMES, SPORTO PASLAUGAS TEIKIANČIOS IR BESIRUOŠIANČIOS TEIKTI ĮMONĖS TURĖTŲ SUKURTI GERAS MARKETINGO STRATEGIJAS. ŠIŲ STRATEGIJŲ PLANINIS VYKDYMAS IR NUOLATINĖ KONTROLĖ ĮMONĖMS LEISTŲ TINKAMAI PATENKINTI VARTOTOJŲ NORUS IR PASIEKTI SAVO TIKSLUS, KURIE TURĖTŲ BŪTI ORIENTUOTI NE TIK Į PELNO SIEKIMĄ, BET IR Į VISUOMENĖS GEROVĖS KĖLIMĄ.

MARKETINGO STRATEGIJŲ KŪRIMAS TURĖTŲ APIMTI VISUS PASLAUGŲ KOMPLEKSO ELEMENTUS, KURIUOS KARTU ĮGYVENDINANT, GREIČIAU PLĖTOTŲSI SPORTO PASLAUGŲ RINKA.

PASLAUGOS KŪRIMAS. KURIANT IR TEIKIANT SPORTO PASLAUGAS ĮMONĖS TURĖTŲ GERAI IŠNAGRINĖTI PASLAUGOS SAVYBES, T.Y. NEAPČIUOPIAMUMĄ, NEKAUPIAMUMĄ, NEATSKIRIAMUMĄ BEI NEVIENODUMĄ. DĖL PASLAUGOS NEAPČIUOPIAMUMO, VARTOTOJAS NEGALI JŲ PALIESTI, PAMATYTI AR PAJUSTI, KOL PASLAUGA NĖRA SUTEIKTA. TODĖL PASLAUGŲ TEIKĖJŲ TIKSLAS TURĖTŲ BŪTI SUŽADINTI KLIENTO PASITIKĖJIMĄ IR ATSKLEISTI PASLAUGOS NAUDĄ. SPORTO PASLAUGOMS GALIMA SUTEIKTI TAM TIKRĄ APČIUOPIAMUMĄ RODANT INFORMACINIUS REKLAMINIUS LEIDINIUS, VAIZDAJUOSTES SU REALIAI ATLIEKAM AIS MANKŠTŲ PRATIM AIS IR KITOMIS SVEIKATINGUMO PROCEDŪROMIS, NUOTRAUKAS SU JAU SPORTUOJANČIŲ KLIENTŲ VAIZDAIS IR PASITENKINIMU PASLAUGA, DARBUOTOJŲ KVALIFIKACIJOS SERTIFIKATUS AR JŲ PASIEKIMŲ DIPLOMUS.

PASLAUGOS NEKAUPIAMUMO SAVYBĘ, PASIREIŠKIANČIĄ NEGALĖJIMU SPORTO PASLAUGĄ PAGAMINTI IŠ ANKSTO IR JĄ KAUPI, GALIMA SUŠVELNINTI PRITAIKANT PAKLAUSOS IR PASIŪLOS REGULIAVIMO METODUS, REMIANTIS VAKARŲ ŠALIŲ PASLAUGŲ ĮMONIŲ VEIKLOS PATIRTIMI. IŠSKIRIAMI KELI PASLAUGŲ PAKLAUSOS IR PASIŪLOS SUDERINIMO BŪDAI:

- NUSTATOMOS DIFERENCIJUOTOS PASLAUGŲ KAINOS (TAIKOMOS ĮVAIRIOS NUOLAIDOS); PASLAUGOS IR NAUDOJAMOS KITOS PASKATOS;
- PRIIMAMI IŠANKSTINIAI PASLAUGŲ TEIKIMO UŽSAKYMAI (PVZ. ABONEMENTAS Į SPORTO KLUBĄ
- PERKAMAS 1, 3 AR DAUGIAU MĖN. Į PRIEKĮ);
- PASLAUGŲ TEIKĖJAI STENGIASI SUDERINTI SAVO VEIKLOS FUNKCIJAS, KURIOS PAPILDOMAM KLIENTŲ SRAUTUI APTARNAUTI; PAGAL GALIMYBES SEZONINIO ANTPLŪDŽIO METU SAMDOMI DARBUOTOJAI.

ŠIŲ METODŲ NAUDOJIMAS ĮMONĖSE LEIS APTARNAUTI VISUS NORINČIUS KLIENTUS IR NESUDARYS JIEMS SPORTO PASLAUGŲ NAUDOJIMOSI LAUKIMO PROBLEMŲ, TAI GERINTŲ ĮMONIŲ ĮVAIZDĮ, KARTU IR SPORTO PASLAUGŲ PAKLAUSĄ, KARTU IR SPORTO PASLAUGŲ RINKOS PLĖTRĄ. PASLAUGOS NEATSKIRIAMUMAS REIKALAUJA KLIENTO DALYVAVIMO SPORTO PASLAUGOS TEIKIMO PROCESĖ, TODĖL ĮMONĖMS REIKĖTŲ RŪPINTIS APTARNAUJANČIO PERSONALO KVALIFIKACIJA IR NUOLATINIŲ JOS KĖLIMU. YPATINGĄ DĖMESĮ REIKĖTŲ SKIRTI PERSONALUI, TIESIOGIAI TEIKIANČIAM SPORTO PASLAUGAS VARTOTOJUI.

PASLAUGOS KAINODARA. KAIP IR KIEKVIENA RINKOS SĄLYGOMIS VEIKIANČI ĮMONĖ, SAVO KAINODAROS STRATEGIJA SIEKIA IŠLIKTI, DIDINTI PELNĄ, GERINTI PASLAUGOS KOKYBĘ AR VYRAUJANČIĄ POZICIJĄ RINKOJE. TAČIAU SVARBU, KAD ĮMONĖS, NUSTATYDAMOS KAINAS, ATSIŽVELGTŲ Į SPORTO PASLAUGŲ RINKOS SĄLYGAS IR PARINKTŲ KAINAS ATSIŽVELGIANT Į DIDESNIOSIOS VARTOTOJŲ DALIES NORUS. DAR TIK PRADEDANT PLĖTOTIS SPORTO PASLAUGŲ RINKAI IR BANDANT IŠUGDYTI SVEIKĄ VISUOMENĘ PASITELKIANČI SPORTO PRIEMONES, SPORTO PASLAUGŲ KAINODARĄ TURĖTŲ REGULIUOTI VALSTYBĖ, KURI PATEIKTŲ KAINŲ NUSTATYMO RIBAS ATSIŽVELGIANT Į KIEKVIENĄ REGIONĄ. TOKS KAINŲ REGULIAVIMAS DAUGIAU ŠALIES GYVENTOJŲ NAUDOTIS SPORTO PASLAUGOMIS IR GYVENTI SVEIKĄ GYVENIMĄ.

PASLAUGOS TEIKIMO VIETA. TINKAMAS VIETOS PARINKIMAS TURI DIDELĘ REIKŠMĘ SPORTO PASLAUGŲ VARTOJIMUI, TODĖL TIEK PRIVATIEMS ASMENIMS, TIEK VALSTYBĖS INSTITUCIJOMS TURĖTŲ RŪPĖTI, KAD SPORTO PASLAUGAS TEIKIANČIOS ĮMONĖS BŪTŲ KUO ARČIAU GYVENAMŲJŲ RAJONŲ, PRIEINAMOS DIDESNIAM VARTOTOJŲ SKAIČIUI. KIEKVIENOJE GYVENVIETĖJE TURĖTŲ BŪTI BENT PO VIENĄ SPORTO KLUBĄ LABIAUSIAI PASIEKIAMOJE GYVENTOJAMS VIETOJE.

REKLAMA IR RĖMIMAS. ŠIS MARKETINGO KOMPLEKSO ELEMENTAS YRA VIENAS SVARBIAUSIŲ SKATINANT SPORTO PASLAUGOS RINKOS PLĖTOJIMĄ. SIEKIANT SUDOMINTI VISUOMENĘ IR ATKREIPTI JOS DĖMESĮ Į SIŪLOMĄ SPORTO IR SVEIKATINGUMO PASLAUGĄ, PIRMIAUSIA REIKIA APIE TAI PRANEŠTI, T.Y. NURODYTI PASLAUGOS PRIVALUMUS, KAINĄ, VIETĄ, LAIKĄ. VISA TAI ĮGYVENDINAMA TAIKANT REKLAMĄ IR RĖMIMĄ. LABAI SVARBU YRA SUKURTI TINKAMĄ VISUOMENĖS INFORMAVIMO SISTEMĄ, PABRĖŽIANT SPORTO SVARBĄ IR REIKŠMINGUMĄ ŽMONIŲ FIZINEI IR DVASINEI GEROVEI. SPORTO PASLAUGŲ DALYVIAI. SVARBIAUSIU SPORTO PASLAUGŲ TEIKIMO PROCESO DALYVIU LAIKOMAS PERSONALAS. TODĖL ĮMONĖS TURĖTŲ PASIRINKTI KVALIFIKUOTĄ PERSONALĄ, SUGEBANTĮ NE TIK TINKAMAI PRAVESTI SPORTO UŽSIĖMIMUS, BET IR BŪTI GERU PSICHOLOGU BEI IŠMANYTI MEDICINĄ, O TAM TURĖTŲ BŪTI RENGiami KVALIFIKUOTI KŪNO KULTŪROS IR SPORTO SPECIALISTAI AUKŠTOSIOSE MOKYKLOSE, PRITAIKANT PASAULYJE PAŽANGIĄ SPECIALISTŲ RENGIMO PRAKTIKĄ. NUO SUTEIKTOS SPORTO PASLAUGOS KOKYBĖS PRIKLAUSYS KITO DALYVIO - VARTOTOJO POŽIŪRIS Į SPORTO PASLAUGAS IR JŲ REIKŠMĘ ŽMOGAUS ORGANIZMUI.

SPORTO PASLAUGŲ FIZINIS AKIVAIZDUMAS. FIZINIS AKIVAIZDUMAS TURI ĮTAKOS ĮMONĖS ĮVAIZDŽIO FORMAVIMUI IR TEIKIA PASITIKĖJIMĄ JA BEI JOS TEIKIAMŲ PASLAUGŲ KOKYBE. FIZINIS PASLAUGŲ AKIVAIZDUMAS APIMA VISUS APČIUOPIAMUS PASLAUGOS TEIKIMO OBJEKTUS, KURIE YRA TIEK IŠORINIAI, TIEK VIDINIAI. VIDINĖS FIZINĖS APLINKOS PRIEMONĖS YRA ĮMONĖS INTERJERAS, ĮRANGA, ORO KOKYBĖ, APŠVIETIMAS. PRIE SPORTO PASLAUGŲ FIZINIO AKIVAIZDUMO KŪRIMO TURĖTŲ DAUGIAU PRISIDĖTI VALSTYBĖ IR TEIKIAMOMIS LĖŠOMIS PADĖTI RENOVUOTI SENAS SPORTO BAZES BEI SKATINTI KURTIS MODERNIEMS SPORTO KLUBAMS SU KOKYBIŠKA ĮRANGA. TAIP PAT TURĖTŲ BŪTI DAŽNIAU VYKDOMA SVEIKATINGUMO CENTRŲ INSPEKTORIŲ SANITARINĖS HIGIENOS KONTROLĖ, KUOMET TIKRINAMOS VĖDINIMO SISTEMOS, ŠVAROS LAIKYMASIS, BŪTINŲ PERSIRENGIMO IR PRAUSIMOSI PATALPOSE ĮRENGINIŲ BUVIMAS.

SPORTO PASLAUGŲ TEIKIMO PROCESAS. PROCESAS - TAI PASLAUGOS TEIKIMO PROCEDŪRŲ IR OPERACIJŲ, ATLIEKAMŲ TAM TIKRA SEKA, VISUMA. SPORTO PASLAUGOS TEIKIMO SISTEMA SUDARO PERSONALAS, ĮRANGA BEI PATYS VARTOTOJAI. BE VIENO IŠ JŲ PASLAUGA NE GALĖTŲ BŪTI SUTEIKTA. DĖL SPORTO PASLAUGŲ IR JŲ SAVYBIŲ ĮVAIROVĖS SPORTO KLUBŲ VADOVAI BEI VALSTYBĖS INSTITUCIJŲ PAREIGŪNAI TURI ATITINKAMAI KREIPTI DĖMESĮ TIEK Į PERSONALO VADYBĄ, TIEK Į FINANSŲ VALDYMĄ IR INVESTICIJAS Į TECHNOLOGIJAS. TAIP SIEKDAMI UŽTIKRINTI TINKAMĄ IR NENUTRŪKSTAMĄ VISŲ ORGANIZACIJOJE TEIKIAMŲ PASLAUGŲ PROCESĄ IR ŽINOMA, SPORTO PASLAUGŲ RINKOS PLĖTOJIMĄ.

# PAPILDOMOS SPORTO ORGANIZACIJOS PASLAUGOS

PASLAUGŲ ĮMONĖ SIEKianti GAUTI SĖKMINGUS VEIKLOS REZULTATUS ATEITYJE, TURI NUOLAT DERINTI PASLAUGŲ POLITIKĄ PRIE BESIKEIČIANČIŲ RINKOS SĄLYGŲ IR KURTI NAUJAS PASLAUGAS. NAUJŲ PASLAUGŲ KŪRIMAS YRA SVARBUS SĖKMINGOS PASLAUGŲ ĮMONĖS VEIKLOS UŽTIKRINIMO VEIKSNYS. ANKSČIAU PASLAUGŲ ĮMONĖS PELNĄ DIDINO TOS PAČIOS PASLAUGOS TEIKIMAS VIS DIDESNIAM VARTOTOJŲ SKAIČIUI, TAČIAU KEIČIANTIS RINKOS SĄLYGOMS, ĮMONIŲ STABILIOS POZICIJOS IŠLAIKYMAS VIS DAŽNIAU PRIKLAUSO NUO NAUJOS PASLAUGOS TEIKIMO LĒTAI AUGANČIAM, AR NETGI MAŽĒJANČIAM VARTOTOJŲ SKAIČIUI.

KITA PRIEŽASTIS, LEMIANTI BŪTINYBĒ KURTI NAUJAS PASLAUGAS - LYDERIAVIMAS RINKOJE.

NAUJŲ PREKIŲ IR PASLAUGŲ KŪRIMAS, IR SĖKMINGAS ĮVEDIMAS Į RINKĄ YRA SVARBUS, KADANGI:

- T.Y., VIENAS IŠ BŪDŲ DIDINTI ĮMONĖS UŽIMAMĄ RINKOS DALĮ, SIEKTI ĮMONĖS AUGIMO IR PELNINGUMO DIDĖJIMO;
- LEIDŽIA UŽIMTI STIPRIAS POZICIJAS KONKURENCINĖJE KOVOJE IR SUNKINTI NAUJŲ ĮMONIŲ ĮĖJIMĄ Į ŠAKĄ. ATSKIRAIS ATVEJAIS ĮMONĖ, SĖKMINGAI ĮVEDUSI Į RINKĄ NAUJŲ PREKIŲ IR PASLAUGŲ, GALI PERIMTI LYDERIO POZICIJAS;
- NAUJŲ PREKIŲ IR PASLAUGŲ PLANAVIMAS YRA BŪTINAS, KADANGI VISOS PREKĖS IR PASLAUGOS SENSTA MORALIŠKAI, IR NORINT UŽTIKRINTI STABILIĄ ĮMONĖS VEIKLĄ, PASENUSIAS PREKES IR PASLAUGAS TENKA KEISTI NAUJOMIS.

NAUJAS PASLAUGAS TIKSLINGA KURTI ATSIKIRADUS NAUJOMS TECHNOLOGIJOMS, KINTANT PASLAUGOS PAKLAUSAI, SIEKIANT TENKINTI DAR NEPATENKINTUS VARTOTOJŲ POREIKIUS IR IŠNAUDOTI NAUJAS PASLAUGŲ ĮMONĖS GALIMYBES. PASLAUGOS MODIFIKACIJA - TAI PASLAUGA, ŽINOMA PASLAUGŲ ĮMONEI, BET NAUJA VARTOTOJAMS. PASLAUGŲ ĮMONĖS TIKSLAS YRA PATEIKTI VARTOTOJUI IŠORIŠKAI NAUJĄ AR PATOBULINTĄ PASLAUGĄ. MODIFIKACIJOS GALI BŪTI TREJOPOS: PATOBULINIMAS, ASORTIMENTO IŠPLĖTIMAS, PASLAUGOS PERPOZICIONAVIMAS.

TAIGI PASLAUGOS NAUJUMAS GALI BŪTI TRAKTUOJAMAS ĮVAIRIAI: TIEK RINKOS, TIEK VARTOTOJO POŽIŪRIU, PAČIOS PASLAUGOS ĮMONĖS POŽIŪRIU IR JOS KONKURENTŲ VEIKSMŲ ATŽVILGIU IR PAN. GALIMA IŠSKIRTI DVI PAGRINDINES PASLAUGŲ NAUJUMO GRUPES: TAI IŠ ESMĖS NAUJOS PASLAUGOS, KURIŲ ANKSČIAU NEBUVO, IR PAKEISTOS PASLAUGOS, KURIOS GALI BŪTI PATOBULINTOS, ATSIŽVELGIANT Į VARTOTOJŲ POREIKIUS, PAKEISTOS KAŽKURIOS JŲ SAVYBĖS, PRITAIKOMOS NAUJOS TECHNOLOGIJOS, IMITUOJAMOS KONKURENTŲ TEIKIAMOS PASLAUGOS IR PAN. NUSAKANT PASLAUGOS NAUJUMĄ, REIKIA APIBRĖŽTI IŠ KOKIOS POZICIJOS MUMS REIKIA ATSAKYTI Į ŠĮ KLAUSIMĄ: IŠ ĮMONĖS, IŠ VARTOTOJŲ, IŠ TAM TIKROS RINKOS POZICIJŲ . LITERATŪROJE PATEIKIAMA ĮVAIRIŲ NAUJOS PASLAUGOS KLASIFIKACIJŲ TAČIAU KONKREČIOS PASLAUGOS FIRMOS KURIAMAS NAUJUMAS PRIKLAUSYS IR NUO PAČIOS PASLAUGOS POBŪDŽIO, IR NUO TIKSLINIO RINKOS SEGMENTO.

SĖKMINGOS NAUJOVĖS TEIKIA NE TIK EKONOMINĘ NAUDĄ, BET PAGERINA PASLAUGŲ ĮMONĖS REPUTACIJĄ, SUSTIPRINA VARTOTOJŲ LOJALUMĄ, PALENGVINA KITŲ PASLAUGŲ ĮMONĖS SIŪLOMŲ PASLAUGŲ PARDAVIMĄ, PADIDINA PASLAUGŲ ĮMONĖS KOMPETENCIJĄ, BŪTINĄ ATEITIES NAUJOVIŲ PLĖTRAI IR SUSTIPRINA GEBĖJIMUS PRITRAUKTI NAUJUS ESAMŲ PASLAUGŲ VARTOTOJUS, PRIEŠINGAI, NESĖKMINGOS NAUJOVĖS BLOGINA PASLAUGŲ ĮMONĖS ĮVAIZDĮ, GRIAUNA VARTOTOJŲ PASITIKĖJIMĄ, SUNKINA KITŲ PASLAUGŲ PARDAVIMĄ, MENKINA GALIMYBES IŠTAISYTI PASITAIKIUSIAS KLAIDAS. TAČIAU NET IR PUIKIAI ATLIKUS PIRMUOSIUS ETAPUS, VISOS PASLAUGŲ ĮMONĖS PASTANGOS GALI NUEITI VELITUI, JEI PASKUTINIUOSE ETAPUOSE BUS PADARYTA LEMTINGŲ KLAIDŲ. KADANGI NAUJOS PASLAUGOS ĮVEDIMO Į RINKĄ ETAPAS YRA SVARBUS KIEKVIENAI NAUJOVES KURIANČIAI PASLAUGŲ ĮMONEI, AKTUALU PATEIKTI PLATESNĘ NAUJOS PASLAUGOS ĮVEDIMO Į RINKĄ KLAUSIMO ANALIZĘ, KAIP ANTAI MARKETINGO KOMPLEKSO SPRENDIMŲ ANALIZĖ.

PASLAUGŲ MARKETINGO KOMPLEKSĄ SUDARO VISUMA TARPUSAVYJE SUSIJUSIŲ PRIEMONIŲ, VEIKSMŲ IR SPRENDIMŲ, KURIE SUDARO GALIMYBĘ PARDUOTI PASLAUGAS IR PATENKINTI KLIENTŲ POREIKIUS BEI ĮGYVENDINTI PASLAUGŲ ĮMONĖS TIKSLUS. PASLAUGŲ SFEROS MARKETINGO PRAKTIKAI, PADARĖ IŠVADĄ, KAD TRADICINIO MARKETINGO KOMPLEKSAS NE VISAI TENKINA JŲ REIKMES IR PASLAUGŲ ĮMONĖMS REIKIA PAKOREGUOTO, PATIKSLINTO IR PAPILDYTO MARKETINGO KOMPLEKSO. KADANGI PASLAUGŲ TEIKIMAS IR VARTOJIMAS, O DAŽNAI IR JŲ PARDAVIMAS SUTAMPA (VYKSTA VIENU METU), TAI TRADICINIS MARKETINGAS IR JO KOMPLEKSO ELEMENTAI NĖRA TINKAMI PASLAUGŲ VERSLUI.

# SPORTO ORGANIZACIJOS PASLAUGŲ RINKOS SAMPRATA

PRIEŠ ĮVEDANT PASLAUGĄ Į RINKĄ, REIKIA MAKSIMALIAI PASIRUOŠTI ŠIAM SVARBIAM ETAPUI. VIENAS IŠ PASIRENGIMO BŪDŲ, LEIDŽIANTIS TIKSLIAU PARINKTI ĮVEDIMO Į RINKĄ LAIKĄ - KAIP GALIMA TIKSLIAU ĮVERTINTI PROGNOZUOJAMUS KONKURENTŲ VEIKSMUS. GALI ATSIDIKTI TAIP, KAD IR KONKURENTAS RUOŠIASI TUO PAČIU METU ĮEITI Į RINKĄ SU PANAŠIA PASLAUGA. ĮMONĖ PRIVALO NUMATYTI KONKURENTO VEIKSMUS IR BET KURIUO ATVEJU PASIRINKTI VIENĄ IŠ TRIJŲ GALIMŲ VEIKSMŲ VARIANTŲ:

**1. PIRMIEMS ĮEITI Į RINKĄ.** ĮMONEI, KURI Į RINKĄ EINA PIRMA, LENGVIAU ĮSIGYTI KLIENTŲ PALANKUMĄ. TAČIAU JEI PASLAUGA Į RINKĄ PATEIKIAMA PASKUBOMIS NEĮVERTINUS VISŲ APLINKYBIŲ, GALI NUKENTĖTI PASLAUGOS ĮVAIZDIS.

**2. ĮEITI Į RINKĄ KARTU SU KONKURENTU.** ĮMONĖ ĮEINA Į RINKĄ TUO PAČIU METU, KAIP IR KONKURENTAS. JEI KONKURENTAS SKUBA PATEIKTI NAUJA PASLAUGA, ĮMONĖ TAIP PAT TURI SKUBĖTI. JEI KONKURENTAS DELSIA, ĮMONĖ TURI IŠNAUDOTI SUSIDARIUSĮ LAIKĄ PASLAUGAI TOBULINTI.

**3. ĮEITI Į RINKĄ VĒLIAU NEI KONKURENTAS.** ŠIUO ATVEJU DIDESNĖ RĒMIMO IŠLAIDŲ, INFORMUOJANT VARTOTOJUS APIE NAUJĄ PASLAUGA, DALIS TENKA KONKURENTAMS. ĮMONĖ TURI ĮVERTINTI KONKURENTŲ PASLAUGOS PRIVALUMUS IR TRUKUMUS.

ĮVEDANT Į RINKĄ NAUJĄ PASLAUGĄ (PREKĘ) REIKIA ĮVERTINTI IR GALIMĄ JOS PAKLAUSĄ, T.Y. SEZONINĘ PASLAUGĄ REIKIA PATEIKTI Į RINKĄ PRASIDĖJUS SEZONUI. PASLAUGŲ ĮMONĖ NAUJĄ PASLAUGĄ RINKAI GALI PATEIKT PIRMOJI, ARBA JI GALI PALAUKTI, KOL RINKAI NAUJĄ PASLAUGĄ PATEIKS KONKURENTAS, IR ĮSITIKINUS, KAD PASLAUGA PAKLAUSI, SEKTI PASKUI KONKURENTĄ (VĖLIAU ATĖJUSYSIS). ĮMONEI NELENGVA APSISPRĘSTI, AR Į RINKĄ ĮEITI PIRMAJAI, AR PO KONKURENTŲ. TAČIAU YRA NEMAŽAI VEIKSNIŲ SĄLYGOJANČIŲ VIENOKĮ AR KITOKĮ PASIRINKIMĄ. TYRIMAI RODO, KAD PIRMIESIEMS GREIČIAU ATSIPERKA REKLAMOS IR PRISTATYMO IŠLAIDOS, JIE GALI NUSTATYTI DIDESNES KAINAS, NEI VĖLIAU ATĖJUSIEJI. JEI VARTOTOJAI DAR NETURI AIŠKIŲ ŠIOS PASLAUGOS KATEGORIJOS VERTINIMO NUOSTATŲ, PIRMIEJI GALI JAS FORMUOTI SAU PALANKIA LINKME.

KITA VERTUS VĒLIAU ATĒJUSIEJI GALI PASINAUDOTI PIRMŪJŲ ATLIKTU DARBU, KURIANT NAUJĄ PASLAUGĄ, JIE GALI PASIMOKYTI IŠ PIRMŪJŲ KLAIDŲ IR PASINAUDOTI TUO, KAD DAUGUMA VARTOTOJŲ SUVOKIA TEIGIAMAS PASLAUGOS SAVYBES. VĒLIAU Į RINKĄ ATĒJĘ PASLAUGOS ĮMONĖS GALI AUGTI GREIČIAU, NEI PIRMIEJI, SUMAŽINDAMOS PASTARŪJŲ TAIKOMŲ MARKETINGO ELEMENTŲ VEIKSMINGUMĄ. PASLAUGŲ ĮMONEI NUSPRENDUS KADA GERIAU PATEIKTI NAUJĄ PASLAUGĄ Į RINKĄ SVARBU YRA PASIRINKTI TIKSLINĘ RINKĄ.

# SPORTO ORGANIZACIJOS PASLAUGŲ RINKOS APŽVALGA

PASLAUGŲ ORGANIZACIJA NEGALI PATENKINTI VISŲ VARTOTOJŲ POREIKIŲ. JI PRIVALO PASIRINKTI, KURIUOS VARTOTOJUS NORĖTŲ APTARNAUTI, IR PARENGTI JŲ POREIKIUS ATITINKANČIĄ PASIŪLĄ. RENKANTIS VARTOTOJUS, PASLAUGŲ ORGANIZACIJAI, SKIRTINGAI NEI GAMYBINEI ĮMONEI, SVARBU APSISPŪSTI KOKIŲ SANTYKIŲ SU JAIS PAGEIDAUJA. VARTOTOJŲ PASIRINKIMO LAIPSNIS PRIKLAUSO NUO PASLAUGŲ ĮMONĖS TIKSLŲ, GALIMYBIŲ, TURIMŲ IŠTEKLIŲ. PASLAUGŲ RINKOS SEGMENTAVIMAS YRA PALYGINTI SUDĖTINGAS PROCESAS, NES YRA DAUG RINKOS SKAIDYMO BŪDŲ. RINKĄ SKAIDANT Į DALIS BŪTINA PASIRINKTI KRITERIJUS. DAUGUMA MOKSLININKŲ IŠSKIRIA TOKIUS SEGMENTAVIMO KRITERIJUS, KURIE REMIASI VARTOTOJO ELGSENOS CHARAKTERISTIKOMIS. TAI:

- DEMOGRAFINĖS (AMŽIUS, LYTIS, ŠEIMYNINĖ PADĖTIS, IR KT.)
- SOCIALINĖS IR EKONOMINĖS (PAJAMOS, IŠSIMOKSLINIMAS, PROFESIJA, SOCIALINĖ GRUPĖ)
- GEOGRAFINĖS (ŠALIS, REGIONAS, MIESTAS AR KAIMAS )
- PSICHOLOGINĖS (ASMENYBĖS TIPAS, VARTOJIMO MOTYVAI, GYVENIMO BŪDAS).

PASIRENKANT TIKSLINIUS SEGMENTUS LABAI SVARBU ŽINOTI, KOKIE VARTOTOJAI NAUDOJASI PASLAUGOMIS IR KAS ĮTAKOJA JŲ TOKĮ APSISPRENDIMĄ.

VARTOTOJŲ ELGSENĄ NUSAKO:

- PIRKIMO ELGSENA (IŠTIKIMYBĖ ŽENKLUI AR NAUJŲ ŽENKLŲ PAIEŠKA);
- PIRKIMO APLINKYBĖS (NAUJUMAS, ATSITIKTINUMAS, DAŽNUMAS);
- NAUDA, KURIAŲ ŽMOGUS PATIRIA VARTODAMAS PASLAUGĄ;
- VARTOTOJO ELGSENA IR NAUDOTOJO STATUSAS (AKTYVŪS NAUDOTOJAI, PASYVŪS IR ABEJINGI PASLAUGAI VARTOTOJAI);
- POŽIŪRIS Į PASLAUGĄ.

GALUTINEI PASLAUGŲ RINKOS SEGMENTACIJAI REIŠMINGIAUSI KRITERIJAI YRA: PSICHOLOGINĖS VARTOTOJO SAVYBĖS, IŠTIKIMYBĖ PREKĖS ŽENKLUI, PASLAUGŲ PIRKIMO SITUACIJA IR VARTOTOJO BUVIMO VIETA, NES VIS AKTUALESNIS TAMPA PASLAUGŲ PRIEINAMUMAS. ĮVEDANT NAUJĄ PASLAUGĄ Į RINKĄ, ĮMONĖ JAU TURI ŽINOTI, KAS BUS ŠIOS PASLAUGOS VARTOTOJAI, KOKIAS MARKETINGO PRIEMONES PALANKIAUSIA TAIKYTI, ATSIŽVELGIANT Į NAUJĄ PASLAUGĄ. ĮMONĖ TURI NUSPRĘSTI, KUR BUS ĮVEDAMA NAUJA PASLAUGA: VIENAME AR KELIUOSE REGIONUOSE, NACIONALINĖJE AR TARPTAUTINĖJE RINKOJE.

# SPORTO ORGANIZACIJOS RINKOS VEIKĖJAI

VARTOTOJŲ ELGSENĄ NUSAKO:

- PIRKIMO ELGSENA (IŠTIKIMYBĖ ŽENKLUI AR NAUJŲ ŽENKLŲ PAIEŠKA);
- PIRKIMO APLINKYBĖS (NAUJUMAS, ATSITIKTINUMAS, DAŽNUMAS);
- NAUDA, KURIAŲ ŽMOGUS PATIRIA VARTODAMAS PASLAUGA;
- VARTOTOJO ELGSENA IR NAUDOTOJO STATUSAS (AKTYVŪS NAUDOTOJAI, PASYVŪS IR ABEJINGI PASLAUGAI VARTOTOJAI);
- POŽIŪRIS Į PASLAUGĄ.

# INFORMACIJOS APIE SPORTO ORGANIZACIJOS PASLAUGAS PAIEŠKA IR ANALIZĖ

DAŽNIAUSIAI ORGANIZACIJA RENKASI VIENAIŠ ALTERNATYVIŲ MARKETINGO STRATEGIJŲ:

**1. NEDIFERENCIJUOTA STRATEGIJA.** ŠIĄ STRATEGIJĄ PASIRINKUSIOS ORGANIZACIJOS VISIEMS TIKSLINIAMS SEGMENTAMS SIŪLO VIENODAS PASLAUGAS. DAŽNIAUSIAI ŠIĄ STRATEGIJĄ RENKASI ORGANIZACIJOS, PATEIKIANČIOS RINKAI NAUJAS PASLAUGAS. PAGRINDINIS ORGANIZACIJOS UŽDAVINYS - TINKAMAI PRISTATYTI PASLAUGĄ IR APIE JĄ INFORMUOTI KUO DAUGIAU VARTOTOJŲ. TAČIAU IŠAUGĘS NAUJOS PASLAUGOS VARTOTOJŲ SKAIČIUS, YPAČ, JEI ĮĖJIMO Į RINKĄ BARJERAI NEDIDELI, PRITRAUKIA KONKURENTUS, TODĖL JIE GALI PASIŪLYTI TOKIAS PAČIAS ARBA NET ŠIEK TIEK GERESNES PASLAUGAS. ŠIĄ STRATEGIJĄ DAŽNIAUSIAI RENKASI TOS ORGANIZACIJOS, KURIOS APTARNAUJA VARTOTOJUS, NEREIŠMINGAI BESISKIRIANČIUS ĮVAIRIAIS POŽYMIAIS.

**2. DIFERENCIJUOTA MARKETINGO STRATEGIJA.** KAI KIEKVIENAM SEGMENTUI PARENGIAMI KELI PASIŪLOS VARIANTAI. ŠI STRATEGIJA TAIKYTINA, KAI RINKA YRA NUSISTOVĖJUSI IR GERAI ŽINOMI JOS POREIKIAI. GALIMA PASIŪLA PARENGTI NE TIK KIEKVIENAM SEGMENTUI, BET IR PATENKINTI ATSKIRŲ VARTOTOJŲ POREIKIUS. PAGRINDINIS ŠIOS STRATEGIJOS TRŪKUMAS - PADIDĖJUSIOS SAŪNAUDOS, TAČIAU, KITA VERTUS, LABIAU PRIE VARTOTOJŲ PRISITAIKANTI ORGANIZACIJA TURI DIDESNĘ RINKĄ IR YRA MAŽIAU PAŽEIDŽIAMA.

**3. KONCENTRUOTA MARKETINGO STRATEGIJA.** ŠIĄ STRATEGIJĄ ĮGYVENDINA NEGAUSIUS IŠTEKLIUS TURINČIOS IR SU NUOŽMIA KONKURENCIJA SUSIDŪRUSIOS ORGANIZACIJOS. NORS IŠTEKLIŲ PANAUDOJIMAS, APTARNAUJANT VIENĄ SEGMENTĄ IR TIKSLINGAS, TAČIAU EGZISTUOJA GRĖSMĖ, KAD PASLAUGŲ ORGANIZACIJA ĮGIS KONKURENTŲ. BET KOKIU ATVEJU ĮMONĖS SĖKMĖ PRIKLAUSO NUO SUGEBĖJIMO PASTEBĖTI IR TINKAMAI PATENKINTI SPECIFINIUS TO SEGMENTO POREIKIUS.

# SPORTO ORGANIZACIJOS PASLAUGŲ PARDAVIMO PROCESAS

PASLAUGŲ ORGANIZACIJA TURI NUSPRĘSTI, KURIAS PASLAUGAS SIŪLYTI VARTOTOJAMS, KAIP UŽTIKRINTI JŲ TEIKIMO SUDERINAMUMĄ IR PASIEKTI PAGEIDAUJAMĄ EFEKTYVUMO LYGĮ. PAPRASTAI PASLAUGŲ ORGANIZACIJOS SIŪLO NE VIENA, O DAUG ĮVAIRIŲ PASLAUGŲ, KURIŲ SKIRTINGĄ FUNKCINĘ PASKIRTĮ PADEDA ATSKLEISTI MOKSLININKŲ PATEIKTI PASIŪLOS MODELIAI. TEIGIAMA, KAD PASLAUGĄ SUDARO BAZINĖ, T.Y. CENTRINĖ IR PERIFERINĖS PASLAUGOS. BAZINĖ PASLAUGA TENKINA PAGRINDINĮ VARTOTOJO POREIĖĮ, O PERIFERINĖS PASLAUGOS PAPILDO PAGRINDINĘ PASLAUGĄ, PADIDINANTYS BENDRĄJĄ PASLAUGOS VERTĘ, NAUDĄ ARBA YRA BŪTINOS BAZINEI PASLAUGAI SUTEIKTI. PERIFERINĖS PASLAUGOS DAŽNIAUSIAI NULEMIA Į KURĮ PASLAUGŲ TEIKĖJĄ KREIPSIS VARTOTOJAS, TODĖL GALIMA TEIGTI KAD, BAZINĖ IR PERIFERINĖS PASLAUGOS YRA GLAUDŽIAI SUSIJĘ SUDARYDAMOS VISUMINĘ PASLAUGĄ, KURI TURĖTŲ PATENKINTI TAM TIKRO VARTOTOJO SEGMENTO POREIKIUS. DAŽNAI PASLAUGŲ TEIKĖJAI TURI NE VIENA, O KELIAS BAZINES PASLAUGAS, KURIOS SU PERIFERINĖMIS PASLAUGOMIS TENKINA SKIRTINGŲ SEGMENTŲ POREIKIUS.

FORMUODAMOS PASIŪLA, ORGANIZACIJOS TURI GERAI APGALVOTI PASLAUGOS ELEMENTUS, JŲ FORMAS IR KOKYBĖS LYGĮ. PASLAUGOS ELEMENTAI GALI BŪTI APČIUOPIAMI IR NEAPČIUOPIAMI, NUMATOMI IR NENUMATOMI, VARTOTOJO PAGEIDAUJAMI IR NEPAGEIDAUJAMI. PASLAUGA SUVOKIAMA KAIP PROCESAS IR JO REZULTATAS, KAI PASLAUGOS VARTOTOJAS SUVOKIAMAS KAIP AKTYVUS ŠIO PROCESO DALYVIS. TODĖL PASLAUGŲ MARKETINGAS NUSTATO SVARBIAUSIUS PARAMETRUS - PASLAUGOS TEIKIMO TRUKMĘ BEI ŠIO PROCESO KOKYBĘ. ĮVEDANT NAUJĄ PASLAUGĄ Į RINKĄ DIDELĘ REIKŠMĘ JOS PASISEKIMUI IR ĮSITVIRTINIMUI BEI MARKETINGO STRATEGIJŲ PARENGIMUI TURI PASLAUGOS GYVAVIMO CIKLAS. PASLAUGA, KAIP IR PREKĖ, PATENKA Į TĄ PATĮ GYVAVIMO CIKLĄ, T.Y., JOS KONCEPCIJA REMIASI PASLAUGŲ MARKETINGO TEIGINIU - PARDAVIMO MASTAS NUO JOS ATSIKADIMO RINKOJE IKI IŠĖJIMO KINTA, PRAEIDAMAS TAS PAČIAS STADIJAS, TIK SU TAM TIKRAIS PASLAUGOMS BŪDINGAIS YPATUMAIS. PASLAUGOS GYVAVIMO CIKLAS - VIENAS SVARBIAUSIŲ RINKOS TYRIMO MOMENTŲ. PASLAUGOMS BŪDINGI ŠIE ETAPAI: KŪRIMAS, ĮVEDIMAS, AUGIMAS, BRANDA, SMUKIMAS IR SMUKIMO IŠVENGIMO ETAPAS.

PASLAUGŲ, SKIRTINGAI NEGU MATERIALIŲ PREKIŲ, ĮMONĖS GALI AUGTI IŠ PAGRINDŲ KEISDAMOS SAVO PASLAUGŲ SISTEMAS, JŲ SUBJEKTUS, SUJUNGDAMOS ATSKIRAS ĮMONES, KURIOS SIŪLO SKIRTINGAS ARBA TAS PAČIAS PASLAUGAS TIK SKIRTINGAIS BŪDAIS. PAGRINDINĖS PASLAUGOS PAPILDYMAS PASLAUGĄ LENGVINANČIOMIS IR PALAIKANČIOMIS PASLAUGOMIS PADEDA VYSTYTIS PAGRINDINIAM VERSLUI, T.Y. PRATĖSIA PAGRINDINĖS PASLAUGOS GYVAVIMO CIKLĄ. SIEKIANT PRATĖSTI PASLAUGOS GYVAVIMO CIKLĄ YRA NAUDOJAMOS DIVERSIFIKACIJOS STRATEGIJOS. PASLAUGŲ GYVAVIMO CIKLAS TURI ESMINIŲ SKIRTUMŲ IR IŠIMČIŲ, KURIOS APSUNKINA PASLAUGOS KŪRIMO IR JOS ĮVEDIMO Į RINKĄ PROCESĄ. KITA VERTUS, PASLAUGOS YRA LANKSTESNĖS UŽ PREKES, TODĖL LENGVIAU GALI IŠVENGTI NUOSMUKIO IR PRATĖSTI SAVO GYVAVIMĄ.

# SPORTO PREKIŲ TIEKIMO ATITIKTIS LIETUVOS RINKAI

TEMOS AKTUALUMAS. SPORTAS IR FIZINĖ VEIKLA ŠIUOLAIKINIO ŽMOGAUS GYVENIME UŽIMA LABAI SVARBIAŲ VIETŲ. AKTYVI FIZINĖ VEIKLA PRATURTINA ASMENYBĖS SAVIRAIŠKĄ, ATSKLEIDŽIA NAUJŲ UGDOMŲJŲ VERTYBIŲ, KURIA NAUJAS ELGSENAS IR BENDRAVIMO FORMAS, TOBULINA JUDESIŲ KULTŪRĄ. SENIAI ĮRODYTA, KAD AKTYVŲ FIZINĮ GYVENIMĄ GYVENANTYS ŽMONĖS YRA SVEIKESNI, DARBINGESNI, GRAŽESNI IR GERESNĖS NUOTAIKOS, TODĖL SPORTO KLUBŲ TEIKIAMOS PASLAUGOS YRA PAKLAUSIOS BET KURIO AMŽIAUS, LYTIES BEI SOCIALINĖS PADĖTIES ŽMONIŲ TARPE. SPORTO KLUBŲ GEBĖJIMAS EFEKTYVIAI PRISITAIKYTI PRIE KLIENTŲ POREIKIŲ IR GARANTUOTI TEIKIAMŲ PASLAUGŲ KOKYBĘ, JŲ PATRAUKLUMĄ BEI PRIEINAMUMĄ YRA VIENAS IŠ PAGRINDINIŲ SĖKMINGOS ORGANIZACIJOS VEIKLOS GARANTŲ.

PASAULINĖ SVEIKATOS ORGANIZACIJA (PSO) LIETUVĄ PRISKIRIA PRIE ŠALIŲ, KURIOSE GYVENTOJŲ SVEIKA GYVENSENA IR FIZINIO AKTYVUMO SKATINIMAS NĖRA PRIORITETINĖ SRITIS. EUROPOS ŠALIŲ IR TARPTAUTINIŲ ORGANIZACIJŲ BENDRADARBIAVIMAS IR TARPUSAVIO VEIKLOS KOORDINAVIMAS DIDINA PREVENCIJOS POLITIKOS EFEKTYVUMĄ, TODĖL SVEIKATOS APSAUGOS PADĖTIS GERĖJA. DIDŽIUOSIUSE MIESTUOSE AKTYVAUS LAISVALAIKIO SPORTO KLUBŲ PASLAUGŲ RINKA IŠVYSTYTA GANA GERAI, TAČIAU GALIMA TEIGTI, KAD ŠIUO METU LIETUVOS MIESTŲ GYVENTOJAI PER MAŽAI SKATINAMI SPORTUOTI, UŽSIIMTI BET KOKIA AKTYVIA VEIKLA LAISVALAIKIU, PROPAGUOTI SVEIKĄ GYVENSENĄ. FIZINĖS VEIKLOS STOKA TURI ĮTAKOS ŽMOGAUS SVEIKATAI, O TAI REIŠKIA, KAD NESPORTUOJANT IR PROPAGUOJANT PASYVŲ IR NESVEIKĄ GYVENIMO BŪDĄ, POVEKIS SVEIKATAI YRA DIDELIS IR RIZIKA SUSIRGTI ĮVAIRIOMIS LIGOMIS IŠAUGA. TAČIAU GALIMA PASTEBĖTI, KAD POPULIARĖJA ŠIUOLAIKIŠKI SPORTO IR POILSIO KOMPLEKSAI TARP ĮVAIRIAUS AMŽIAUS ŽMONIŲ. KADANGI RYŠKĖJA NAUJŲ SPORTO KLUBŲ BEI KOMPLEKSŲ POREIKIS, REIKIA PABRĖŽTI, KAD NAUJO SPORTO KLUBO STEIGIMAS IR ĮKŪRIMAS YRA AKTUALI IR PERSPEKTYVI ŠIUOLAIKINIO PASAULIO VERSLO DALIS.

TAIGI, NORINT ĮSTEIGTI NAUJĄ SPORTO KLUBĄ REIKĖTŲ KURTI EFEKTYVIĄ MARKETINGO STRATEGIJĄ. VERTĖTŲ ATSIŽVELGTI Į VARTOTOJŲ NORUS BEI POREIKIUS, TIKSLIAI APIBRĖŽTI ATsirandančias PROBLEMAS BEI RASTI TINKAMUS SPRENIMO BŪDUS, GEBĖTI IŠSIKELTI TIKSLUS, PRIIMTI TINKAMUS SPRENDIMUS, UŽTIKRINTI FINANSINĘ SEKMĘ, PARENGTI TINKAMĄ VERSLO PLANĄ, IŠMANYTI VADYBOS PAGRINDUS, MARKETINGO GALIMYBES, KONKURENCINGUMĄ, KAINODAROS STRUKTŪRĄ BEI NUMATYTI RIZIKOS VEIKSNIUS. ŠIOS STRATEGIJOS VYKDYMAS IR KONTROLĖ LEIDŽIA TINKAMAI PATENKINTI VARTOTOJŲ NORUS IR PASIEKTI SAVO NUMATYTUS TIKSLUS, KURIE TURĖTŲ BŪTI ORIENTUOTI NE TIK Į PELNO SIEKIMĄ, BET IR Į VISUOMENĖS GEROVĖS KĖLIMĄ, O TAI UŽTIKRINS EFEKTYVIĄ VEIKLĄ.

# SPORTO PASLAUGŲ SAMPRATA

SVEIKA GYVENSENA – TAI KASDIENIS GYVENIMO BŪDAS, KURIS STIPRINA IR TOBULINA ORGANIZMO REZERVINES GALIMYBES, PADEDA ŽMOGUI IŠLIKTI SVEIKAM, IŠSAUGOTI AR NET GERINTI SAVO SVEIKATĄ. O FIZINIS AKTYVUMAS – BŪTINAS SVEIKOS GYVENSENOS VEIKSNYS. NUOLATINIS OPTIMALUS FIZINIS KRŪVIS SUMAŽINA RIZIKĄ SUSIRGTI KAI KURIOMIS LĒTINĒMIS NEINFEKcinĒMIS LIGOMIS, PAGERINA BENDRĄ SAVIJAUTĄ, O KAI KURIOS FIZINIO AKTYVUMO RŪŠYS YRA NAUDOJAMOS LĒTINIŲ LIGŲ GYDYMU. FIZINIS AKTYVUMAS, SVEIKATA IR GYVENIMO KOKYBĒ YRA GLAUDŽIAI SUSIJĘ. ŽMOGAUS KŪNAS YRA PRITAIKYTAS JUDĒTI, TODĒL JAM REIKIA REGULIARIOS FIZINĒS VEIKLOS, KAD GYVYBINĒS FUNKCIJOS SKLANDŽIAI VEIKTŲ IR ŽMOGUS NESIRGTŲ. ĮRODYTA, KAD DĒL NEJUDRIOS GYVENSENOS DIDĒJA RIZIKA SUSIRGTI DAUGELIU LĒTINIŲ LIGŲ, TARP JŲ ŠIRDIES IR KRAUJAGYSLIŲ LIGOMIS. BE TO, AKTYVI GYVENSENA TEIKIA DAUGYBĘ KITŲ SOCIALINIŲ IR PSICHOLOGINIŲ PRANAŠUMŲ: NUO FIZINIO AKTYVUMO TIESIOGIAI PRIKLAUSO GYVENIMO TRUKMĒ, TODĒL FIZIŠKAI AKTYVESNIŲ BENDRUOMENIŲ ŽMONĒS GYVENA ILGIAU. MAŽAI JUDANTIEMS ŽMONĒMS TAPUS FIZIŠKAI AKTYVESNIEMS, PAGERĒJA JŲ FIZINĒ IR PSICHOLOGINĒ SAVIJAUTA BEI GYVENIMO KOKYBĒ. REGULIARIA FIZINE VEIKLA UŽSIIMANČIO ŽMOGAUS KŪNE VYKSTANTYS MORFOLOGINIAI IR FUNKCINIAI PAKITIMAI GALI PADĒTI IŠVENGTI KAI KURIŲ LIGŲ: ŠIRDIES IR KRAUJAGYSLIŲ, DIABETO, KAI KURIŲ RŪŠIŲ VĒŽIO, DEPRESIJOS, ARBA JAS PAVĒLINTI. SPORTAS TAI NE TIK GYVENIMO BŪDAS, BET IR KASDIENIS GYVENIMO STILIUS, PROCESAS, GYVENIMO TIKSLAS.

SPORTAS – TAI VISOS FIZINĖS VEIKLOS FORMOS, KURIOMIS ORGANIZUOTAI AR INDIVIDUALIAI SIEKIAMA TOBULINTI FIZINĘ IŠTVERMĘ IR PSICHINĘ GEROVĘ, FORMUOTI SOCIALINIUS SANTYKIUS AR SIEKTI REZULTATŲ ĮVAIRIAUS LYGIO VARŽYBOSE. FIZINĖ VEIKLA ŽMOGUI TEIKIA NE TIK EMOCINĮ PASITENKINIMĄ, BET IR TURI SOCIALINĮ PRADĄ, NES SPORTUOJANT GALIMA SUSIPAŽINTI SU KITAIŠ ŽMONĖMIS, ATRASTI NAUJUS EMOCINIUS SĄNTYKIUS. KAD PATENKINTI ŽMONIŲ POREIKĮ SPORTUOTI, KURIAMOS ĮVAIRIOS SPORTO ORGANIZACIJOS, KAIP PAVYZDŽIUI, SPORTO KLUBAI IR ĮVAIRŪS KOMPLEKSAI.

SPORTO KLUBAS – TAI SPECIALI PATALPA, KURIOJE RENKASI RIBOTAS SKAIČIUS VIENODO POMĖGIO ŽMONIŲ, NORINČIŲ TOBULINTI SAVO MEISTRIŠKUMĄ IR TURINGAI PRALEISTI LAISVALAIKĮ . SPORTO KLUBAS ĮSTEIGTAS LIETUVOS RESPUBLIKOJE VIENIJA KURIOS NORS VIENOS ARBA KELIŲ ŠAKŲ SPORTININKUS, RĖMĖJUS, PLĖTOJA SPORTO ŠAKĄ AR KELIAS SPORTO ŠAKAS, UGDO SPORTININKUS AR KOMANDAS, SIEKIA GERŲ SPORTO REZULTATŲ, PLĖTOJA SVEIKOS GYVENSENOS IDĖJAS, TURI SAVITA ATRIBUTIKĄ BEI TRADICIJAS. TAIGI, SPORTO KLUBAS TAI VIETA, KURIOJE ŽMOGUS GALI FIZIŠKAI LAVINTIS, TOBULĖTI IR SIEKTI TAM TIKRŲ TIKSLŲ, O TAI REIŠKIA, KAD ŽMOGUS GAUNA SPORTO PASLAUGĄ. SPORTO KLUBO PASLAUGOS – UŽDAROSE PATALPOSE AR JŲ KOMPLEKSE JURIDINIŲ AR FIZINIŲ ASMENŲ VYKDOMA ŪKINĖ KOMERCINĖ VEIKLA, ATLYGINTINAI TEIKIAMOS PASLAUGOS, SKIRTOS PASLAUGŲ VARTOTOJAMS MANKŠTINTIS, FIZINIAM AKTYVUMUI PALAIKYTI. SPORTO PASLAUGA – TAI PROCESAS, SKIRTAS VARTOTOJO FIZINIAMS POREIKIAMS TENKINTI.

PASLAUGŲ SAVYBES:

- 1. NEAPČIOPIAMUMAS.** PASLAUGŲ NEGALIMA PAMATYTI, PARAGAUTI, PALIESTI AR IŠGIRSTI TOL, KOL JOMIS NEPASINAUDOJI.
- 2. NEATSKIRIAMUMAS.** PASLAUGOS TEIKIMAS IR VARTOJIMAS YRA NEATSKIRIAMI, T.Y. PASLAUGA TEIKIAMA DALYVAUJANT VARTOTOJUI.
- 3. NEILGAAMŽIŠKUMAS.** PASLAUGŲ NEĮMANOMA SUKAUPTI, SURINKTI KAIP APČIUOPIAMŲ DAIKTŲ, IR PASIŪLYTI VARTOTOJUI TADA, KADA TŲ PASLAUGŲ PRIREIKIA.
- 4. HETEROGENIŠKUMAS.** JĄ LEMIA SKIRTINGŲ ĮMONIŲ, TIEK APTARNAUJANČIO PERSONALO, TIEK VARTOTOJŲ, DALYVAUJANČIŲ PASLAUGOS KŪRIMO IR VARTOJIMO PROCESĖ, POVEIKIS.

**NEAPČIUOPIAMUMAS.** VARTOTOJAS APIBŪDINDAMAS PASLAUGA, REMIASI TOKIOMIS SAŲOKOMIS KAIP SAVIJAUTA, PATIRTIS, SAUGUMAS, PATIKIMUMAS. SKIRTINGAI NEI PREKIŲ GAMINTOJAMS, PASLAUGŲ TEIKĖJAMS DĖL NEAPČIUOPIAMUMO SUNKU PARODYTI PASLAUGA, TODĖL TEIKĖJAI, PASINAUDOJĘ ĮVAIRIOMIS KOMUNIKACIJOS PRIEMONĖMIS, VARTOTOJAMS PRIVALO SUTEIKTI KUO IŠSAMESNĖ INFORMACIJĄ APIE PASLAUGOS TURINĮ IR KOKYBĘ. DĖL NEAPČIUOPIAMUMO VARTOTOJUI NELENGVA ĮVERTINTI PASLAUGĄ KOKIAIS NORS OBJEKTYVIAIS PARAMETRAIS – JI TEIKIA KLIENTUI NEDAIKTINĘ EKONOMINĘ NAUDĄ (VEIKIA FIZIŠKAI, DARO ĮTAKĄ VARTOTOJO TURTUI). VARTOTOJUI SUNKU ĮVERTINTI PASLAUGOS NAUDĄ, KOL JA NEPASINAUDOTA. PIRMĄ KARTĄ NAUDOJANTIS PASLAUGA, NEAPČIUOPIAMUMAS VARTOTOJUI GALI SUKELTI BAIMĘ AR ĮTAMPĄ. KOL VARTOTOJAS NEPASINAUDOJO PASLAUGA, VARTOTOJAS JIS NEŽINO, AR ORGANIZACIJA SUGEBĖS IŠTESĖTI PAŽADUS, T.Y. SUTEIKTI ATITINKAMOS SUDĖTIES, KOKYBĖS PASLAUGĄ IKI ŽADĖTO TERMINO. DAR VIENAS NEAPČIUOPIAMUMO PASLAUGŲ TEIKĖJO DARBO SUNKUMAS – VARTOTOJO ABEJINGUMAS, AR PASLAUGA YRA VERTA NUSTATYTOS KAINOS. TAIGI, NEAPČIUOPIAMUMAS REIŠKIA, KAD VARTOTOJO SUVOKIAMA PASLAUGOS KOKYBĖ GALI PRIKLAUSYTI NUO MATERIALIŲ POŽYMIŲ IR KAINOS, O NE PAČIOS PASLAUGOS – JEI VARTOTOJAS NEMATO APČIUOPIAMO REZULTATO, JAM GALI BŪTI SUNKU NUSPRĖSTI, KO VERTA TIKĖTIS.

**HETEROGENIŠKUMAS.** PASLAUGA - PROCESO REZULTATAS, KURĮ SUKURIA PASLAUGOS TEIKĖJAS IR GAVĖJAS. KARTĄ PASINAUDOJĘS PASLAUGA, VARTOTOJAS SUSIKURIA TAM TIKRĄ STEREOTIPĄ. IDENTIŠKOS PASLAUGOS SUTEIKTI NEJMANOMA, NES TAI SĄLYGOJA SKIRTINGI PASLAUGŲ DERINIAI, TEIKIMO FORMOS, TERMINAI, NAUDA VARTOTOJUI, VARTOTOJO BEI TEIKĖJO ELGSENA, BEI KAINŲ SKIRTUMAI. SVARBIAUSIA PASLAUGŲ HETEROGENIŠKUMO PRIEŽASTIS – ŽMONIŲ SANTYKIAI, TODĖL PASLAUGA VIENAM VARTOTOJUI AR KLIENTUI NĖRA TIKSLIAI TOKIA PATI KAIP KITAM. PAGRINDINIS TEIKIANČIO PASLAUGĄ PERSONALO UŽDAVINYS YRA ATPAŽINTI VARTOTOJO POREIKIUS, UŽMEGZTI SANTYKIUS SU JUO IR SUTEIKTI PAGEIDAUJAMĄ PASLAUGĄ.

**NEKAUPIAMUMAS.** YRA ŽINOMA, KAD KAUPI GALIMA DAIKTUS, TAČIAU NE PROCESĄ AR VEIKSMĄ. KADANGI PASLAUGA YRA NEMATERIALI IR SUVOKIAMA JOS TEIKIMO MOMENTU, NEJMANOMA KAUPI JOS REZERVŲ VARTOTOJUI NEDALYVAUJANT. PASLAUGOS NEKAUPIAMUMAS NĖRA PROBLEMA, KAI PASLAUGA PASTOVI, TAČIAU PAKLAUSAI ĖMUS SVYRUOTI, PASLAUGŲ ĮMONĖ SUSIDURIA SU SUNKUMAIS. TAI VYKSTA TODĖL, KAD JOSE TURI BŪTI DAUGIAU DARBUOTOJŲ APTARNAUTI VARTOTOJUS PADIDĖJUS PAKLAUSAI. PAKLAUSAI ATSLŪGUS, IŠKYLA PADIDĖJUSIŲ IŠLAIDŲ PROBLEMA DĖL DARBUOTOJŲ PERTEKLIUS SUMAŽĖJUS PASLAUGOS PAKLAUSAI.

**PASLAUGOS TEIKIMO IR VARTOJIMO VIENOVĖ.** PASLAUGA – TAI NE DAIKTAS, TAI PROCESAS ARBA VEIKSMŲ EILĖ, JI GAMINAMA IR VARTOJAMA TUO PAT METU. DĖL ŠIŲ PASLAUGOS YPATUMŲ IR ATSARGŲ NEBUVIMO PASLAUGŲ TEIKĖJAMS DAŽNAI NELENGVA PATENKINTI IŠAUGUSIĄ PAKLAUSĄ. PASLAUGA EGZISTUOJA TOL, KOL JI YRA VARTOJAMA IR PASLAUGOS TEIKIMAS IR JOS VARTOJIMO LAIKAS SUTAMPA. GAMYBOS IR VARTOJIMO VIENOVĖ IŠKELIA IR KOKYBĖS KONTROLĖS PROBLEMĄ PASLAUGŲ ĮMONĖS VADYBOJE – NEĮMANOMA ĮVERTINTI KOKYBĖS PRIEŠ GAUNANT KONKREČIĄ PASLAUGĄ, NES PASLAUGA IŠ ANKSTO NEEGZISTUOJA. KADANGI PASLAUGA REIKALAUJA TEIKĖJO IR VARTOTOJO KONTAKTO, VARTOTOJAS TAM TIKRU MOMENTU SU ORGANIZACIJA TIESIOGIAI AR NETIESIOGIAI (TELEKOMUNIKACIJOS) TURI UŽMEGZTI RYŠĮ. TIEK VARTOTOJO IR PASLAUGOS TEIKĖJO RYŠIAI, TIEK IR VARTOTOJO DALYVAVIMAS VEIKIA IR PASLAUGOS REZULTATĄ, IR PASLAUGOS KOKYBĘ.

**NUOSAVYBĖS NEPERDUODAMUMAS.** PASLAUGA – TAI PROCESAS, JI NUOSAVYBĖS NETURI IR JOS PASISAVINTI NEGALIMA. PASLAUGŲ TEIKĖJAI LAIKINAM VARTOTOJO NAUDOJIMUISI PERDUODA KAI KURIAS MATERIALINES VERTYBES, BET NE PAČIĄ PASLAUGĄ. PASLAUGŲ IR PREKIŲ SAVYBIŲ PALYGINIMAS LEIDŽIA GERIAU SUVOKTI PASLAUGOS REZULTATĄ:

PREKĖ YRA APČIUOPIAMA, HOMOGENIŠKA, GAMYBA IR PARDAVIMAS YRA ATSKIRTI NUO VARTOTOJO, VARTOTOJAS NEDALYVAUJA GAMYBOS PROCESĖ, SANDĖLIUOJAMA IR PERDUODAMA NUOSAVYBĖ.

PASLAUGA YRA NEAPČIUOPIAMA, HETEROGENIŠKA, PASLAUGOS TEIKIMAS IR VARTOJIMAS YRA NEATSKIRIAMAI (PASLAUGA TEIKIAMA DALYVAUJANT VARTOTOJUI), VARTOTOJAS DALYVAUJA GAMYBOS PROCESSE, NESANDĒLIUOJAMA IR NUOSAVYBĖ NĒRA PERDUODAMA. PRIVATUS SPORTO KLUBAS (SPORTO IR SVEIKATINGUMO KLUBAS, CENTRAS) – TAI PELNO SIEKIANČI ORGANIZACIJA, KURI PARDUODA SPORTO PASLAUGAS, TOKIAS KAIP FITNESSAS (TRENIRUOKLIAI), AEROBIKA, SAUNA, JOGA, TENISAS, KOVINĒ SAVIGYNA IR KT. SPORTO KLUBE GALI BŪTI TEIKIAMA TIK PASLAUGA, ARBA JŲ PASIRINKIMAS GALI BŪTI LABAI DIDELIS. TAIGI, TAPO AIŠKU, KAD PASLAUGA YRA NEAPČIUOPIAMA, NEKAUPIAMA IR HETEROGENIŠKA. PASLAUGOS GAMYBA, PARDAVIMAS IR VARTOJIMAS YRA VIENALAIKIS PROCESAS. VARTOTOJAS TIESIOGIAI DALYVAUJA KURIANT PASLAUGĄ (PASLAUGOS NEATSKIRIAMUMAS) IR PASLAUGOS NUOSAVYBĖ NĒRA PERDUODAMA. APIBENDRINANT, GALIMA TEIGTI, KAD PASLAUGA TAI YRA VEIKLA ARBA PROCESAS, ARBA DAUGIAFAZIS VEIKLOS PROCESAS, NETURINTIS MATERIALAUS APČIUOPIAMO REZULTATO, KURIS YRA SKIRTAS PATENKINTI KITO SUBJEKTO POREIKIUS.

PAAIŠKĖJO, KAD PASLAUGA NETURI MATERIALIOS FORMOS, NUO MATERIALIOS PREKĖS PASLAUGA SKIRIASI ŠIOMIS SAVYBĖMIS: NEAPČIUOPIAMUMU, NEKAUPIAMUMU, NEATSKIRIAMUMU, HETEROGENIŠKUMU. ŠIOS SAVYBĖS PADEDA SUVOKTI IR ĮVERTINTI PASLAUGŲ KOKYBĘ. SPORTO KLUBO PASLAUGA APIBŪDINAMA KAIP UŽDAROSE PATALPOSE VYKDOMA VEIKLA, KURIOSE ATLYGINTINAI TEIKIAMOS PASLAUGOS, SKIRTOS VARTOTOJAMS UŽSIIMTI FIZINE VEIKLA. SPORTO KLUBE GALI BŪTI TEIKIAMOS ĮVAIRIOS PASLAUGOS ARBA DIDELIS JŲ PASIRINKIMAS.

# SPORTO ORGANIZACIJOS PASLAUGŲ RINKOS SAMPRATA

NAUJO VERSLO PLANAVIMAS YRA SUDĖTINGAS PROCESAS, KURIS REIKALAUJA SPECIFINIŲ TEISĖS AKTŲ, RINKODAROS, FINANSŲ, MARKETINGO IR KITŲ MOKSLO ŠAKŲ IŠMANYMO. NAUJO VERSLO PROCESAS PRASIDEDA NUO MOKSLINĖS LITERATŪROS ANALIZĖS, KURIOS DĖKA ĮGAUNAMA TEORINIŲ ŽINIŲ APIE VERSLO PLANAVIMO SVARBA, STRUKTŪRĄ, KIEKVIENO ETAPO SPECIFIKĄ, PO ŠIŲ ETAPŲ GALIMA ATLIKTI IŠSAMŲ FINANSINĮ VERTINIMĄ. EGZISTUOJA BEGALĖ APIBŪDINIMŲ, KAIP TURĖTŲ ATRODYTI NAUJO VERSLO KŪRIMAS. SKIRTINGŲ AUTORIŲ NUOMONIŲ PALYGINIMAS LEIDŽIA PASIRINKTI LABIAUSIAI TINKANTĮ VARIANTĄ KONKRETAUS VERSLO PLANO RENGIMUI.

VERSLAS – TAI ŽMONIŲ VEIKLA, KURIOS REZULTATAS (PREKĖS ARBA PASLAUGOS) SKIRTAS PARDUOTI IR IŠ ŠIOS VEIKLOS GAUTI PELNĄ. VERSLININKAS, NORĖDAMAS IŠ SAVO VEIKLOS GYVENTI PASITURINČIAI, TURI UŽDIRBTI DAUGIAU PINIGŲ NEGU IŠLEIDŽIA GAMINAMAM PRODUKTUI PAGAMINTI IR PARDUOTI. TODĖL, RENGIAN T VERSLO PLANĄ REIKIA ĮSITIKINTI, AR ĮDĖJOS ĮGYVENDINIMAS ATNEŠ FINANSINĘ SĖKMĘ, APSKAIČIUOTI, PER KIEK LAIKO ATSIPIRKS Į VERSLĄ INVESTUOTI PINIGAI. TAIP PAT SVARBU SUPRASTI, AR ASMUO, KURIANTIS NAUJĄ VERSLĄ, TURI TURĖTI REIKIAMŲ GEBĖJIMŲ. VERSLAS – TAI PELNO SIEKIMAS, TEIKIANT PREKES AR PASLAUGAS, KURIOS TENKINA VARTOTOJŲ POREIKIUS. TAM, KAD VERSLAS RINKOJE GALĖTŲ FUNKCIONUOTI, IŠSKIRIAMOS ŠIOS BŪTINOS SĄLYGOS:

**1. PRIVAČIOJI NUOSAVYBĖ.** TAI NUOSAVYBĖ, KURIOS SAVININKAS YRA FIZINIS ASMUO. TIK PRIVATI NUOSAVYBĖ SKATINA VERSLO SUBJEKTUS SIEKTI GERESNIŲ VERSLO REZULTATŲ, PRIIMTI RACIONALIUS SPRENDIMUS, TOBULINTI GAMYBOS IR PASLAUGŲ ORGANIZAVIMĄ, RODYTI INICIATYVĄ, ELGTIS NOVATORIŠKAI IR, BE ABEJO, PRISIIMTI ATSAKOMYBĘ UŽ SAVO VEIKLOS REZULTATUS.

**2. ŪKININKAVIMO LAISVĖ** – KAI VERSLININKAS PATS ATSAKO Į VISUS KLAUSIMUS: KĄ GAMINTI? KAIP GAMINTI? KAM GAMINTI? VERSLININKAS PATS TURI GALIMYBĘ PASIRINKTI ŪKINĖS VEIKLOS KRYPTĮ, NUMATYTI STRATEGIJAS, RACIONALIAI NAUDOTI IŠTEKLIUS. BE VERSLO LAISVĖS NEGALĖTŲ BŪTI RINKOS, KAIP IR BE RINKOS NEGALI BŪTI VERSLO.

**3. TEISINĖ VERSLO APSAUGA** – TAI DAUGYBĖ ĮSTATYMŲ, REGLAMENTUOJANČIŲ ŪKINĘ VEIKLĄ, VERSLO RĖMIMĄ IR SKATINIMĄ.

**4. KONKURENCIJA** – TAI KELIŲ VERSLO SUBJEKTŲ, GAMINANČIŲ TUOS PAČIUS PRODUKTUS AR TEIKIANČIŲ PASLAUGAS, VARŽYMASIS SIEKiant TŲ PAČIŲ TIKSLŲ. TAI PAGRINDINIS MOTYVAS, SKATINANTIS VERSLININKĄ KURTI IR TIEKTI Į RINKĄ AUKŠTESNĖS KOKYBĖS PRODUKTĄ, INVESTUOTI, DIEGTI NAUJAS TECHNOLOGIJAS, TOBULINTI TAI, KAS JAU SUKURTA, IEŠKOTI BŪDŲ, KAIP MAŽINTI GAMYBOS IŠLAIDAS, GERINTI SANTYKIUS SU KLIENTAIS, SEKTI RINKOS POKYČIUS.

## **VERSLO PROCESĄ SUDARO ŠEŠIOS TARPUSAVYJE SUSIJUSIOS STADIJOS:**

1. NAUJŲ IDĖJŲ PAIEŠKA;
2. VERSLININKO IR JO KOMANDOS NARIŲ POTENCIALO ĮVERTINIMAS (ASMENINIAI GEBĖJIMAI LYGINAMI SU VERSLO IDĖJA);
3. VERSLO ORGANIZAVIMO FORMOS PASIRINKIMAS;
4. VERSLO PLANO RENGIMAS;
5. VERSLUI PRADĖTI (PLĖTOTI) REIKALINGŲ IŠTEKLIŲ PAIEŠKA;
6. ĮKURTOS VERSLO ĮMONĖS VADYBA (STRUKTŪRA, STILIUS, SĖKMĖS IR RIZIKOS VEIKSNIAI IR KT.).

VISOS ŠIOS IŠSVARDINTOS STADIJOS YRA VIENODAI REIKŠMINGOS, O NUOSEKLUS JUDĖJIMAS NUO PIRMOSIOS IKI ŠEŠTOSIOS STADIJOS LEIDŽIA ĮVERTINTI VERSLININKO ORGANIZACINIUS GEBĖJIMUS, VERSLO APLINKOS POBŪDĮ, BŪTINŲ IŠTEKLIŲ POREIKĮ BEI PRIIMTI OPTIMALIUS SPRENDIMUS. PAAIŠKĖJO, KAD NORINT PRADĖTI VERSLĄ, REIKĖTŲ ATSIŽVELGTI Į DAUGELĮ VEIKSNIŲ. TAČIAU VIENAS IŠ SVARBESNIŲ VEIKSNIŲ YRA VERSLO PLANAS. VERSLO PLANAS NUSTATO KONKREČIOS VEIKLOS TVARKYMO METODUS TAM TIKRAM LAIKOTARPIUI ATEITYJE. PLANAS PADEDA AIŠKIAU SUVOKTI IR APIBRĖŽTI SIEKIAMUS ĮMONĖS TIKSLUS. VERSLO PLANAS – TAI PLANAVIMO ELEMENTAS, NAUDOJAMAS ĮVERTINTI IR PLANUOTI BŪSIMĄ VERSLĄ. PLANAVIMAS YRA GEROS VADYBOS ESMĖ. PRIEŠ PRADEDANT NAUJĄ VERSLĄ AR PLEČIANT JAU ESAMĄ, SVARBIAUSIAS ŽINGSNIS YRA VERSLO PLANO PARENGIMAS. VERSLO PLANO PASKIRTIS YRA SUPAŽINDINTI SU SVARBIAUSIAIS ĮMONĖS SIEKIAIS IR ATSAKYTI Į TRIS SVARBIAUSIUS KLAUSIMUS:

1. KOKIA DABARTINĖ PADĖTIS?

2. KO SIEKIAMA?

3. KAIP TĄ PASIEKTI?

PLANUODAMAS SAVO VEIKSMUS AR SIEKDAMAS GAUTI INVESTICIJAS AR PASKOLAS, VERSLO PLANĄ SUDARO ĮMONĖ, PASAMDYTA ASMUO AR VERSLININKAS. VERSLO PLANAS GALI BŪTI STRATEGINIO PLANO DALIS. NĖRA TOBULO PLANO DETALIŲ KIEKIO AR APIMTIES, VIENINTELIO STEBUKLINGO TURINIO SĄRAŠO IR BŪDO, KAIP TĄ TURINĮ IŠDĖSTYTI. O TAI LEIDŽIA DARYTI PRIELAIDĄ, KAD KURIANT VERSLO PLANĄ, VERSLININKAS TURI SAVIRAIŠKOS GALIMYBES. TAČIAU NEREIKĖTŲ PAMIRŠTI VERSLO PLANO PASKIRTIES IR TAM TIKRŲ GAIRIŲ, PAGAL KURIAS YRA SUDARINĖJAMI VERSLO PLANAI. VERSLO PLANAS TAM TIKRAIS ATVEJAIS GALI BŪTI LABAI IŠSAMUS, O KITAIŠ ATVEJAIS UŽTENKA AIŠKIAI IŠDĖSTYTOS GLAUSTOS INFORMACIJOS. DAŽNAI GIRDIMA NUOMONĖ, KAD VERSLO PLANAS YRA NEREIKALINGAS, NUOBODUS IR ATGYVENĖS DOKUMENTAS, KURIS YRA NEVERTAS BRANGAUS LAIKO EIKVOJIMO. TECHNINĖS AR VADYBOS PATIRTIES STOKA GALI SUKLIUDYTI SĖKMINGAI PLĖTOTI VERSLĄ, O GERAS VERSLO PLANAS PADĖTŲ PAČIAM VERSLININKUI SUVOKTI ŠIUOS DALYKUS. GALIMA TEIGITI, KAD GERAS VERSLO PLANAS PADEDA VERSLININKUI TINKAMAI VALDYTI VERSLĄ IR TEIKIA NAUDĄ.

TAIGI, PALYGINUS SKIRTINGUS ŠALTINIUS GALIMA TEIGTI, KAD TAI VERSLO PLANAS YRA DOKUMENTAS, KURIO PAGALBA SIEKIAMI ĮMONĖS ATEITIES TIKSLAI. VERSLO PLANAS PADEDA ĮVERTINTI BŪSIMĄ VEIKLĄ, PASIRINKTI GERIAUSIUS SPRENDIMUS BEI ADEKVAČIAI PASKIRSTYTI FINANSINIUS IŠTEKLIUS. ATEITIES LAIKOTARPIS VISIŠKAI NAUJAI ĮMONEI GALI BŪTI PIRMIEJI ŠEŠI MĖNESIAI, ILGIAU DIRBANČIAI ĮMONEI - PENKI METAI ARBA VISA KONKRETAUS PROJEKTO TRUKMĖ, PAVYZDŽIUI, 18 MĖNESIŲ INTENSYVI VEIKLA, KURI BAIGIASI DVI SAVAITES TRUNKANČIA PARODA ARBA KONFERENCIJA. PAPRASTAI TOKIU ATVEJU IŠSKIRTINIS DĖMESYS SKIRIAMAS ATEINANTIEMS 12 MĖNESIŲ. TOKS PLANAS NUSTATOMAS PRIEŠ BENDRESNĮ PLANĄ TREJIEMS ARBA PENKERIEMS METAMS.

# SPORTO ORGANIZACIJOS PASLAUGŲ VARTOTOJŲ SEGMENTAVIMAS

ŠIUOLAIKINIAME PASAULYJE RINKODARA DARO LABAI DIDELĘ ĮTAKĄ ĮMONĖS SĖKMEI, NES RINKODAROS PAGALBA YRA PATENKINAMI ĮMONĖS VARTOTOJŲ POREIKIAI. ŠIUOLAIKINIAME PASAULYJE REKLAMA YRA KURIAMA IR FORMUOJAMA REMIANTIS MENO PROJEKTAIS ARBA PLANAIS IR ĮGYVENDINAMA PRITAIKIUS MASINES INFORMACIJOS PRIEMONES. ŽMONIŲ DĖMESĮ LABIAUSIAI TRAUKIA JAUDINANČIOS IR JAUSMINGOS REKLAMOS, KURIOS PAVEIKIA VARTOTOJO JAUSMUS IR EMOCIJAS. KAD RINKODARA YRA SOCIALINIS IR VALDYMO PROCESAS, KURIO DĖKA ASMENYS IR JŲ GRUPĖS, KURDAMI IR VYKDYDAMI PREKIŲ BEI VERTYBIŲ MAINUS, ĮGYJA TAI, KO REIKIA JŲ NORAMS IR POREIKIAMS TENKINTI. RINKODARA YRA PROCESAS, KURIS LEIDŽIA KITIEMS ĮVERTINTI PASLAUGAS. VIENA IŠ MARKETINGO SĖKMĖS PRIELAUDŲ – RASTI NEPATENKINTĄ VARTOTOJO REIKMĘ IR UNIKALŲ JOS PATENKINIMO BŪDĄ. TAI AKIVAIZDU, BET TĄ PADARYTI DABARTINĖMIS RINKOS SĄLYGOMIS NĖRA PAPRASTA, NES RINKOJE GAUSYBĖ PREKIŲ IR PASLAUGŲ, ANALOGIŠKŲ PAGAL DAUGELĮ PARAMETRŲ. SĖKMINGAI ĮGYVENDINANT TIKSLINĮ MARKETINGĄ PRAKTIKOJE, IŠSKITIA TRIS PAGRINDINIUS ŽINGSNIUS, KURIE YRA BŪTINI IR NEATSKIRIAMAI:

1. RINKOS SEGMENTAVIMAS (APIBRĖŽTI PRODUKTO RINKĄ, IDENTIFIKUOTI SEGMENTAVIMO POŽYMIUS, SEGMENTUOTI RINKĄ).
2. TIKSLINĖS RINKOS NUSTATYMAS (ĮVERTINTI GALIMĄ SĖKMĘ KIEKVIENAME SEGMENTE, PASIRINKTI TIKSLINIUS SEGMENTUS, SUDARYTI MARKETINGO KOMPLEKSĄ);
3. POZICIONAVIMAS (IDENTIFIKUOTI GALIMAS POZICIONAVIMO KONCEPCIJAS KIEKVIENAM TIKSLINIAM SEGMENTUI, PASIRINKTI, SUKURTI IR VYKDYTI PASIRINKTĄJĄ KONCEPCIJĄ).

RINKOS SEGMENTAVIMAS YRA VISOS APIBRĖŽTOS RINKOS SKAIDYMAS Į TAM TIKRĄ SKAIČIŲ SURINKŲ, KURIOS REIKALAUJA SKIRTINGU GAMINIŲ IR PASLAUGŲ, KURIOS GALI BŪTI PASIEKIAMOS SKIRTINGAIS MARKETINGO KOMPLEKSAIS. TIKSLINĖS RINKOS SURADIMAS YRA PROCESAS, KURIUO METU ĮVARDIJAMI VISI SEGMENTAI, GAUTI PO PIRMOJO ŽINGSNIO, IR NUSPĖNDŽIAMA, KURIAME ORGANIZACIJA GALI SĖKMINGAI VYKDYTI SAVO VEIKLĄ. POZICIONAVIMAS LEIDŽIA IŠSKIRTI BŪSIMUS ORGANIZACIJOS PREKINIO ŽENKLO, GAMINIO AR PASLAUGOS ĮVAIZDŽIUS. TAIGI, RINKODARA GALIMA APIBŪDINTI KAIP KONTROLIUOJAMŲ RINKODAROS INSTRUMENTŲ, NAUDOJAMŲ KARTU NORIMAI TIKSLINĖS RINKOS REAKCIJAI PASIEKTI, ATSIPERKAMUMĄ. RINKODAROS KOMPLEKSĄ SUDARO VISKAS, KĄ GALI PADARYTI ĮMONĖ, KAD DARYTŲ ĮTAKĄ SAVO PREKĖS PAKLAUSAI.

# SPORTO ORGANIZACIJOS PASLAUGŲ RINKA

RINKOS APŽVALGA IR TIKSLINĖS RINKOS NUSTATYMAS, BE RINKOS APŽVALGOS NET NEVERTA PRADĖTI NAUJO VERSLO. TAI YRA LABAI SVARBI DALIS, TURINTI MILŽINIŠKĄ REIKŠMĘ VERSLUI. RINKOS ANALIZEI ATLIKTI REIKĖTŲ NEMAŽAI INFORMACIJOS, KURIAŲ SURINKTI GANA SUNKU, NES ŠI PASLAUGA DAUG KAINUOJA IR ATIMA DAUG LAIKO. INFORMACIJOS DETALUMAS TURĖTŲ PRIKLAUSYTI NUO PLANUOJAMOS RINKOS DALIES DYDŽIO. IŠSIAIŠKINUS RINKOS YPATUMUS IR NUSTAČIUS JOS PLĖTOTĖS TENDENCIJAS, TOLIAU REIKĖTŲ NAGRINĖTI POTENCIALIUS KLIENTUS.

TAIGI, SVARBU IŠSIAIŠKINTI, KURIAI ŽMONIŲ GRUPEI PRIKLAUSYS POTENCIALŪS KLIENTAI, NES TAI LEMS PARDAVIMŲ PROGNOZĘ, BEI REKLAMOS IR PARDAVIMO STRATEGIJĄ. PASLAUGŲ ORGANIZACIJA NEGALI PATENKINTI VISŲ VARTOTOJŲ POREIKIŲ. JI PRIVALO PASIRINKTI, KURIEMS VARTOTOJAMS NORĖTŲ IR GALĖTŲ SUTEIKTI SAVO PASLAUGAS. PASLAUGŲ ORGANIZACIJAI ORIENTUOJANTIS Į VARTOTOJUS SKIRTINGAI NEI GAMYBINEI ĮMONEI, SVARBU APSISPŖĘSTI, KOKIŲ SANTYKIŲ SU JAIS PAGEIDAUJA. VARTOTOJŲ PASIRINKIMAS PRIKLAUSO NUO ĮMONĖS TIKSLŲ, GALIMYBIŲ IR TURIMŲ IŠTEKLIŲ. PASLAUGŲ RINKOS SEGMENTAVIMAS YRA SUDĖTINGAS PROCESAS, NES YRA DAUG RINKOS SKAIDYMO BŪDŲ.

### **IŠSKIRIAMI ŠIE SEGMENTAVIMO KRITERIJAI:**

- DEMOGRAFINIAI (AMŽIUS, LYTIS, ŠEIMINĖ PADĖTIS IR KT.);
- SOCIALINIAI IR EKONOMINIAI (PAJAMOS, IŠSILAVINIMAS, PROFESIJA, SOCIALINĖ GRUPĖ);
- GEOGRAFINIAI (ŠALIS, REGIONAS, MIESTAS, RAJONAS, KAIMAS IR KT.);
- PSICHOLOGINIAI (ASMENYBĖS TIPAS, VARTOJIMO MOTYVAI, GYVENIMO BŪDAS IR KT.).

PASIRENKANT TIKSLINIUS SEGMENTUS LABAI SVARBU IŠSIAIŠKINTI, KOKIE VARTOTOJAI NAUDOJASI PASLAUGOMIS IR KAS ĮTAKOJA JŲ TOKĮ APSISPRENDIMĄ. VARTOTOJŲ ELGSENĄ NUSAKO:

- PIRKIMO ELGSENA (IŠTIKIMYBĖ ŽENKLUI AR NAUJŲ ŽENKLŲ PAIEŠKA);
- PIRKIMO APLINKYBĖS (NAUJUMAS, ATSITIKTINUMAS, DAŽNUMAS);
- NAUDA, KURIAŲ ŽMOGUS PATIRIA VARTODOMAS PASLAUGA;
- VARTOTOJO ELGSENA IR NAUDOTOJO STATUSAS (AKTYVŪS, PASYVŪS, ABEJINGI);
- POŽIŪRIS Į PASLAUGĄ.

KAD VERSLO SĖKMĖ PLĖTOTUSI IR NEŽLUGTŲ PASIRINKTA RINKOS DALIS, RINKA TURI TURĖTI ŠIUOS BRUOŽUS:

- JI TURI BŪTI PRIEINAMA;
- JI TURI BŪTI PAKANKAMO DYDŽIO;
- JI TURI BŪTI ATVIRA PRAKTINIAMS VEIKSMAMS;
- JOJE NTURĖTŲ BŪTI NEĮVEIKIAMŲ KONKURENTŲ.

TAIGI, ĮVEDANT NAUJĄ PASLAUGĄ Į RINKĄ, ĮMONĖ JAU TURI TIKSLIAI ŽINOTI IR NUMATYTI, KAS BUS ŠIOS PASLAUGOS VARTOTOJAI, KOKIAS MARKETINGO PRIEMONES GERIAUSIA TAIKYTI.

KONKURENTUS REIKIA SUGRUPUOTI Į ŠIAS GRUPES: TIESIOGINIAI, NETIESIOGINIAI BEI POTENCIALŪS KONKURENTAI. SUGRUPUOTUS KONKURENTUS ĮVERTINTI PAGAL ŠIUOS ASPEKTUS:

- KONKURUOJANČIŲ VERSLŲ ANALIZĖ;
- KONKURUOJANČIŲ FIRMŲ DYDIS;
- KONKURENTŲ GAUNAMAS PELNAS;

ĮMONĖ PRIVALO NUMATYTI KONKURENTŲ VEIKSMUS IR PASIRINKTI VIENĄ IŠ TRIJŲ STRATEGIJŲ:

- PIRMIEMS ĮEITI Į RINKĄ;
- ĮEITI Į RINKĄ KARTU SU KONKURENTU;
- ĮEITI Į RINKĄ VĖLIAU NEI KONKURENTAS.

ANALIZUOJANT KONKURENTUS, REIKIA ĮVERTINTI TOKIUS JŲ ASPEKTUS:

- IŠSIAIŠKINTI KONKURENTO STIPRIAŠIAS IR SILPNAŠIAS VEIKLOS PUSES, GALIMYBES IR PAVOJUS; NUSTATYTI ESAMAS IR POTENCIALIAS KONKURENTO STRATEGIJAS; ĮVERTINTI KONKURENTO STRATEGINES ALTERNATYVAS, REAKCIJAS Į KONKURENTUS.

# ASMENINIS PARDAVIMAS

ASMENIŠKAS PARDAVIMAS – IŠKLAUSYS VISUS KLIENTŲ POREIKIUS, KOKYBIŠKAI PASIRŪPINS, KAD BŪTŲ ATSIŽVELGTA Į VISUS KLIENTO NORUS BEI REIKALAVIMUS, SUTEIKS VISĄ REIKALINGĄ INFORMACIJĄ IR AKTYVIAI VYKDYS ASMENINĮ PARDAVIMĄ – SKATINIMĄ VEIKTI NORIMA KRYPTIMI, ILGALAIKIŲ RYŠIŲ SU VARTOTOJU KŪRIMĄ, VARTOTOJŲ NORŲ ATSKLEIDIMĄ, KLIENTŲ ĮTRAUKIMĄ Į SPORTO KLUBO TOBULINIMĄ. BUS KURIAMI TRUMPAMETRAŽIAI FILMAI SU SUSIJUSIA KONKREČIA PROBLEMA IR SPORTO KLUBO PASLAUGŲ PAGALBA, FIKSUOJAMI REZULTATAI. ŠIE FILMAI BUS KELIAMI Į SOCIALINIUS TINKLUS. TODĖL ŠI RĖMIMO PRIEMONĖ ĮMONĖJĖ VEIKS GANA EFEKTYVIAI.