

Turinys

ĮVADAS	5
I. VIEŠOSIOS PASLAUGOS SĄVOKOS SPRENDIMAI ŠIUOLAIKINIAME VIEŠAJAME SEKTORIUJE.....	14
1.1. <i>Viešosios gėrybės</i> samprata.....	14
1.2. <i>Viešosios paslaugos</i> sampratos apibūdinimas	18
1.3. Viešosios atsakomybės ir viešosios paslaugos dilema.....	20
1.4. Viešasis interesas ir viešosios paslaugos	23
1.5. <i>Viešosios paslaugos</i> sąvokos vartoseną Lietuvoje	26
II. JUNG TINIAI VIEŠŲJŲ PASLAUGŲ TEIKIMO CENTRAI.....	30
2.1. Jungtinių paslaugų centrų teorinė koncepcija	30
2.2. Jungtinių paslaugų privalumai ir rizika	35
III. SAVIVALDYBIŲ BENDRADARBIAVIMO GALIMYBĖS TEIKIANT VIEŠĄSIAS PASLAUGAS.....	42
3.1. Vietos valdžios vaidmuo teikiant viešąsias paslaugas	42
3.2. Savivaldybių bendradarbiavimas teikiant viešąsias (pagrindines) paslaugas	46
3.3. Savivaldybių bendradarbiavimo praktika Lietuvoje	55
3.4. Klaipėdos apskrities savivaldybių bendradarbiavimo atvejais	59
IV. VIEŠŲJŲ ELEKTRONINIŲ PASLAUGŲ PLĖTOJIMAS KURIANT GEROVĖS VISUOMENĘ.....	64
4.1. Viešųjų elektroninių paslaugų konceptualioji reikšmė	64
4.2. Viešųjų elektroninių paslaugų teikimo iššūkiai.....	68
4.3. „Vieno langelio“ taikymo problemos ir jų sprendimai: Lietuvos atvejo analizė	81

V. VIEŠŪJŲ PASLAUGŲ RINKODAROS GALIMYBĖS, KURIANT GEROVĖS VISUOMENĖ	88
5.1. Viešojo sektoriaus ir jo teikiamų paslaugų rinkodaros esmė	88
5.2. Viešojo sektoriaus rinkodaros ypatumai	94
5.3. Reklamos galimybės viešųjų paslaugų rinkodarai.....	100
5.4. Klaipėdos apskrities savivaldybių viešųjų paslaugų rinkodaros atvejai.....	103
IŠVADOS	109
LITERATŪRA	112
THE PUBLIC SERVICES: CHALLENGES FOR THE BUILDING OF A WELFARE STATE (SUMMARY)	122
APIE AUTORIUS	129