

## INOVACIJŲ TAIKYMAS APGYVENDINIMO PASLAUGAS TEIKIANČIAME VERSLE

**Laima Jesevičiūtė-Ufartienė**

*Lietuvos sporto universitetas, Kaunas, Lietuva*

### ANOTACIJA

Inovacijos yra svarbios turizmo versle, kuris plečiasi apimdamas vis naujas sritis. Dėl šios priežasties straipsnyje siekiama nustatyti inovacijų taikymo aspektus apgyvendinimo paslaugas teikiančiame versle.

Nustatyta, kad inovacijos apgyvendinimo paslaugas teikiančiame versle yra susijusios ir suprantamos kaip naujų technologijų taikymas sukuriant naujas paslaugas, naujus veiklos procesus rinkoje.

**Raktažodžiai:** inovacijos, inovacijos apgyvendinimo paslaugų sektoriuje, plėtra.

### IVADAS

Šiuo metu inovacijos yra vis labiau žinoma sąvoka ir dažniau vartojama versle – rinkos tyrimų, žmogiškųjų išteklių valdymo, naujų produktų ar paslaugų kūrimo ir kt. srityse. Inovacijos dažniausiai yra susijusios su naujų technologijų taikymu, naujų idėjų ir metodų kūrimu. Inovacijoms priskiriama ir tai, kaip galima patobulinti jau egzistuojančius procesus bei produktus (Bigliardi, Dormio, 2009). Inovacijos taip pat yra labai svarbios turizmo industrijoje, kuri vis labiau plečiasi apjungdama daugelį kitų verslo sričių.

Nepasitenkinimas ir pokyčių būtinybė yra tam tikros paskatos pradėti inovacinę veiklą. Šiuolaikinėmis sąlygomis tik inovacijos gali garantuoti išlikimą ir plėtrą versle (Melnikas, 2011). Dėl to inovacijų taikymas apgyvendinimo paslaugas teikiančiose organizacijose gali būti gyvybiškai svarbus. Nors apie inovacijų svarbą mokslinėje literatūroje pakankamai plačiai analizuoja S. Notaro ir kt. (2012), M. Inauen ir A. Schenker-Wicki (2011), C. M. Hall ir A. M. Williams (2008), B. Bigliardi ir A. Dormio (2009), apie jų taikymą turizmo versle diskutuojama plačiau tik pastaruoju metu (Ravar, Iorgulescu, 2013; Nagy, 2007). Straipsnio temos aktualumą lemia tai, kad inovacijų taikymo viešbučių versle specifika analizuoja užsienio mokslininkai (Ravar, Iorgulescu, 2013; Hjalager, 2010; Hall et al., 2008; Sundbo et al., 2007), o Lietuvoje išsamesnių tyrimų šioje srityje neaptikta.

**Objektas** – inovacijos apgyvendinimo paslaugas teikiančiame versle.

**Tikslas** – nustatyti inovacijų taikymo aspektus apgyvendinimo paslaugas teikiančiame versle.

### **Inovacijos sąvoka apgyvendinimo paslaugas teikiančiame versle**

Apgyvendinimo paslaugos priskiriamos turizmo paslaugoms, todėl apgyvendinimo paslaugų inovacijos sietinos su inovacijomis turizmo paslaugų srityje. Mokslininkai skirtingai supranta inovacijas turizmo sektoriuje (1 lent.). Anot A. Nagy (2012), daugelis mokslininkų skirtingai supranta inovacijas ir išskiria esančius inovacijų tipus, modelius, inovatoriškumą turizmo sektoriuje.

**1 lentelė.** Inovacijų apibrėžimų įvairovė (sudaryta autorės)

<b>Mokslininkai</b>	<b>Inovacijos apibūdinimas</b>
M. Inauen ir A. Schenker-Wicki (2011)	Naujas kūrinys, neįprastas sprendimas, klientų pritraukimas, nuoseklus procesas, modernumas ir savitumas
C. M. Hall ir A. M. Williams (2008)	Bet koks naujas problemos sprendimo būdas pritaikant naujas idėjas
S. Notaro ir kt. (2012)	Sėkmingas naujovių diegimas, kurių pasisekimas priklauso nuo dviejų dalyvių – pramonės verslininkų ir institucijų – bendrų rezultatų
A. Ravar ir M. C. Iorgulescu 2013	Turizmas, atsižvelgiantis į kelionės patirtį ir individualų turistų pasitenkinimą, o ne į paslaugos normalizavimą

Anot B. Bigliardi ir A. Dormio (2009), inovacijų sėkmę lemia keturios veiksnių kategorijos: priežastys dėl kurių diegiamos inovacijos; kliūtys diegti inovacijas; informaciniai šaltiniai; bendradarbiavimas su išorės aplinka. Atitinkamai galima pritarti A. Ravar ir M. C. Iorgulescu (2013) teiginiui, kad nuolat besikeičiantys turistų poreikiai verčia turizmo įmones kurti naujų produktų, paslaugų ir patyrimų.

Mokslininkai C. Hall ir A. M. Williams (2008) teigia, kad inovatyvios idėjos naudojamos paslaugų perorganizavimui: kainų mažinimui biudžetą perskirstant naujų sistemų įdiegimui, plečiant ryšius ar grupuojant produktus, išskiriant jų daugiafunkcionalumą.

A. Ravar ir M. C. Iorgulescu (2013) išskiria kriterijus, kuriais klasifikuojamos inovacijos turizmo versle. Pagal Thoburn mokslininkai A. Ravar ir M. C. Iorgulescu (2012) išskiria inovacijas pagal jų intensyvumą, t. y. pažangias ir radikalias inovacijas.

Inovacijos apgyvendinimo paslaugas teikiančiame sektoriuje analizuoja tokie mokslininkai kaip O. Reiwoldt (2006), G. Clydesdale (2007), J. Sundbo et al. (2007), C. Hall ir A. M. Williams (2008), A. M. Hjalager (2009), A. Ravar ir M. C. Iorgulescu (2013) ir kt.

J. Sundbo ir kt. (2007) teigia, kad labiausiai inovatyvūs viešbučiai yra tie, kurie turi profesionalių vadybinių įrankių. Jie taip pat pabrėžia, kad kuo turizmo įmonė didesnė, tuo ji yra inovatyvesnė. Dažniausiai inovacinėmis laikomos šios turizmo sektoriaus įmonės: viešbučiai, restoranai ir transporto įmonės.

Anot A. Ravar ir M. C. Iorgulescu (2013), kai kurie inovacijas viešbučių versle apibūdina kaip „inovacijas, kurias vykdo tiekėjai“, ir jas laiko moksliskai nepagrįstomis. Tokios inovacijos dažniausiai yra grindžiamos informacinėmis technologijomis, tokiomis kaip rezervacijos sistemos, nuosavybės valdymo sistemos, naujos žiniasklaidos priemonės.

Kiti mokslininkai, A. Ravar ir M. C. Iorgulescu (2013) teigimu, naujųjų inovacijų produktus sieja su lojalumu ir aplinką tausojančiomis programomis. Lojalumo programos dažniausiai kuriamos viešbučių grandinių įmonėse, kurios leidžia savo klientams būti apgyvendintiems bet kuriame grandinės viešbutyje tomis pačiomis kainomis (Ravar, Iorgulescu, 2012). Procesų inovacijos taip pat gali būti kuriamos viešbučių versle, norint sumažinti kainas ir padidinti veiklos efektyvumą.

Interneto naudojimas yra lengviausiai pastebimas turizmo srityje ir nuolat keičia turistų žinias apie viešbučius, skrydžius ar kelionės kryptis. Kelionių agentūros, norėdamos plėsti verslą, naudoja įvairius platinimo internetu būdus.

A. M. Hjalager (2010) pristato tyrimus, kurių metu inovacijos suskirstytos į: produktų ir paslaugų; proceso; valdymo; vadybos ir institucines.

**Produktų ir paslaugų inovacijos** susijusios su matomomis paslaugomis turistams. Pavyzdžiui, „Accor“ viešbučių tinkle teikiamos mažų kainų paslaugos, nesukeliant pavojaus pagrindiniams viešbučio standartams, tokiems kaip prieinamumas, švara, lovų patogumas (Halls, Williams, 2008). Mokslininkas O. Reiwooldt (2006) pristato išskirtinių būdų, kuriuos gali sukurti žemos kategorijos viešbučiai. Tai galima padaryti kuriant jausmingą atmosferą, panaudojant iliuziją ir estetiką funkcionalumo srityje. Šios kategorijos inovacijos neleidžia įsivyrėti sezoniskumui. Sezoniskumo inovacijos pritaikomos tada, kai sujungiami vasaros ir žiemos sezonai vartotojams pritaikant tą patį pramogų parką (Clydesdale, 2007).

**Procesų inovacijoms** priskiriamos informacinės ir komunikacinės technologijos (ITC) (Hjalager, 2010). Produktyvumas turizmo sektoriuje labiausiai pastebimas įvedus ITC žmoniškųjų išteklių valdymo srityje. Pavyzdžiui, intensyvaus proceso inovacijos labiausiai gali būti naudojamos restoranų virtuvėse. Kaip teigia A. M. Hjalager (2010), maisto paslaugų technologijų taikymas apima greitesnį ir geresnį maisto paruošimo būdą, energijos ir darbo taupymą, atliekų mažinimą, geresnę sanitarinę būklę bei greitesnį aptarnavimą ir lankstumą. Apibendrinant galima teigti, kad procesų inovacijos gali pagerinti kai kurias paslaugas, kurios užtikrina produkto vertę, pavyzdžiui, automatinės prisiregistravimo (*check-in*) sistemos gali sutaupyti laiko tiek klientams, tiek personalui (Hall et al., 2008).

**Valdymo inovacijoms** priskiriami būdai, kurie naudojami organizuojant vidinį bendradarbiavimą, personalo mokymus, karjeros valdymą ir darbo užmokesčio didinimą arba premijų mokėjimą (Hjalager, 2010). Pavyzdžiui, A. M. Hjalager (2010) pateikia *McDonald* pritaikomas inovacijas, kurios jau daugelį metų yra neatsiejama įmonės valdymo dalis: gerai suplanuotas mokymas, socializacija, skatinamosios stipendijos, korporacinių vertybių vykdymas. A. M. Hjalager (2010) akcentuoja tai, kad valdymo inovacijos yra nebūtinai susijusios su mokamais darbuotojais, bet ir su savanoriais.

**Vadybos inovacijos.** Šios kategorijos inovacijoms labiausiai priskiriamas marketingas. Kaip pavyzdys gali būti apibrėžiamos lojalumo programos, kurios šiuo metu yra populiariausios visame pasaulyje (Morais et al., 2004). Taip pat yra kuriamos inovacijos internete, kurios pastaraisiais dešimtmečiais yra neatsiejama turistų priemonė. Populiariaji tokie marketingo sprendimai kaip agentūrų naujienlaiškiai, įvairios iššokančios reklamos, paieškos ir kt. Pavyzdžiui, marketingo inovacijos gali būti taikomos bendrai kelių įmonių produkcijai. Vyno prekyba visuomet priskiriama prie pagrindinės šalies, iš kurios yra kildinamas, – taip kelionių organizatoriai sudaro kelionių paketus, atostogų maršrutus derindami su vyno degustacija (Hjalager, 2010).

**Institucinės inovacijos** yra naujas, apimantis bendrus organizacinės struktūros darbas, efektyviai nukreipia arba skatina verslą (Hjalager, 2010). Pavyzdžiui, kreditinėmis kortelėmis bankai pristato institucines inovacijas. Intensyvus bendradarbiavimas tarp *American Express* ir turizmo įmonių taip pat iliustruoja institucinę inovaciją. Kompiuterinės rezervavimo sistemos leidžia lengvai užsisakyti bilietus internetu, kartu ir daugelį kitų prekių ar paslaugų (viešbutį, automobilį ir kt.) (Hall, Williams, 2008).

Šis inovacijų kategorijų skirstymas rodo, kaip inovacijos yra panaudojamos įvairiose produkto ar paslaugos kūrimo ir tobulinimo, kūrimo, vadybos ar valdybos ir marketingo srityse.

## METODIKA

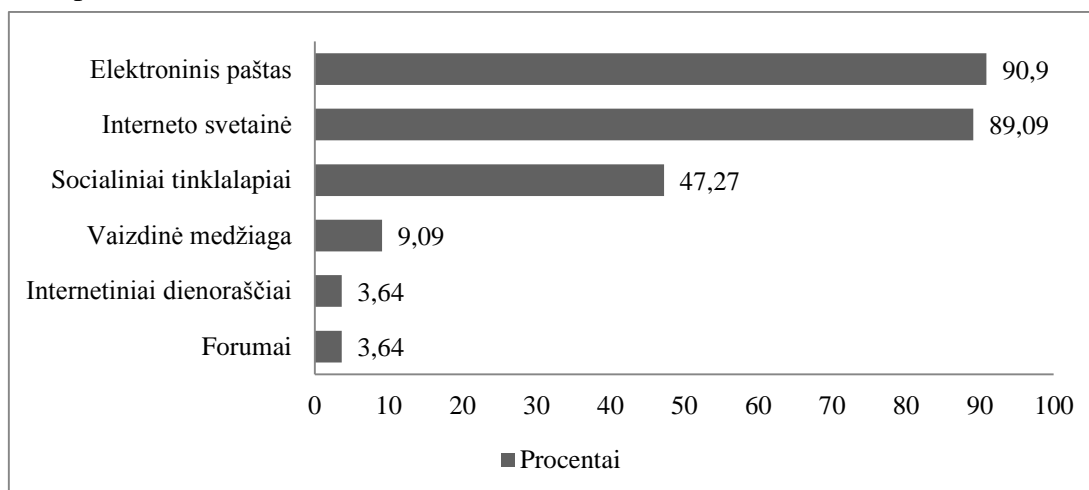
Straipsnyje analizuojant inovacijų taikymą apgyvendinimo paslaugas teikiančiame paslaugų sektoriuje naudoti tokie tyrimo metodai: mokslinės literatūros analizė ir kiekybinis empirinis tyrimas, anketinė apklausa. Siekiant išsiaiškinti inovacijų taikymo aspektus apgyvendinimo paslaugų sektoriuje, nuspręsta apklausti Kauno viešbučių darbuotojus, kaip pakankamai kompetentingus asmenis. Tokie respondentai tinkami, nes kasdien savo veikloje jie gali susidurti su inovacijomis, o tiesiogiai bendraudami su vartotojais – įvertinti taikomų inovacijų naudą ir poreikį.

Kauno informacijos centro ir Lietuvos įmonių katalogo 2014 m. kovo mėnesio duomenimis, Kauno viešbučiuose dirbo apie 870 darbuotojų. Šio tyrimo metu naudota socialinių mokslų srityje paprastai naudojama 5% paklaida, kurią naudojant gaunama 0,94% tikimybė. Atitinkamai naudojant akredituotą imties skaičiavimo elektroninę svetainę, nustatyta būtinoji respondentų (275) imtis. Šio straipsnio autorė dėkoja studentui Martynui Bružui, kuris surinko 270 užpildytų anketų.

Tyrimas atliktas 2014 m. kovo–balandžio mėnesiais. Surinktų tyrimo duomenų analizei atlikti naudota aprašomoji statistinė analizė.

## TYRIMO REZULTATAI IR JŲ APTARIMAS

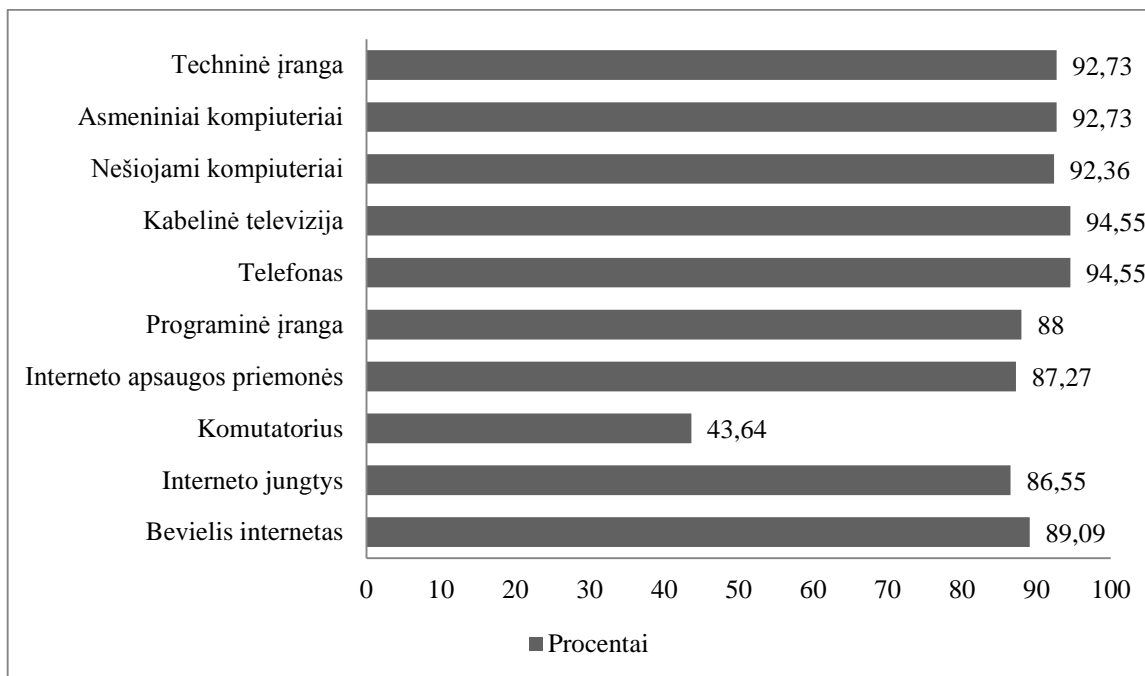
Inovacijos dažniausiai aprašomos kaip technologijų taikymas kuriant naujus produktus, paslaugas ar marketingo proceso veiklas. Inovacijos yra siejamos su technologiniais produktų, paslaugų ar jų kūrimo proceso pokyčiais. Remiantis tyrimo rezultatais galima teigti, kad apgyvendinimo paslaugų verslas save riboja, nes versle kaip inovacijas pritaiko tik įprastas inovacijas, tokias kaip elektroninis paštas, elektroninis verslo puslapis, reklama socialiniuose tinkluose (1 pav.).



1 pav. Apgyvendinimo paslaugų sektoriuje naudojamų komunikacijos priemonių skirstinys

Mokslininkė A. Nagy (2007) apžvelgė kelių mokslininkų (Orfila-Sintes & Mattsson, 2009; Hjalager, 2010; Aldebert et al., 2011; Meneses & Teixeira, 2011) požiūrius ir išsiaiškino, kad didžioji dalis inovacijų turizmo sektoriuje yra susijusios su technologijomis. Šis teiginys siejamas

su 2003 metais atliktu mokslininkų M. Evangelista ir R. Savona (Nagy, 2012) tyrimu, kuriuo paaiškėjo, kad daugelis paslaugų įstaigų Europoje (40,3%) pristato technologines inovacijas savo versle. Atitinkamai, remiantis tyrimo rezultatais (2 pav.), galima daryti prielaidą, kad Kauno apgyvendinimo paslaugų versle inovacijų diegimo procesas nėra labai ryškus. Kita vertus, šių organizacijų darbuotojai mano, kad organizacijos yra pakankamai novatoriškos, tačiau galėtų pritaikyti daugiau inovacijų kartu panaudodamos technologijas ir žmogiškuosius išteklius.



2 pav. Apgyvandinimo paslaugų sektoriuje naudojamų technologijų skirstinys

Inovacijos apgyvendinimo paslaugų sektoriuje negali būti atskirtos nuo turizmo ar kito verslo aplinkos, kuriose nuolat įgyvendinamos inovacijos. Dėl šios priežasties inovacijų poreikis apgyvendinimo paslaugas teikiančiame verslo sektoriuje gali būti suprantamas kaip nepakankamai aktualus šiandieninėje nuolat besikeičiančioje rinkoje.

## IŠVADOS IR PERSPEKTYVOS

Atsižvelgiant į tyrimų rezultatus, galima teigti, kad Kauno apgyvendinimo paslaugų sektoriuje technologinės inovacijos yra pakankamai inovatyvios konkurencinės, tačiau aptinkamos tik įprastos ir taikomos daugumos paslaugų verslo srityje.

Tyrimo rezultatai dar kartą patvirtino, kad inovacijos suprantamos siaurąja prasme kaip technologijų, tokių kaip bevielis internetas, telefonas, televizija ir pan. taikymas apgyvendinimo paslaugas teikiančiame versle.

## LITERATŪRA

1. Bigliardi, B., Dormio, A. (2009). An empirical investigation of innovation determinants in food machinery enterprises. *European Journal of Innovation Management*, 12 (2), 223–242.
2. Clydesdale, G. (2007). Ski development and strategy. *Tourism and Hospitality Planning and Development*, 4 (1), 1–23.

3. Hall, C., Gossling, S., Weaver, D. B., (2008). *Sustainable Tourism Futures: Perspectives on Systems, Restructuring and Innovations*. London: Routledge. P. 1–18.
4. Hall, C. M., Williams, A. M. (2008). *Tourism and Innovation*. London: Routledge. P. 5, 14.
5. Hjalager, A. M. (2010). Progress in Tourism Management. A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 31(1), 1–12.
6. Inauen, M., Schnker-Wicki A. (2011). The impact of outside-in open innovation on innovation performance. *European Journal of Innovation Management*, 14 (4), 496–450.
7. Melnikas, B. (2011). *Žinių ekonomikos kūrimas: inovacijų paramos sistema*. Vilnius: Lietuvos inovacijų centras
8. Morais, D. B., Dorsch, M. J., Backman, S. J. (2004). Can tourism providers buy their customers „Loyalty“? *Journal of Travel Research*, 42 (3), 235–243.
9. Nagy, A. (2012). A review of tourism and hospitality innovation research. Internet link: <http://steconomiceuoradea.ro/anale/volume/2012/n2/051.pdf> (žiūrėta 2014.10.10)
10. Notaro, S., Paleto, A., Piffer, M. (2012). Tourism innovation in the forestry sector: Comparative analysis between Auckland Region (New Zealand) and Trentino (Italy). *Technical Report*, 5, 262–271.
11. Ravar, A., Iorgulescu, M. C. (2013). Consumers' Perception on Innovation in the Tourism Value Chain. Internet link: <http://conferinta.management.ase.ro/archives/2013/pdf/79.pdf>. (viewed 10.10.2014).
12. Reiwoldt, O. (2006). *New Hotel Design*. London: Laurence King Publishing. P. 28.
13. Sundbo, J., Orfila-Sintes, F., & Sorensen, F. (2007). The innovative behavior of tourism firms – comparative studies of Denmark and Spain. *Research Policy*, 36, 88–106.

## **APPLICATION OF INNOVATIONS IN THE SECTOR OF ACCOMMODATION SERVICE**

**Laima Jesevičiūtė-Ufartienė**

*Lithuanian Sports University, Kaunas, Lithuania*

### **ABSTRACT**

*Research background.* During these days the innovations are a more and more used definition in the business, especially in the market research, human resource management, new products and service development, etc. Frequently innovations are related with the application of new technology and new ideas as well as creation of new methods. Even more, innovations are related with the development of existing processes and products (Bigliardi, Dormio, 2009). Innovations are important in the sector of tourism industry, which is expanding every time combining more and more different areas of business. According to Melnikas (2011), discontent and necessity of changes are some persuasive factors to begin an activity of innovation. Thus, it could be the reason for the application of innovations in the sector of accommodation service to become essential.

Importance of innovations is discussed pretty widely in the scientific literature (Bigliardi, Dormio, 2009; Hall, Williams, 2008; Inauen, Schenker-Wicki, 2011; Notaro et al., 2012), but innovations in tourism sector have been discussed only recently (Nagy, 2012; Ravar, Iorgulescu, 2013). This article is relevant because application of innovations in the sector of accommodation service is not enough discussed in

Lithuania as it is done by some foreign scientists (Sundbo et al., 2007; Hall et al., 2008; Ravar, Iorgulescu, 2013).

The object of the research is innovations in the sector of accommodation service, and the aim is to determine the activeness of innovations' application in the sector of an accommodation service.

*Research methods.* This article deals with the application of innovations in the sector of accommodation service using the method of scientific literature analyses and quantitative empirical research – the method questionnaire survey. The research respondents were the employees of Kaunas city organizations of accommodation service. The author of this article is grateful to her student Martynas Bruzas who collected 270 filled in questionnaires.

*Results and discussion.* Innovations are the most frequently described as an application of technologies creating new products, new services, and new processes of activity in the market. Innovations are combined with technological changes in the products, services and their creation processes.

The research results revealed that services of accommodation business were restricted by just using electronic mail, the electronic page of business and electronic page of socialization. The research results revealed that services of accommodation business performed just slight changes of innovations according to some novelties in the market. On the other hand, employees of these organizations were enough sure that their organizations were applying innovations, but at the same time they thought that innovations could be more combined with the qualifications of organizations' employees.

*Conclusions.* According to research results, we suggest that most Kaunas city accommodation services presume that they are active in the application of innovations, but there were only some technological changes of innovations. The research results revealed that usually innovations were related to IT programs of accommodation service, wireless internet, telephone, television, touch tabs, room infrastructure and the systems of reservations.

**Keywords:** innovations, innovations of accommodation sector, development.

## **ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИЙ В СЕКТОРЕ УСЛУГИ АРЕНДЫ ЖИЛЬЯ**

**Лайма Есевичуте-Уфартене**

*Литовский университет спорта, Каунас, Литва*

### **РЕЗЮМЕ**

*Актуальность исследования.* В эти дни инновации всё больше и больше используются как определение в бизнесе, особенно в рыночных исследований, управление человеческими ресурсами, новыми продуктами, развитие услуг и др. Часто инновации, связаны с применением новых технологий и новых идей, созданием новых методов. Даже больше, инновации связаны с развитием существующих процессов и продуктов (Bigliardi, Dormio, 2009). Инновации важны в секторе туризма, который расширяется каждый раз, сочетающий всё больше и больше различных сферах бизнеса. Согласно Б. Мельникас (2011), неудовольствие и необходимость изменений находится убедительным доказательством, чтобы начать деятельность инноваций. Таким образом, применение инноваций в секторе услуг аренды жилья становится существенным.

Важность инноваций обсуждена довольно широко в научной литературе (Notaro et al., 2012; Inauen, Schenker-Wicki, 2011; Bigliardi, Dormio, 2009; Hall, Williams, 2008), но об инновациях в сфере туризма начато говорить только в последнее время (Ravar, Iorgulescu, 2013; Nagy, 2007). Эта статья

является актуальной потому, что применение инноваций в секторе услуг аренды жилья не достаточно обсуждается в Литве, как это делает некоторые зарубежные учёные (Ravar, Iorgulescu, 2013; Hall et al., 2008; Sundbo et al., 2007).

Объектом исследования являются инновации в секторе услуг аренды жилья. Цель состоит в том, чтобы определить активность применения инноваций в секторе услуг аренды жилья.

*Методы исследования и организации.* В этой статье, анализирующей применения инноваций в секторе услуг аренды жилья был использован метод научной литературы – анализ и количественное эмпирическое исследование с использованием метода опроса. Научно-исследовательские респонденты были из сектора услуг аренды жилья в Каунасе. Автор этой статьи выражает благодарность студенту Martynas Bružas, который собрал 270 заполненных анкет.

*Результаты и их обсуждение.* Инновации наиболее часто описываются как применение технологий, создающих новые продукты, новые услуги и новые процессы деятельности на рынке. Инновации сочетают с технологическими изменениями в продуктах, услугах и их процессов создания.

Результаты исследования показали, что услуги аренды жилья ограничиваются используя только помощь электронной почты, используя электронную страницу бизнеса и социальные электронные страницы. Результаты исследования показали, что услуги размещения бизнеса выполняют только небольшие изменения инноваций согласно некоторым новинкам на рынке. С другой стороны, согласно мнению сотрудников этих организаций, их организации – внедрения инноваций, но в то же время они считают, что инноваций может быть больше в сочетании с квалификацией работников организаций.

*Выводы.* По результатам исследований можно констатировать, что большинство из работников услуг аренды жилья Каунаса думают, что они являются активными применяя инноваций, но там можно было найти лишь некоторые технологические изменения инноваций. Результаты исследования показали, что, как правило, инновации связаны с ИТ-программами жилищных услуг, с беспроводным доступом в интернет, с использованием телефона, телевизора, компьютера, инфраструктуры комнаты и систем бронирования.

**Ключевые слова:** инновации, инновации в секторе услуг аренды жилья, развитие.