

INOVACIJŲ DIEGIMĄ LEMIANTYS VEIKSNIAI KLAIPĖDOS Miesto TURIZMO SEKTORIUJE

Ida Meschi, Aurimas Župerka, Erika Župerkienė

Klaipėdos universitetas

Anotacija

Straipsnyje nagrinėjami veiksniai, darantys įtaką inovacijų diegimui Klaipėdos miesto sektoriuje. Aptariami globalūs pokyčiai, pastebimi ir Lietuvos turizmo sektoriuje. Atlikto giluminio interviu su ekspertais pagrindu išskirti veiksniai, trukdantys įgyvendinti inovacijų diegimo planus turizmo sektoriaus įmonėse: finansavimo stoka, investuotojų pritraukimo problema, nekryptingai formuojama Klaipėdos miesto turizmo politika, neparengta miesto turizmo strategija, nenustatyti jos prioritetiniai tikslai, nepakankamos pastangos pritraukiant turistus iš kaimyninių valstybių. Tyrimo rezultatų analizė parodė, kad, nepaisant išskirtų trūkumų, kaip labiausiai lemiantys inovacijų diegimą Lietuvos turizmo sektoriuje įvardijami technologiniai veiksniai (IT technologijos), kurių pagrindu gali būti didinamas darbo našumas ir gerinama aptarnavimo kokybė.

PAGRINDINIAI ŽODŽIAI: inovacijos, inovacijų diegimas, turizmas, turizmo paslaugos, veiksniai.

Abstract

In the article there are analysed factors influencing implementation of innovations in Klaipėda city tourism sector. There are discussed the global changes noticeable in Lithuania tourism sector as well. On the basis of conducted in-depth interview with experts there are identified factors, which impede the realization of plans of implementation of innovations in enterprises of the tourism sector such as the following: lack of funding; the problem of attracting investors; unfocused tourism policy, formed in Klaipėda city; not prepared city tourism strategy and its underlying goals; insufficient efforts to attract tourists from neighboring countries. Analysis of the findings showed that with all identified failings there are named technological factors (IT technologies) as the most influencing factors determining implementation of innovations in Lithuania tourism sector, on the basis of which working efficiency may be enhanced and service quality may be improved.

KEY WORDS: innovations, implementation of innovations, tourism, tourism services, factors.

DOI: <http://dx.doi.org/10.15181/tbb.v69i1.1054>

Įvadas

Turizmas daugelyje šalių siejamas su šalies ekonominiais ir užimtumo veiksniais kuriant bendrąjį vidaus produktą bei tvarią vystymosi politiką. Turizmo įtaka šalies vidaus politikai (miestų ir miestelių plėtrai, žemės ūkio vystymui, platesniam paslaugų panaudojimui geografiniu aspektu ar kasdienio vartojimo prekių gamybos apimčių didėjimui) lėmė naujas visuomenės požiūrio tendencijas: turizmas pradėtas analizuoti ir vertinti kaip socioekonominės raidos katalizatorius, kuris užima prioritetinės ūkio veiklos pozicijas. Dėl pasikeitusio visuomenės požiūrio ir

naujų tendencijų pastaraisiais dešimtmečiais mokslinėje literatūroje turizmas pripažįstamas kaip viena pirmaujančių ir dinamiškiausių pasaulio ūkio veiklos rūšių. Atsižvelgiant į tai, galima teigti, kad šiandiniame kontekste turizmas – plačiai paplitęs reiškinys ir svarbus ekonominę plėtrą lemiantis veiksnys, siekiant įgyti konkurencinį pranašumą tiek regioniniu, tiek globaliu mastu, taip pat išlaikyti, apsaugoti ar sustiprinti konkurencines pozicijas vis konkurencingesnėje pasaulio rinkoje (Imali, Wei, 2012, p. 75). Inovacijų reikšmė turizmo versle išaugo išradus naujas informacijos ir komunikacijos technologijas, kurios ypač paveikė turizmo sektorių (Decelle, 2004, p. 3). Situacija Lietuvos turizmo sektoriuje – ne išimtis, siekiant išsilaikyti pasaulio konkurencinėje aplinkoje geriausia priemonė – inovacijų diegimas.

Inovacijos dažnai apibūdinamos kaip kritinis sėkmės veiksnys turizme (Mayer, 2009, p. 124), tačiau beveik iki XXI a. pradžios jų svarba ir pasekmės turizmui buvo sunkiai numatomos ir retai analizuojamos. Nors inovacijų turizme tema pradėta nagrinėti devintojo dešimtmečio pabaigoje (Nagy, 2012, p. 367), o pastaraisiais metais padaryta gana didelė pažanga (Hjalager, 2002; Orfila-Sintes ir kt., 2005; Keller, 2005; Pikkemaatand, Weiermair, 2007; Sundbo ir kt. 2007), akademinėje literatūroje publikacijų šia tema aptinkama stebėtinai nedaug. Visgi, pasak J. Fagerberg, D. C. Mowery ir R. R. Nelson (2005, p. 2), pastebima, kad per pastaruosius kelis dešimtmečius socialinių mokslų srities publikacijų apie inovacijas skaičius augo daug sparčiau nei bendras publikacijų skaičius. Inovacijų tyrimų tarpdiscipliniškumas, tiriant inovacijas iš įvairių perspektyvų, rodo ne tik didėjantį poreikį analizuoti inovacijas, bet ir mokslinių tyrimų problemų kompleksumą.

Straipsnyje nagrinėjama problema: kokie veiksniai šiuo metu aktualiausi Klaipėdos miesto turizmo sektoriaus vystymui.

Objektas – veiksniai, lemiantys inovacijų diegimą.

Tikslas: įvardyti veiksnius, kurie lemia inovacijų diegimą Klaipėdos miesto turizmo sektoriuje.

Uždaviniai: apibrėžti inovacijų diegimo vaidmenį turizmo sektoriuje; išskirti veiksnius, kurie trukdo diegti inovacijas turizmo sektoriuje; įvardyti veiksnius ir sąlygas, kurios padeda sukurti inovacijų diegimui turizmo sektoriuje palankią aplinką.

Metodai: mokslinės literatūros analizės, sisteminimo, apibendrinimo ir palyginimo. Siekiant apibendrinti ir palyginti teorinius teiginius ir padaryti išvadas, taikyta loginė analizė. Renkant informaciją apie inovacijų diegimą lemiančius veiksnius Klaipėdos miesto turizmo sektoriuje, taikytas giluminis interviu.

1. Inovacijų diegimo vaidmuo turizmo sektoriuje

Viena vertus, turizmas – labai dinamiškas sektorius, stipriai veikiamas pasaulinės konkurencijos ir pasižymintis nuolatine transformacija (Meneses, Texeira, 2011, p. 26). Kita vertus, turizmas yra sudėtinga sistema, kur turistai, geografiniai elementai ir turizmo verslo subjektai yra integruoti ir priversti sąveikauti tarpusavyje įvairiose aplinkose (Holden, 2003). Visgi konkurencija tarp organizacijų turizmo sektoriuje yra labai didelė. Ji dažnai išryškėja tarp organizacijų, atliekančių tas pačias funkcijas, kartu organizacijos bendradarbiauja, siekdamos įgyti pranašumą vietovių lygmeniu, visa tai ir dar daugiau lemia turizmo sektoriaus vaidmenį šalyje.

Turizmo sektorius apima ne tik aptarnavimo sritį, bet ir kitas valstybės veiklos sritis (transporto sistemą, vidaus rinką, mokesčius, aplinkos, užimtumo, kultūros, regioninės ir kaimo plėtros tikslus ir pan.). Todėl ypač svarbu, kad diegiant inovacijas būtų atsižvelgiama į turizmo verslo poreikius ir tinkamą jų įgyvendinimą. Siekdamos išlikti konkurencingos rinkoje, kaip ir kitose gamybos pramonės ar paslaugų sektoriaus šakose, turizmo įmonės privalo nuolat diegti inovacijas, priešingu atveju įmonės siūlomas produktas ar paslauga gali būti pakeisti naujais, konkurentų siūlomais produktais ar paslaugomis ir nebeturėti paklausos. Inovacijų diegimas turizmo sektoriuje dažnai padidina konkurenciją tarp šio sektoriaus atstovų, darbo našumą ar pagerina aptarnavimo kokybę. Kita vertus, turizmo sektoriaus funkcijos turizmo įmonėms kelia ambicingus iššūkius (Meneses, Texeira, 2011, p. 27). Diegiant inovacijas turizmo sektoriuje orientacija į klientą atlieka svarbiausią vaidmenį, todėl pastebima, kad sėkmingiausios turizmo įmonės laikosi nuolatinio prisitaikymo prie paklausos pokyčių principų. Nemažiau svarbus yra naujų darbo vietų skaičiaus augimas, ypač aktualus sparčiai augančios ekonomikos šalyse. Brandaus turizmo ekonomikoje inovacijų diegimas taip pat gali būti vienas iš būdų, siūlantis naujus ir kokybiškus produktus ar paslaugas ir taip padedantis konkuruoti su naujomis rinkomis.

R. Daugėlienės ir A. Brundzos (2009, p. 180) teigimu, pastaruoju metu pasauliniame turizmo sektoriuje pastebimi tokie pokyčiai kaip veiklos specializacijos skatinimas, sparti technologijų raida ir turizmo paslaugų vartotojų globalizacija, nors ir yra sudėtingi, turėtų būti teigiamai vertinami dėl turizmo paslaugų teikėjų suteikiamų naujų galimybių klientams lankstumo. Tai reiškia, kad diegiant inovacijas turizmo sektoriaus įmonėms nebūtina kardinaliai keisti savo profilio, tam užtenka tiesiog lankstumo. Nors pagrindiniai pokyčiai ir inovacijos turizmo sektoriuje susiję su informacinių ir ryšio technologijų taikymu (pvz., informacinių ir ryšio technologijų sklaida turizmo sektoriuje leidžia vartotojams paprasčiau nei kadaise tiesiogiai bendrauti su turizmo paslaugų teikėjais [Korres, 2008, p. 13]), inovacijų diegimas turizmo sektoriuje gali pasireikšti įvairiais aspektais: nuo naujų

produktų ar paslaugų dizaino iki modernių šalies pristatymo metodų plėtros. Esminiai inovacijų diegimo turizmo sektoriuje principai yra šie:

- aktyvi veikla, novatoriškų idėjų generavimas ir diegimas turizmo sektoriuje ne tik verslo, bet ir nacionaliniu lygmeniu;
- naujų rizikingų įmonių kūrimas, inovatyvių renginių, projektų ir kitos veiklos rengimas padedant atkreipti dėmesį ir paskatinti kurti bei skleisti inovacijas turizmo sektoriuje;
- kūrybiškumo skatinimas, siekiant perpozicionuoti turizmo produktą ar paslaugas ir jų principus;
- socialinės atsakomybės diegimas, siekiant paskatinti prisiimti atsakomybę ir įsipareigojimus už tiriamąją inovacinę veiklą bei jos rezultatus, tai įmanoma tik esant dialogui tarp turizmo sektoriaus atstovų ir visuomenės;
- dinamiškumo išlaikymas suaktyvėjusių pokyčių, t. y. atsinaujinimo, tobulinimo ir efektyvumo didinimo, kontekste.

Kaip pastebėjo kai kurie autoriai (Sapiegienė, Juknevičienė, Stoškus, 2009, p. 237), nepaisant inovacijų diegimo galimybių turizme, Lietuvos inovacinės veiklos rodikliai buvo vieni žemiausių Europos Sąjungoje (toliau – ES), o Lietuvos įmonių konkurencingumas pastarąjį dešimtmetį daugiausia priklausė nuo santykinai pigių gamybos veiksnių, vidaus investicijų, sparčių vietos išnaudojimo ir eksporto augimo tempų. Tačiau lyginant 2013 m. duomenis su 2011 m. duomenimis, situacija visiškai pasikeitė: Lietuva, kartu su kitomis ES šalimis (Čekija, Graikija, Vengrija, Italija, Malta, Portugalija, Slovakija ir Ispanija) iš kuklių inovatorių grupės pakilo į nuosaikių inovatorių grupę (European Commission, Innovation Union Scoreboard, 2013, p. 10), šios pozicijos nepasikeitė ir kitais metais (European Commission, Innovation Union Scoreboard, 2014, p. 5). Kuklių inovatorių kategorijai priklauso šalys, kurių novatoriškumo indeksas yra daugiau nei 50 % žemesnis už vidutinį ES narių novatoriškumo indeksą, tuo tarpu nuosaikių inovatorių kategorijai priklauso šalys, kurių novatoriškumo indeksas yra nuo 10 % iki 50 % žemesnis už bendrą ES novatoriškumo indeksą.

Iš pateiktų duomenų galima daryti išvadą, kad siekiant patekti į nuosaikių inovatorių grupę inovacijų diegimas, kaip konkurencingumo skatinimo priemonė, Lietuvoje tapo prioritetine kryptimi. Kadangi turizmas – viena labiausiai augančių šalies ūkio sričių, galima teigti, kad svarbiausią vaidmenį, lemiant turizmo augimą, vaidina inovacijų diegimas.

2. Giluminio interviu su ekspertais tyrimo rezultatų analizė

Turizmo sektorius apibrėžiamas pagal Europos ekonominės veiklos rūšių klasifikatoriaus (toliau – EVRK) veiklas (Ekonominės veiklos rūšių klasifikatorius,

2 redakcija), pagal kurias analizuojamą sektorių sudaro trys subsektoriai: apgyvendinimo įmonės (toliau – AP), t. y. 55.1 (viešbučių ir panašių laikinų buveinių) bei 55.2 (poilsiautojų ir kita trumpalaikio apgyvendinimo) veiklos, sveikatingumo įmonės (toliau – SV), kelionių agentūros ir ekskursijų organizatoriai (toliau – KE), t. y. 79.1 veikla (EVRK). Panašiai klasifikuojamos ir turizmo paslaugų rūšys (Lietuvos Respublikos turizmo įstatymas, 2011):

- 1) kelionių organizavimo paslaugos;
- 2) turistų informavimo paslaugos;
- 3) apgyvendinimo paslaugos;
- 4) sveikatinimo ir sveikatingumo paslaugos;
- 5) vežimo, maitinimo, pramogų, vandens ir kt. turizmo paslaugos.

Lietuvos statistikos departamento duomenimis, 2012 m. Lietuvos turizmo sektoriuje veikė 1959 įmonės. Daugiau nei pusė visų šių įmonių, net 53 proc. (1032 vnt.), specializavosi AP subsektoriuje, 30 proc. (605 vnt.) – SV subsektoriuje, 17 proc. (322 vnt.) – KE srityse (Lietuvos statistikos departamentas, 2013, p. 25, 46, 59). Lyginant su 2011 m., įmonių skaičius subsektoriuose kito atitinkamai: -6,8 % – AP, +1 % – SV, +2,5 % – KE (11 pav.). Kalbant apie AP ir KE subsektorius, didžiausia turizmo įmonių koncentracija pastebima Klaipėdos, Vilniaus ir Kauno apskrityse. Didžioji dalis SV subsektoriui priklausančių įmonių veiklą vykdo Utenos, Vilniaus ir Alytaus apskrityse.

Inovacijų diegimą lemiančių veiksnių tyrimui Klaipėdos apskrities turizmo sektoriuje pasirinktas kokybinis tyrimas – giluminis interviu su ekspertais. Tyrime dalyvavo 9 Klaipėdos apskrities turizmo sektoriaus ekspertai, iš kurių 4 asmenys atstovavo kelionių agentūroms ir ekskursijų organizatoriams (KE), 5 asmenys – apgyvendinimo subsektoriaus (AP) įmonėms. Apklaustų ekspertų įmonėse darbuotojų skaičius svyruoja nuo 9 iki 294, tai reiškia, kad interviu buvo atliekamas su smulkių ir vidutinių įmonių atstovais. Kalbant apie ekspertų charakteristiką, galima paminėti, kad 6 iš 9 interviu dalyvavusių ekspertų šiuo metu užima direktoriaus (-ės), 1 – plėtros direktoriaus (-ės), 1 – komercijos direktoriaus (-ės) ir 1 – pardavimų vadovo (-ės) pareigas Klaipėdos miesto KE ir AP paslaugas teikiančiose įmonėse. Atsižvelgiant į respondentų einamas pareigas, didesnę nei 3 metų patirtį dirbant turizmo sektoriuje ir segmentą, kuriam atstovavo ekspertai, galima teigti, kad ekspertų atsakymai į klausimus yra patikimi, objektyvūs ir atskleidžia rinkos situaciją.

Interviu su ekspertais rezultatų analizė atskleidė, kad nepaisant pastebimų trūkumų diegiant inovacijas Lietuvos turizmo sektoriuje, dauguma apklaustųjų sutinka, kad IT inovacijų diegimas Lietuvos turizmo sektoriuje didina darbo našumą ir gerina aptarnavimo kokybę, jie taip pat pabrėžia, jog IT inovacijų diegimą įmonės viduje bei Lietuvos turizmo sektoriuje vertina teigiamai. Atlikti tyrimai padėjo

įvertinti inovacijų poreikį Klaipėdos miesto turizmo sektoriuje. Ekspertų teigimu, jų atstovaujamosiose įmonėse taikomos tokios IT inovacijos:

- išmaniųjų įrenginių (nešiojamųjų kompiuterių, planšečių, išmaniųjų telefonų) naudojimas darbinėje veikloje;
- viešbučių kambarių rezervavimo sistema, kuri leidžia stebėti viešbučio užimtumą;
- socialinių tinklų naudojimas trumpalaikiams pasiūlymams paskelbti;
- QR kodų naudojimas;
- mobiliosios aplikacijos ir jų integravimas su viešbučio kambarių rezervavimo sistema;
- viešbučių restoranų apskaitos sistemos „R-keeper“;
- papildomi moduliai, leidžiantys suderinti užsienietiškas programas su lietuviškomis;
- belaidžio interneto prieiga (Wi-Fi) apgyvendinimo zonose;
- internetinių užsakymų priėmimo sistema;
- tam tikrų paslaugų grupių sujungimas viename internetiniame puslapyje (kelionių bilietų, viešbučių, vežimo paslaugų rezervavimo sistema).

Akivaizdu, kad tarp išvardytų IT inovacijų, kurios diegiamos Klaipėdos miesto KE ir AP subsektoriuose, trūksta turizmo sektoriaus vartotojų išreikštus poreikius atitinkančių paslaugų bei produktų, kurie remtųsi informacinėmis technologijomis, būtų kompiuterizuoti, t. y. trūksta mobiliųjų aplikacijų ir virtualių erdvių.

Keista, kad ekspertams interviu metu uždavus klausimą, „kokio pobūdžio inovacijas planuojate diegti Jūsų įmonėje“, atsakymas buvo vienareikšmiškas: „Artimiausiu metu inovacijų diegti neplanuojam.“ Atsižvelgiant į tokius atsakymų rezultatus, natūralu, kad atsakymai į kitą klausimą puikiai iliustravo, kas trukdo įgyvendinti inovacijų diegimo planus ekspertų atstovaujamosiose įmonėse. Pagrindinės ekspertų įvardytos priežastys yra:

- nepakankamai lėšų skiriama turizmo veiklos plėtojimui – finansavimo stoka;
- būtinos didelės finansinės, laiko ir žmogiškųjų išteklių investicijos;
- investuotojų pritraukimo problema;
- nekryptingai kuriama Klaipėdos miesto turizmo politika;
- neparengta miesto turizmo strategija, nenumatyti jos prioritetiniai tikslai;
- nesiorientuojama į kaimyninių valstybių turistų rinkas;
- menka informacijos apie inovacijų diegimo galimybes sklaida;
- paramos smulkiam ir vidutiniam verslui stoka (šiam segmentui priklauso dauguma turizmo paslaugas teikiančių įmonių);
- lietuvių mentalitetas riboja saviraiškos, kartu ir inovatyvių idėjų sklaidos laisvę.

Minėti veiksniai sutampa su tais, kuriuos respondentai įvardijo (1 lentelė) uždavus klausimą, „kaip manote, kokie svarbiausi diegti inovacijas trukdantys veiksniai Lietuvos turizmo sektoriuje?“

1 lentelė. Veiksniai, trukdantys Lietuvos turizmo sektoriuje diegti inovacijas

Respondentai	Atsakymai
Respondentas Nr. 1	„...veiklos vystymui trūksta vizualizacijos, virtualizacijos, ypač vaikams, ir kitų IT sprendimų, nes IT vis dar gali būti nauja, o kol sritis nauja – ji įdomi...“
Respondentas Nr. 2	„...įstatyminės bazės priėmimas, neatsižvelgiant į verslo poreikius ir galimybes...“
Respondentas Nr. 3	„Visų pirma, manau, jog pagrindiniai inovacijų diegimui trukdantys veiksniai yra įmonių darbuotojų kompetencija ir pasipriešinimo reakcija į inovacijų diegimą. Taip pat greitai kintantys šiuolaikinės visuomenės poreikiai, finansavimas ir įmonių bendradarbiavimo stoka“
Respondentas Nr. 4	„...netolygus paslaugų konkurencingumas, lyginant su kaimyninėmis rinkomis, potencialių rinkų praradimas dėl paslaugų kainodaros nuokrypių“
Respondentas Nr. 5	„Inovacijų diegimui trukdo tai, kad didžiąją paslaugų teikėjų dalį rinkoje sudaro turizmo versle vyraujančios mažos įmonės, kurios neturi finansinių išteklių diegti naujoves, dažnai dėl kompetencijos stokos negeba panaudoti jau esamų inovacijų“
Respondentas Nr. 6	„...menka informacijos apie inovacijų diegimo galimybes sklaida, nes visa informacija apie inovacijas dažniausiai pasiekia mus iš vartotojo lūpų. Visa informacija, pateikiama nacionalinių renginių ar konferencijų metu, iki regionų ateina kur kas vėliau, tad ką, kur ir kaip tikslingai sukurti vartotojui ir įgyvendinti, trūksta žinių, gal tam reikėtų periodinių mokymų...“
Respondentas Nr. 7	„Pagrindinis trukdis diegiant inovacijas – turizmo inovacijų sistemos plėtra, kuri turėtų būti įtraukta į regioninę, nacionalinę ir tarptautinę politiką, apimant įvairius politinius, kooperacinius ir žmogiškuosius elementus, siekiant palengvinti turizmo plėtrą ir skatinti turizmo verslą“
Respondentas Nr. 8	„Kaip svarbiausius įvardinčiau bendros turizmo politikos ir strategijos nebuvimą bei finansinius veiksnius“
Respondentas Nr. 9	„Turizme vyrauja mažos ir nedidelės įmonės, kurioms surasti investitorius ar pritraukti investicijas kitais būdais – sudėtingiau nei didelėms įmonėms“

Šaltinis: sudaryta remiantis tyrimo rezultatais.

Apibendrinant tyrimo rezultatus galima išskirti veiksnius, kurie trukdo įgyvendinti inovacijų diegimo planus turizmo sektoriaus įmonėse: finansavimo stoka, investuotojų pritraukimo problema, nekryptingai formuojama Klaipėdos miesto

turizmo politika, neparengta miesto turizmo strategija, nenumatyti jos prioritetiniai tikslai, nepakankamos pastangos pritraukiant turistus iš kaimyninių valstybių.

Uždavus respondentams klausimą, „kokie turizmo sektoriaus įmonių veiksmi, Jūsų nuomone, būtų veiksmingi, siekiant užtikrinti palankią aplinką inovacijų diegimui turizme?“, ekspertai pateikė nuomones (2 lentelė), kad pagrindiniai veiksmi turėtų būti susiję su: vartotojų poreikius atitinkančių produktų ir paslaugų paieška, konkurentų teikiamų paslaugų rinkoje analize, naujų paslaugų ir rinkų plėtros galimybių paieška, dalinimusi gerąja patirtimi su kitais turizmo sektoriaus atstovais, sinergijos ir klasterizavimo galimybių paieška.

2 lentelė. Pageidaujamos inovacijų diegimo turizmo sektoriuje sąlygos

Respondentai	Atsakymai į klausimą
Respondentas Nr. 1	„Mokymų, seminarų, išvykų į užsienio valstybes organizavimas, siekiant pasidalinti gerąja patirtimi, pasisemti pavyzdžių ir idėjų iš kitų turizmo sektoriaus atstovų“
Respondentas Nr. 2	„Naujų paslaugų ir rinkų plėtros galimybių paieška – reikia atlikti rinkos tyrimus, išsiaiškinti vietinių ir užsienio turistų poreikius. Taip pat išanalizuoti rinkos situaciją, konkurentų galimybes ir panaudojant IT ieškoti rinkodarinių sprendimų“
Respondentas Nr. 3	„...teikti pasiūlymus turizmo politikos formavimo specialistams, turizmo įvairių formavimų atstovams...“
Respondentas Nr. 4	„...ieškoti galimybių investicijų pritraukimui ir rodyti iniciatyvą bendrų inovatyvių projektų įgyvendinimui...“
Respondentas Nr. 5	„...konkurentų teikiamų paslaugų rinkoje analizė...“
Respondentas Nr. 6	„Veiksmai: didinti kultūros institucijų darbuotojų IT panaudojimo kompetencijas, ugdyti jų kūrybiškumą; skatinti bendradarbiavimą tarp įvairių sektorių organizacijų; skirti pakankamą finansavimą“
Respondentas Nr. 7	„Inovacijų diegimui turizme padėtų vartotojų poreikius atitinkančių produktų ir paslaugų paieška, t. y. reikia sukonkretinti, ko vartotojai nori, tik tuomet apsibrėžti, kokias IT priemones, technologijas verta pasirinkti, siekiant realizuoti poreikius“
Respondentas Nr. 8	„Itin svarbus veiksnys – santykiai su verslo partneriais ir kitais tarpininkais turizmo aplinkoje, kas leistų lengviau pasinaudoti informacija apie industrijos plėtrą, galimas nesėkmes ir palankias progas“
Respondentas Nr. 9	„Manau, reikia klasterizuotis ir daryti bendrą SPA, apgyvendinimo ir kitų turistinių paslaugų rezervacijų, informacijos sistemą. Ieškant sinergijos padidėtų finansiniai ir žmogiškieji, inovatyvioms idėjoms reikalingi ištekliai. Klasteriai taip pat skatina mažų / vidutinių įmonių augimą ir investicijų pritraukimą“

Šaltinis: sudaryta remiantis tyrimo rezultatais.

Dauguma respondentų inovacija laiko tai, kas jau egzistuoja, yra naudojama, pakeitė vartotojų įpročius ir suteikė naujų galimybių, didelį dėmesį jie skiria ir finansiniam aspektui, IT inovacijų diegimo svarbą vertina atsižvelgdami į tai, kiek pastarosios leidžia vartotojams sutaupyti.

Tyrimo ekspertai inovacijų diegimo aplinką Lietuvoje vertina teigiamai, vyrauja nuomonė, kad inovacijų diegimas turizmo srityje turi būti susijęs su informacinėmis technologijomis, kompiuterizacija, internetinių įrankių kūrimu ir jų naudojimu, mobiliesiomis aplikacijomis, virtualių erdvių kūrimu. Ekspertai išsakė nuomonę, kad inovacijų diegimą turizme turėtų skatinti: 1) patys turizmo sektoriaus atstovai (turizmo informacijos centrai, turizmo paslaugas teikiančios įmonės ir kt.); 2) Vyriausybė; 3) prie IT inovacijų diegimo skatinimo Lietuvos turizmo sektoriuje turėtų prisidėti ir turizmo paslaugų vartotojai. Analizuojant inovacijų diegimą Klaipėdos mieste turizmo sektoriaus ekspertai patvirtino, kad tarp įdiegtų IT inovacijų, kurios naudojamos Klaipėdos miesto KE ir AP subsektoriuose, trūksta turizmo sektoriaus vartotojų išreikštus poreikius atitinkančių paslaugų ir produktų, kurie remtųsi informacinėmis technologijomis, būtų kompiuterizuoti, t. y. trūksta mobiliųjų aplikacijų ir virtualių erdvių.

Išvados

Inovacijų diegimas, kaip viena veiksmingiausių konkurencingumo skatinimo priemonių, yra prioritetinga kryptis Lietuvoje, todėl inovacinė veikla turizmo sektoriuje sudaro teigiamas prielaidas turizmo plėtrai ir konkurencingumui.

Veiksniai, labiausiai trukdantys įgyvendinti inovacijų diegimo planus turizmo sektoriaus įmonėse, yra šie: finansavimo stoka, investuotojų pritraukimo problema, nekryptingai kuriama Klaipėdos miesto turizmo politika, neparengta miesto turizmo strategija, nenumatyti jos prioritetingi tikslai, nepakankamai pastangų dėdama, siekiant pritraukti turistus iš kaimyninių valstybių.

Ryškiausiai išskiriamas technologinių veiksnių poveikis diegiant inovacijas turizmo sektoriuje, pabrėžiama, kad inovacijų diegimas turizmo srityje turi būti susijęs su informacinėmis technologijomis, kompiuterizacija, internetinių įrankių kūrimu ir jų panaudojimu, mobiliesiomis aplikacijomis, virtualių erdvių kūrimu. Kuriant palankias inovacijų diegimo turizmo sektoriuje sąlygas įvardijami dar ir kiti rinkos dalyvių poreikiai, kaip: mokyti turizmo sektoriaus darbuotojus, tirti vartotojų poreikius ir analizuoti konkurencinę padėtį, glaudžiau bendradarbiauti su

verslo partneriais tiek šalyje, tiek užsienyje, kurti bendras informacines sistemas, turizmo verslo klasterius.

Gauta 2015 02 20

Pasirašyta spaudai 2015 03 17

Literatūra

- Daugėlienė, R., Brundza, A. (2009). Theoretical possibilities of expression of innovation in tourism sector: the case of Scotland and Slovenia. *European integration studies: research and topicalities*, No. 3: 176–183.
- European Commission. (2013). *Innovation Union Scoreboard 2013*. European Commission, Brussels, 76 p.
- European Commission. (2014). *Innovation Union Scoreboard 2014*. European Commission, Brussels, 94 p.
- Fagerberg, J., Mowery, D. C., Nelson, R. R. (2005). *The Oxford Handbook of Innovation*. New York: Oxford University Press.
- Hjalager, A. M. (2002). Repairing innovation defectiveness in tourism. *Tourism Management*, Vol. 23 (5): 465–474.
- Holden, A. (2003). *Environment and tourism*. London: Routledge.
- Keller, P. (2005). Innovation in tourism – creating customer value. *Innovation in tourism – creating customer value*, No. 47: 7–20.
- Korres, G. M. (2008). The Role of Innovation Activities in Tourism and Regional Growth in Europe. *Tourismos: an International Multidisciplinary Journal of Tourism*. University of the Aegean, Vol. 3 (1): 135–152.
- Mayer, M. (2009). Innovation as a success factor in tourism: empirical evidence from western Austrian cable-car companies. *Erdkunde*, Vol. 63 (2): 123–139.
- Meneses, O., Texeira, A. C. (2011). The innovative behaviour of tourism firms. *An International Journal of Economics and Management Research Projects*, Vol. 1 (1): 25–35.
- Nagy, A. (2012). A Review of Tourism and Hospitality Innovation Research. *Annals of Faculty of Economics*, Vol. 1 (2): 364–370.
- Orfila-Sintes, F., Crespi-Cladera, R., Martinez-Ros, E. (2005). Innovation activity in the hotel industry: evidence from Balearic Islands. *Tourism Management*, No. 26: 851–865.
- Pikkemaat, B., Weiermair, K. (2007). Innovation through Cooperation in Destinations: First Results of an Empirical Study in Austria. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research "Anatolia"*, Vol. 18 (1): 67–83.
- Sapiegienė, L., Juknevičienė, V., Stoškus, S. (2009). Inovacijų diegimo procesas: Šiaulių miesto gamybos įmonių atvejų analizė. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*, Nr. 2 (15): 237–249.
- Sundbo, J., Orfila-Sintes, F., Sorensen, F. (2007). The innovative behaviour of tourism firms – comparative studies of Denmark and Spain. *Research Policy*, Vol. 36: 88–106.

FACTORS INFLUENCING IMPLEMENTATION OF INNOVATION IN KLAIPĖDA CITY TOURISM SECTOR

Ida Meshi, Aurimas Župerka, Erika Župerkienė

Summary

Tourism in many countries is related with economical and employment factors while creating gross domestic product and policy of sustainable development.

Impact of tourism on domestic policy (on development of cities and towns, agricultural growth, wider use of services from geographical approach or development of production of daily consumer goods) determined formation of new tendencies of public attitudes towards tourism – tourism was started to analyse and evaluate as catalyst of the socio-economic development, occupying position of leading economic activity. In recent decades due to changes in public attitudes toward tourism and newly formed trends tourism in the scientific literature is recognized as one of the leading and the world's most dynamic activities.

Innovation in tourism is relatively a new topic, but recent studies in this field are increasing. Interdisciplinary character of innovation studies, while investigating innovation from a variety of perspectives, display not only the increasing need to analyze the innovation but also a great complexity of the scientific research problems.

The problem, which is analyzed in the article – what factors are currently the most relevant for development of Klaipėda city tourism sector.

Object of research – factors, influencing implementation of innovations.

Aim – to identify factors, influencing implementation of innovations in Klaipėda city tourism sector.

Goals – to define the role of innovation in the tourism sector; to identify factors, which impede the implementation of innovations in the tourism sector; to identify factors and conditions creating a favorable environment for innovations implementation in the tourism sector.

Methods – analysis of scientific literature, systematization, generalization and comparison. In order to summarize and compare the theoretical statements and draw conclusions there was applied logical analysis. While gathering information about the factors influencing implementation of innovation in Klaipėda city tourism sector there was applied in-depth interview.

For investigation of factors, influencing implementation of innovation in Klaipėda district tourism sector there was chosen a qualitative research – in-depth interview with experts. 9 experts from Klaipėda district tourism sector participated in research: 4 of them represented travels agencies and tour operators (KE) and 5 of them – enterprises of accommodation sub-sector (AP). Number of enterprises employees, surveyed by experts, is ranging from 9 to 294, it means that the interview was conducted with representatives of small and medium-sized business. With regard to the characteristics of experts, it may be noted that 6 of the 9 interview experts currently hold an appointment of Director position; 1 – Director of Development, 1 – Director of Commerce and 1 – Sales Manager in Klaipėda city enterprises, providing with KE and AP services. Taking into account the positions, which are held by respondents, also more than 3 years experience working in the

tourism sector and segment, which was represented by experts, it could be proposed that experts' answers to the questions are reliable, objective and reflecting the market situation.

Analysis of the results of interview with experts revealed that despite significant failings while implementing innovation in Lithuanian tourism sector the majority of respondents agree that implementation of IT innovations in Lithuanian tourism sector enhances working efficiency and improves service quality and emphasizes that their attitude towards implementation of IT innovations within the enterprise and in Lithuanian tourism sector is positive. The performed researches helped to assess the need for innovation in Klaipėda city tourism sector. According to experts the following IT innovations are used in enterprises, which they represent:

- smart devices (laptops, tablets, smart phones) in operating activities;
- hotel reservation system, which allows to monitor hotel occupancy;
- social networks for publication of short-term proposals;
- codes of QR (Quality Requirements);
- mobile applications and integration of them with the hotel rooms reservation system;
- hotels restaurants accounting systems „R-keeper“;
- additional modules, allowing reconcile foreign programs with Lithuanian ones;
- Wireless Internet access (Wi-Fi) in accommodation areas;
- system of online booking;
- presentment of certain groups of services in one website (reservation system of travel tickets, hotels, transportation services).

It is obvious that among listed IT innovation, which are used in KE and AP sub-sectors of Klaipėda city, there is lack of services and products, which correspond to needs expressed by users of the tourism sector and that are based on information technology, computerization, i.e. there is lack of creation of more mobile applications and virtual spaces.