

## СЕКЦІЯ 1 ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 330.88:338.46

**Брензович К.С.**  
кандидат економічних наук,  
доцент кафедри міжнародних економічних відносин  
Ужгородського національного університету

### ЕВОЛЮЦІЯ ЗАХІДНИХ ТЕОРІЙ ЩОДО СУТНОСТІ ТА РОЛІ ІННОВАЦІЙ У СФЕРІ ПОСЛУГ

### THE EVOLUTION OF WESTERN THEORETICAL THOUGHTS ON THE SENSE AND ROLE OF INNOVATIONS IN SERVICES SECTOR

#### АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена аналізу еволюції теоретичних уявлень щодо сутності та ролі інновацій у сфері послуг, що склалися в західній науковій думці. Зокрема здійснено порівняльний аналіз концепцій асиміляції та демаркації, в межах яких висловлюються протилежні погляди на роль інновацій у сфері послуг, а також синтезу як компромісної теорії. Узагальнено основні положення вказаних концепцій, наведено їх переваги та недоліки.

**Ключові слова:** послуги, інновації, демаркація, асиміляція, синтез.

#### АННОТАЦІЯ

Статья посвящена анализу эволюции теоретических представлений о инновациях в сфере услуг, сложившихся в западной научной мысли. В частности осуществлен сравнительный анализ концепций ассимиляции и демаркации, в пределах которых высказываются противоположные взгляды на роль инноваций в сфере услуг, а также синтеза как компромиссной теории. Обобщены основные положения указанных концепций, приведены их преимущества и недостатки.

**Ключевые слова:** услуги, инновации, демаркация, ассимиляция, синтез.

#### ANNOTATION

The paper analyzes the evolution of theoretical thoughts about innovations in the service sector, prevailing in Western research. In particular, a comparative analysis is made of the concepts of assimilation and demarcation within which polar views on the role of innovation in services are expressed, and synthesis, which is a compromise theory. The overview of main provisions of these concepts and their advantages and disadvantages is given.

**Keywords:** services, innovations, demarcation, assimilation, synthesis.

**Постановка проблеми.** Сфера послуг впродовж останніх десятиліть є одним з рушіїв розвитку глобальної економіки, вносячи значну частку у створення доданої вартості, нових робочих місць, забезпечення науково-технічного розвитку та економічного зростання. За показником частки інноваційних підприємств сфера послуг дещо поступається промисловому сектору, однак у різних країнах з розвинутою економікою вона складає від 25 до 55% та стабільно зростає, що свідчить про інтенсивний та технологічний розвиток цього сектору економіки. Позитивно, що впродовж останніх десятиліть відбулося кардинальне переосмислення ролі сфери послуг у забезпеченні розширеного

відтворення в національній економіці. Дедалі частіше вітчизняні науковці звертають увагу на місце сфери послуг у новій економіці знань, риси якої неодмінно проектується і на економіку України.

Разом з тим питанням інноваційного розвитку сфери послуг у вітчизняній науці відводиться недостатнє значення. Окремі теоретичні дослідження спрямовані на уточнення теоретичних понять інноваційного розвитку підприємств сфери послуг та узагальнення ролі сфери послуг у національній економіці в умовах її інтеграції в глобальний економічний простір [1–3]. Інші присвячені дослідженню теоретичних основ та розробці практичних рекомендацій щодо інноваційного розвитку окремих галузей сфери послуг чи інноваційному розвитку регіональних систем [4], реалізації маркетингового підходу до управління інноваціями в сфері [5]. Однак теоретичні дослідження, що стосуються інновацій у сфері послуг, є досить фрагментарними, а тому існує потреба у систематизації та узагальненні знань про сутність, роль та специфіку інновацій у сфері послуг. Західна наукова думка вже має значні надбання у теоретичних дослідженнях інновацій у сфері послуг [6–14], а тому аналіз іноземних концепцій щодо таких інновацій є важливим і необхідним.

**Метою статті** є дослідження теорій та концепцій, що склалися у західній науковій думці, щодо сутності та ролі інновацій у сфері послуг. Для вирішення поставленої мети дослідження визначено такі завдання: провести ретроспективний аналіз наявних концепцій щодо інновацій у послуги, узагальнити підходи та основні положення в межах визначених концепцій, здійснити порівняльний їх аналіз.

Інформаційну базу дослідження становлять іноземні наукові джерела, дослідження, присвячені проблемам теоретичного обґрунтування інновацій у сфері послуг, зокрема монографії, наукові статті. У процесі виконання дослідження використано загальнонаукові методи

дослідження, такі як порівняння (порівняння основних положень теорій та тверджень окремих авторів), узагальнення (визначення позитивних та негативних рис концепцій), аналіз та синтез (розгляд кожної теорії відокремлено та разом як етапів еволюції бачень про значення новацій у нематеріальній сфері).

Виклад основного матеріалу дослідження. Відомо, що наукові теорії беруть свій початок і розробляються у відповідь на необхідність здійснення пошуку обґрунтованого пояснення тих чи інших природних і суспільних явищ та процесів. Тому для розуміння основних постулатів теорій, що підлягають аналізу в статті, необхідно окреслити основні риси та об'єктивні умови розвитку сфери послуг у сучасній економіці та особливостей її інноваційного розвитку.

Донедавна сферу послуг не розцінювали як поле для активного впровадження інновацій. Головним чином це зумовлюється нематеріальністю послуг, їх невідчутністю та нездатністю до транспортування і обміну, низьким ступенем захисту прав інтелектуальної власності у такому секторі економіки. Однак вже сьогодні, як зазначає Т.В. Гринько [2, с. 107], сфера послуг концентрує у собі інноваційне ядро постіндустріальної економіки, разом із високотехнологічними галузями промисловості, а тому викликає значний науковий інтерес та привертає увагу державних управлінців та науковців.

Західні економіки суттєво залежать у своєму зростанні від інновацій у послуги, оскільки близько 70% ВВП створюється у секторі послуг. Межі між послугами та промисловим виробництвом стають все більш розмитими, оскільки сервіс стає центральним елементом виробничого процесу. Промисловість є вагомим споживачем послуг ділового характеру, які виявляють найвищі темпи зростання у сучасній економіці. З іншого боку, промислові компанії самі стають продуцентами послуг. Такі послуги називають «послугами, пов'язаними із продуктом» (product related services), і все частіше цей термін використовується для позначення послуг, що створюються промисловими підприємствами у зв'язку зі своєю основною продукцією [6, с. 5].

Саме ця взаємопов'язаність та взаємозалежність промислового сектору і сфери послуг спричиняє не тільки труднощі у статистичній оцінці інноваційного розвитку сфери послуг, але й призводить до багатьох неузгодженостей та протиріч теоретичного характеру, про що свідчить різноманітність наявних теорій та протилежність підходів щодо інноваційного розвитку, що зароджувалися і розвивалися майже одночасно.

Як теоретична література, так і статистичні джерела свідчать, що інновації у сфері послуг здебільшого мають нетехнологічний характер або ж є незначними нововведеннями у процес надання послуг, або ж одночасно впроваджуються кількома підприємствами. І. Майлс [7]

наводить деякі характеристики послуг, що визначають особливості інноваційного процесу. По-перше, характеристики послуги як продукту, об'єкту торгівлі ускладнюють імпорту та запровадження на підприємствах управлінських програм і моделей, що використовуються в інноваційній сфері промислового сектору. По-друге, інноваційна діяльність у сфері послуг визначається не стільки технічними чи технологічними інноваціями, як у матеріальному виробництві, а насамперед інноваціями соціально-економічного та організаційно-управлінського характеру; при цьому ключова роль належить персоналу підприємства, який безпосередньо контактує зі споживачем у процесі надання послуг (а тому інновації можуть спрямовуватися на особу, яка надає послугу).

Інновації у сфері послуг, як і в промисловості, можуть бути технологічними (інновації продукту чи процесу) та нетехнологічними (організаційні та маркетингові). Продуктові інновації визначаються як запровадження товару (чи послуги), що є цілком новою чи значною мірою вдосконаленою щодо їх характеристик чи призначення. «Процесні» інновації передбачають значно змінені чи цілком нові методи виробництва або постачання (у нашому випадку – надання послуги). Організаційні інновації є запровадженням нового організаційного методу у роботу підприємства, організацію робочого місця чи зовнішні зв'язки. І зрештою, маркетингові інновації є створенням нового маркетингового методу, що передбачає значні зміни у дизайні продукту, пакуванні, розміщенні, просуванні на ринок чи ціноутворенні [6, с. 6].

Питання інновацій у сфері послуг привернуло інтерес сучасної вітчизняної науки відносно нещодавно, коли у західній науковій літературі вже склалися основні концептуальні підходи до розуміння сутності та природи інновацій у послуги. Концепції, що детально розглянуті далі, виникли в середині 80-х та набули активного розвитку у 90-х рр. минулого століття. Теорії відрізняються тим, як саме їх автори співвідносять поняття інновацій та технологій у різних секторах економіки: ототожнюють інновації у промисловості та секторі послуг (assimilation approach), кардинально розділяють їх (demarcation approach) чи розглядають інноваційну діяльність у матеріальній та нематеріальній сферах синтезовано (synthesis (integration) approach). Водночас спостерігалось і повне наукове невизнання існування інновацій у третинний сектор, що також отримало характеристику наукової теорії за назвою «neglect» (або «negligence» – англ. «відхилення»). Ця парадигма, що передувала зародженню наукового інтересу до зазначеного питання, характеризувалася такими положеннями [8]:

1) сфера послуг не цікава з погляду впровадження інновацій, є «низько технологічною сферою», а самі послуги є лише доповненням у

впровадженні нововведень в матеріальну сферу;

2) фірми, що працюють у сфері послуг, майже не здійснюють НДДКР, а оскільки наявність інноваційного розвитку оцінювалася передовсім за результатами таких робіт, офіційна статистика не виявляла результатів впровадження інновацій такими фірмами;

3) за зазначеною теорією об'єктом інноваційного процесу є матеріалізований об'єкт, а послуги такої форми не мають, а тому не можуть бути інноваційними. Отже, «заслуги» із впровадження інновацій приписувалися виключно промисловості, а значна частка інновацій, так званих «м'яких» нововведень, що обслуговують промислові проекти і фактично уможливають їх роботу, залишалися неврахованими.

Положення теорії, зокрема, обґрунтовані у праці К. Певітт (Keith Pevitt) за назвою «Sectoral patterns of technical change: Towards a taxonomy and a theory» [9], де автор розробив класифікацію інноваційних підприємств за секторами економіки. Відповідно до запропонованої типології фірм за ступенем їх залучення у інноваційний процес, К. Певітт зараховує більшість фірм, що працюють у сфері послуг, до таких, що залежать від постачальників у питаннях інновацій (таблиця 1). Такі підприємства працюють у найменш наукоємних галузях, мають обмежені можливості проведення власних досліджень і розробок, здійснюють власними силами хіба що процесні інновації завдяки взаємодії з клієнтами.

Активний розвиток підприємств сфери

послуг у західних економіках наприкінці 80-х рр. майже зумовив занепад теорії нівелювання та спричинив виникнення двох протилежних теорій: концепції асиміляції та концепції демаркації. За першою теорією концепцією асиміляції (уподібнення) – інновації у послуги за своєю сутністю та природою прирівнюються до інновацій у промисловому секторі. Для цієї концепції характерним є перебільшення ролі технологічних досліджень та розробок у інноваційному процесі (тому її називають технологічною або промисловою теорією – Technology- and Manufacturing-based Theories). Прихильники цього наукового напрямку вважали, що технологічний розвиток є головним двигуном інновацій у сфері послуг [10, с. 3], аргументуючи це тим, що донедавна розвиток індустрії послуг відбувався головним чином завдяки запровадженню фірмами певних промислових технологій. Тобто сфера послуг ставала все більш насиченою технологіями та капіталом. Вважається, що цей підхід недооцінює роль інновацій, які мають невідчутну природу (є інноваціями соціального, управлінського, організаційного характеру), оскільки розглядає як інновації тільки нововведення технологічного плану.

За аналогією з теорією життєвого циклу товару в межах зазначеної концепції була розроблена теорія «зворотного інноваційного циклу» («reverse innovation cycle»). Автор теорії Р. Баррас (Richard Barras), спираючись на модель життєвого циклу товару, змальовує еволюцію послуг у зворотному порядку: процесна

Таблиця 1

Класифікація підприємств, що здійснюють інновації (за К. Певітт)

Назва групи підприємств	Розмір та сфера діяльності підприємств	Специфіка внутрішнього інноваційного процесу та можливості експорту інновацій	Джерела інновацій
Supplier-dominated (фірми, залежні від постачальників)	малі за розміром фірми, представлені у традиційному промисловому секторі, сільському господарстві, будівництві, професійні, фінансові та комерційні послуги	слабкі внутрішні інженерні та науково-дослідні можливості; у роботі залежать переважно не від технологічних переваг, а від професійності персоналу, естетичного дизайну та торгових знаків; переважають внутрішні процесні інновації	більшість інновацій надходить від зовнішніх постачальників обладнання і матеріалів, рідше – від постачальників і замовників
Production intensive firms (фірми з інтенсивним виробництвом)	значні за розмірами фірми, що є великомасштабним промисловим виробництвом (продукти харчування, вироби з металу, машино- та кораблебудування, виробництво будматеріалів)	завдяки високому рівню вертикальної технологічної диверсифікації обладнання, що безпосередньо стосується технології внутрішнього виробництва, фірми реалізують інновації, пов'язані з технологією виробництва у основному секторі діяльності	основна частина інновацій є результатом внутрішньо фірмових напрацювань, наукових досліджень і розробок, однак серед джерел інновацій є постачальники обладнання і користувачі (інновації, що стосуються дизайну)
Science-based firms (фірми, робота яких будується на науці)	великі, вузькоспеціалізовані підприємства хімічної промисловості, енергетичні компанії та виробники електроніки	частина інновацій має процесний характер і призначена для внутрішніх потреб фірми, значною є також частка продуктових інновацій, що широко застосовуються в інших сферах виробництва	власна науково-дослідна діяльність у секторах, пов'язаних зі сферою спеціалізації підприємств, наукова співпраця з університетами у відповідних галузях науки

Джерело: авторська розробка за джерелом [9]

інновація передують продуктивній. За теорією життєвого циклу товару спочатку створюється новий продукт із затратним виробництвом, яке згодом вдосконалюється, здешевлюється завдяки зниженню витрат через впровадження інновацій у процес виробництва. Фірми, що надають послуги, спочатку впроваджують нові технології, розроблені промисловістю, щоб покращити свою ефективність і якість послуг (зусилля спрямовуються на процесну інновацію), в результаті чого виникає новий сервісний продукт.

Авторська модель Барраса збудована на основі аналізу даних банківської сфери, страхування, бухгалтерських послуг, тобто, по суті, на прикладі секторів з активним залученням інформаційних технологій. Ілюстрація моделі проводиться на прикладі комп'ютеризації роботи банків та страхових компаній, подальшої автоматизації обробки клієнтської бази, що, зрештою, сприяло виникненню нової послуги – домашнього банкінгу.

Головним обмеженням теорії «зворотного інноваційного циклу» критики зазначають те, що її положення справджуються в основному для тих видів послуг і відповідно для тих фірм, що впроваджують інновації у технологічно насичених галузях (тобто таких, на розвиток яких суттєво впливає еволюція технологій). Водночас положення теорії не спрацьовують для тих галузей сфери послуг, де центральне місце посідає процес взаємодії споживача і продавця послуги, у працевісних видах послуг, де знання, вміння та досвід персоналу вагоміший, ніж технології, що застосовуються у процесі надання [11, с. 10].

Також у межах вказаної теорії відзначають вдосконалену типологію фірм за Певітт, запропоновану авторами М. Міоззо (M. Miozzo) та Л. Соет (L. Soete), які, доповнивши описану вище класифікацію, виділяють окреме місце для послуг у групі «productive – intensive production» (підгрупа «Network Sectors» – мережі) [12, с. 27]. По суті, автори визнають, що підприємства, які представляють транспорт, оптову і роздрібну торгівлю, інформаційні мережі (банки, страхові компанії, телекомунікаційні підприємства), відіграють важливу роль у обслуговуванні постачальників нових технологій, а тому беруть участь у створенні інновацій. Однак ролі власне інновацій у сфері послуг, здатності втілювати нововведення у нематеріальній сфері відводиться незначне місце, а підприємства, що надають послуги, не пов'язані безпосередньо з промисловим виробництвом, досі вважаються тільки реципієнтами інновацій.

Інший представник цієї теорії Р. Евангеліста (R. Evangelista), спираючись на емпіричні дані економіки Італії, класифікує власне постачальників послуг за рівнем інноваційності [12, с. 29]:

– споживачі технологій (technology users) – найменш інноваційна група – покладаються на

інновації ззовні, здебільшого зі сфери промислового виробництва та інформаційних технологій (наземний і морський транспорт, правові послуги, туристичні послуги та роздрібна торгівля);

– взаємодіючі, інтерактивні послуги (interactive services) – інновації досягаються шляхом близької взаємодії з клієнтами, через впровадження чи розробку програмного забезпечення, ноу-хау. Сюди належать: реклама, банківські послуги, страхування, готельні та ресторани послуги;

– послуги, що базуються на науці та технологіях (science and technology based services) – ці фірми є основними генераторами нових технологічних знань, які вони й передають промисловим виробникам та іншим виробникам послуг (науково-дослідницькі послуги, інженерія, комп'ютерні послуги та послуги з програмного забезпечення);

– технологічно-консультаційні послуги (technology consultancy services) – поєднують ознаки науково-технологічних та інтерактивних послуг, виконують внутрішню інноваційну діяльність, але покладаються здебільшого на знання клієнтів – роль консультацій технічного характеру зводиться до пошуку шляху вирішення конкретної проблеми клієнта.

Наступна концепція – концепція *демаркації*, або розмежування (demarcation), навпаки, оцінює інновації як послуги, виходячи з важливості інновацій нетехнологічного характеру. Прихильники теорії: І. Дреджер (I. Drejer), Й. Сандбо (Y. Sundbo), Ф. Галлуї (F. Gallouj), Ф. Джеллал (F. Djellal), Б. Тезер (B. Tether) – здебільшого дослідники з Франції, Норвегії, Данії, Нідерландів – наголошували на тому, що специфічність сервісної економіки вимагає пошуку нових теорій та аналітичних інструментів для вивчення інновацій як послуг [13].

У межах цієї концепції запропоновано нову класифікацію нетехнологічних інновацій як послуг, так звані ад хок (ad hoc), організаційні та маркетингові інновації. В центрі уваги вивчення інновацій згідно з цим підходом є нематеріальна природа послуги, особливості послуги як продукту та процесу, що суттєво відрізняються від характеристик товару.

Розглядаючи інновації через такі риси послуг як нематеріальність, невідчутність та інтерактивна, змінна природа, автори теорії пояснюють причини недооцінки ролі інновацій у сфері послуг. Послуги часто є невидимі та невідчутні, одну і ту ж послугу часто неможливо відтворити двічі однаково. Тому, по суті, фірми, що надають послуги, йдучи назустріч вимогам та побажанням клієнта і відтворюючи певну послугу, можуть віднайти її варіацію або ж створити цілком новий її різновид.

Основні положення концепції [14, с. 4]:

– саме інновації у сфері послуг є основою економічного зростання;

– послуги, на відміну від товарів, змінюються значно швидше і гнучкіше, пристосовуючись до вимог ринку;

– якщо інновації у промисловості відбуваються головним чином через впровадження «важких» (hardware) технологій – обладнання, комп'ютерні системи, то сфера послуг динамічно поєднує hardware і software (кооперація, вміння та навички людини, організаційні здібності) та технології; тобто інновації у сфері послуг відбуваються не лише за рахунок запровадження технологій, але і насамперед через їх креативне застосування;

– підприємства сектору послуг впроваджують і технологічні, і організаційні інновації, однак частка останніх у структурі нововведень є більшою, ніж у промислових підприємств.

Інтеграційний, або *синтезаційний підхід*, найбільше, на нашу думку, враховує динамічну природу сучасного ринку послуг, взаємопроникнення промислових та сервісних секторів економіки, оскільки привертає увагу до технологічних та нетехнологічних видів інновацій у послуги, вказує на необхідність розгляду товарів та послуги як єдиного продукту з тим, щоб розробити теорію інновацій, яка б не розділяла матеріальний та нематеріальний продукт, розробити такі теоретичні та емпіричні підходи до інновацій, що дозволили б охопити всі види економічної діяльності у промисловості та сфері послуг, не виокремлюючи певні види діяльності та види товарів і послуг. Останній підхід набув найбільш широкого застосування у сучасній теорії про інновації та динамічно розвивається, оскільки є компромісним підходом між асиміляцією та демаркацією.

Найвідоміші представники цього напрямку досліджень О. Вайнштайн (O. Weinstein) та Ф. Галлуй (F. Gallouj), І. Майлс (I. Miles). Можна помітити, що «примирення» опозиційних бачень на питання інновацій у сфері послуг позначилось і в тому, що окремих вчених (як, приміром, Галлуй та Сандбо), можна зарахувати за основними переконаннями, відображеними у ранніх працях, до прихильників теорії демаркації, а вже в наступних – до представників концепції синтезу. Дослідження названих вчених належить до інтеграційних, оскільки вони мають на меті дослідити і технологічні, і нетехнологічні форми інновацій; автори намагаються дати загальне синтезоване визначення продукту (товару чи послуги).

Базовим положенням теорії є взаємопроникнення промислового та третинного сектору економіки, яке виявляється у двох дзеркальних процесах – наданні промисловими підприємствами послуг, що супроводжують основний продукт, та «індустріалізації» послуг, тобто формалізації послуг, що здебільшого відбувається на великих підприємствах сфери послуг [8, с. 10]. Тому на зміну розділенню і відокремленню понять інновацій у промисловості і сфері послуг приходить синтезоване бачення інновацій, їх сутність та

форми, що можуть застосовуватися у обидвох зазначених секторах.

Автори теорії особливе місце відводять організаційним інноваціям та іншим механізмам, що не вивчаються в межах традиційної теорії про інновації, однак можуть бути застосовані для формування інноваційного процесу у сфері послуг (організаційна поведінка, соціальні мережі, маркетинг, стратегії та комунікації). Теорія, що нині активно розвивається, дала наукове обґрунтування важливості поєднання і взаємодії технологічних та нетехнологічних змін задля досягнення позитивного результату, змістила акцент з перебільшеної ролі матеріальної складової інновацій до розуміння цінності знання, соціальних та організаційних механізмів. Основною ідеєю більшості праць у цьому напрямі досліджень є доведення важливості конвергенції інноваційної діяльності у матеріальному виробництві та сфері послуг.

**Висновки.** Як свідчить аналіз основних положень наявних теорій щодо інновацій як послуг та наукових праць у межах зазначених теорій, не більше як за 20 років бачення сутності інновацій у третинному секторі кардинально змінилися: від повного невизнання інновацій у сфері послуг до усвідомлення ролі та необхідності поєднання нововведень у матеріальне та нематеріальне, від відвертого нівелювання ролі підприємств сфери послуг у науково-технічному прогресі до проголошення їх виключної ролі у забезпеченні технологічних змін. Можна підсумувати, що наведені концепції не є відокремленими теоріями, а скоріше відображають еволюційний рух наукової думки про роль інновацій у сфері послуг в економічному розвитку, що пройшла довгий шлях за дуже короткий проміжок часу.

Така швидка зміна положень теорій та кардинальні трансформації у баченні ролі нематеріального у науково-технічному прогресі пояснюється реаліями сучасної глобальної економіки, де все більшу роль у розвитку економік відіграють переваги у володінні найціннішими ресурсами – знаннями та інформацією, а сфера послуг за динамікою економічних показників значно випереджує промислове виробництво.

Включення національної економіки у процеси глобалізації, наближення її за галузевою структурою до розвинених економік світу вимагає нового підходу до управління інноваційними процесами у сфері послуг. Перспективою подальших досліджень має стати аналіз емпіричних даних щодо здійснення інновацій підприємствами третинного сектору національної економіки, порівняння отриманих результатів і сформульованих положень з аналогічними дослідженнями в західній науці.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ареф'єва О.В. Особливості інноваційної діяльності у сфері послуг / О.В. Ареф'єва, С.В. Забуранний // Економіка та

- управління підприємствами. – 2008. – № 6(84). – С. 121–126.
2. Гринько Т.В. Особливості сучасних інноваційних процесів підприємств сфери послуг / Т.В. Гринько // Економіка та підприємництво. – 2013. – № 1(70). – С. 106–109.
  3. Паливода О.М. Тенденції розвитку інноваційних послуг у ринковій економіці [Електронний ресурс] / О.М. Паливода, О.В. Островська // Технології та дизайн. – 2014. – № 1(10). – С. 1–10. – Режим доступу : [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/td\\_2014\\_1\\_16.pdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/td_2014_1_16.pdf).
  4. Венгерська Н.С. Регіональна сервісна політика як необхідна умова розвитку сфери послуг [Електронний ресурс] / Н.С. Венгерська // Вісник Запорізького національного університету. – 2014. – № 2(22). – С. 142–152. – Режим доступу : [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/Vznu\\_eco\\_2014\\_2\\_17.pdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Vznu_eco_2014_2_17.pdf).
  5. Пілюшенко В.Л. Стратегія інноваційного управління сферою послуг на основі маркетингового підходу [Електронний ресурс] / В.Л. Пілюшенко, І.О. Аракелова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – № 4. – С. 133–142. – Режим доступу : [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/Mimi\\_2013\\_4\\_14.pdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Mimi_2013_4_14.pdf).
  6. Rubalcaba L., Hipp C., Gallouj F., Fornhal D., 2008. Towards a European Strategy in Support of Innovation in Services. A review of key evidence and policy issues. University Lille 1, CLERSE; University of Alcalá; Brandenburg University of Technology Cottbus; University of Karlsruhe. [online] Available at: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01111807>.
  7. Miles, I. Innovation and the Service Economy. [pdf] Available at: [https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/static/pdf/21\\_MILES\\_ING.pdf](https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/static/pdf/21_MILES_ING.pdf).
  8. Wyszowska-Kuna, J. Innovation in Services – Theoretical Approach. [online] Available at: <http://dSPACE.uni.lodz.pl:8080/xmlui/bitstream/handle/11089/8278/v10103-011-0025-z.pdf?sequence=12>.
  9. Pavitt K. Sectoral patterns of technical change: Towards a taxonomy and a theory. [pdf] Science Policy Research Unit, University of Sussex, Brighton BN1 9RF, UK. 373 p. Available at: [http://www.uniroma2.it/didattica/EIN/deposito/Pavitt\\_1984.pdf](http://www.uniroma2.it/didattica/EIN/deposito/Pavitt_1984.pdf).
  10. Toivonen M., Tuominen T. Emergence of innovations in Services. The Service Industries Journal, 29(5) (in press). [online] Available at: <http://imi.aalto.fi/publications/download/244/>.
  11. Gallouj F., 1998. Innovating in reverse: services and the reverse product cycle. European Journal of Innovation Management, 1 (3), pp. 123–138. [online] Available at: <https://www.deepdyve.com/lp/emerald-publishing/innovating-in-reverse-services-and-the-reverse-product-cycle-ct0mmdDOuZ>.
  12. Tether B., Howells J., 2007. Changing understanding of innovation in services. [pdf] Innovation in Services (DTI occasional paper # 9). Available at: <http://www.cambridgeservicealliance.org/uploads/downloadfiles/DTIpaper9.pdf>.
  13. Min-Nan Chen, Yuan-Chieh Chang. Service Regime and Sectoral Patterns of Innovation in Services: a Reinvestigation using Miozzo & Soete Taxonomy. [pdf] Available at: [http://druid8.sit.aau.dk/acc\\_papers/hcf3mjn2p6779d4ux7mbyijrt8m.pdf](http://druid8.sit.aau.dk/acc_papers/hcf3mjn2p6779d4ux7mbyijrt8m.pdf).
  14. Tether B., 2004. Do Services Innovate (Differently)? CRIS Discussion Paper, 66, 31 p.