

УДК 330.341.1.

*О. В. Комчатних,
старший викладач кафедри економіки,
Національний транспортний університет, м. Київ*

СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ІННОВАЦІЙ В СФЕРІ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

*Olena V. Komchatnykh,
Senior Lecturer of the Department of Economics,
National Transport University*

ESSENTIAL CHARACTERISTIC AND CLASSIFICATION OF INNOVATIONS IN THE FIELD OF TRANSPORT SERVICES

В статті розглянуто сучасні теоретичні уявлення щодо сутності та ролі інновацій у сфері послуг. Проведено аналітичне дослідження наукової літератури з метою пошуку відмінностей між інноваціями послуг та інноваціями промисловості. Визначено, що ототожнення інновацій послуг з інноваціями промисловості приводить до їх необ'єктивної оцінки. Те, що сприймається як «продукт» підприємством сфери послуг, може сприйматися за «процес» на промисловому підприємстві. Визначено економічну сутність інновацій для підприємств сфери транспортних послуг з врахуванням специфіки їх діяльності. Обрано класифікаційні ознаки, що найкраще підходять для характеристики інновацій транспортних підприємств. На основі опрацьованих праць зарубіжних науковців і з врахуванням специфіки досліджуваної галузі, виведено основні закономірності, що притаманні інноваційній діяльності на транспортних підприємствах.

The article deals with modern theoretical representations about the essence and role of innovations in the field of services. An analytical research of scientific literature was conducted in order to find the differences between innovations in services and manufacturing innovations. It is determined that the identification of innovation services with manufacturing innovation leads to their biased evaluation. What is perceived as a "product" in the service sector can be perceived as a "process" in an industrial enterprise. The economic essence of innovations for the enterprises of the transport services sphere taking into account the specifics of their activity is determined. The classification features are chosen, which are best suited to characterize the innovation of transport enterprises. On the basis of the works of foreign scientists and taking into account the specifics of the industry, the main regularities that are inherent in innovative activity at transport enterprises are derived.

Ключові слова: *послуги, транспортні послуги, інновації, сервісні інновації, класифікація інновацій, транспортне підприємство.*

Keywords: *services, transport services, innovation, service innovation, classification of innovations, transport enterprise.*

Постановка проблеми. Транспортна галузь належить до сфери, якій притаманний швидкий розвиток. Глобалізаційні процеси, динамічний розвиток міжнародної торгівлі та інтенсивне зростання обміну товарами призводять до значного розвитку транспортних послуг. Сучасна економіка ставить перед транспортом все

більше завдань, пов'язаних зі збільшенням обсягів перевезень, поліпшенням рівня обслуговування клієнтів, підвищенням безпеки перевезень, зниженням вартості, підвищенням гнучкості та ефективності діяльності.

По суті, здійснення перевезень складно віднести до високотехнологічних завдань, проте процеси, які підтримують цей вид діяльності, стають все більш впорядкованими, автоматизованими та інтегрованими. Інновації наповнюють транспортну галузь у вигляді взаємопов'язаних систем постачання, систем відслідковування і трасування вантажів, радіочастотних ідентифікаторів, оптимізації програмного забезпечення тощо.

Все більше уваги не лише науковців, а й практиків-управлінців, привертають проблеми інновацій саме в контексті розвитку сфери послуг, в тому числі транспортних. Традиційні методи конкурентної боротьби стають недостатніми і не приносять бажаних результатів, а отже основною конкурентною перевагою стає здатність до інновацій. Вони сприймаються як ключовий фактор успіху як на мікро- так і на макро- рівнях. Інновації є одним з найцінніших нематеріальних активів підприємства і їх відсутність в решті решт призводить до його краху.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тривалий час вчені-економісти не приділяли особливої уваги дослідженню інновацій в сфері послуг, досліджуючи лише інновації промислових підприємств. Зазвичай в вітчизняній і зарубіжній практиці інновації в сфері послуг розглядалися лише як діяльність, що доповнює виробничі процеси. Однак з розвитком сфери обслуговування по всьому світу і збільшенням потреб суспільства в продуктах цієї сфери, все більше дослідників починає приділяти увагу чинникам її ефективного функціонування, в тому числі інноваціям.

Підхід науковців до інновацій в сфері послуг лише як до користувачів інновацій промисловості почав змінюватися лише в останні десятиліття. Вітчизняні вчені дослідженням інновацій послуг почали займатися зовсім нещодавно. І тут слід відзначити праці Брензович К.С., Гринько Т.В., Максимчука О.С. Проте вони здебільшого зосереджувалися на загальних теоріях та тенденціях інноваційної діяльності в цій сфері і на сьогоднішній день в Україні так і не було сформовано визначення інновації послуги чи інновації транспортної послуги.

Серед зарубіжних науковців, які присвятили свої праці дослідженням цього питання, найбільші здобутки належать таким вченим як К. Ванс, А.Тріго, С.Майлз, Дж. Сундбо, Ф. Галлуа, Р. Баррас, К. Певвіт, Б. Тетер.

Метою статті є зміна класичного у вітчизняній практиці підходу до ототожнення інновацій послуг з інноваціями промисловості, визначення сутності інновацій транспортних послуг, обґрунтування підходів до їх класифікації.

Вклад основного матеріалу дослідження. Як правило при дослідженні інновацій в контексті промисловості, їх пов'язують з НДДКР, кількістю патентних заявок. Такий само підхід до інновацій послуг останнім часом все частіше піддається критиці, здебільшого з боку зарубіжних науковців, оскільки призводить до їх необ'єктивної оцінки. Найбільший вклад в цьому напрямку належить таким вченим, як С.Майлз [8], Дж. Сундбо [11], Ф. Галлуа [7], які в своїх роботах продемонстрували існування унікальної і важливої інноваційної діяльності в сфері послуг, яка суттєво відрізняється від інноваційної діяльності у промисловості.

Проведені аналітичні дослідження наукової літератури показали, що дійсно існують певні відмінності між інноваціями послуг та інноваціями промисловості – перші являють собою процеси, які повинні розглядатися окремо від останніх. Адже те, що сприймається як «продукт» підприємством сфери послуг, може сприйматися за «процес» на промисловому підприємстві.

Організація економічного співробітництва та розвитку (OECD) в останніх редакціях Керівництва Осло [9] приділяє не занадто багато уваги інноваціям в сфері послуг, проте зазначає, що вони отримують все більше визнання серед дослідників інновацій. Крім того зазначається, що особливістю діяльності в сфері послуг є розмиття меж між продуктами і процесами, адже процес виробництва і споживання тут відбувається одночасно.

В дослідженні Р. Кумбса та С. Майлза [6] наводяться три різні підходи до визначення сутності інновацій у сфері послуг: асиміляції, демаркації та синтезу. Підхід асиміляції підкреслює схожість між інноваціями-процесами в промисловості з інноваціями послуг. Підхід демаркації визнає відмінності між інноваціями в промисловості і сфері послуг, акцентуючи увагу на організаційній сутності останніх. Згідно підходу синтезу ігноруються особливості інновацій послуг і вони розглядаються так само як і інновації промисловості. Сам С.Майлз [8] під інноваціями послуг розумів нові чи вдосконалені системи надання послуг і відносив до них технологічні інновації, інновації в процесі надання послуги, нові методи створення і надання послуг.

Р. Баррас [3] стверджував, що інновації в сфері послуг розвиваються по циклу оберненому до життєвого циклу товару. Тобто спочатку відбувається впровадження нової технології (продукту діяльності промисловості), а потім вона призводить до нових послуг. Тобто в сфері послуг інновації-процеси призводять до інновацій-продуктів. Критики цього підходу [7, с. 10] зазначають, що подібні твердження вірні лише для технологічно насичених сфер діяльності.

К. Певвіт [10] зазначав, що більшість підприємств сфери послуг працює у галузях з низькою наукоємністю і залежать від постачальників інновацій, оскільки не мають можливості власними силами займатися дослідженнями і розробками. Дана теорія була допрацьована М. Міоззо та Л. Соет. Вони в сфері послуг виділяли галузі пов'язані з промисловістю (транспорт, зв'язок, торгівля, фінансові послуги тощо) і вважали, що в них зацікавлені постачальники нових технологій. Таким чином підприємства цих галузей приймають участь у створенні інновацій, обслуговуючи промисловість.

Слід виділити низку зарубіжних вчених, які займалися дослідженням інновацій послуг в контексті інноваційного розвитку, аналізуючи дані статистичних досліджень в цій сфері. Професор Манчестерського університету Б. Тетер [12] при порівнянні інновацій в сфері послуг і промисловості прийшов до висновку, що підприємства сфери послуг в більшій мірі концентрують увагу на організаційних інноваціях, тоді як промислові надають перевагу інноваціям-продуктам та інноваціям-процесам. До аналогічних висновків в своїх дослідженнях прийшли науковці з Іспанії [5] при порівнянні технологічних інновацій з організаційними та маркетинговими в сфері послуг та промисловості у своїй країні. Також вони відзначали, що промислові підприємства більш схильні до технологічних інновацій (продуктів чи/та процесів), тоді як представники сфери послуг більшу увагу концентрують на організаційних та маркетингових. Дослідження проведені в Швеції [2] підтвердили ці результати. Норвежські вчені [1], досліджуючи взаємозалежність інновацій і фінансових показників, дійшли висновків, що інновації позитивно впливають на фінансові результати як в промисловості так і в сфері послуг.

Згідно досліджень К. Ванса і А.Тріго [13] підприємства різних галузей сфери послуг мають різний рівень інноваційної активності. Так найбільш інноваційно активними на думку авторів є бізнес послуги, в той час як транспортні підприємства мають показники нижчі за середні. При цьому кожній галузі сфери послуг притаманний власний рівень наукоємності і іноді вона вища ніж у деяких галузях промисловості.

Сфера послуг багатогранна, тому не можна дати одне всеохоплююче визначення інновацій послуг чи розробити класифікаційні ознаки, що підходять усім інноваціям цієї сфери. На думку автора, різним видам діяльності в сфері послуг притаманні різні риси, обсяги, міри неосяжності продуктів діяльності та потоки знань, а отже і різні інноваційні процеси. Тому далі зосередимось на інноваціях транспортних послуг, визначення сутності яких власне і було метою цього дослідження.

Характеризуючи транспортні послуги, варто підкреслити, що вони мають низку особливостей та значно відрізняються від продукції діяльності інших галузей матеріального та нематеріального виробництва:

1. В широкому значенні діяльність транспорту направлена на подолання простору для переміщення людей і вантажів. Продуктом виробничої діяльності транспортних підприємств є транспортні послуги, корисний ефект від яких створює їх споживчу вартість.

2. Нематеріальний форма транспортної продукції поєднує місце, час, обсяги виробництва і споживання транспортних послуг. Тобто, транспортні послуги споживаються під час виробничого процесу.

3. Не зважаючи на нематеріальну форму транспортних послуг, вони як і будь-яка інша продукція характеризується якісними характеристиками для задоволення потреб споживача: вчасністю, доступністю, зручністю, безпекою тощо.

4. Діяльність транспорту обумовлена появою вторинного попиту. Тобто попит на транспортні послуги залежить від попиту на продукцію інших галузей, потребу в переміщенні якої (чи «до якої» у випадку пасажирських перевезень) він задовольняє. Транспортні послуги збільшують кінцеву вартість бажаного продукту для споживача, створюючи так звану додану вартість.

5. Структура витрат транспортних підприємств значно відрізняється від галузей матеріального виробництва – відсутні витрати на сировину, використовуються лише засоби праці, паливо і матеріали. Причому існує пряма залежність між витратою матеріально-технічних ресурсів і дорожніми та природно-кліматичними умовами. Крім того діяльність транспортних підприємств характеризується високою капіталоємністю, адже для здійснення перевезень необхідні відповідні транспортні засоби.

6. Кожна транспортна послуга носить індивідуальний характер – багатоскладність рухомого складу визначає їх якісну неоднорідність, а різноманітність побажань клієнтів призводить до значних відмінностей у собівартості та рентабельності.

Напрацювань присвячених інноваціям в сфері транспортних послуг на сьогоднішній день зовсім мало. В 2008 році С. Вагнер [14] опублікував результати свого дослідження, згідно яких за 40 років лише 6 праць було присвячено інноваціям в діяльності транспорту та логістиці. Тобто можна сказати, що увагу на це питання звернули лише в останнє десятиліття. Вважаємо, що перебуваючи всередині ланцюга поставок транспортні підприємства поєднують промисловість і сферу послуг. Глобалізація економіки і підвищення конкурентного тиску змусили підприємців шукати нові методи зниження витрат і поліпшення обслуговування споживачів, в тому числі за рахунок логістики. Таким чином логістика стала розглядатися як важливий інструмент в конкурентній боротьбі, що в свою чергу поживало конкуренцію між транспортними підприємствами і їх прагнення до інновацій, як основного чинника успіху.

Одним з найгрунтовніших досліджень в цьому напрямі вважаємо працю [4], в якій автори з використанням математичного моделювання і бінарних регресійних моделей аналізували статистичні дані транспортно-експедиційних та логістичних підприємств Турції. Вони довели, що наступні фактори чинять позитивний вплив на інновації: відкритість зовнішніх джерел інформації, ефективне використання власних джерел інформації, витрати на наукові дослідження і розробки (в т.ч. внутрішні), співпраця у розвитку логістичної мережі, використання фінансової підтримки, кількість співробітників і розмір ринку.

Відповідно до термінології OECD [9] інноваційна діяльність, в тому числі на транспортних підприємствах, складається з наукової (дослідницької), технічної, організаційної, фінансової, маркетингової (комерційної) діяльності, метою якої є впровадження нових або суттєво поліпшених продуктів і процесів. Інновації в транспортній галузі покликані вирішити проблему зростаючих потреб транспортних підприємств в умовах обмежених ресурсів (матеріальних, фінансових, виробничих, людських тощо). Для цих цілей інновації можуть бути спрямовані як на поліпшення вже існуючого потенціалу підприємства, так і на формування нового. Проте краще орієнтуватися на вже існуючий потенціал. Для більш ефективного використання вже

існуючого транспортного потенціалу інновації мають бути направлені на поліпшення транспортних засобів, логістики, організаційних та управлінських методів, маркетингової діяльності, системи фінансування діяльності підприємства тощо.

На основі проведеного вище дослідження, вважаємо за можливе дати власне визначення інновацій в сфері транспортних послуг. Під інноваціями в сфері транспортних послуг автор розуміє нові дії, направлені на впровадження нових або удосконалення вже існуючих процесів, що призводять до поліпшення всіх аспектів (економічних, фінансових, технічних, технологічних тощо) діяльності транспортних підприємств для максимального підвищення економічних або соціальних результатів їх функціонування.

Згідно з рекомендаціями Керівництва Осло [9], при обстеженні інноваційної діяльності розрізняють технологічні (продуктові і процесові) та нетехнологічні (маркетингові і організаційні) інновації. Як було сказано вище, продуктом діяльності в сфері послуг є процес, погоджуємося з думкою [15], що продуктовою інновацією в сфері послуг є впровадження принципово нових послуг, вдосконалення існуючих послуг шляхом додавання нових функцій або характеристик, значні поліпшення в забезпеченні послуг. До процесних інновацій сфери послуг вчений включає розробку і впровадження виробництва й надання послуг.

На думку автора під продуктовими інноваціями транспортного підприємства слід розуміти принципово нові або вдосконалені процеси перевезень пасажирів або переміщення вантажів, які можуть забезпечити споживачу об'єктивно нові переваги чи можливості. Процесними інноваціями на транспортному підприємстві можна вважати розробку і впровадження нових чи значно вдосконалених методів в різних аспектах транспортних послуг, що призведуть до поліпшення їх якості та ефективності, тобто до впровадження продуктових інновацій. Вони можуть бути пов'язані зі змінами в організації та технології перевезень, логістикою, людськими ресурсами, методами роботи, рухомим складом, устаткуванням, обслуговуванням та комбінацією таких змін.

Слід зазначити, що науковцями приділялося дуже багато уваги дослідженням не лише сутності, а й класифікації інновацій і було запропоновано безліч їх типів. Проте розгляд інновацій з точки зору сфери діяльності приводить до необхідності нового погляду на типи інновацій, притаманні саме діяльності транспортних підприємств. На основі опрацьованих джерел автор пропонує адаптований перелік класифікаційних ознак для інновацій в сфері транспортних послуг (табл. 1). Слід зазначити що в сучасній економічній теорії допускається лише базова система категоризації інновацій, згідно якої розрізняють інновації-продукти і інновації-процеси. Додаткова класифікація інновацій розглядається лише як засіб розширення їх визначень.

Таблиця 1.
Класифікація інновацій транспортних підприємств

Класифікаційна ознака	Типи інновацій	Сутність
За характером та сферою застосування	продуктові	принципово нові або вдосконалені процеси перевезень пасажирів або переміщення вантажів, які можуть забезпечити споживачу об'єктивно нові переваги чи можливості
	процесні	розробка і впровадження нових чи значно вдосконалених методів в різних аспектах транспортних послуг, що призведуть до поліпшення їх якості та ефективності, тобто до впровадження продуктових інновацій
	організаційно-управлінські	орієнтовані на реалізацію нових організаційних процесів та систем управління діяльністю підприємства
	маркетингові	пов'язані зі сферою продаж і маркетингом транспортних послуг
За причинами	поточні	впроваджуються для певних змін на підприємстві і направлені на збереження ефективності його діяльності
	примусові	виникають у відповідь на кризові ситуації
	випадкові	виникають при появі можливості а не необхідності
За ефектом	радикальні	проривні зміни, що повністю трансформують методи функціонування підприємства чи транспортної системи
	поступові (інкрементні)	засновані на поліпшенні вже існуючого, здебільшого це модифікації у відповідь на зміни в середовищі
За результатом	автономні	якщо отримане рішення не було результатом пошуку
	індуктивні	створені як відповідь на існуючий попит в результаті досліджень
За діапазоном	стратегічні	стосуються довгострокових інноваційних проектів і забезпечують досягнення стратегічних цілей
	тактичні	стосуються всіх поточних змін в наданні транспортних послуг, використанні технологій та організації діяльності, які допомагають здійснювати ефективне управління і дотримуватися сучасних тенденцій
За процесом	безперервні	виникають при постійному інноваційному процесі

	перервані	виникають за періодичної інноваційної діяльності підприємства
За оригінальністю	новаторські (креативні)	оригінальні результати, які ще не були впроваджені і не використовувалися при наданні транспортних послуг
	адаптивні	результати, що дублюють і адаптують рішення, які вже десь застосовуються
За масштабом	світові	на світовому рівні
	регіональні	на регіональному рівні
	національні	на національному рівні
	галузеві	на галузевому рівні
За місцем виникнення	на рівні підприємства	на рівні постачальника транспортних послуг
	зовнішні	створені на підприємстві
За результативністю	внутрішні	створені поза підприємством
	прибуткові	грошові потоки від впровадження позитивні
	безбиткові	вигоди від впровадження дорівнюють витратам на впровадження, мають сенс лише за умови отримання додаткового некомерційного ефекту
	неприбуткові (збиткові)	грошові потоки від впровадження негативні, впровадження має сенс лише якщо отриманий некомерційний ефект важливіший за понесені збитки

Джерело: власна розробка

Висновки. На основі опрацьованих праць зарубіжних дослідників, присвячених інноваціям в сфері послуг, і з врахуванням специфіки досліджуваної галузі, автор вважає за можливе навести наступні закономірності, притаманні інноваціям транспортних послуг:

1. Транспортним підприємствам в зв'язку зі специфікою їх діяльності, в більшій мірі притаманні процесні та організаційно-управлінські інновації. Збільшення чи зменшення ваги цих типів інновацій в їх загальній структурі не може свідчити як про позитивні так і про негативні тенденції в галузі або на підприємстві. Подібні висновки можна робити лише на основі загальної динаміки обсягів інноваційної діяльності.

2. Основною рушійною силою для активізації інноваційної діяльності на транспортних підприємствах є знання. Тому наявність власної бази знань і можливість доступу до зовнішніх джерел інформації відіграє ключову роль в активізації інноваційної діяльності. На підприємстві повинна бути добре налагоджена система отримання і обміну інформацією між його структурними елементами. Вагомим чинником тут також може стати запрошення зовнішніх консультантів.

3. Важливим чинником для здійснення інновацій є наявність висококваліфікованого персоналу. Підприємству потрібні досвідчені спеціалісти які здатні добувати нові знання і використовувати їх на практиці. Постійне підвищення рівня знань і кваліфікації, участь у конференціях і семінарах для обміну досвідом є запорукою майбутнього успіху в інноваційній діяльності. Кваліфікованість кадрів є ключовим моментом для інноваційної діяльності на всіх підприємствах сфери послуг, в тому числі на транспортних.

4. Науково-дослідні роботи, здійснювані власними силами підприємства, позитивно впливають на інновації, навіть якщо в їх результаті не виникає інновація. Ця закономірність ґрунтується на двох попередніх пунктах, оскільки науково-дослідна робота підвищує рівень обізнаності і розширює досвід, необхідний в майбутньому для здійснення інновацій.

5. Придбання результатів науково-дослідних робіт і розробок активізує інноваційну діяльність. Незалежно від того належить підприємство до промисловості чи сфери послуг, НДДКР залишаються ключовим чинником інноваційної діяльності.

6. Витрати на внутрішні і зовнішні НДДКР необхідні для інноваційної діяльності. Цей пункт ґрунтується на двох попередніх. Недостатні фінансові витрати на придбання зовнішніх чи створення внутрішніх НДДКР зазвичай є основною перешкодою для транспортних підприємств на шляху до інновацій.

7. Розмір підприємства важливий для здійснення інновацій. Інноваційна діяльність вимагає від підприємств великих витрат ресурсів (фінансових, людських, матеріальних) і тому великі підприємства мають більше шансів в цій сфері.

8. Для здійснення інновацій транспортними підприємствами необхідна тісна співпраця. Підприємства можуть співпрацювати з конкурентами, постачальниками та замовниками, вищими навчальними закладами, науковими установами тощо. Інформація отримана з зовнішніх джерел може стати засобом досягнення нових конкурентних переваг підприємством, оскільки може надати нові знання і розширити власну базу даних.

9. Стан і розмір ринку транспортних послуг має значення для здійснення інновацій. По-перше, конкуренція на ринку спонукає підприємства до інновацій і розширює можливості для співпраці. По-друге, відповідно до специфіки діяльності транспортних підприємств, розширення їх діяльності відбувається в географічних масштабах.

Література.

1. Aas T. H., Pedersen P. E. The impact of service innovation on firm-level financial performance // The Service Industries Journal. – 2010. – Vol. 13. – №. 1. – С. 10-20.

2. Arvanitis S. Explaining innovative activity in service industries: Micro data evidence for Switzerland // *Economics of Innovation and New Technology*. – 2008. – Vol. 17. – №. 3. – С. 209-225.
3. Barras R. Towards a theory of innovation in services // *Research policy*. – 1986. – Vol. 15. – №. 4. – С. 161-173.
4. Determinants of Logistic Sector Innovation Creating Common Value Nodes in Supply Chain // *LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi*. – 2015. – Vol. 6. – №. 2 – С. 37-58.
5. Castro L. M., Montoro-Sanchez A., Ortiz-De-Urbina-Criado M. Innovation in services industries: current and future trends // *The Service Industries Journal*. – 2011. – Vol. 31. – №. 1. – С. 7-20.
6. Coombs R., Miles I. Innovation, measurement and services: the new problematique // *Innovation systems in the service economy*. – Springer, Boston, MA, 2000. – С. 85-103.
7. Gallouj F. Innovating in reverse: services and the reverse product cycle // *European Journal of Innovation Management*. – 1998. – Vol. 1. – №. 3. – С. 123-138.
8. Miles I. Services Innovation: A Reconfiguration of Innovation Studies / Miles I. // University of Manchester: PREST discussion paper DP01-05, 2001. – 432 p.
9. Organisation for Economic Cooperation and Development. Frascati Manual 2015: Guidelines for Collecting and Reporting Data on Research and Experimental Development. – OECD Publishing, 2015. – 402 p.
10. Pavitt K. Sectoral patterns of technical change: towards a taxonomy and a theory // *Research policy*. – 1984. – Vol. 13. – №. 6. – С. 343-373.
11. Sundbo J. Management of innovation in services // *Service Industries Journal*. – 1997. – Vol. 17. – №. 3. – С. 432-455.
12. Tether B. S. Do services innovate (differently)? Insights from the European innobarometer survey // *Industry & Innovation*. – 2005. – Vol. 12. – №. 2. – С. 153-184.
13. Vence X., Trigo A. Diversity of innovation patterns in services // *The Service Industries Journal*. – 2009. – Vol. 29. – №. 12. – С. 1635-1657.
14. Wagner S. M. Innovation management in the German transportation industry // *Journal of Business Logistics*. – 2008. – Vol. 29. – №. 2. – С. 215-231.
15. Покровская Л. Л. Реализация инноваций как фактор развития сферы услуг // *Теория и практика общественного развития*. – 2012. – №. 9. – С. 225-228.

References.

1. Aas, T. H., and Pedersen, P.E. (2010), "The impact of service innovation on firm-level financial performance", *The Service Industries Journal*, vol. 31, no. 1, pp. 1-20.
2. Arvanitis, S. (2008), "Explaining innovative activity in service industries: Micro data evidence for Switzerland", *Economics of Innovation and New Technology*, vol. 17, no. 3, pp. 209-225.
3. Barras, R. (1986), "Towards a theory of innovation in services", *Research Policy*, vol. 15, no. 4, pp. 161-173.
4. Burmaoglu, S., Kazancoglu, Y., Sesen, H. (2015) "Determinants of logistics sector innovation: creating common value nodes in supply chain", *EUL Journal of Social Sciences*, vol. 6, no. 2, pp. 37-58.
5. Castro, L. M., Montoro-Sanchez, A., & Ortiz-De-Urbina-Criado, M. (2011), "Innovation in service industries: Current and future trends", *The Service Industries Journal*, vol. 31, no. 1, pp. 7-20.
6. Coombs, R. and Miles, I., (2000), "Innovation, measurement and services: the new problematique", *Innovation Systems the Service Econom*, Springer, Boston, MA, pp.85-103
7. Gallouj F., (1998), "Innovating in reverse: services and the reverse product cycle", *European Journal of Innovation Management*, vol. 1, no. 3, pp. 123-138.
8. Miles, I. (2001), *Services innovation: A reconfiguration of innovation studies (PREST Discussion Paper 01 – 05)*, University of Manchester, Manchester, UK.
9. OECD (2015), *Frascati Manual 2015: Guidelines for Collecting and Reporting Data on Research and Experimental Development*, OECD Publishing, Paris, France.
10. Pavitt, K. (1984), "Sectoral patterns of technical change: towards a taxonomy and a theory", *Research policy*, vol. 13, no. 6, pp. 343-373.
11. Sundbo, J. (1997), "Management of innovation in services", *The Service Industries Journal*, vol. 17, no. 3, pp. 432-455.
12. Tether, B.S. (2005), "Do services innovate (diferently)? Insights from the European Innobarometer Surrvey", *Industry and Innovation*, vol. 12, no. 2, pp. 153-184.
13. Vence, X. and Trigo, A. (2009) "Diversity of innovation patterns in services", *Service Industries Journal*, vol. 29, no. 12, pp. 1635 - 1657.
14. Wagner, S.M. (2008), "Innovation management in the German transportation industry", *Journal of Business Logistics*, vol. 29, no. 2, pp. 215-231.
15. Pokrovskaya, L.L. (2012) "Implementation of innovations as a factor of service sector development", *Theory and practice of social development*, no. 9, pp. 225-228.

Стаття надійшла до редакції 04.04.2018 р.