

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СЕРВІСНІ ІННОВАЦІЇ

Стаття присвячена дослідженню концепції діджиталізації суспільства, впровадження цифрової економіки та їх вплив на надання інноваційних послуг. Аналізовані різновиди інновацій за типом вигоди або користі, яку вони приносять споживачеві та за рівнем «визначеності» послуги. Розглянуті послуги, які використовують інновацію та послуги, які формують нові ринки.

Ключові слова: діджиталізація, послуги, інноваційні послуги, інноваційний цикл.

Постановка проблеми. Сфера послуг сьогодні – це одна з найперспективніших галузей економіки, яка до того ж швидко розвивається. В умовах глобалізації світової економіки сфера послуг набуває динамічного розвитку та стає одним із впливових чинників, від яких залежить зростання економіки, підвищення конкурентоспроможності країни на світових ринках, покращення добробуту населення.

За сучасних умов відбувається діджиталізація суспільства, тобто перехід з офлайну до онлайн-режиму всіх сфер існування людства. Розвиток інформаційних технологій та глибоке проникнення мережі Інтернет у всі сфери діяльності деформують ринки товарів та послуг в їх звичному розумінні, впливаючи як на споживачів, так і на бізнес. Трансформація сфери господарювання, шляхом впровадження цифрових технологій, підвищує продуктивність компаній, оптимізує бізнес-процеси а також вдосконалює відносини зі споживачами. Зростання частки сфери послуг пов'язано з збільшенням кількості приладів та додатків з владштованим штучним інтелектом, котрі синтезують великий об'єм даних.

Мета. Дослідження інноваційних послуг в призмі діджиталізації та оцифрування інформації, огляд типів інновацій та виокремлення різновидів інноваційних послуг за критеріями. Аналіз життєвого циклу інновацій загалом та інноваційних послуг зокрема.

Стан дослідження. Особливості інноваційного розвитку країни, об'єкти інноваційної сфери досліджували такі науковці-юристи та економісти, як Атаманова Ю.Є., Заблоцька Р.А., Задихайло Д.В., Мілаш В.С., Шевчук С.В. З огляду на бурхливе розгалуження Інтернет-ресурсів, діджиталізації та впровадження нових технологій є потреба в дослідженні інноваційних послуг та їх особливостей за сучасних умов існування.

Виклад основного матеріалу. Сервісна сфера (service з англійської як послуга) охоплює значну кількість видів діяльності, об'єднаних у групи за до-

могою різних класифікацій, що використовуються як на міжнародному, так і на національному рівнях. Так, у рамках класифікації СОТ (Світової організації торгівлі – від англ. World Trade Organization) виділено понад 150 видів послуг, згрупованих у 12 секторів. Поряд із класифікацією СОТ у світовій практиці використовуються класифікація Організації економічного співробітництва і розвитку (Organisation for Economic Cooperation and Development), Міжнародна стандартна галузева класифікація всіх видів економічної діяльності (International Standard Industrial Classification of All Economic Activities) та ін.

За сучасних умов господарювання все більшого розвитку набувають послуги, пов'язані із застосуванням інноваційних процесів. Четверта промислова революція, або як її ще називають «Промисловість 4.0», передбачає стрімке впровадження нових процесів у виробництво високотехнологічних товарів та послуг, які спрямовані на задоволення бажань та потреб кожного окремого споживача. Вплив інноваційних процесів, котрі відбуваються при зміні технологічного укладу з п'ятого на шостий, на сферу послуг в певній мірі більший за вплив на сферу матеріального виробництва. Тож виникає потреба у дослідженні правової категорії інноваційних послуг, як різновиду інноваційної продукції.

Відповідно до законодавства України інноваційна продукція – це нові конкурентоздатні товари чи послуги, що відповідають вимогам, встановленим Законом «Про інноваційну діяльність». Отже, в даному випадку законодавець визначає, що послуги є різновидом інноваційної продукції за тих умов, що вони у повному обсязі співрозмірні приписам, встановленим нормативно-правовими актами. Задля правильного розуміння визначення поняття «інноваційні послуги» та окреслення його співвідношення з категорією «послуга в інноваційній сфері» необхідно чітко дослідити та аналізувати господарсько-правову природу таких послуг у їхньому комплементарному зв'язку з типізацією інновацій.

Економісти розрізняють чотири типи інновацій: продуктові, процесові, маркетингові й організаційні. Продуктовою інновацією є впровадження товару або послуги, що є новими або значно поліпшеними за його властивостями або способами використання. До них включають значні вдосконалення в технічних характеристиках, компонентах і матеріалах, у вбудованому програмному забезпеченні, у рівні сумісності з користувачем або в інших функціональних характеристиках. Процесова інновація є впровадженням нового або значно поліпшеного способу виробництва або доставки продукту та охоплює значні зміни в технології, виробничому устаткуванні або програмному забезпеченні. Процесові інновації мають на меті зниження собівартості виробництва або витрат з доставки продукції та надання послуг, підвищення їх якості. Маркетингова інновація є впровадженням нового методу продажу, просування на ринок або в призначенні продажної ціни, що націлені на краще задоволення потреб споживача, відкриття нових ринків або завоювання нових позицій для продукції підприємства на ринку з метою збільшення обсягу продажу. Відмінною рисою маркетингової інновації в порівнянні з іншими змінами в маркетинговому інструментарії є впровадження такого методу продажу, що не використовувався підприємством раніше. Організаційна інновація є впровадженням нового організаційного методу в діяльності підприємства, в організації робочих місць або зовнішніх зв'язків. Організаційні інновації можуть бути спрямовані на підвищення ефективності діяльності підприємства за допомогою скорочення адміністративних витрат або оперативних витрат, підвищення задоволеності службовців станом своїх робочих місць (і тим самим продуктивності праці), розширення доступу до нетоварних активів (таких як некодифіковані знання із зовнішніх джерел) або зменшення витрат на постачання. Відмінною рисою організаційної інновації від інших організаційних змін на даному підприємстві є впровадження будь-якого організаційного методу (в діяльності підприємства, в організації робочих місць або в зовнішніх зв'язках), що не використовувався підприємством раніше і є результатом реалізації стратегічних рішень керівництва.

Отже, аналізуючи вищевикладене слід визначити, що інноваційні послуги можуть бути надані при застосуванні будь-якого з вищевказаних типів інновацій. В економічній доктрині доведено, що багато інновацій можуть мати ознаки відразу двох або більше типів. Наприклад, суб'єкт господарювання впроваджує нову послугу, яка вимагає також створення нової інноваційної процедури її надання, отже в такому випадку послуга є й продуктовою, й процесною

інновацією. В деяких випадках інноваційні послуги можуть бути одночасно продуктовими та маркетинговими інноваціями. Якщо в послугу вносяться зміни, що характерно змінюють її функції та способи використання та в той же час змінюється вигляд даної послуги та способи її впровадження, що є часткою нового маркетингу.

Л. Беррі, В. Шанкара, Дж. Т. Періш, С. Кадваллер і Т. Доцела в роботі «Creating New Markets Through Service Innovations» відзначають [1, с. 58], що інноваційна послуга – це сервіс, здатний або сформулювати абсолютно новий ринок, або таким чином реформувати існуючий, щоб отримувати непередбачений прибуток протягом тривалого часу. Авторі виявляють відмінність інноваційних послуг за двома критеріями: за типом вигоди або користі (benefit), яку вони приносять споживачеві, і за рівнем «визначеності» (separability) послуги. У першому випадку бізнес породжує інновації, пропонуючи нову значущу послугу або новий спосіб її надання. Наприклад, Cirque du Soleil поклав початок новому ринку «живих» розваг, запропонувавши глядачам шоу, яке не є ні цирком, ні танцювальним поданням, а гібридом того і іншого. Ці унікальні шоу мають оглушливий успіх, продаючи 97% квитків на кожну виставу. Однак спосіб надання послуги стандартний: споживачі заздалегідь купують квитки і йдуть з ними в театр. Навпаки, University of Phoenix надає студентам можливість отримувати основну для себе користь – диплом коледжу – новим способом передачі послуги – через інтернет. University of Phoenix став найбільшим американським вищим навчальним закладом всього за кілька років. Другий критерій стосується того, чи повинна послуга бути проведена і надана в один і той же час. Сучасні технології перетворили сервіси, в яких раніше виробництво було невіддільне від споживання, в послуги, якими можна скористатися у будь-який час і в будь-якому місці.

Розпорядженням Кабінету Міністрів України № 67 Р від 17 січня 2018 року «Про концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018 — 2020 роки» було започатковано правове забезпечення розвитку цифрової економіки в Україні [2]. Основна мета цифровізації полягає у досягненні цифрової трансформації існуючих та створенні нових галузей економіки, а також трансформації сфер життєдіяльності у нові більш ефективні та сучасні. Такий приріст є можливим лише тоді, коли ідеї, дії, ініціативи та програми, які стосуються цифровізації, будуть інтегровані, зокрема, в національні, регіональні, галузеві стратегії і програми розвитку.

Економісти також визнають існування деяких різновидів інноваційних послуг, відносячи до них

послуги, які використовують інновацію (послуги, що надаються із застосуванням інновації продукту або інновації-технології) та послуги, які формують нові ринки (послуги, що не припускають використання інновації, але вперше запропоновані на ринку).

Послуги, які в процесі надання використовують інновацію. Науковці-економісти пропонують даний вид інноваційних послуг називати «чиста інноваційна послуга», оскільки наявна не тільки новизна власне послуги, але і новизна способу, за допомогою якого дана послуга надається. Швидше за все, послуга буде надаватися із застосуванням винаходу, а не корисної моделі і промислового зразка (як, наприклад, перші комп'ютерні томограми органів). Але не виключені й інші варіанти. Можна спостерігати приклади успішної реалізації послуг, які передбачають використання інновацій - корисних моделей (оснащення залів в кінотеатрах кріслами з ложементом для попкорну). Звичайно, навряд чи істотно відрізняється від традиційної послуга, яка надається з використанням інновації - промислового зразка (характеризується змінами художньо конструкторського плану, в зовнішньому вигляді виробу: наприклад, використання в салоні краси пристосувань для манікюру незвичайної форми і кольору). Але, поки суб'єкт володіє монополією правом на використання подібного поліпшення або псевдоінновації, послуга цілком може вважатися інноваційною.

Послуга, що формує нові ринки – це послуга, що не припускає використання інновації, але вперше запропонована на ринку. Даний вид послуг в періодичних виданнях пропонують називати «оригінальна послуга» (за аналогією з критерієм «оригінальність», застосовуваним до промислового зразка (нестандартність зовнішнього вигляду) і частково пов'язаним з критерієм «новизна», застосовуваним і до корисної моделі (важливими є новизна не елемент, а лише їх комбінації). Доволі складно довести першість компанії в наданні послуги. У випадку з чистою інноваційною послугою, характерною ознакою буде документ - патент або ліцензія на об'єкт права інтелектуальної власності, що використовувався в процесі надання такої послуги. Для оригінальних послуг можливості патентування відсутні. Тим не менш оригінальні послуги формують новий ринок, де компанія - «першопроходець» буде деякий час монополістом. Крім того, фірма - виробник оригінальної послуги, прагнучи забезпечити захист репутації та іміджу, напевно зареєструє і буде просувати свій знак обслуговування і бренд. Відповідно ознакою оригінальної послуги, буде відсутність конкурентів на світовому ринку і наявність унікального бренду.

Відповідно до статті 5 Закону України «Про інноваційну діяльність» суб'єктами інноваційної діяльності визнаються фізичні та (або) юридичні особи незалежно від національної приналежності, їх об'єднання, які провадять в Україні інноваційну діяльність і (або) залучають майнові та інтелектуальні цінності, вкладають власні чи запозичені кошти в реалізацію в Україні інноваційних проектів [3]. Таким чином законодавець закладає предметно-організаційний критерій до визначення суб'єктів інноваційної діяльності. Тобто, окрім суб'єктів, які здійснюють інноваційну діяльність на постійній основі, постають суб'єкти, для яких інноваційна діяльність є фактично допоміжною. Такими є підприємства, котрі здійснюють інвестиційну діяльність в об'єкти інноваційної діяльності та суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність. Законодавець також виокремлює як суб'єкт інноваційної діяльності інноваційне підприємство. У відповідності до статті 1 Закону України «Про інноваційну діяльність» інноваційним підприємством визнається підприємство (об'єднання підприємств) будь-якої форми власності, якщо більше ніж 70 відсотків обсягу його продукції (у грошовому вимірі) за звітний податковий період є інноваційні продукти і (або) інноваційна продукція. Тож постає питання, як кваліфікувати підприємства, котрі виробляють інноваційну продукцію у меншому відсотку відносного власного обсягу його продукції, але наприклад, більшому, ніж інші суб'єкти господарювання, які виробляють тільки інноваційну продукцію та є інноваційними підприємствами. В той же час необхідно дійти висновку, що поняття «суб'єкт інноваційної діяльності» та «інноваційне підприємство» не є тотожними поняттями, а суб'єктами ринку інноваційних послуг є не тільки суб'єкти інноваційної діяльності, а й споживачі, дилери та інші. Загалом при визначенні суб'єктів інноваційної діяльності йдеться про суб'єктів, які мають можливість на отримання державної підтримки на конкурентних засадах та спеціального режиму господарювання при здійсненні інноваційної діяльності.

Ринок послуг порівняно з іншими ринками товарів має певні особливості та характеризується: високою швидкістю обороту капіталу внаслідок більш короткого виробничого циклу; територіальною сегментацією і локальністю; високою диференційованістю продукту в одній і тій же галузі; індивідуальністю і нестандартністю наданих послуг і технологій у багатьох галузях сфери послуг; високою невизначеністю результату під час надання послуг, наявністю асиметрії маркетингової інформації; високою чутливістю до ринкової кон'юнктури.

У наукових дослідженнях інноваційних процесів поняття життєвого циклу інновації показує поетапну трансформацію інновації, а саме інноваційний цикл, котрий відображає практичне виконання інноваційного процесу і включає всі етапи (дослідження, розробка, апробація, виробництво, дифузія) в зв'язку з конкретними результатами їх виконання (знання, ідеї, нововведення, інноваційні продукти та технології). Це дозволяє використовувати моделі інноваційних циклів при аналізі та управлінні інноваційною діяльністю організацій.

Заблоцька Р.А. визначає, що формування інноваційної політики в сфері послуг має здійснюватися у відповідності з теорією життєвого циклу послуг [4].

Початком життєвого циклу будь-якої послуги служить інноваційна стадія (або стадія розробки), по завершенню якої підприємницькі структури приступають до впровадження послуги на ринок, використовуючи для цього заходи маркетингового впливу і, зокрема, проводячи активну інформаційно-рекламну кампанію щодо послуги-новинки. У міру досягнення необхідної інформаційної насиченості (і за умови повної відповідності характеристик товару споживчому попиту) спочатку поступово, а потім із зростаючими темпами починають збільшуватися показники-індикатори економічних змін. Період, протягом якого фіксується збільшення темпів зростання обсягу реалізації і прибутку, називається стадією росту, настання якої і є визнанням послуги на ринку. Цей період має і негативні прояви. Він знаменує появу конкурентних процесів, які мають поки приховану (потенційну форму), але здатні активізуватися при певних обставинах. На цій стадії, доцільно якісне удосконалення послуги, яку можна вважати як виставлення додаткових бар'єрів для конкурентів, маючи на увазі, що перед конкурентами ставиться завдання виробництва послуги, яка перевершує в якісному відношенні послуги-аналоги, які обертаються на ринку, або володіє ціною перевагою. Підвищення якості виробленої послуги на стадії зростання можна розглядати як один з етапів єдиної інноваційної політики, обумовленої зміною ринкової кон'юнктури. Наступна стадія життєвого циклу послуги - стадія насичення, на якій відбувається поступове абсолютне зниження обсягу продажів і прибутку. При цьому важливо чітко зафіксувати момент переходу з однієї стадії в іншу, виділивши «точку перелому». Саме в цей момент рекомендується розпочати наступний етап інноваційного процесу і приступити до розробки нової послуги. Основою тривалого функціонування в ринковому середовищі, є заміна застарілої послуги новою. Тільки в цьому випадку функціонуючі підприємницькі

структури в складних умовах ринку послуг набувають здатність до вирішення комплексних стратегічних завдань.

Заблоцька Р.А. підкреслює, що існують два інноваційних періоди, перший - пов'язаний з приростом інноваційного потенціалу послуги, що вже обертається на ринку, другий - з послугою, покликаною її замінити [4]. На рубежі інноваційних періодів і повинні здійснюватися основні інвестиції у розвиток виробничо-господарської діяльності.

Наукові видання зазначають, що інноваційний цикл складається зі стадій, на кожній з яких наявний різний за ступенем «довершеності» інтелектуальний продукт або оформлений належним чином результат науково-дослідних, дослідно-конструкторських, технологічних робіт, або готовий об'єкт права інтелектуальної власності до розроблення проєкту його провадження, або вже існує інноваційна розробка чи інноваційний продукт як найбільш завершений результат зі створення нового конкурентоспроможного продукту.

Слід звернути увагу, що у 2011 році науковцями кафедри господарського права Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого та Національної академії правових наук був розроблений проєкт Інноваційного кодексу [5]. Дослідники виділяють, що результатами інноваційної діяльності є: випуск нової (вдосконаленої) продукції; застосування нових технологій, обладнання, сировини та/чи інших ресурсів; надання нових послуг або послуг більш високої якості, що засновані на інноваційному продукті; поєднання одного або декількох вище перерахованих способів. Відповідно до Проєкту інноваційними послугами є послуги, які є результатами інноваційної діяльності та надаються з використанням нових розробок, що набули якості інновацій. Тож звертаємо увагу, що в даному випадку інноваційні послуги не є «інноваційною продукцією», а є окремою категорією наряду з вищевказаною.

Четверта промислова революція активізує надання інноваційних послуг шляхом впровадження нових інноваційних процесів та виробництва нових високотехнологічних товарів. У роботі «Design Principles for Industrie 4.0 Scenarios» однією зі складових Промисловості 4.0. поруч з кіберфізичними системами, інтернетом речей та розумними заводами було виокремлено інтернет послуг – надання послуг постачальниками через Інтернет. Інтернет послуг та хмарні обчислення сприятимуть гнучкому реагуванню на потреби ринку без необхідності капітальних витрат споживачами інформаційних технологій, оскільки безпосередньо будуть забезпечуватись провайдером хмарних послуг.

Висновки. Аналізуючи вищевикладене, слід підкреслити те, що інноваційні послуги можуть бути надані при застосуванні продуктивних, процесових, маркетингових й організаційних інновацій та можуть мати ознаки відразу двох або більше типів.

Існують деякі різновиди інноваційних послуг, а саме послуги, які використовують інновацію (послуги, що надається із застосуванням інновації продукту або інновації-технології) та послуги, які формують нові ринки (послуга, що не припускає використання інновації, але вперше запропонована на ринку). У випадку з чистою інноваційною послугою, характерною ознакою буде документ - патент або ліцензія на об'єкт права інтелектуальної власності, що використовуватиметься в процесі надання такої послуги. Для оригінальних послуг можливості патентування відсутні.

Розпорядженням Кабінету Міністрів України № 67Р від 17 січня 2018 року «Про концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на

2018–2020 роки» було започатковано правове забезпечення розвитку цифрової економіки в Україні. Проте через відсутність внутрішнього ринку IT-спеціалісти працюють на іноземних платформах, продаючи послуги та оцифровуючи їх економіку. Діджиталізація (оцифрування інформації) сприяє швидкому впровадженню нових технологій при наданні послуг, що збільшує зростання уваги до особливостей інноваційних послуг та їх економіко-правової характеристики.

Поняття економіко-правової категорії «інноваційна послуга» законодавчо визначене лише як різновид інноваційної продукції та не має закріпленої дефініції у жодному нормативно-правовому акті. Отже, керуючись вищевикладеним, пропонуємо ввести зміни в діюче законодавство та під інноваційними послугами, як різновидом інноваційної продукції розуміти нові конкурентоздатні послуги, котрі надаються при застосуванні інновацій суб'єктами інноваційної діяльності та відповідають життєвому циклу інновацій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Leonard L. Berry, Venkatesh Shankar, Janet Turner Parish, Susan Cadwallader and Thomas Dotze. The Four Types of Market-Creating Service Innovations. *MIT Sloan Management Review*, 2006, 27 (2), p. 56-63.
2. Про концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018 — 2020 роки: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 січня 2018 року № 67 Р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80/stru>.
3. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 № 40-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/40-15>.
4. Заблоцька Р. А. Інноваційний розвиток сфери послуг. Міжнародні відносини. Серія «Економічні науки». 2015. №. 4. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/2551.
5. Проект Інноваційного кодексу України / Нац. акад. правов. наук України, НДІ прав. забезп. іннов. розвитку, Нац. ун-т «Юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого». Харків: Право, 2011. 136 с.

REFERENCES

6. Leonard L. Berry, Venkatesh Shankar, Janet Turner Parish, Susan Cadwallader and Thomas Dotze. (2006). The Four Types of Market-Creating Service Innovations. *MIT Sloan Management Review*, 27 (2), 56-63 [in English]
7. Pro kontseptsiuu rozvytku tsyfrovoy ekonomiky ta suspilstva Ukrainy na 2018 — 2020 roky: Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 17 sichnia 2018 roku № 67 R. (2018). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80/stru> [in Ukrainian]
8. Pro innovatsiinu diialnist: Zakon Ukrainy vid 04.07.2002 № 40-IV. (2002). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/40-15> [in Ukrainian]
9. Zablotska R.A. (2015) Innovatsiinyi rozvytok sfery posluh. *Mizhnarodni vidnosyny. Seriiia «Ekonomiczni nauky» – International Relations. Ser. “Economic Sciences”, 4*. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/2551 [in Ukrainian]
10. Proekt Innovatsiinoho kodeksu Ukrainy (2011). Nats. akad. pravov. nauk Ukrainy, NDI prav. zabezp. innov. rozvytku, Nats. un-t «Iuryd. akad. Ukrainy im. Yaroslava Mudroho». Kharkiv: Pravo. [in Ukrainian]

ШАПОШНИК А. А.

аспірантка кафедри хозяйственного права

Национального юридического университета имени Ярослава Мудрого

ДИДЖИТАЛИЗАЦІЯ І ЇЇ ВЛИЯННЯ НА СЕРВІСНІ ІННОВАЦІЇ

Стаття посвячена дослідженню концепції диджиталізації суспільства, впровадження цифрової економіки і їх впливу на надання інноваційних послуг. Розглядаються види інновацій за типом вигоди або користі, яку вони приносять споживачеві і за рівнем «визначеності» послуги. Розглядаються послуги, які використовують інновації і послуги, які формують нові ринки.

Ключові слова: диджиталізація, послуги, інноваційні послуги, інноваційний цикл.

SHAPOSHNYK A. O.

PhD Candidate at the Department of Economic Law of Yaroslav Mudryi National Law University

DIGITALIZATION AND ITS INFLUENCE ON SERVICE INNOVATION

Problem setting. In today's context, there is a digitalization of society, that is, the transition from offline to the online mode of existence of all spheres of humanity. The development of information technology and the deep penetration of the Internet into all areas of activity are deforming the markets for goods and services in their usual sense, affecting both consumers and business. The increase in the share of services is related to the increase in devices and applications with artificial intelligence that synthesize large amounts of data.

Target of research. Research of innovative services in the prism of digitization and digitalization of information, review of types of innovations and identification of varieties of innovative services by criteria. Life-cycle analysis of innovation in general and innovative services in particular.

Analysis of recent researches and publications. Features of innovative development of the country, objects of innovative sphere were investigated by such legal scientists and economists as Atamanova Y., Zablotskaya R., Zadykhaylo D., Milash V., Shevchuk S.

Article's main body. In today's economic environment, services related to the use of innovative processes are gaining ground. The impact of the innovation processes that occur when changing the technology from the fifth to the sixth on the services sector is to some extent greater than the impact on the material production. The Fourth Industrial Revolution is stepping up the provision of innovative services through the introduction of new innovation processes and the production of new high-tech goods.

Economists distinguish four types of innovation: product, process, marketing and organizational. Innovative services can be provided in the application of product, process, marketing and organizational innovations and can be of two or more types.

Conclusion and prospects for the development. The concept of economic and legal category "innovative service" is legally defined only as a kind of innovative products and has no fixed definition in any legal act. Therefore, in the light of the above, we propose to introduce changes in the current legislation and under innovative services as a kind of innovative products to understand the new competitive services that are provided in the application of innovation by the subjects of innovation and correspond to the life cycle of innovation.

Keywords: digitization, services, innovative services, innovation cycle.

Шапошник А. О. Діджиталізація та її вплив на сервісні інновації. *Право та інноваційне суспільство*: електрон. наук. вид. 2019. № 2 (13). URL: <http://apir.org.ua/wp-content/uploads/2019/12/Shaposhnyk13.pdf>.