

УДК 336.76

JEL Classification: L80, O10

DOI 10.33244/2617-5932.4.2020.127-135

**З. А. Мацук,**

д.е.н., доцент,

Івано-Франківський національний

технічний університет нафти і газу

e-mail: zoriana\_01@yahoo.com

ORCID ID 0000-0002-4303-9875

## ІТ-ПОСЛУГА ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ

У наукових фахових виданнях недостатньо уваги приділено дослідженню ІТ-послуги як економічної категорії. Це формує неправильне її трактування у практичній площині та обумовлює проблеми неефективної побудови системи управління фінансами в ІТ-компаніях. Автором запропоновано розглядати ІТ-послугу як ІТ-продукт, результат людської діяльності, який продається та купується на ринку; розмежовано поняття ІТ-продукт, ІТ-послуга та ІТ-товар. Встановлено, що первинним поняттям є ІТ-продукт, тобто результат діяльності розробника чи сукупності розробників, який конкретизується у ІТ-послугі, яка є ІТ-товаром, якщо вона виробляється для продажу, і цей продаж стає економічною діяльністю ІТ-компанії. Виділено та досліджено споживчу та мінову вартість ІТ-послуги. Споживча вартість виражається через усвідомлення споживачем корисності ІТ-послуги, її здатність забезпечувати можливість реалізації діджитал-інтересів споживача. Мінова вартість ІТ-послуги характеризується обсягом фінансових ресурсів та є платою споживача за можливість цифровізувати власні бізнес-процеси. У межах мінової вартості виділено тариф фінансової винагороди, що містить три взаємопов'язані складові: собівартість, операційні витрати та маржинальний прибуток.

**Ключові слова:** послуга, ІТ-послуга, ІТ-продукт, ІТ-товар, мінова вартість, споживча вартість.

### **З. А. Мацук. ІТ-услуга как экономическая категория**

В научных изданиях недостаточно внимания уделено исследованию ИТ-услуги как экономической категории. Это формирует неправильное ее понимание в практической плоскости и обуславливает проблемы неэффективного построения системы управления финансами в ИТ-компаниях. Автором предложено рассматривать ИТ-услугу как ИТ-продукт, результат человеческой деятельности, который продается и покупается на рынке; разграничены понятия ИТ-продукт, ИТ-услуга и ИТ-товар. Установлено, что первичным понятием является ИТ-продукт, то есть результат деятельности разработчика или совокупности разработчиков, который конкретизируется в ИТ-услуге, которая является ИТ-товаром, если она производится для продажи, и эта продажа становится экономической деятельностью ИТ-компания. Выделено и исследовано потребительскую и меновую стоимости ИТ-услуги. Потребительская стоимость выражается через осознание потребителем полезности ИТ-услуги, ее способность

*обеспечивать возможность реализации диджитал-интересов потребителя. Меновая стоимость IT-услуги характеризуется объемом финансовых ресурсов и является платой потребителя за возможность цифрований собственных бизнес-процессов. В рамках меновой стоимости выделен тариф финансового вознаграждения, содержащий три взаимосвязанные составляющие: себестоимость, операционные расходы и маржинальная прибыль.*

**Ключевые слова:** услуга, IT-услуга, IT-продукт, IT-товар, меновая стоимость, потребительная стоимость.

**Формулювання мети і завдання дослідження.** Мета роботи – дослідити IT-послугу як економічну категорію, розкрити її сутність та значення на ринку IT-продуктів.

**Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями.** «Хто володіє інформацією – той володіє світом». Доволі відома цитата Уінстона Черчіля сьогодні набуває прикладного значення. Інформаційний простір дозволяє отримати доступ до значного масиву даних безкоштовно, проте людський розум без застосування складних алгоритмів не має змоги її швидко оцінити та на основі цього прийняти ефективне управлінське рішення. Збір, аналіз та оцінка даних надає суб'єкту господарювання значні конкурентні переваги. З одного боку, вони одержують доступ до даних про потреби своїх клієнтів, з іншого – IT-технології дозволяють оптимізувати їх власні бізнес-процеси, тим самим знижуючи собівартість їх продукції. Відтак виникає потреба у діджиталізації бізнесу, що обумовлює необхідність формування та розвитку IT-ринку. Сьогодні IT-компанії розвиваються швидкими темпами, щорічно на ринку з'являються нові учасники, діяльність яких трансформується з «чистого» аутсорсингу у розробку власних цифрових продуктів. Це змінює систему управління фінансами в IT-компанії, основою якої стають процеси бюджетування, фінансування та оцінка проєктів, оскільки розробка кожного цифрового продукту розглядається як окремий проєкт. Конкуренція між компаніями-розробниками IT-продуктів приводить до максимального наближення вартості проєкту до порогу маржинальної прибутковості. Оскільки компанія продає не окремого розробника (як за аутсорсингу), а IT-продукт як окремий проєкт, постає необхідність його ефективної фінансової оцінки. Якщо абстрагуватись від операційної частини проєкту (раціонального розподілу годин у межах проєкту), фінансова частина проєкту оцінюється за схемою «собівартість годин розробників → собівартість етапів проєкту → собівартість проєкту → операційна прибутковість проєкту → дохід від реалізації проєкту». Окремого вивчення потребує процес перенесення (трасування) витрат на конкретний проєкт, сукупність проєктів (операційні витрати) та на компанію загалом.

Управління фінансами IT-компанії є складним процесом. Насправді запитань багато. У межах однієї статті їх висвітлити нереально, оскільки таке висвітлення буде поверхневим та не матиме ні наукової, ні практичної цінності. Практичний досвід автора дозволяє стверджувати, що першопричиною проблем управління фінансами IT-компанії є неправильне розуміння поняття IT-послуги.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Дослідженню особливостей і тенденцій формування та розвитку вітчизняного ринку цифрових продуктів і сфери IT-послуг, зокрема, значну увагу приділяють вітчизняні науковці А. Айзенберг [1], О. Бабанін [2], О. Крамар [3], О. Кулинич та С. Войтко [4], С. Пиріг та О. Нужна [5], В. Сандугей [6],

І. Седікова та Д. Седіков [7], М. Чайковська [8] та ін. Дані щодо розвитку ІТ-ринку висвітлюють також аналітичні агентства [9–10].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується стаття. Не заперечуючи вагомий внесок цих авторів у формуванні теоретичних засад та практичних рекомендацій розвитку ІТ-індустрії в Україні, окремого вивчення потребують питання дослідження ІТ-послуги як економічної категорії, яка купується та продається і має свою вартість.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Необхідність діджиталізації бізнес-процесів як у межах України, так і в глобальному світовому просторі обумовлює значні якісні зміни ІТ-ринку. Сфера ІТ-послуг, яка сьогодні характеризується високою швидкістю обороту капіталу, є одним з найбільших реципієнтів міжнародних інвестицій. ІТ-послуги – це локомотив розвитку економіки у більшості країн світу. Різноманітність ІТ-послуг та їх економічне призначення надалі щороку лише збільшуватимуться. Це акцентує увагу на ІТ-послуді теоретиків та практиків, а також обумовлює необхідність ґрунтовного дослідження поняття ІТ-послуги, розкриття її економічного змісту та значення на ринку послуг.

Перш за все варто зупинитись на взаємозв'язку понять ІТ-послуга та ІТ-товар. Намагання розмежувати поняття «товар» та «послуга» має довгу історію. Актуальність постійних дискусій щодо наявності відмінних характеристик між товаром та послугою обумовлюється упродовж останніх років посиленням значення сфери послуг у більшості країн. Наявність структурних змін в економіках торкається надавачів усіх видів послуг, у тому числі й ІТ-послуг. Незважаючи на значну кількість досліджень понятійного апарату у сфері послуг, спроб науковців систематизувати усі можливі на ринку економічні блага та поділити їх на товари й послуги, до сьогодні ще не запропоновано загальноприйнятого та усталеного визначення поняття «послуга». Це, безумовно, ускладнює розуміння практиками економічної категорії «ІТ-послуга».

Загалом послуги можуть бути двох видів: природно сформовані, які використовуються за їх природним призначенням, та економічні послуги за умови їхнього економічного використання. Природно сформована послуга – це певна корисна характеристика діяльності людини, яку отримує особа, вступаючи в особисті (неекономічні) стосунки з іншими людьми. Натомість економічна послуга – це корисна характеристика діяльності людини, яку отримує особа внаслідок використання її як економічного блага, вступаючи в економічні відносини з іншими власниками предметів споживання та факторів виробництва [11; 12].

Дослідження поняття «ІТ-послуга» потребує узгодження категорій, що використовуються у цій сфері, а саме: ІТ-продукт, ІТ-товар та ІТ-послуга. Ці поняття між собою досить тісно пов'язані, проте не є тотожними, що потребує їх чіткого визначення. Первинним, найзагальнішим поняттям є «ІТ-продукт», тобто результат діяльності розробника чи сукупності розробників. У свою чергу, ІТ-продукт конкретизується у ІТ-послуді. ІТ-послуга може не бути ІТ-товаром, якщо вона не продається і не купується (виготовляється з метою власного використання). І може бути ІТ-товаром, якщо вона виробляється для продажу, і цей продаж стає економічною діяльністю ІТ-компанії.

Для ІТ-послуги характерними є особливі ознаки будь-якої послуги [13]. Невідчутність ІТ-послуги до моменту одержання клієнтом кінцевого варіанта ІТ-продукту. Невіддільність від джерела ІТ-послуг – формування, продаж та реалізація ІТ-послуги відбуваються

одночасно, ці стадії її життя як цифрового продукту є взаємопов'язаними. Нетиповість ІТ-послуг – кожна ІТ-послуга формується відповідно до попиту та потреб споживача. Якість ІТ-послуги споживач, як правило, може відчути лише після її реалізації, тому просування ІТ-продуктів на ринку вимагає застосування усіх відомих засобів маркетингу. Оскільки ІТ-послуга є невідчутною для покупця як у момент погодження умов договору, його підписання та упродовж виготовлення цифрового продукту, це створює певні перешкоди на шляху поетапного визнання робіт клієнтом та його неготовність оплачувати ці етапи. Оскільки клієнт купує кінцевий ІТ-продукт загалом, а не етапи певних робіт, фінансовому менеджменту ІТ-компанії доцільно врахувати, що оплачувати поетапно виготовлення ІТ-продукту не є обов'язком клієнта. Проте ІТ-послуга надається індивідуально для клієнта, не має масового характеру, тому її виробник має право на авансовий платіж. Вважаємо, що лише правильне розуміння поняття ІТ-послуги як специфічного товару, що продається та купується на ринку, дозволяє мінімізувати конфлікт фінансових інтересів між її покупцем і продавцем та правильно визначати права й обов'язки контрагентів.

Процес надання ІТ-послуги варто розглядати як окремий проєкт компанії, який як і будь-який проєкт повинен мати початкові інвестиції для можливості його реалізації. Обсяг інвестицій – це обсяг собівартості робіт, необхідних для реалізації ІТ-послуги, якими повинна володіти ІТ-компанія на момент старту проєкту.

Трансформуючись у товар, ІТ-послуга характеризується споживчою та міноюю вартостями. Споживча вартість – це усвідомлення споживачем корисності ІТ-послуги, її здатність забезпечувати можливість реалізації інтересів споживача. Вона включає такі складові: по-перше, це придбання споживачем можливості реалізації його інтересів шляхом акумулювання значної кількості інформації в одному місці; по-друге, це систематизація та візуалізація цієї інформації в процесі його діяльності; по-третє, це можливість формувати управлінські рішення внаслідок цифровізації його бізнес-процесів.

Об'єктивною умовою існування ІТ-послуги на ринку є потреба в цифровій трансформації бізнесу, спрямована на зростання потенціалу суб'єктів господарювання через цифрові інструменти, що виступає як інтерес та обумовлює усвідомлення споживчої вартості ІТ-послуги і її корисність для споживача. В основі потреби у ІТ-послуді є оптимізація бізнес-процесів споживачів, можливість настання якого впливає на фінансові результати діяльності та, відповідно, на їх фінансові інтереси. Таким чином, фінансові інтереси реалізуються шляхом цифровізації бізнес-процесів у формі ІТ-послуг.

Як правило, ІТ-компаніям завжди потрібно «просувати» власні продукти на ринок, переконуючи учасників у їх корисності від споживання. З метою підтримання належного рівня попиту на вітчизняному ІТ-ринку учасники постійно розширюють асортимент цифрових послуг, пропонують інноваційні ІТ-продукти, допоміжні ІТ-послуги як, наприклад, дизайн-спринти, виділяють з бюджету значні ресурси на власні маркетингові дослідження тощо. Проте мусимо констатувати, що без подолання макроекономічних проблем у країні будь-які засоби, спрямовані на розвиток попиту на ІТ-послуги, стають малоефективними. Попит на ІТ-послугу виникає у платоспроможного споживача і є тим обсягом фінансових ресурсів, який учасник ринку готовий обміняти на цифровізацію його бізнесу. Попит на цифрові продукти – це перш за все платоспроможні потреби клієнтів займати конкурентні переваги на ринку. Таким чином, інтерпретується взаємозв'язок споживчої та міноюю вартості ІТ-послуги.

Мінова вартість – це специфічне економічне поняття, що характеризує послугу. ІТ-послуги для продажу мають ознаки товару, оскільки їх виробництво повністю аналогічне товарному, тому вартість проявляє свої суспільні властивості у міновій формі. Результати більшості ІТ-послуг беруть участь в обміні та мають «у результаті їх витрат виробництва також і мінову вартість» [14, с. 151]. У результаті обміну вартість проявляється у формі мінової вартості, відділеного від виробника продукту праці (результату праці). Таким чином, ІТ-послуги нічим не відрізняються від інших товарів. Виробництво ІТ-послуг означає обмін діяльністю, обмін еквівалентами між виробниками ІТ-послуг та їх споживачами, концентруючи всі моменти товарного обміну. Відтак виникає «необхідність попередньо перетворити діяльність індивідів у форму мінової вартості – гроші, щоб у речовій формі вони придбали та довели свою суспільну силу» [15, с. 89]. В еквівалентному обміні здійснюється саме трансформація ІТ-послуги в корисний ефект, останнього в товар і в грошовий еквівалент характеризує процес його уречевлення. Гроші – це похідна форма вартості товару [14, с. 157] та одночасно критерій оцінки суспільних властивостей усіх товарів як матеріальних, так і нематеріальних продуктів праці.

Мінова вартість ІТ-послуги характеризується обсягом фінансових ресурсів, що обумовлюється необхідними витратами в процесі цифровізації бізнес-процесу чи процесів клієнта. Таким чином, мінова вартість ІТ-послуги є платою за можливість споживача цифровізувати власні бізнес-процеси. Тим часом тариф на ІТ-послуги залежить безпосередньо від рівня складності ІТ-продукту. ІТ-компанії реалізують діджитал-інтереси учасника та оптимізують їх бізнес-процеси, в обмін на це одержуючи фінансову винагороду. Обсяг витрат, які спрямовуються безпосередньо на виготовлення ІТ-продукту, формує кількісний бік фінансової винагороди. Операційна проектна прибутковість, величина, яка пов'язана з операційними ризиками ІТ-компанії, утворює якісний бік фінансової винагороди. Отже, фінансова винагорода є показником, який охоплює як собівартість надання ІТ-послуги, так і рівень впливу операційного ризику на фінансові інтереси ІТ-компанії.

Розрахунок вартості ІТ-послуги на ринку зумовлений перш за все тим, що ІТ-компанії як суб'єкту господарської діяльності необхідні фінансові ресурси для власної життєдіяльності. Крім того, ІТ-компанія є комерційною структурою, створеною з метою одержання прибутку. Вартість ІТ-послуги не є однаковою і залежить від того, який обсяг фінансових ресурсів ІТ-компанія витрачає на реалізацію конкретної ІТ-послуги.

Тариф фінансової винагороди на ІТ-ринку встановлюється самостійно компанією-розробником виходячи з того, що одержаної суми має бути достатньо, щоб вона могла, по-перше, окупити собівартість робіт у процесі виготовлення ІТ-продукту, по-друге, покрити операційні витрати, пов'язані з недозавантаженням розробників стосовно планового значення в році (якщо ця проблема є критичною, в ІТ-компанії варто перейти на погодинну оплату праці розробників), по-третє, покрити витрати на утримання ІТ-компанії, по-четверте, одержати прибуток. Таким чином, повний тариф фінансової винагороди містить три взаємопов'язані складові: собівартість, операційні витрати та маржинальний прибуток (рис. 1).

Під час розрахунку загального тарифу спочатку розраховується собівартість, обсяг фінансових ресурсів, необхідних для ефективної реалізації ІТ-послуги. Сюди варто віднести витрати на оплату праці розробників (сума кількості годин, витрачених на ІТ-продукт, помножена на собівартість години роботи розробника) та усі інші витрати,

які понесла компанія в процесі реалізації конкретної ІТ-послуги. Оскільки оплата ІТ-продукту відбувається після його реалізації, а сума затверджується перед початком робіт, розрахунок собівартості ІТ-послуги повинен бути максимально точним, інакше одержаного доходу від реалізації не вистачить для фінансування адміністративних витрат компанії. Наступним кроком є обчислення обсягу операційних витрат, фінансових ресурсів, необхідних ІТ-компанії для покриття операційних витрат (нереалізованих годин розробників, які працюють у компанії на умовах повної зайнятості), обсягу витрат на утримання та прибутку компанії.

Загальний тариф			
Собівартість	Операційна прибутковість		
Обсяг проектних витрат, необхідних для реалізації ІТ-послуги	Операційні витрати	Витрати на утримання компанії	Прибуток

**Рис. 1. Структура тарифу фінансової винагороди ІТ-послуги**

*Джерело: розроблено автором.*

Структура тарифу фінансової винагороди ІТ-послуги і співвідношення між собівартістю, операційним та маржинальним прибутками неоднакова і залежить від обсягу фінансових ресурсів, необхідних ІТ-компанії для забезпечення її діяльності та бажаного рівня прибутковості.

Формування оптимального обсягу фінансової винагороди є основою для збалансування інтересів клієнта та ІТ-компанії, їх ефективної співпраці та розвитку ІТ-сфери. Межі фінансової винагороди формуються ІТ-компанією самостійно, проте повинні бути адекватними та дозволяти їй володіти конкурентними перевагами на ринку: надто висока межа знижує рівень конкурентоспроможності ІТ-компанії, а надто низька – робить її фінансово нестабільною. Загалом взаємозв'язок між споживчою та міноюю вартостями ІТ-послуги на ринку реалізується під час формування оптимальної ціни на ІТ-послугу і повинно відповідати рівню корисності та якості цієї ІТ-послуги і спроможності споживача сплатити запропоновану ціну з боку ІТ-компанії.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у цьому напрямі.** На основі застосування теоретико-методологічного інструментарію автору вдалось розкрити поняття ІТ-послуги як економічної категорії, як результат людської діяльності, який купується та продається на ринку як товар.

Як товар, ІТ-послуга характеризується споживчою та міноюю вартостями. Споживча вартість виражається через усвідомлення споживачем корисності ІТ-послуги, її здатність забезпечувати можливість реалізації діджитал-інтересів споживача. Мінова вартість ІТ-послуги характеризується обсягом фінансових ресурсів та є платою споживача за можливість цифровізувати власні бізнес-процеси. ІТ-компанії реалізують діджитал-

інтереси учасника та оптимізують їх бізнес-процеси, в обмін на це одержуючи фінансову винагороду. Тариф фінансової винагороди містить три взаємопов'язані складові: собівартість, операційні витрати та маржинальний прибуток. Формування оптимального обсягу фінансової винагороди є основою для збалансування інтересів клієнта та ІТ-компанії, їхньої ефективної співпраці та розвитку сфери ІТ-послуг.

Подальші дослідження автора будуть спрямовані на вивчення проблем формування бюджету ІТ-компанії, визначення оптимальної структури витрат та розробку механізму управління бюджетом ІТ-компанії упродовж року, зважаючи на значну плінність кадрів у компанії та її поступове масштабування.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Айзенберг А. Конференція IT Weekend 2014 – Наслідки кризи в Україні для ринку IT. URL: <http://ignitejobs.com.ua/weekend-ukrainska-kriza-naslidki-dlya-galuzi/>
2. Бабанін О. С. Статистика розвитку IT-ринку в США, Україні й світі. *Статистика України*. 2013. № 1. С. 22–27. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/su\\_2013\\_1\\_6.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/su_2013_1_6.pdf)
3. Крамар О. Рух за течією. Потенціал нових пріоритетних галузей. *Український тиждень*. № 4 (428). URL: <http://tyzhden.ua/Economics/157110>
4. Кулинич О. О., Войтко С. В. Напрями розвитку ІКТ-сфери у забезпеченні належного рівня конкурентоспроможності на міжнародному ринку IT-послуг. *Економіка. Управління. Інновації*. 2014. № 1. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui\\_2014\\_1\\_60.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2014_1_60.pdf)
5. Пиріг С. О., Нужна О. А. Інформаційні технології та їх використання на підприємствах України. *Економічний форум*. 2014. № 3. С. 190–195. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecfor\\_2014\\_3\\_30.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecfor_2014_3_30.pdf)
6. Сандугей В. Вплив інформаційно-комунікаційних технологій на розвиток українського ринку праці. *Україна: аспекти праці*. 2014. № 1. С. 29–34.
7. Седікова І. О., Седіков Д. В. Сучасний стан розвитку телекомунікаційного простору України. *Економіка харчової промисловості*. 2014. № 4. С. 74–78. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/echp\\_2014\\_4\\_13.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/echp_2014_4_13.pdf)
8. Чайковська М. П. Стратегії розвитку IT-ринку України в умовах фінансової кризи. *Вісник соціально-економічних досліджень: збірник наук праць*. Одеса: ОДЕУ, 2009. Вип. 35. С. 132–138.
9. Special 301 Report 2016 / Office of the United States Trade Representative. URL: <https://ustr.gov/sites/default/files/USTR-2016-Special-301-Report.pdf>
10. Україна – найпривабливіша країна для аутсорсингу в Східній Європі. Огляд економіки України 2014. *American Chamber of Commerce in Ukraine*. URL: [http://www.chamber.ua/Content/Documents/\(6273119612014\\_Chamber\\_Country\\_Profile\\_UKR.pdf](http://www.chamber.ua/Content/Documents/(6273119612014_Chamber_Country_Profile_UKR.pdf)
11. Мацук З. А. Фінансові послуги на ринку цінних паперів України: теорія та практика: монографія. Київ: КНЕУ, 2018. 367 с.
12. Мацук З. А. Теоретичні аспекти дослідження послуги як економічної категорії. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Сер. Економіка*. 2016. Вип. 2(30). С. 4–8.
13. Котлер Ф. Основы маркетинга; пер. с англ. М.: Росинтэр, 1996. С. 600–602.
14. К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч. Т. 26, ч. I.
15. К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч. Т. 4.

## REFERENCES

1. Ayzemberh, A. (2014). Konferentsiya IT Weekend 2014 – Naslidky kryzy v Ukrayini dlya rynku IT. URL: <http://ignitejobs.com.ua/weekend-ukrainska-kriza-naslidki-dlya-galuzi/>
2. Babanin, O. S. (2013). Statystyka rozvytku IT-rynku v SSHA, Ukrayini y sviti [Statistics of the development of the IT market in the USA, Ukraine and the world]. *Statystyka Ukrayiny*, 1, 22–27. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/su\\_2013\\_1\\_6.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/su_2013_1_6.pdf)
3. Kramar, O. (2018). Rukh za techiyeyu. Potentsial novykh priortetnykh haluzey [Movement in the Current. Potential of new priority industries]. *Ukrayinsky tyzhden*, 4 (428). URL: <http://tyzhden.ua/Economics/157110>
4. Kulynych, O. O., Voytko, S. V. (2014). Napryamy rozvytku IKT-sfery u zabezpechenni nalezhnogo rivnya konkurentospromozhnosti na mizhnarodnomu rynku IT-posluh [Areas of development of the ICT sphere in ensuring an adequate level of competitiveness in the international market of IT services]. *Ekonomika. Upravlinnya. Innovatsiyi*, 1. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui\\_2014\\_1\\_60.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2014_1_60.pdf)
5. Pyrih, S. O., Nuzhna, O. A. (2014). Informatsiyi tekhnohohiyi ta yikh vykorystannya na pidpryyemstvakh Ukrayiny [Information technologies and their use at the enterprises of Ukraine]. *Ekonomichnyy forum*, 3, 190–195. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecfor\\_2014\\_3\\_30.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecfor_2014_3_30.pdf)
6. Sanduhey, V. (2014). Vplyv informatsiyi-komunikatsiyi tekhnohohiy na rozvytok ukrayinskoho rynku pratsi [Influence of information and communication technologies on the development of the Ukrainian labor market]. *Ukrayina: aspekty pratsi*, 1, 29–34.
7. Sedikova, I. O., Sedikov, D. V. (2014). Suchasny stan rozvytku telekomunikatsiyi prostroru Ukrayiny [The current state of development of the telecommunication space of Ukraine]. *Ekonomika kharchovoyi promyslovosti*, 4, 74–78. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/echp\\_2014\\_4\\_13.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/echp_2014_4_13.pdf)
8. Chaykovska, M. P. (2009). Stratehiyi rozvytku IT-rynku Ukrayiny v umovakh finansovoyi kryzy [Strategies of development of the IT-market of Ukraine in the conditions of financial crisis]. *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen*, 35, 132–138.
9. Special 301 Report 2016 (2017). Office of the United States Trade Representative. URL: <https://ustr.gov/sites/default/files/USTR-2016-Special-301-Report.pdf>
10. Ukrayina – naypryvablyvisha krayina dlya aut-sorsynhu v Skhidniy Yevropi [Ukraine is the most attractive outsourcing country in Eastern Europe]. *Ohlyad ekonomiky Ukrayiny*. 2014. American Chamber of Commerce in Ukraine. URL: [http://www.chamber.ua/Content/Documents/\(6273119612014\\_Chamber\\_Country\\_Profile\\_UKR.pdf](http://www.chamber.ua/Content/Documents/(6273119612014_Chamber_Country_Profile_UKR.pdf)
11. Matsuk, Z.A. (2018). Finansovi posluhy na rynku tsinnykh paperiv Ukrayiny: teoriya ta praktyka [Financial services in the securities market of Ukraine: theory and practice]. Kyiv, KNEU.
12. Matsuk, Z. A. (2016). Teoretychni aspekty doslidzhennya posluhy yak ekonomichnoyi katehoriyi [Theoretical aspects of the study of service as an economic category]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiya». Ser. Ekonomika*, 2(30), 4–8.
13. Kotler, F. (1996). Osnovy marketynha [Fundamentals of Marketing]. М.: Rosyntér.
14. Marks, K., Énhels, F. Soch. T. 26, ch. I.
15. Marks, K., Énhels, F. Énhels. Soch. T. 4.

**Matsuk Zoriana A., Doctor of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Finance, Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas, CFO at Devlight**  
**IT services as economic category**

*Business digitalization influences on the formation and development of IT market. IT companies progresses double-quick. Each year the new participants appear and propose different IT services. Taking into account the significant contribution of scientists and practitioners in the research of the IT industry development, we consider that little attention is paid to the IT services as an economic category research. It forms its incorrect meaning in practice and causes problems of the inefficient construction of the finance management system in IT companies.*

*Purpose is to study the IT services as economic category, to reveal its essence and meaning on the IT market.*

*In the research the general scientific methods were used: the method of scientific abstraction, induction and deduction and other methods of knowledge of socio-economic phenomena, objects and processes for the formulation of scientific provisions and clarification of the conceptual apparatus for IT services.*

*It is suggested to consider the IT services as an IT product, the result of human activity that is sold and bought in the market. The concepts of IT product IT services and IT goods are differentiated. It is established that the primary concept is an IT product, that is, the result of the activity of a developer or a set of developers, which is specified in an IT services. An IT services is an IT goods if it is done for sale and this sale becomes a business for the IT company. Consumer and exchange cost of IT services are isolated and researched. Consumer value is expressed through the consumer's awareness of the usefulness of the IT services, its ability to deliver the consumer's interests. The exchange cost of an IT services is characterized by the volume of financial resources and is the payment of the consumer for the opportunity to digitize their own business processes. Within the exchange value, a financial benefit tariff is allocated, comprising three interrelated components: cost, operating expenses and profit margin.*

*The economic meaning of IT services is ostend and its definition is formulated. IT services is the specific economic services in the form of the sale of legally binding commitments to digitize the business process of the customer that are made available in the market by IT companies. This interpretation of the IT services makes it possible to form a clear view of the object of sale in the IT services market.*

**Key words:** *service, IT service, IT product, IT product, exchange products, production quantity.*

*Стаття надійшла до редакції 14 січня 2020 року*