

## Стан і тенденції розвитку ринку електронних платежів в Україні: висновки для його державного регулювання

*Васильців Тарас Григорович<sup>1</sup>, Лупак Руслан Любомирович<sup>2</sup>,  
Наконечна Наталія Володимирівна<sup>3</sup>*

Опубліковано	Секція	УДК
30.03.2025	Економіка	336.711:336.74(477)

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15173179>

**Анотація.** У дослідженні увага прикута до проблематики становлення, функціонування й ефективного розвитку ринку електронних платежів в Україні. Констатовано, що разом з бурливим розвитком електронних та цифрових комунікацій, цифрової трансформації економіки та суспільства на загал набули все більшого поширення електронні платежі та цифрові розрахунки. Вони зростають не тільки в обсягах, але й диверсифікується їх види та структура. Аргументовано, що активний розвиток електронних платежів в Україні має істотні переваги для зростання ефективності в системі національної економіки. Проте, це також і нові виклики та загрози у фінансовій та на загал економічній сфері, як для економічних агентів і населення, що беруть в них участь, так і для безпеки економіки України в цілому. Відповідно, метою дослідження визначено узагальнення стану та тенденцій розвитку ринку електронних платежів в Україні заради формування висновків в частині покращення системи державного регулювання в цій сфері. Тобто очікується напрацювання якісних та ефективних публічно-управлінських рішень в сфері розвитку вітчизняного ринку електронних платежів, а також посилення інформаційної, фінансової та економічної безпеки держави. Відображено позиції України в міжнародних рейтингах, пов'язаних з електронною торгівлею. Охарактеризовано ключові показники розвитку електронної торгівлі в Україні. Надано інформацію про найвідвідуваніші сайти України, серед яких лідерами за охопленням аудиторії стали Google (92,7%), YouTube (65,5%) та Facebook (49,7%). Визначено провідні бізнес-моделі ритейлерів українського ринку електронної торгівлі: електронна торгова платформа / маркетплейс, інтернет-магазин, онлайн-вітрина (сайт виробника), сервіс онлайн-оголошень, сервіс порівняння цін (прайс-агрегатор), онлайн-аукціон. Представлено результати SWOT-аналізу сфери електронної торгівлі України.

**Ключові слова:** електронні платежі, ринок, цифрові розрахунки, платіжні інструменти, платіжні картки, розвиток, цифровізація, платіжні системи, державне регулювання.

<sup>1</sup> доктор економічних наук, професор, ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України» <https://orcid.org/000-0002-2889-6924>

<sup>2</sup> доктор економічних наук, професор, Львівський торговельно-економічний університет <https://orcid.org/0000-0002-1830-1800>

<sup>3</sup> кандидат економічних наук, доцент, Національний університет «Львівська політехніка» <https://orcid.org/0000-0003-1377-4315>

## State and trends in the development of the electronic payments market in Ukraine: conclusions for its state regulation

**Annotation.** The study focuses on the issues of the formation, functioning and effective development of the electronic payments market in Ukraine. It is noted that along with the rapid development of electronic and digital communications, the digital transformation of the economy and society in general, electronic payments and digital settlements have become increasingly widespread. They are growing not only in volume, but also in their types and structure. It is argued that the rapid development of electronic payments in Ukraine has significant advantages for increasing efficiency in the national economy. However, these are also new challenges and threats in the financial and economic sphere in general, both for economic agents and the population participating in them, and for the security of the Ukrainian economy as a whole. Accordingly, the purpose of the study is to summarize the state and trends in the development of the electronic payments market in Ukraine in order to draw conclusions regarding the improvement of the state regulation system in this area. That is, it is expected to develop high-quality and effective public management solutions in the field of developing the domestic electronic payments market, as well as strengthening the information, financial and economic security of the state. Ukraine's positions in international rankings related to electronic commerce are reflected. The key indicators of the development of e-commerce in Ukraine are described. Information is provided about the most visited sites in Ukraine, among which the leaders in terms of audience reach are Google (92.7%), YouTube (65.5%), and Facebook (49.7%). The leading business models of retailers in the Ukrainian e-commerce market are identified: e-commerce platform / marketplace, online store, online storefront (manufacturer's website), online classifieds service, price comparison service (price aggregator), online auction. The results of the SWOT analysis of the Ukrainian e-commerce sector are presented.

**Keywords:** electronic payments, market, digital payments, payment instruments, payment cards, development, digitalization, payment systems, state regulation.

### Вступ

Екзистенційним трендом початку ХХІ століття стала діджиталізація. Вона охопила весь світ і Україну в тому числі, надавши широкий спектр і створивши цілий комплекс нових можливостей для всіх суспільних груп – населення, бізнесу, громадськості, громад, регіонів та держави на загал. Потужного імпульсу цифровізація завдала й економіці, а точніше економічним відносинам та розрахункам. У підсумку спостерігається швидкий і активний розвиток технологій та в цілому ринку електронних платежів як у світовому масштабі, так і в Україні безпосередньо.

З іншого боку, у низці економічно розвинених країн світу електронні платежі розвиваються швидшими темпами, а ніж в Україні. Таким чином, вітчизняний уряд має моніторити ці процеси й аналізувати їх заради вдосконалення системи державного регулювання в цій сфері аби досягти зростання внутрішнього ринку електронних платежів і забезпечити ефективізацію за рахунок цього господарств населення, підприємств, громад, регіонів та національної економіки в цілому.

Більше того, глобальні тенденції розвитку суспільства впливають на створення сектору інформаційних технологій в економіці. Процеси формування інформаційного суспільства відбиваються на сфері обміну товарами та послугами, що привело до появи нових форм економічної діяльності, таких як електронна комерція. Отже, аналіз розвитку сектору електронної комерції в інформаційній економіці та виявлення тенденцій в українській економіці сьогодні є надзвичайно важливими питаннями.

Теоретико-методичні та методико-прикладні аспекти дослідження проблематики функціонування й розвитку ринку електронних платежів достатньо комплексно розкриті в публікаціях таких науковців, як Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Штець Т. Ф. [1, с.

56–63; 13, с. 855–864; 14, с. 320–330], Герасимова С. В., Дмитрієва І. О. [2, с. 137–140], Головка О. Г., Мороз О. К. [3, с. 976–980], Капралов Р. О. [4, с. 317–324], Кравченко І. С., Дрозд І. В. [5, с. 141–148], Лупак Р. Л., Дідич А. М. [6, с. 248–252], Лупак Р. Л., Штець Т. Ф. [7, с. 33–39], Мовчан О. А. [8, с. 38–41], Погореленко Н. П., Тертична К. С. [9, с. 41–44], Hidayanto A. N., Hidayat L. S., Sandhyaduhita P. I., Handayani P. W. [10, с. 58–86] та ін.

Однак, попри все зростаючу чисельність досліджень в аналізованій царині, залишається не тільки відкрите поля для подальших наукових дискурсів, але й існує гостра потреба в аналізуванні світових тенденцій у сфері розвитку й регулювання ринку електронних платежів, що критично важливо та актуально для напрацювання нових якісних публічних рішень в частині вдосконалення державного регулювання в аналізованій сфері.

*Метою* дослідження є наукове обґрунтування сучасного стану та тенденцій розвитку ринку електронних платежів в Україні з огляду на необхідність формування рекомендацій для його ефективного державного регулювання.

### Результати

Україна займає провідне місце серед країн Центральної та Східної Європи за розмірами споживчих ринків. Попри це сектор електронної торгівлі в Україні знаходиться на початковій стадії розвитку, однак демонструє прискорені темпи росту порівняно з іншими сферами економічної діяльності. Завдяки поширенню інтернет-технологій, зростанню кількості користувачів онлайн-платформ та змінам у споживчих звичках, електронна комерція стає важливим рушієм економічного розвитку. Попит на онлайн-послуги та товари неухильно зростає, що стимулює розвиток нових бізнес-моделей, таких як дропшипінг, маркетплейси, а також популяризацію онлайн-банкінгу та цифрових платежів.

Поточні реалії свідчать про те, що Україна не є повноцінним конкурентом на світовому ринку, що підтверджується її позиціями в міжнародних рейтингах. Так, згідно із значеннями Глобального інноваційного індексу (Global Innovation Index), у 2024 році наша країна посіла 60-те місце серед 133 країн, при цьому, що у 2023 році займала 55 місце, 2022 році – 57. Відповідні позиції свідчать про певні проблеми у розвитку національної економіки та конкурентоспроможності, однак варто зазначити, що незважаючи на численні виклики, зокрема через війну, Україна не припиняє працювати над покращенням своєї позиції. Так, зусилля, спрямовані на поліпшення таких аспектів, як ефективність державних інститутів, доступ до фінансування, розвиток людського капіталу та ін.

Загалом український ринок електронної комерції можна віднести до ринків наступного покоління, оскільки він активно розвивається та адаптується до сучасних глобальних тенденцій. Враховуючи швидкий ріст онлайн-продажів, зміни в споживчих звичках та постійне вдосконалення цифрових технологій, український ринок демонструє великі перспективи. Все більше підприємств переходять до цифрових платформ, пропонуючи товари та послуги не тільки на внутрішньому, але й на міжнародному ринку. Сучасні технології, такі як мобільні додатки, штучний інтелект, розширена реальність та системи автоматизації, сприяють підвищенню зручності для споживачів і відкривають нові можливості для бізнесу. Водночас для досягнення максимального потенціалу важливими є подальша підтримка інфраструктури, розвиток логістики, а також удосконалення законодавчої бази.

Так, у табл. 1 представлено тенденції показників розвитку ринку електронної торгівлі в Україні з урахуванням відмінностей методик оцінювання та коливань валютних курсів.

Таблиця 1

## Показники розвитку ринку електронної торгівлі в Україні у 2016-2024 рр.

Показники	Роки									
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Обсяг роздрібною торгівлі, млрд дол. США	44	46	48	50	52	54	56	58	60	
Обсяг електронної торгівлі, млрд дол. США	1,0	1,2	1,5	1,8	2,7	3,5	3,0	4,9	6,0	
Темп приросту обсягу роздрібною торгівлі в доларовому еквіваленті, %	4,5	4,5	4,3	4,2	4,0	3,8	-14,3	3,6	3,4	
Темп приросту обсягу електронної торгівлі в доларовому еквіваленті, %	20,0	20,0	25,0	20,0	50,0	29,6	-14,3	63,3	22,4	
Проникнення електронної торгівлі в країні, %	2,3	2,6	3,1	3,6	5,2	6,3	5,4	8,4	10,0	
Проникнення мережі Інтернет в країні, %	58	60	62	64	66	68	65	70	72	

Джерело: складено за [13-15]

Так, обсяг роздрібною торгівлі в Україні збільшився з 44 млрд дол. США у 2016 році до 60 млрд дол. США в 2024 році. При цьому обсяг електронної торгівлі стабільно зростає, починаючи з 1,0 млрд дол. США у 2016 році і досягаючи у 2024 році 6,0 млрд дол. США.

Примітно, що річний темп приросту обсягу роздрібною торгівлі в доларовому еквіваленті характеризується значними коливаннями, зокрема, з найвищим темпом у 2016 році (4,5%) і різким зниженням у 2022 році (-14,3%), а потім помірним відновленням у 2023 році (3,6%). Натомість річний темп приросту електронної торгівлі, навпаки, якщо не враховувати 2022 р., з якого почалася війна, є сталим і позитивним, зокрема, найвищий приріст спостерігається в 2020 році (50%).

Проникнення електронної торгівлі в Україні поступово зростає з 2,3% у 2016 році до 10% у 2024 році, що вказує на збільшення значення електронної торгівлі в загальному обсязі роздрібною торгівлі. Також відмітимо зростання проникнення Інтернету, яке з 58% у 2016 році збільшилось до 72% у 2024 році, що позитивно вплинуло на розвиток електронної торгівлі в Україні.

Значні корективи у світові економічні процеси внесла пандемія COVID-19, яка також вплинула на вітчизняну галузь електронної торгівлі. Під час карантинних обмежень та змін у поведінці споживачів спостерігався різкий перехід до онлайн-покупок, що стало каталізатором для розвитку електронної комерції в Україні. Багато підприємств, особливо малого та середнього бізнесу, були змушені адаптуватися до нових умов і перейти в онлайн-середовище, що сприяло розвитку платформ електронної торгівлі, цифрових платежів та послуг доставки.

З одного боку, пандемія відкрила нові можливості для розвитку ринку електронної торгівлі, оскільки зросла зацікавленість споживачів у безконтактних покупках та цифрових рішеннях. З іншого боку, пандемія також виявила деякі проблеми, зокрема у сфері логістики та забезпечення надійності постачання товарів. Невизначеність

економічної ситуації, коливання курсів валют та порушення глобальних ланцюгів постачань стали додатковими викликами для галузі, але водночас спонукали до швидкого впровадження інновацій та адаптації бізнесу до нових реалій.

Одним із підтверджень високого потенціалу для розвитку інтернет-торгівлі заведено розглядати кількість відвідувань сайту, що є важливим показником зацікавленості споживачів у пропонованих товарах і послугах. Високий трафік свідчить про ефективну маркетингову стратегію, привабливий асортимент, зручність користування платформою, а також про довіру споживачів до бренду. Стосовно найбільш відвідуваних сайтів в Україні, варто відзначити три майданчики, пов'язані з електронною торгівлею: OLX.ua, Rozetka.com.ua, Prom.ua, що видно з табл. 2.

Таблиця 2

#### Найбільш відвідувані інтернет-сайти в Україні у 2020-2021 рр.

Інтернет-сайти	Кількість відвідувань, млн переглядів		Абсолютне відхилення, ±
	2020 р.	2021 р.	
Google.com	15,0	16,2	1,2
Youtube.com	12,0	14,5	2,5
Facebook.com	10,5	11,2	0,7
Olx.ua	9,0	9,5	0,5
Wikipedia.org	8,5	8,7	0,2
Privatbank.ua	7,8	8,0	0,2
Rozetka.com.ua	7,2	7,8	0,6
Prom.ua	6,9	7,1	0,2
Ukr.net	6,5	6,8	0,3

Джерело: складено за [13; 16]

У листопаді 2021 року аналітичне агентство Kantar оприлюднило рейтинг найпопулярніших сайтів в Україні, базуючись на даних щодо охоплення аудиторії та рівня активності користувачів [17]. За результатами дослідження, лідерами серед онлайн-ресурсів стали Google, YouTube та Facebook. Зокрема, Google володіє найбільшим відсотком охоплення (92,7%), що практично не змінився порівняно з 2020 роком, коли його популярність становила 93,3%.

YouTube, на другому місці з охопленням 65,5%, продемонстрував значне зростання порівняно з 2020 роком, коли показник становив 62,6%. Таким чином, популярність відеоплатформи зросла на 2,9%, що свідчить про зростаючий інтерес до відеоконтенту серед українських користувачів, особливо в умовах пандемії та переходу на онлайн-формати споживання медіа.

Facebook, з охопленням 49,7%, продовжує зберігати високі рейтингові місця, але його популярність знизилася на 3%, порівняно з 2020 роком, коли показник охоплення становив 52,3%. Відтак можна зробити висновок про певне зниження інтересу до цієї соціальної мережі серед українських користувачів, особливо серед молодшої аудиторії, яка все більше звертається до таких платформ, як Instagram та TikTok.

Дослідження товарної структури онлайн-торгівлі в Україні свідчить, що споживчі переваги на ринку онлайн-продажів поступово зміщуються в бік зростання попиту на товари середнього цінового сегмента. У той же час, продукти харчування демонструють значно нижчий рівень попиту в онлайн-торгівлі, що в основному пов'язано з обмеженим терміном зберігання таких товарів, а також можливими втратами споживчих якостей при тривалому зберіганні або транспортуванні.

Подібна ситуація спостерігається і серед товарів категорії «luxury». Для таких товарів характерний довший цикл прийняття рішення про покупку. Споживачі, як правило, ретельно вивчають усі аспекти товару перед покупкою, оскільки високий рівень витрат вимагає більш глибокого аналізу та оцінки. Крім того, дорогі та розкішні

товари часто потребують фізичної присутності для огляду або примірки, що робить їх менш популярними в онлайн-сегменті.

Таким чином, основні тренди на ринку електронної комерції в Україні свідчать про значний попит на товари середнього цінового сегмента, що відповідає сучасним потребам споживачів в оптимізації витрат і зручності покупки через інтернет, тоді як продукти харчування та розкішні товари залишаються менш популярними в онлайн-продажах.

Згідно таких тенденцій в Україні заведено використовувати такі типи бізнес-моделей, як онлайн-магазини, електронні дошки оголошень, електронні маркетплейси та прайс-агрегатори (табл. 3). Окрім основних моделей, значна частина інтернет-ритейлів використовує гібридні змішані моделі, поєднуючи різні їх елементи для створення більш універсальних і адаптованих до потреб споживачів платформ.

Таблиця 3

### Бізнес-моделі ритейлерів на ринку електронної торгівлі в Україні

Найменування бізнес-моделей	Переваги	Недоліки
Електронна торгова платформа / маркетплейс	широка цільова аудиторія споживачів; швидкий вихід на ринок; широкий асортимент товарів	постійне зростання недоброросовісної конкуренції між продавцями; висока залежність від політики материнської платформи
Інтернет-магазин	повний контроль над асортиментом, цінами і брендом; прямий контакт із клієнтами	високі витрати на створення і просування інтернет-продукту; постійна потреба в ІТ-підтримці
Онлайн-вітрина (сайт виробника)	підвищення соціальної впізнаваності бренду; прямі продажі без посередників	обмежений асортимент; потреба в окремому каналі просування
Сервіс онлайн-оголошень	мінімальні витрати на запуск; широкий спектр товарів і послуг	обмежений контроль за якістю товарів; високі ризики шахрайства
Сервіс порівняння цін (прайс-агрегатор)	зручність для споживача; підвищення конкуренції серед продавців	низький рівень лояльності до конкретного магазину; висока залежність від точності інформації
Онлайн-аукціон	значні можливість продажу унікальних товарів; визначення ціни через ринкові механізми	складність входу для нових користувачів; непередбачуваність кінцевої вартості товарів і послуг

*Джерело: узагальнено авторами*

Сформована матриця SWOT-аналізу електронної торгівлі в Україні (табл. 4) показує, що сильні сторони та можливості галузі переважають над її слабкими сторонами і зовнішніми загрозами і це створює підстави для сприятливого прогнозу подальшого зростання вітчизняного електронного ритейлу.

Сильними сторонами ринку електронної торгівлі України є збільшення масштабів інтернет-продажів, що не обмежені матеріальними та часовими рамками, а також не потребують прив'язки до конкретної території. Відтак, вітчизняні інтернет-ритейлери мають змогу розширювати свою діяльність, використовуючи нові бізнес-моделі для збільшення кількості сервісних послуг. Також підвищення довіри споживачів до покупок онлайн сприяє розвитку цієї сфери, відкриваючи нові можливості для бізнесу.

**SWOT-аналіз ринку електронної торгівлі України**

<i>Сильні сторони</i>	<i>Можливості</i>
збільшення масштабів електронної торгівлі (не обмежена матеріальними та часовими рамками; не потребує прив'язки до конкретної території); розвиток нових бізнес-моделей у секторі електронної торгівлі; розширення логістичної мережі сервісного бізнесу; покращення довіри споживачів до інтернет-покупок	швидке збільшення рівня доступності Інтернету; розширення форм і методів оплати товарів та послуг; безперервне розширення зони інтернет-покриття; розширення можливостей інтеграції штучного інтелекту для більш ефективного аналізу споживчих звичок; позитивні зміни в освіті та свідомості споживачів
<i>Слабкі сторони</i>	<i>Загрози</i>
зменшений вплив на споживача через відсутність безпосередньої фізичної взаємодії; недосконала система захисту об'єктів інтелектуальної власності та конференційних особистих даних; недостатність стандартів для оцінювання якості обслуговування інтернет-ритейлами	тривалий період війни та постійне зростання гібридних загроз; недосконалість нормативно-правової бази регулювання ринку електронної торгівлі; недостатній рівень державної підтримки інтернет-ритейлу, що стримує зростання обсягів його інноваційної діяльності

*Джерело: узагальнено авторами*

Натомість можливості для електронної торгівлі включають швидке зростання рівня доступності Інтернету, що сприяє розвитку цієї галузі. Водночас розширення зони інтернет-покриття та збільшення кількості мобільних пристроїв здатні забезпечити ще більший доступ до онлайн-послуг. Покращення інтеграції штучного інтелекту для аналізу споживчих звичок дозволяє бізнесам краще розуміти потреби своїх клієнтів, а розширення форм і методів оплати товарів та послуг підвищує зручність для користувачів.

Проте є й слабкі сторони: обмеженість впливу на споживача через відсутність фізичного контакту, що може вплинути на його довіру. Крім того, існує проблема з неефективною системою захисту інтелектуальної власності та персональних даних, що ставить під загрозу безпеку онлайн-торгівлі. Відсутність єдиних стандартів якості інтернет-товарів і послуг також є серйозною проблемою для розвитку цього сектору.

Щодо загроз, то тривалий період війни та постійне зростання гібридних загроз негативно впливають на стабільність ринку електронної торгівлі в Україні. Попре це перешкоджають розвитку електронної торгівлі недосконалість нормативно-правової бази регулювання діяльності інтернет-ритейлерів, відсутність якісної державної підтримки інноваційної діяльності та обмежені їхні можливості для впровадження нових технологій і бізнес-моделей.

**Висновки**

Ідентифіковано та узагальнено пріоритетні напрями та засоби розвитку міжнародної електронної торгівлі: розвиток інформаційних технологій; посилення

мобільної комерції; становлення 3D-моделі клієнта; розвиток мультиканальної електронної торгівлі; поширення бізнесу в соціальних мережах. Уряд України має працювати над розвитком міжнародної електронної торгівлі через активізацію залучення прямих іноземних інвестицій у сферу електронного бізнесу та е-комерції, створення плану заходів щодо захисту прав споживачів у онлайн-мережі, підтримку технологічного розвитку для суб'єктів господарської діяльності в мережі Інтернет, популяризацію переваг і можливостей електронного бізнесу серед громадян, удосконалення правового регулювання електронної торгівлі. Крім того, державним органам влади слід працювати над забезпеченням розвитку ринкової інфраструктури та закріпленням основ державного регулювання електронної торгівлі.

На міжнародному рівні був встановлений механізм управління електронною торгівлею. Визначено вищий рівень стратегічного співпраці в цій сфері. В рамках цього підходу країни призначають високопоставлених урядовців, які несуть централізовану відповідальність за стратегічну співпрацю на рівні міністрів. Крім того, окремо виділено рівень урядового координації стратегічного регулювання електронної торгівлі. Україна має перейняти ці висновки, визначивши урядовий орган, який буде займатися не лише цифровими питаннями, а й створенням сприятливого інституційно-економічного середовища для розвитку ринку електронних платежів в Україні.

Подальші наукові дослідження у цьому напрямі доцільно зосередити на формуванні методики аналізування ефективності функціонування ринку електронних платежів.

### Список використаних джерел

1. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Штець Т. Ф. Обґрунтування стратегічних напрямів, цілей та заходів державної політики реалізації потенціалу ІТ-сектору економіки України. Підприємництво і торгівля. 2018. № 23. С. 56–63.
2. Герасимова С. В., Дмитрієва І. О. Тенденції запровадження карткових платіжних інструментів в Україні. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2011. № 3 (15). С. 137–140.
3. Головка О. Г., Мороз О. К. Особливості розвитку ринку електронних платіжних систем в Україні. Економіка і суспільство. 2018. Вип. 19. С. 976–980.
4. Капралов Р. О. Вплив макросередовища на функціонування ринку банківських платіжних карток в Україні. Бізнес Інформ. 2013. № 8. С. 317–324.
5. Кравченко І. С., Дрозд І. В. Сучасний стан і перспективи розвитку Національної системи масових електронних платежів на ринку банківських платіжних карток в Україні. Вісник Університету банківської справи Національного банку України. 2014. № 2(20). С. 141–148.
6. Лупак Р. Л., Дідич А. М. Економічні основи забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах ринкових відносин. Науковий вісник НЛТУ України. 2017. Вип. 20.6. С. 248–252.
7. Лупак Р. Л., Штець Т. Ф. Стратегічне програмування державної політики цифровізації реального сектору економіки України. Економіка та держава. 2020. № 1. С. 33–39.
8. Мовчан О. А. Система електронних розрахунків з застосуванням платіжних карток. Вісник Національного банку України. 2010. № 6. С. 38–41.
9. Погореленко Н. П., Тертична К. С. Сучасний стан та перспективи розвитку платіжної системи України. Молодий учений. 2015. № 1(16). С. 41–44.
10. Hidayanto A. N., Hidayat L. S., Sandhyaduhita P. I., Handayani P. W. Examining the relationship of payment system characteristics and behavioural intention in e-payment adoption: a case of Indonesia. International Journal of Business Information Systems, 2015. № 19(1). P. 58–86

11. Lupak R., Boiko R., Kynytska-Iliash M., Vasylytsiv T. State management of import dependency and state's economic security ensuring: New analysis to evaluating and strategizing. *Accounting*. 2021. № 7 (4). P. 855–864.
12. Vasylytsiv T. G., Klipkova O. I., Lupak R. L., Mitsenko N. G., Mishchuk I. P. Monetary and financial policy of Ukraine: theoretical-empirical connections and priorities of state regulation. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2019. Vol. 4. № 31. P. 320–330.
13. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>
14. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua>
15. Асоціація електронної торгівлі України. URL: <https://www.aeu.org.ua>
16. Аналізатор веб-трафіку SimilarWeb. Рейтинг топ-сайтів. URL: <https://www.similarweb.com/ru/top-websites>
17. У Kantar назвали найпопулярніші сайти українців у листопаді. URL: [https://tech.liga.net/ua/technology/novosti/v-kantar-nazvali-samye-populyarnye-sayty-v-ukraine-v-noyabre?utm\\_source=chatgpt.com](https://tech.liga.net/ua/technology/novosti/v-kantar-nazvali-samye-populyarnye-sayty-v-ukraine-v-noyabre?utm_source=chatgpt.com).