

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач випускової кафедри

_____ Тетяна КНЯЗЄВА
“ _____ ” _____ 2023 р

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВР
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 «МАРКЕТИНГ»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»

Тема: «Перспективний аналіз розвитку ринку платіжних послуг України»

Виконавець: Мельников Артем Владиславович

Керівник: д.е.н., професор Батченко Людмила Вікторівна

Нормоконтролер: фахівець Кіресва Надія Владиславівна

КИЇВ 2023

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет економіки та бізнес-адміністрування
Кафедра маркетингу
Спеціальність: 075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма: «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач випускової кафедри
_____ Тетяна КНЯЗЄВА
« ____ » _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ
на виконання кваліфікаційної роботи
Мельникова Артема Владиславовича

1. Тема роботи «Перспективний аналіз розвитку ринку платіжних послуг України» затверджена наказом ректора від 30.03.2023 року № 433/ст.
2. Термін виконання роботи: з 22.05.2023 року по 25.06.2023 року
3. Вихідні дані до роботи: статистичні дані, нормативно-правова база, електронні інформаційні джерела, матеріали періодичних видань
4. Зміст пояснювальної записки: вступ; теоретичні основи функціонування ринку платіжних послуг; прогнозування та перспективи розвитку ринку платіжних послуг України, висновки.
5. Перелік обов'язкового графічного матеріалу: структура ринку платіжних послуг України, Операції банків України з електронними грошима за 2022; переваги та недоліки використання електронних грошей; платежі, які здійснюють користувачі за допомогою електронних грошей, 2022 р.,%; Показники роботи системи електронних платежів НБУ; основні групи суб'єктів економічної діяльності; основні гравці фінансової екосистеми; стратегічні напрями стратегічного розвитку

6. Календарний план-графік

№ п/п	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
1.	Видача завдання	22.05.2023	
2.	Збір та обробка статистичної інформації	23.05.2023-24.05.2023	
3.	Вивчення стану проблем, опрацювання джерел	25.05.2023-26.05.2023	
4.	Написання теоретичної частини	27.05.2023-29.05.2023	
5.	Написання аналітичної частини	30.05.2023-02.06.2023	
6.	Написання вступу та висновків	03.06.2023-04.06.2023	
7.	Оформлення пояснювальної записки, наочного та графічного матеріалу, підготовка доповіді	05.06.2023	
8.	Перевірка на плагіат	06.06.2023-07.06.2023	
9.	Проходження нормо контролю, перевірка на плагіат, оформлення документів до захисту, рецензування роботи, подання роботи на кафедру	08.06.2023-11.06.2023	
10.	Передзахист, оформлення документів до захисту, рецензування роботи, подання роботи на кафедру	12.06.2023-14.06.2023	

7. Дата видачі завдання: 22.05.2023 р.

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Людмила БАТЧЕНКО
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання _____ Артем МЕЛЬНИКОВ
(підпис здобувача) (П.І.Б.)

АНОТАЦІЯ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи «Перспективний аналіз розвитку ринку платіжних послуг України» 66 с., 9 рис., 2 табл., 42 літературних джерела

АНАЛІЗ, РОЗВИТОК, РИНОК, ПЛАТІЖНІ ПОСЛУГИ, ПЕРСПЕКТИВА, МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ, ОЦІНКА, МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ, ПРОСУВАННЯ, МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ

Об'єктом дослідження є організація аналізу стану та тенденцій розвитку ринку платіжних послуг, а предметом дослідження – науково-методологічні підходи щодо аналізу розвитку ринку платіжних послуг України з на основі маркетингових засад.

Мета кваліфікаційної роботи дослідження напрямів перспективного аналізу розвитку ринку платіжних послуг.

На основі проведеного дослідження було надано рекомендації щодо розвитку маркетингових аспектів платіжного ринку України. Зроблено висновки щодо актуальності розвитку ринку платіжних послуг України, які полягають у потребі створення сучасної, безпечної та зручної інфраструктури для електронних платежів, що сприятиме економічному зростанню, фінансовій включеності та покращенню якості життя населення.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ПЛАТІЖНИХ ПОСЛУГ	10
1.1 Загальна характеристика ринку платіжних послуг	10
1.2. Правове регулювання ринку платіжних послуг	16
1.3. Огляд існуючих платіжних систем та технологій	21
Висновки до першого розділу.....	26
РОЗДІЛ 2. ПРОГНОЗУВАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ПЛАТІЖНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ.....	29
2.1. Аналіз ключових факторів, що впливають на розвиток ринку.....	29
2.2. Прогнозування розвитку ринку платіжних послуг	37
2.3. Рекомендації щодо розвитку маркетингових аспектів платіжного ринку України	43
2.4. Рекомендації щодо моделі розвитку ринку платіжних послуг на основі маркетингу.....	53
Висновки до другого розділу.....	57
ВИСНОВКИ.....	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	62

ВСТУП

Сучасний світ стає все більш цифровим, а електронні платежі вже стали невід'ємною частиною нашого повсякденного життя. Зростання електронної комерції, онлайн-сервісів і цифрових платформ створює потребу в зручних і безпечних платіжних рішеннях.

По-друге, розвиток платіжних послуг сприяє стимулюванню економіки. Швидкі, зручні і доступні платежі сприяють збільшенню обсягів торгівлі і споживання, підтримують підприємництво та підвищують рівень фінансової включеності.

По-третє, розвиток ринку платіжних послуг має важливу соціальну складову. Впровадження сучасних технологій та інноваційних рішень у сфері платежів спрощує доступ до фінансових послуг для населення, зменшує використання готівки і сприяє зменшенню фінансової незахищеності.

Крім того, розвиток ринку платіжних послуг в Україні може сприяти залученню іноземних інвестицій, розвитку фінансових технологій (FinTech) та стимулюванню інноваційних проєктів.

Загалом, актуальність розвитку ринку платіжних послуг України полягає в потребі створення сучасної, безпечної та зручної інфраструктури для електронних платежів, що сприятиме економічному зростанню, фінансовій включеності та покращенню якості життя населення.

У сучасних умовах в Україні спостерігається збільшення конкурентної боротьби, що вимагає банків змінювати свою стратегію з традиційної на більш клієнтоорієнтовану. Однією з першочергових задач для банків стає задоволення інтересів та потреб клієнтів. Завдяки зручностям, які надають пластикові картки, електронні банківські послуги з використанням платіжних карток стають широко застосовуваними в Україні.

Науковці та провідні економісти, такі як О.Д. Вовчак, І.Я. Карчева, І.С. Кравченко, Л.С. Співак, В. Прушківський, І.О. Трубін, Т.С. Шалига та інші, внесли значний внесок у розвиток теоретичних положень та

методологічних підходів до розвитку електронних банківських послуг з використанням платіжних карток. Вони у своїх дослідженнях постійно підкреслюють переваги пластикових платіжних карток перед готівкою, такі як зручність оплати, надійність, практичність для клієнтів і торговців. Впровадження пластикових карток сприяє підвищенню конкурентоспроможності та престижу банків, а також оптимізації витрат, пов'язаних з обігом готівкових коштів.

Маркетинг в розвитку ринку платіжних послуг України відіграє важливу роль і визначає успіх підприємств в цій сфері. Маркетингові стратегії допомагають підприємствам залучати та утримувати клієнтів, підвищувати свою конкурентоспроможність і займати стійкі позиції на ринку.

Об'єктом дослідження є організація аналізу стану та тенденцій розвитку ринку платіжних послуг, а предметом дослідження – науково-методологічні підходи щодо аналізу розвитку ринку платіжних послуг України з на основі маркетингових засад.

Мета кваліфікаційної роботи дослідження напрямів перспективного аналізу розвитку ринку платіжних послуг.

Ці задачі кваліфікаційної роботи дозволять провести детальний аналіз сучасного стану ринку платіжних послуг в Україні та зробити прогноз щодо його майбутнього розвитку. Крім того, робота міститиме рекомендації для учасників ринку та органів влади щодо сприяння інноваційним проектам та поліпшення правового регулювання.

Розвиток ринку платіжних систем в умовах цифровізації є надзвичайно актуальним і має великий потенціал. Ось кілька ключових причин, що підкреслюють актуальність розвитку ринку платіжних систем в цифрову епоху:

1. Зміна споживацьких звичок: Відбувається значний зріст електронних та онлайн-транзакцій, оскільки споживачі все більше віддають перевагу зручності та швидкості електронних платежів. Цифрова

трансформація веде до зростання попиту на електронні платіжні системи та інноваційні рішення, що відповідають сучасним потребам споживачів.

2. Зростання електронної комерції: Інтернет-торгівля стрімко зростає, і споживачі все більше здійснюють покупки онлайн. Це створює необхідність в швидкому, безпечному та зручному здійсненні платежів. Розвиток цифрових платіжних систем є ключовим елементом електронної комерції та сприяє її подальшому розширенню.

3. Інноваційні технології: Розробка та впровадження нових технологій, таких як блокчейн, штучний інтелект, безконтактні платежі та інші, сприяють розширенню можливостей в сфері платіжних послуг. Ці інновації дозволяють прискорити та поліпшити процеси здійснення платежів, забезпечити більшу безпеку та ефективність.

4. Зростання глобалізації: Цифрова економіка розширює границі та створює глобальні мережі. Розвиток ринку платіжних систем в умовах цифровізації сприяє зручному та швидкому проведенню трансграничних платежів, забезпечує доступ до фінансових послуг для міжнародних споживачів та підприємств.

5. Фінансова включеність: Розвиток платіжних систем в умовах цифрової трансформації дозволяє забезпечити доступ до фінансових послуг для широкого кола населення, включаючи тих, хто раніше був виключений з традиційної банківської системи. Електронні платіжні системи допомагають зробити фінансові послуги доступними та доступними для людей з різних соціальних груп та регіонів.

Війна в Україні має значний вплив на розвиток ринку платіжних послуг в країні. Ось деякі з важливих аспектів, що слід враховувати:

Економічна нестабільність: Воєнний конфлікт призводить до загострення економічної ситуації в країні. Це може спричинити зниження інвестицій, зменшення покупної спроможності населення та зростання безробіття. У таких умовах споживачі можуть стикатися з фінансовими труднощами, що може впливати на використання платіжних послуг.

Зміна платіжних преференцій: Війна може змінити пріоритети та платіжні преференції населення. Українці можуть змінити свої звички використання платіжних послуг, віддаючи перевагу більш безпечним або надійним рішенням, які можуть забезпечити захист їх фінансових активів.

Обмеження в міжнародних операціях: Воєнний конфлікт може призвести до введення обмежень та санкцій, які впливають на міжнародні платежі та операції. Це може ускладнити та затримати проведення грошових переказів, особливо в контексті міжнародних операцій.

Безпека та конфіденційність: Воєнний конфлікт може створювати загрози для безпеки та конфіденційності платіжних транзакцій. Кібератаки, шахрайство та інші злочинні дії можуть бути посилені в умовах нестабільності. Це ставить під загрозу довіру до платіжних послуг та може вплинути на їх використання.

Враховуючи ці фактори, війна в Україні має негативний вплив на розвиток ринку платіжних послуг. Стабільність, безпека та довіра є ключовими чинниками для успішного функціонування платіжних систем, і воєнний конфлікт може порушити ці чинники, що ускладнює розвиток ринку платіжних послуг у країні.

ВИСНОВКИ

Маркетинг в розвитку ринку платіжних послуг України є необхідним інструментом для підприємств, що дозволяє їм успішно просуватися, займати конкурентні позиції та відповідати потребам споживачів.

Збільшення цифрових платежів: Зростання використання електронних платіжних засобів та цифрових платформ очікується і в майбутньому. Заохочення безготівкових операцій, широке впровадження мобільних платежів та інші інновації сприятимуть зростанню цифрових платежів.

Зростання конкуренції: З появою нових технологій та входження нових гравців на ринок зростатиме конкуренція між платіжними провайдерами. Це може спонукати компанії до інновацій та вдосконалення своїх послуг, щоб залучити та утримати клієнтів.

Регуляторні зміни: Законодавчі та регуляторні зміни можуть вплинути на розвиток ринку платіжних послуг. Нові правила, стандарти та політики можуть впливати на умови діяльності платіжних провайдерів та впровадження нових технологій.

Розширення функцій та сервісів: Платіжні провайдери можуть пропонувати нові сервіси та функції, такі як мобільні гаманці, міжнародні платежі, автоматизовані розрахунки та інші інноваційні рішення, які спрощують та поліпшують процеси платежів для користувачів.

Збільшення кількості користувачів: За даними Національного банку України, кількість користувачів електронних гаманців постійно зростає. Це вказує на збільшення зацікавленості людей у використанні безготівкових платежів та електронних платіжних послуг.

Маркетинг відіграє ключову роль у розвитку ринку платіжних послуг, сприяючи привабливості, конкурентоздатності та успіху платіжних систем. Це важлива функція, яка допомагає платіжним компаніям привернути увагу клієнтів, забезпечити їхню задоволеність та вірність, а також здійснити ефективну комунікацію та позиціонування на ринку.

Один з головних аспектів маркетингу в розвитку ринку платіжних послуг - це розуміння потреб і споживацьких преференцій клієнтів. Це включає в себе дослідження ринку, виявлення тенденцій, аналіз конкурентів та інших факторів, що впливають на споживачів. На основі цих даних платіжні компанії можуть розробити продукти та сервіси, які відповідають потребам клієнтів та надають їм бажану цінність.

Ефективна маркетингова стратегія також включає в себе сегментування ринку, визначення цільових аудиторій та розробку позиціонування платіжних послуг. Це дозволяє платіжним компаніям зосередитись на конкретних сегментах ринку, виявити свої конкурентні переваги та ефективно комунікувати з цільовою аудиторією.

Окрім того, маркетинг включає в себе рекламу, просування та комунікаційні зусилля. Платіжні компанії повинні використовувати різноманітні канали комунікації, включаючи онлайн-рекламу, соціальні медіа, контент-маркетинг та інші інструменти, щоб досягти своєї цільової аудиторії та залучити нових клієнтів.

Усі ці маркетингові зусилля мають на меті створити свідомість про платіжні послуги, встановити довіру та позитивний імідж компанії, залучити нових клієнтів і зберегти існуючих. Важливо постійно вдосконалювати маркетингову стратегію, враховуючи зміни на ринку, технологічний прогрес та споживацькі тенденції.

Таким чином, маркетинг відіграє важливу роль у розвитку ринку платіжних послуг, сприяючи залученню клієнтів, збільшенню продажів та зміцненню конкурентоспроможності компаній. Правильно спланована та ефективно реалізована маркетингова стратегія може стати ключовим фактором успіху на ринку платіжних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Впровадження електронних грошей в Україні з 1-го квітня 2023 року: фейк чи реальність? URL: <https://law.chnu.edu.ua/vprovadzhennia-e-hroshei-v-ukraini-z-01-04-2023/> (дата звернення 02.06.2023)
2. Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 року URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Strategy_FS_2025.pdf (дата звернення 02.06.2023)
3. За 2020 рік сума платежів через СЕП зросла більш ніж на третину // Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/za-2020-rik-suma-platejiv-cherez-sep-zrosla-bilsh-nij-na-tretinu> (дата звернення: 11.05.2023).
4. Вовчак О.Д, Шпаргало Г.Є. Платіжні системи: навч. посіб. К., Знання, 2019. 341 с.
5. Полтавська Є.О., Куліков П.М. Платіжні системи: навч. посіб. К., 2019. 219 с. (дата звернення: 12.05.2023).
6. Архірейська Н.В., Кучкова О.В. Сучасні тренди платіжного ринку України - безготівкові розрахунки та електронні гаманці, електронне фахове наукове видання «Ефективна економіка». К. 2021. 122 с.
7. Vuchko, I. (2018). Перспективи розвитку електронних банківських послуг з використанням платіжних карток в Україні. *Науковий вісник НЛТУ України*, 26(2), 168-173. URL: <https://doi.org/10.15421/40260225> (дата звернення: 12.05.2023).
8. Борисенко І.А. Фінансовий ринок України: сучасний стан та перспективи розвитку. *Економічний простір*. 2018. № 135. - С. 78-85
9. Гриневич В.В. Технологічний розвиток банківського сектора: світовий досвід та українські реалії. *Вісник Національного банку України*. 2019. № 245. С. 16-2
10. Докладна інформація про фінансові технології в Україні URL: <http://www.nbu.gov.ua> (дата звернення: 12.05.2023).

11. Постанова Національного банку України "Про затвердження Положення про платіжні системи і платіжні послуги" від 25.12.2019 р. № 164 URL: <http://zakon.rada.gov.ua/> (дата звернення: 15.05.2023).
12. Чернявська М.С. Криптовалюти в Україні: сучасний стан та перспективи регулювання. *Економіка та держава*. 2020. № 2. С. 28-33
13. Борщевський Г.О. Тенденції розвитку цифрових платіжних систем в Україні. *Фінансовий простір*. 2020. № 4. С. 58-66
14. Закон України "Про платіжні системи та переказ коштів в Україні" від 02.06.2016 р. № 3515-VIII URL: <http://zakon.rada.gov.ua/>
15. Маркова І.М. Роль фінтех-інновацій у розвитку платіжних послуг *Банківська справа*. 2019. № 2. С. 46-51
16. Національна стратегія розвитку фінансового сектору на період до 2025 року. URL: <http://www.bank.gov.ua> (дата звернення: 04.05.2023)
17. Фінансовий ринок України: стан та перспективи розвитку / [за заг. ред. О. П. Лікарчука]. Київ: Видавничий дім «Професіонал», 2021. 256 с
18. Kniazieva T., Shevchenko A., Radchenko H., Komova O., Pankova L. The impact of the transnationalization process on the consumer market of Ukraine. *Baltic Journal of Economic Studies*. Vol. 7, No 5. 2021. pp. 268-277.
19. Kosova T., Smerichevskyi, S., Ivashchenko A., & Radchenko, H. (2021). Theoretical aspects of risk management models in economics, marketing, finance and accounting. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*, 3(38), 409–418. <https://doi.org/10.18371/fcaptr.v3i38.237474>
20. Гірченко Т.Д., Шейко О.П., Семенюк І.М. Елементи цифровізації роботи підприємства. *Економіка та управління підприємством. Вісник Одеського національного університету*. 2020. № 5. С. 70-75.
21. Гірченко Т., Пархоменко К. Цифровий маркетинг як важливий інструмент для забезпечення конкурентної позиції банку. *Вісник Університету банківської справи*, 2021. №2 (41), 59-65.
22. Казанська О.О., Михальченко І.Г., Радченко Г.А. Особливості розробки маркетингової програми підприємства в умовах цифрового ринку.

Наукові інновації та передові технології (Серія «Економіка»), № 7(9). 2022. С. 158-168. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-7\(9\)-158-168](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-7(9)-158-168)

23. Князева Т.В. Системний підхід в стратегічному маркетингу та управлінні бізнес-процесами. *Проблеми та перспективи забезпечення стабільного соціально-економічного розвитку: зб. наук. праць Донецького державного університету управління, сер. «Економіка»*. Т. ХІХ, Вип. 309. Маріуполь, ДонДУУ, 2018. С. 77-84.

24. Князева Т.В., Алексеєнко І.М. Маркетингова стратегія розвитку соціального підприємництва. *Проблеми системного підходу в економіці*. Вип. № 1 (81), 2021. С.86-92.

25. Князева Т.В., Дерев'янкіна Я.С. Формування відданості бренду на основі омніканального маркетингу. *Підприємництво та інновації*. Вип. №25, 2022. С. 51-55.

26. Радченко Г.А., Казанська О.О., Хороших В.В. Маркетингова інформаційна система в умовах сучасних екосистем споживання. *Інфраструктура ринку: Електронний науково-практичний журнал*. Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій, Одеса. 2021. Вип. 55. С.174-182. <https://doi.org/10.32843/infrastruct55-21>

27. Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи для здобувачів ОС «Бакалавр» та ОС «Магістр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» ОПП «Маркетинг», «Електронний маркетинг», «Міжнародний маркетинг». / Уклад.: Т.В. Князева, О.В. Полоус, А.В. Шевченко, Г.А. Радченко, І.Г. Михальченко. К: НАУ, 2022. 80 с.

28. Радченко Г.А., Саїдова Г.О. Контент-маркетинг як дієва складова просування бізнесу. *Проблеми системного підходу: зб. наук. праць*. Випуск 2 (70) / 2019. Ч. 1. К. НАУ, 2019. С. 144-149. <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-2-46>

29. Стороженко О.О., Гірченко Т.Д., Чмерук Г.Г. Організація споживчого кредитування в Україні. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 27. С. 116-120.
30. International management and marketing: textbook / I.Arakelova, V.Khoroshykh, L. Lytvynenko, N.Biletska, Y.Popova, S. Lytvynenko. Kyiv: Publishing House «Condor» 2021, 268 p.
31. Сарана В.В. Фінансова технологія blockchain в Україні: потенціал та перспективи розвитку. *Фінансовий простір*. 2019. № 1. С. 72-80
32. Ткаченко О.В. Роль електронних грошей у розвитку платіжних систем України. *Економіка та управління: науково-практичний журнал*. 2018. № 2(22). С. 87-93
33. Чайковська Л. В. Фінансові технології в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. *Банківська справа*. 2020. № 3. С. 45-50
34. Шевченко О.В. Використання інноваційних технологій у платіжних системах України. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування*. 2021. № 1(87). С. 223-230
35. Бакланова О.М. Перспективи розвитку фінансових технологій в Україні. *Економічний простір*. 2021. № 174. С. 69-75
36. Кузнецова О.І. Вплив інноваційних технологій на розвиток платіжних систем в Україні. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Серія "Економічна". 2019. Вип. 57. С. 91-96
37. Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг. Постанова "Про затвердження Порядку проведення платежів за спожиті послуги у комунальній сфері за допомогою платіжних карток" від 12.05.2018 р. № 358 URL: <http://zakon.rada.gov.ua/> (дата звернення: 04.05.2023)
38. Фінансова технологія Open Banking: сутність, переваги та перспективи в Україні/ URL: <http://www.nbu.gov.ua/> (дата звернення 29.04.2023)

39. Сімоненко С.М. Роль фінансових технологій у розвитку платіжних послуг. *Економіка і суспільство*. 2019. № 23. С. 152-157
40. Щербина А.В. Тенденції розвитку цифрової економіки в Україні *Економічний аналіз*. 2021. Т. 30, Вип. 1. С. 97-108
41. Кобець О.В. Фінансові технології та їх вплив на розвиток банківської системи України. *Економічний вісник НТУУ "КІП"*. 2018. № 16. - С. 88-94
42. Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи для здобувачів ОС «Бакалавр» та ОС «Магістр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» ОПП «Маркетинг», «Електронний маркетинг», «Міжнародний маркетинг». / Уклад.: Т.В. Князева, О.В. Полоус, А.В. Шевченко, Г.А. Радченко, І.Г. Михальченко. К: НАУ, 2022. 80 с.