

УДК 336.74:004.738.5:658.8

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/35.12>

Печенко Р.О.

аспірант

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5391-4194>

ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ПЛАТІЖНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗДРІБНИЙ БІЗНЕС

Сегмент цифрових платежів демонструє стійке зростання, обумовлене розвитком електронної комерції, поширенням мобільних фінансових сервісів та зростанням попиту на безконтактні технології. У статті визначено основні напрями розвитку платіжних технологій – поширення цифрових мобільних гаманців, цифрових валют і переказів, застосування A2A-платежів і BNPL-моделей. Зазначені інструменти сприяють розширенню платіжної екосистеми та стимулюють розвиток бізнесу, проте розширення сфери їх застосування пов'язане із низкою викликів. До них відносимо необхідність значних інвестицій у технології та інфраструктуру, захист персональних даних користувачів платіжних сервісів, а також ризики регуляторного характеру. Практичне значення дослідження полягає у визначенні стратегічних напрямів адаптації роздрібного бізнесу до інновацій у платіжному секторі для підвищення ефективності управління фінансовими потоками.

Ключові слова: цифрові платежі, платіжні технології, роздрібний бізнес, криптовалюти, цифрові гаманці.

Постановка проблеми. Сегмент ринку цифрових платежів характеризується домінуванням споживчих транзакцій і охоплює оплату товарів і послуг через Інтернет, а також цифрові платежі у точках продажу (POS) за допомогою мобільних гаманців. Окрему категорію складають трансграничні грошові перекази, здійснювані в режимі онлайн.

На сучасному етапі цифрові платежі демонструють динамічне зростання, обумовлене активним розвитком електронної комерції, поширенням мобільних фінансових сервісів та підвищеним попитом на безконтактні платіжні рішення, що особливо посилилося внаслідок пандемії COVID-19. Відзначається зростання популярності цифрових гаманців і мобільних платіжних платформ, таких як PayPal, Venmo та Cash App, що забезпечують безперервність і безпеку фінансових операцій. Крім того, експансія фінтех-компаній та інтеграція блокчейн-технологій у платіжні екосистеми сприяють подальшому розширенню ринку.

Факторами, що стимулюють зростання цього сегмента, є кілька ключових тенденцій. По-перше, цифрові платежі характеризуються високою зручністю та швидкістю, що робить їх привабливими для користувачів, зокрема представників молодших поколінь. По-друге, процес цифрової трансформації бізнесу спричинив підвищений попит на інноваційні платіжні рішення, орієнтовані на оптимізацію операційних витрат. По-третє, розвиток електронної комерції та онлайн-платформ потребує надійних інструментів для здійснення фінансових розрахунків, зокрема у сфері міжнародних транзакцій. Нарешті, пандемія COVID-19 прискорила адаптацію безконтактних технологій, оскільки компанії та споживачі надають перевагу платіжним механізмам, що забезпечують підвищений рівень безпеки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку сфери цифрових платежів уже тривалий період часу є у фокусі уваги зарубіжних та вітчизняних дослідників. Зокрема, П. Лаксамана вивчала роль ставлення та залученості споживачів щодо використання послуг фінтеху і, зокрема, мобільних платежів. Результати її дослідження показали, що довіра, корисність,

простота використання, прийнятий ризик та сприйняття безпеки позитивно впливають на ставлення споживачів [1]. В. Оенторо у контексті оцінки споживачами мобільних платежів було виявлено статистичну значущість для гіпотетичних прямих і непрямих ефектів простоти використання та корисності на намір їх використовувати. Окрім того, на намір здійснювати мобільні платежі мають вплив соціальні фактори та сприйняття ризику [2]. Дж. Путреву та Ч. Мертзаніс зазначають, що розширення можливостей користувачів цифрових платіжних послуг можна досягти шляхом підвищення обізнаності, сприяння навчанню користувачів та впровадження ефективних політик зі зниження ризиків, яка надає пріоритет комунікації, захисту та надійності системи [3]. Низка досліджень демонструє, що саме очікувана корисність є основним чинником мотивації користувачів використовувати P2P платіжні системи [4]. Щодо оцінки поведінкових чинників, які впливають на використання цифрових форм розрахунків, цікавою є праця Е. А. Граціано, Ф. Муселли та Дж. Петроніоне, які проаналізували платіжну поведінку італійців під час пандемії COVID-19 і дійшли висновку, що загрози для здоров'я та рівень фінансової грамотності мали на неї прямий вплив, при цьому гендерні відмінності не спостерігалися [5]. Перешкодами для використання цифрових платіжних методів можуть бути приватність та недостатня інклюзивність [6]. Важливу роль у питанні поширення цифрових платежів відіграє чинник довіри, низка дослідників виділяє його як посередника у взаємозв'язку між електронною безпекою, приватністю, зручністю, електронними платежами, інноваційністю та споживчими намірами покупця [7; 8; 9]. Д. Корнеа у своїй праці здійснила оцінку впливу культурних і соціальних цінностей на використання кредитних карток і споживчу поведінку, та визначила, що загальний обсяг платежів за кредитними картками в ЄС корелює зі поведінкою, що схвалює прийняття ризику. Проте має місце регіональний контекст, а також важливу роль відіграють звичаї та споживчий досвід [10].

Значна кількість вітчизняних дослідників розглядають напрями стимулювання цифрових платежів у контексті розвитку фінтеху [11; 12], використання циф-

рових інструментів у діяльності банків [13], впливу інформаційних технологій на розвиток електронної торгівлі та цифровізацію бізнесу [14; 15]. Проте аспекти впливу цифровізації платіжної сфери на функціонування суб'єктів роздрібного, зокрема онлайн бізнесу, на сьогодні досліджені недостатньо.

Метою статті є виявлення та обґрунтування сучасних тенденцій розвитку платіжної сфери, та виявлення потенційних напрямів впливу її цифровізації на діяльність бізнес-структур роздрібного бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вивчення досвіду функціонування платіжних систем у провідних світових економіках дозволило виявити низку ключових тенденцій (рис. 1).

Упродовж останнього десятиліття відбулися суттєві зміни у способах здійснення платежів споживачами за товари та послуги. Розширення використання фізичних платіжних карток, мобільних платіжних технологій (зокрема Apple Pay, Google Pay), моделей «клікни та забори» та електронної комерції сприяє зростанню частки безготівкових транзакцій, поступово звужуючи сферу використання готівки. До прикладу, у Великій Британії частка готівкових платежів у загальному обсязі транзакцій скоротилася до 14% у 2022 році (порівняно з 40% у 2016 році), паралельно з цим дебетові картки стали домінуючим засобом оплати, забезпечуючи 50% усіх фінансових операцій. Прогнозується, що тенденція скорочення використання готівки триватиме, і до 2032 року її частка у загальному платіжному обороті Великої Британії зменшиться до 7% [16]. В Україні до повномасштабної агресії мала місце стійка динаміка зростання частки безготівкових операцій за платіжними картками і паралельного скорочення їх використання для отримання готівки. За даними НБУ, ці тенденції дещо уповільнилися у 2023–2024 роках, зокрема за перше півріччя 2024 року 64,5% були пов'язані

із здійсненням безготівкових розрахунків, а 35,5% – з отриманням готівки [17]. На нашу думку, це можна пояснити впливом ризиків воєнного стану.

Платежі з рахунку на рахунок (A2A), що передбачають безпосереднє проведення транзакцій між банківськими рахунками без залучення мережових посередників (таких як Visa або Mastercard), також демонструють зростання, зокрема у сегментах однорангових платежів (P2P) та бізнес-споживацьких розрахунків (B2C). У сфері роздрібної торгівлі A2A-платежі часто використовуються для здійснення регулярних платежів, програм лояльності або інтегрованих транзакцій у мобільних застосунках. Дослідження, проведене Nuara, засвідчило, що понад 54% споживачів готові використовувати A2A-платежі за умови їх доступності, що вказує на значний нереалізований потенціал цього платіжного механізму [18].

Подальший розвиток технології зв'язку ближнього поля (NFC), яка забезпечує швидке з'єднання між пристроями на коротких відстанях, сприяє зростанню обсягів цифрових платежів через мобільні гаманці, що використовуються на смартфонах і розумних годинниках. Цифрові гаманці поступово стають пріоритетним засобом оплати для багатьох споживачів, демонструючи щорічне зростання на рівні приблизно 20% у глобальному масштабі, що значною мірою обумовлено популярністю таких платформ, як Apple Pay і Google Pay.

Протягом останніх років різноманітні схеми кредитування, що пов'язані з роздрібними платежами, отримали значне поширення. Популярність моделей «Купуй зараз, плати пізніше» (BNPL) зумовлена їхньою гнучкістю, що дозволяє споживачам розподіляти вартість придбання на кілька менших регулярних платежів, зазвичай без нарахування відсотків. Первинно такі фінансові інструменти пропонувалися роздрібними торговцями, проте нині їх активно впроваджують емітенти платіжних карток та спеціалізовані фінтех-компанії.

Сучасні платіжні механізми як в онлайн-, так і в офлайн-середовищі дедалі більше орієнтуються на зручність для споживачів. У сфері роздрібної торгівлі та закладах швидкого харчування активно впроваджуються каси самообслуговування, що дозволяють здійснювати оплату безпосередньо через пристрої клієнтів, що, своєю чергою, скорочує час здійснення розрахунку та знижує витрати на персонал. Покращення онлайн-оплат відбувається завдяки інтеграції технологій швидкого розрахунку, таких як оплата в один клік. Вагомою тенденцією слід вважати розширення мережі безкасових магазинів, концепція яких, до прикладу, активно розвивається корпорацією Amazon, В Україні подібна практика наразі використовується низкою торговельних мереж у поєднанні з традиційними формами обслуговування.

Цифрові валюти, включаючи криптовалюти, зокрема біткойн, ефіріум і стейблкоїни, за останні роки набули популярності як альтернативний засіб збереження вартості. Незважаючи на те, що криптовалюти поки що не займають значної частки у глобальному обсязі транзакцій, вони потенційно можуть стати конкурентною загрозою для традиційних постачальників платіжних послуг. На сьогодні криптовалютні операції становлять менше ніж 1% світових транзакцій, однак очікується, що їхній обсяг може зростати доволі швидкими темпами.

За оцінками PwC, у перспективі глобальний ринок цифрових платежів продовжить зростання, при цьому

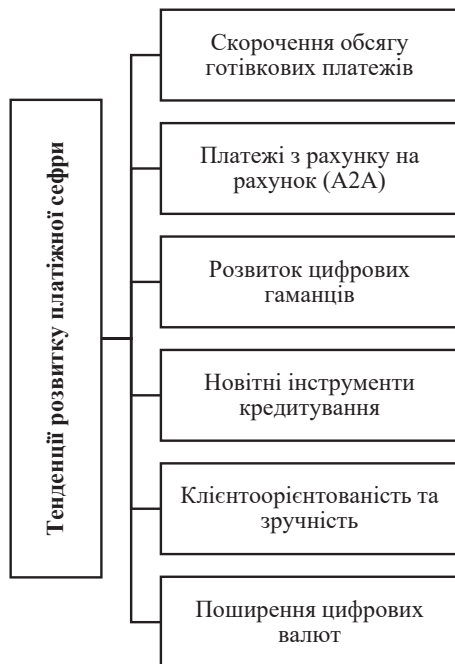


Рисунок 1 – Сучасні тенденції розвитку платіжної сфери

Джерело: розроблено автором

провідні позиції утримуватиме Азіатсько-Тихоокеанський регіон, випереджаючи Північну Америку та Європу. Цей процес супроводжуватиметься активним розширенням співпраці між постачальниками фінансових послуг, а також масштабним впровадженням передових технологій, зокрема штучного інтелекту та блокчейну, що сприятиме подальшому розвитку ринку.

За прогнозами Statista, обсяг цифрових платежів у світі до 2029 року перевищить 36,7 трлн доларів США (рис. 2).

Найбільш активну зростаючу динаміку демонструють платежі через програми цифрового гаманця – з 2017 до 2024 року їх обсяг збільшився майже у 2,9 рази,

до 2029 року прогнозується їх подальше зростання до рівня 23,5 трлн доларів США. Дещо повільнішими темпами у 2017–2024 рр. зростав обсяг онлайн платежів за товари і послуги – у 2,7 рази до 6,62 трлн доларів у 2024 році, проте у подальшому очікується подвоєння їх обсягу до 2029 року. Транскордонні грошові перекази з використанням цифрових інструментів теж мають стійку тенденцію до зростання, проте їх обсяг є відносно невеликим і порівнянні з цифровими гаманцями та онлайн платежами.

Окрім даних про обсяги платежів, доволі цікавою є статистика щодо чисельності користувачів цифрових платіжних сервісів (рис. 3).



Рисунок 2 – Обсяги цифрових транзакцій у світі в 2017–2024 рр. та прогноз на 2025–2029 рр.

Джерело: складено автором за даними [19]



Рисунок 3 – Кількість користувачів цифрових платежів у світі у 2017–2024 рр. та прогноз на 2025–2029 рр. (млн осіб)

Джерело: складено автором за даними [19]

З наведених даних можемо спостерігати чітку висхідну тенденцію щодо зростання кількості користувачів цифрових платіжних сервісів, зокрема за станом на кінець 2024 року понад 3 млрд осіб здійснювали онлайн платежі за товари, а майже 2.5 млрд використовували цифрові гаманці. За прогнозом, чисельність користувачів продовжить зростати до 2029 року, зокрема передбачається збільшення на 44% кількості тих, хто здійснюватиме платежі онлайн та сплачуватиме у торгових точках через програми цифрового гаманця. Кількість клієнтів платіжних сервісів, що здійснювали транскордонні грошові перекази стрімко зросла за період з 2017 по 2024 рік і сягнула 15,62 млн осіб, у подальшому прогнозується уповільнення позитивної тенденції і зростання чисельності користувачів лише на 20% до 2029 року.

Зважаючи на специфіку охарактеризованих вище тенденцій, спробуємо визначити характер їх впливу на діяльність суб'єктів роздрібного бізнесу, зокрема тих, які зосереджені на онлайн-сегменті (табл. 1).

Таким чином, скорочення обсягу готівкових платежів сприяє підвищенню прозорості доходів та зростанню продажів, водночас потребуючи додаткових витрат на використання платіжних сервісів і впровадження відповідних технологій. Платежі з рахунку на рахунок (A2A) дозволяють зменшити витрати на транзакції та стимулюють клієнтів зберігати кошти

на карткових рахунках, проте вимагають надійного захисту персональних даних та усунення технологічних обмежень. Розвиток цифрових гаманців сприяє вдосконаленню програм лояльності та глибшому аналізу споживчої поведінки, але разом із тим передбачає значні витрати на підтримку та оновлення платіжного програмного забезпечення. Новітні інструменти кредитування, сприяють розширенню обсягів продажу й дають змогу реалізовувати стратегії перехресних продажів, однак можуть нести фінансові ризики для продавців через інфляційні процеси та високу конкуренцію з боку банків і фінтех-компаній. Покращення клієнтського досвіду в оплаті товарів і послуг підвищує рівень лояльності покупців та зменшує час оформлення замовлень, проте впровадження низки новітніх рішень потребує значних фінансових вкладень. Розвиток цифрових валют створюватиме нові можливості для здійснення платежів, однак їхня висока волатильність і невизначеність правового статусу в різних країнах генеруватимуть суттєві ризики для бізнесу.

Висновки. Підсумовуючи, зазначимо, що розвиток платіжної сфери у напрямі впровадження новітніх цифрових інструментів для здійснення розрахунків суттєво змінив характеристики грошових потоків компаній, що працюють у сфері роздрібного бізнесу. Значна частина учасників ринку розпочала перенесення свого бізнесу

Таблиця 1 – Характеристика впливу сучасних тенденцій розвитку платіжної сфери на функціонування роздрібного бізнесу

Тенденція	Характер впливу	Напрямок впливу на роздрібний бізнес
Скорочення обсягу готівкових платежів	Позитивний	Зменшення витрат на обслуговування обігу готівки; Прозорість доходів; Зростання обсягів продажу з огляду на використання клієнтами кредитних коштів
	Негативний	Зростання комісій за використання платіжних сервісів; Необхідність вкладення коштів у обладнання чи технології Платежі з рахунку на рахунок (A2A)
Платежі з рахунку на рахунок (A2A)	Позитивний	Зниження витрат на транзакції; Використання бонусів чи винагород для стимулювання клієнтів до зберігання грошей на картках постійного клієнта чи оплати через додаток продавця; Привабливий варіант для малих і середніх підприємств
	Негативний	Відносна «незрілість» цього методу платежу, зокрема в Україні; Потреба захисту персональних даних користувачів
Розвиток цифрових гаманців	Позитивний	Збільшення використання програм лояльності продавців; Можливість отримання та аналізу більшої кількості даних про споживчу поведінку
	Негативний	Витрати на підтримку і обслуговування програмного забезпечення для прийняття платежів
Новітні інструменти кредитування	Позитивний	Збільшення обсягів продажу, особливо при застосуванні програм BNPL; Можливість перехресних продажів
	Негативний	В умовах інфляції поділ платежу на частини може призводити до певних втрат для продавця; Висока конкуренція на ринку з боку банків та фінтех-компаній
Клієнтоорієнтованість та зручність	Позитивний	Досвід оплати є важливим елементом формування лояльності покупця; Скорочення часу на оформлення замовлення та здійснення оплати;
	Негативний	Впровадження рішень на кшталт безкасових магазинів вимагає належного планування та вкладень в інфраструктуру
Поширення цифрових валют	Позитивний	Розширення можливих форм оплати сприятиме зростанню обсягів продажу; Можливість продажу електронних подарункових карток
	Негативний	Волатильність більшості криптовалют значно ускладнює процес їх прийняття як засобу платежу; Невизначений статус цифрових валют в окремих країнах створює ризики регуляторного характеру

Джерело: розроблено автором

в онлайн сегмент, передумови для чого виникли ще у період пандемії. Додатково цей процес набув прискорення після початку повномасштабного вторгнення, коли продаж товарів через інтернет для багатьох підприємців єдиним варіантом для продовження своєї діяльності на ринку. В цьому контексті платіжні технології мали стимулюючий вплив на роздрібний бізнес, оскільки сприяли спрощенню та прискоренню здійснення розра-

хунків за товари та послуги. Охарактеризовані у роботі прогнози щодо зростання обсягів цифрових транзакцій та кількості користувачів дають усі підстави стверджувати, що роль цифрових платіжних інструментів надалі лише посилюватиметься, з огляду на що бізнес повинен адаптовувати свою діяльність до новацій у платіжному секторі з метою підвищення ефективності управління своїми фінансовими потоками.

Список використаних джерел:

1. Laksamana P., Suharyanto S., Cahaya Y.F. Determining factors of continuance intention in mobile payment: fintech industry perspective. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. 2023. Vol. 35, No. 7. pp. 1699–1718. DOI: <https://doi.org/10.1108/APJML-11-2021-0851>
2. Oentoro W. Mobile payment adoption process: a serial of multiple mediation and moderation analysis. *The Bottom Line*. 2021. Vol. 34, No. 3/4. pp. 225–244. DOI: <https://doi.org/10.1108/BL-09-2020-0059>
3. Putrevu J. Mertzanis C. The adoption of digital payments in emerging economies: challenges and policy responses. *Digital Policy, Regulation and Governance*. 2024. Vol. 26 No. 5, pp. 476–500. DOI: <https://doi.org/10.1108/DPRG-06-2023-0077>
4. Irimia-Diéguez A., Liébana-Cabanillas F., Blanco-Oliver A., Lara-Rubio J. What drives consumers to use P2P payment systems? An analytical approach based on the stimulus–organism–response (S-O-R) model. *European Journal of Management and Business Economics*. 2023. Vol. 1. DOI: <https://doi.org/10.1108/EJMBE-12-2022-0374>
5. Graziano E.A., Musella F., Petroccione G. Cashless payment: behaviour changes and gender dynamics during the COVID-19 pandemic. *EuroMed Journal of Business*. 2025. Vol. 20 No. 5, pp. 54–74. DOI: <https://doi.org/10.1108/EMJB-11-2023-0299>
6. Dimitrova I., Öhman P. and Yazdanfa D. Barriers to bank customers' intention to fully adopt digital payment methods. *International Journal of Quality and Service Sciences*. 2022. Vol. 14 No. 5, pp. 16–36. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJQSS-03-2021-0045>
7. Zaheer M.A., Anwar T.M., Iantovics L.B., Manzoor M., Raza M.A., Khan Z. Decision-making model in digital commerce: electronic trust-based purchasing intention through online food delivery applications (OFDAs). *Journal of Trade Science*, 2024. Vol. 12 No. 3. pp. 220–242. DOI: <https://doi.org/10.1108/JTS-12-2023-0037>
8. Abyad A. Importance of consumer trust in E-commerce. *Middle East Journal of Business*. 2017. Vol. 12 No. 3. pp. 20–24. DOI: <https://doi.org/10.5742/mejb.2017.92971>
9. Ayinaddis S.G., Taye B.A. and Yirsaw B.G. Examining the effect of electronic banking service quality on customer satisfaction and loyalty: an implication for technological innovation. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. 2023. Vol. 12 No. 1. DOI: <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00287-y>
10. Cornea D. Credit card payments: do cultural values matter? Evidence from the European Union. *Managerial Finance*. 2021. Vol. 47 No. 8. pp. 1128–1148. DOI: <https://doi.org/10.1108/MF-06-2020-0336>
11. Дорошенко О. Електронні платежі як ключовий сегмент ринку фінансових технологій: передумови та перспективи розвитку. *Академічні візії*. 2022. № 14. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/299>
12. Чуницька І., Богріновцева Л. Вплив цифрових технологій на розвиток фінансового ринку України. *Економіка та суспільство*. 2023. № 49.
13. Худолій Ю.С., Свистун Л.А. Трансформація роздрібного банкінгу під впливом Fintech. *Економіка і регіон*. 2023. № 4(91). С. 206–214.
14. Мощинська М.-А. В., Цалан М. І. Вплив інноваційних технологій на розвиток електронної торгівлі. *Науковий вісник Ужгородського національного університету: серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2023. Вип. 49. С. 94–99.
15. Калінін І. Аналіз тенденцій цифровізації бізнесу. *Сталій розвиток економіки*. 2024. №4 (51). С. 57–65.
16. PricewaterhouseCoopers. Six key trends will define the retail payments landscape over the next few years. PwC. 2025. URL: <https://www.pwc.co.uk/industries/financial-services/insights/future-of-retailer-payments/key-trends.html>
17. Nuapay data reveals strong consumer demand for Open Banking and a better payment experience. NUAPAY. 2020, URL: <https://www.nuapay.com/nuapay-reveals-strong-consumer-demand-for-open-banking-to-improve-payment-experience/>
18. Операції з використанням платіжних карток в Україні та за кордоном, І півріччя 2024 року. Національний банк України. 2024. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/operatsiyi-z-vikoristannyam-platijnih-kartok-v-ukrayini-ta-za-kordonom-i-pivrichchya-2024-roku>
19. Digital Payments – Worldwide. Statista. URL: <https://www.statista.com/outlook/fmo/digital-payments/worldwide>

References:

1. Laksamana P., Suharyanto S. and Cahaya Y.F. (2023) Determining factors of continuance intention in mobile payment: fintech industry perspective. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 35, No. 7, pp. 1699–1718. DOI: <https://doi.org/10.1108/APJML-11-2021-0851>
2. Oentoro W. (2021) Mobile payment adoption process: a serial of multiple mediation and moderation analysis. *The Bottom Line*, Vol. 34, No. 3/4, pp. 225–244. DOI: <https://doi.org/10.1108/BL-09-2020-0059>
3. Putrevu J. and Mertzanis C. (2024) The adoption of digital payments in emerging economies: challenges and policy responses. *Digital Policy, Regulation and Governance*, Vol. 26, No. 5, pp. 476–500. DOI: <https://doi.org/10.1108/DPRG-06-2023-0077>
4. Irimia-Diéguez A., Liébana-Cabanilla F., Blanco-Oliver A. and Lara-Rubio J. (2023) What drives consumers to use P2P payment systems? An analytical approach based on the stimulus–organism–response (S-O-R) model. *European Journal of Management and Business Economics*, Vol. 1. DOI: <https://doi.org/10.1108/EJMBE-12-2022-0374>
5. Graziano E.A., Musella F. and Petroccione G. (2025) Cashless payment: behavior changes and gender dynamics during the COVID-19 pandemic. *EuroMed Journal of Business*, Vol. 20, No. 5, pp. 54–74. DOI: <https://doi.org/10.1108/EMJB-11-2023-0299>
6. Dimitrova I., Öhman P. and Yazdanfar D. (2022) Barriers to bank customers' intention to fully adopt digital payment methods. *International Journal of Quality and Service Sciences*, Vol. 14, No. 5, pp. 16–36. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJQSS-03-2021-0045>
7. Zaheer M.A., Anwar T.M., Iantovics L.B., Manzoor M., Raza M.A. and Khan Z. (2024) Decision-making model in digital commerce: electronic trust-based purchasing intention through online food delivery applications (OFDAs). *Journal of Trade Science*, Vol. 12, No. 3, pp. 220–242. DOI: <https://doi.org/10.1108/JTS-12-2023-0037>

8. Abyad A. (2017) Importance of consumer trust in E-commerce. *Middle East Journal of Business*, Vol. 12, No. 3, pp. 20–24. DOI: <https://doi.org/10.5742/mejb.2017.92971>
9. Ayinaddis S.G., Taye B.A. and Yirsaw B.G. (2023) Examining the effect of electronic banking service quality on customer satisfaction and loyalty: an implication for technological innovation. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, Vol. 12, No. 1. DOI: <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00287-y>
10. Cornea D. (2021) Credit card payments: do cultural values matter? Evidence from the European Union. *Managerial Finance*, Vol. 47, No. 8, pp. 1128–1148. DOI: <https://doi.org/10.1108/MF-06-2020-0336>
11. Doroshenko O. (2022) Elektronni platezhi yak kliuchovyi sehment rynku finansovykh tekhnolohii: peredumovy ta perspektyvy rozvytku [Electronic payments as a key segment of the financial technology market: prerequisites and development prospects]. *Akademichni vizii*, no. 14. Available at: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/299> (accessed 24 February 2025).
12. Chynytska I., Bohrynovtseva L. (2023) Vplyv tsyfrovyykh tekhnolohii na rozvytok finansovoho rynku Ukrainy [Impact of digital technologies on the development of the financial market of Ukraine]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 49.
13. Khudolii Yu. S., Svystun L. A. (2023) Transformatsiia rozdrubnogo bankinhu pid vplyvom Fintech [Transformation of retail banking under the influence of Fintech]. *Ekonomika i rehion*, no. 4 (91), pp. 206–214.
14. Moshchynska M.-A. V., Tsalan M. I. (2023) Vplyv innovatsiynykh tekhnolohii na rozvytok elektronnoi torhivli [Impact of innovative technologies on the development of e-commerce]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu: Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*, vol. 49, pp. 94–99.
15. Kalinin I. (2024) Analiz tendentsii tsyfrovizatsii biznesu [Analysis of digitalization trends in business]. *Stalyi rozvytok ekonomiky*, no. 4 (51), pp. 57–65.
16. PricewaterhouseCoopers. (2025). Six key trends will define the retail payments landscape over the next few years. PwC. Available at <https://www.pwc.co.uk/industries/financial-services/insights/future-of-retailer-payments/key-trends.html> (accessed 24 February 2025).
17. Nuapay data reveals strong consumer demand for Open Banking and a better payment experience. NUAPAY. Available at <https://www.nuapay.com/nuapay-reveals-strong-consumer-demand-for-open-banking-to-improve-payment-experience/> (accessed 24 February 2025).
18. National Bank of Ukraine (2024) Operatsii z vykorystanniam platizhnykh kartok v Ukraini ta za kordonom, I pivrichchia 2024 roku [Operations with payment cards in Ukraine and abroad, 1st half of 2024]. Natsionalnyi bank Ukrainy. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/operatsiyi-z-vikoristannyam-platijnih-kartok-v-ukrayini-ta-za-kordonom-i-pivrichchya-2024-roku> (accessed 24 February 2025).
19. Digital Payments – Worldwide. Statista. Available at: <https://www.statista.com/outlook/fmo/digital-payments/worldwide> (accessed 24 February 2025).

Pechenko Ruslan

Lviv Polytechnic National University

THE IMPACT OF DIGITAL PAYMENT TECHNOLOGIES ON RETAIL BUSINESS

The digital payments sector is experiencing consistent growth due to the advancement of e-commerce, the proliferation of mobile financial services, and the rising demand for contactless technologies. The active expansion of fintech companies and the implementation of blockchain solutions in payment systems contribute to the further development of the market. The dynamic progress of this industry is driven by the convenience and efficiency of innovative financial tools, as well as their increasing popularity among consumers. The purpose of this article is to identify and substantiate current trends in the development of the payment sector and to determine the potential impact of its digitalization on the operations of retail business structures. The study highlights key directions in the evolution of payment technologies, including the reduction in cash transactions, the proliferation of digital mobile wallets, digital currencies and transfers, the adoption of A2A payments, and BNPL models. Based on an analysis of global digital transaction volumes, the number of digital payment users, and forecasts of their dynamics over the next five years, it is established that the role of digital payment instruments will continue to strengthen. Their development is expected to yield several positive effects for the retail business, such as increased revenue transparency, reduced transaction costs, improved loyalty programs and consumer behavior analysis, the introduction of advanced credit instruments, and enhanced customer loyalty. However, the expansion of digital payment instruments is associated with several challenges. These include the need for significant investments in technology and infrastructure, ongoing software maintenance, protection of users' personal data from cyber threats, potential increases in service fees for digital payment solutions, and regulatory risks arising from the uncertain legal status of digital currencies in certain jurisdictions, including Ukraine. The practical significance of this study lies in identifying strategies for retail businesses to adapt to innovations in the payment sector to enhance the efficiency of financial flow management.

Keywords: digital payments, payment technologies, retail business, cryptocurrencies, digital wallets.

JEL classification: E42, G21, L81, O33