

°УДК 336.71

Корецька Н. І., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

ЧИННИКИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА РОЗВИТОК ЕКВАЙРИНГОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

У статті здійснено узагальнення поглядів вчених щодо впливу факторів на розвиток еквайрингового обслуговування та представлено авторську класифікацію чинників, що впливають на цей процес. Детально розглянуто вплив кожної групи факторів на функціонування еквайрингового ринку.

Ключові слова: еквайрингова послуга, рівень сервісу, якість обслуговування, торгівля, гаджети, туризм, інформаційні технології, реклама, інтернет-магазини.

Koretska N.

FACTORS, INFLUENCING THE DEVELOPMENT OF ACQUIRING SERVICES

To increase sales and minimize costs, it is necessary to use non-cash payment because it contributes to reducing the time customer service, allows you to apply various schemes of self-service, to use the mechanisms of maintenance of loyalty and the like. And all of this ensures the quality of acquiring services.

Quirigua service is developed under influence of many factors. In the beginning of the study it should be noted that a significant impact on the acquiring service provided by the state in the face of Central Bank and banking institutions. Their policy does change the discount rate and the exchange rate, or more expensive/cheaper borrowed funds and, as a consequence, will decline or slow down the development of market money.

Also ensure the efficiency of the market of acquiring services is impossible without the observance of financial stability in the country.

For the effective development of the market of acquiring services is important is the level of development of retail trade in the country as a whole and the level of infrastructure, service and quality of service.

Regarding factors such as financial literacy, consumer habits and their motivation to make payments in the form of cash, increase the level of confidence in the banking system and culture of financial management have a significant influence on the development of the market of acquiring services. It is stated in the Concept of the project the National Bank of Ukraine.

° *Корецька Н. І.*

All process non-cash payment requires information provision and support. So, POS-terminals, to meet challenges, constantly improved and become more reliable, are equipped with various communication means, including wireless.

Non-cash transactions popularitybut promotion of domestic and international payment systems, and bonus programs and various awards from banking institutions stimulate growth of sales for their products and increase the share of payment cards for goods in retail outlets.

All these factors demonstrate the relationship of related industries with the market of payment cards and acquiring services. Due to the positive development of various aspects of the global economy, this market will rapidly move forward.

Key words: acquiring the service, level of service, quality of service, trade, industry, tourism, information technology, advertising, online shopping.

Корецькая Н. И.

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ ЭКВАЙРИНГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

В статье осуществлено обобщение взглядов ученых относительно влияния факторов на развитие эквайрингового обслуживания и представлена авторская классификация факторов, влияющих на этот процесс. Подробно рассмотрено влияние каждой группы факторов на функционирование эквайрингового рынка.

Ключевые слова: эквайринговая услуга, уровень сервиса, качество обслуживания, торговля, гаджеты, туризм, информационные технологии, реклама, интернет-магазины.

Постанова проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Підвищення прибутку напряму залежить від обсягу продажів і скорочення витрат. Це означає, що для збільшення обсягів продажів і мінімізації витрат необхідно використовувати безготівкову оплату, оскільки це сприяє скороченню часу обслуговування клієнта, дозволяє застосовувати різні схеми самообслуговування, використовувати механізми підтримки лояльності тощо. А все це забезпечується якістю еквайрингового обслуговування [1].

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Вагомі дослідження у вивченні впливу чинників на розвиток еквайрингового обслуговування здійснювали А. Бабаєва, В. Владикін, Н. Войтович, Н. Корецька та Д. Збирун, Ю. Наріманова та Ю. Сукристов, В. Черномор, А. Шуришева. Проте, науковці у своїх працях переважно зупинялись на чинниках, що перешкоджають масовому та якісному впровадженню нових техноло-

гій для здійснення розрахунків, використання новітніх платіжних інструментів та реалізації новацій щодо еквайрингового обслуговування. Крім того, вчені досліджували зворотній вплив: які результати будуть від впровадження еквайрингу і як це вплине на розвиток національної економіки, втому числі на розвиток фінансово-кредитної її сфери. Але, на нашу думку, доцільно розглянути вплив чинників на розвиток еквайрингового обслуговування як в цілому, так і дослідити від чого залежить ефективність розвитку його видів: торгового, мобільного та Інтернет-еквайрингу.

Цілі статті. Метою статті є: дослідження поглядів вчених щодо впливу факторів на розвиток еквайрингового обслуговування та формування авторської класифікації чинників, що впливають на цей процес.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Еквайрингове обслуговування розвивається під впливом безлічі чинників.

На початку дослідження варто зазначити, що істотний вплив на послугу еквайрингу чинить *держава в особі центрального банку та банківські установи*. Саме від їх політики залежить чи зміниться облікова ставка та валютний курс, чи подорожчають/подешевшають позикові кошти і, як наслідок, чи піде на спад або уповільниться розвиток ринку продажу грошей [1]. Безперечно все це впливає на вартість еквайрингової послуги та терміналів з прийому платежів, на кількість емітованих платіжних карток (в основному кредитних) тощо. Крім того, в сучасних умовах послуга еквайрингу неможлива без участі банків. А оскільки для вітчизняних банківських установ основним джерелом ресурсів є залучення депозитів фізичних та юридичних осіб, то вони мало зацікавлені у розвитку еквайрингового обслуговування, особливо такого його виду як Інтернет-еквайринг.

Загалом забезпечення ефективності ринку еквайрингового обслуговування неможливе без дотримання фінансової стабільності в країні. Так, на думку В. Владикіна, сприятлива *макроекономічна ситуація в країні* позитивно позначається на споживчій впевненості і бажанні населення витратити більше і з великим комфортом [2]. Погоджуємось з даною думкою, оскільки позитивна динаміка ВВП сприяє зростанню доходів і витрат споживачів, що, в свою

чергу, створює базу для здійснення операцій із використанням платіжних карток, а отже і для ефективного розвитку ринку еквайрингового обслуговування. І навпаки, надзвичайно складна макроекономічна та соціально-політична ситуація негативно впливають на добробут населення і фінансову стійкість суб'єктів господарювання, що перешкоджає розвитку як торгового, так і мобільного та Інтернет-еквайрингу.

Також В. Владикін вважає, що для ефективного розвитку ринку еквайрингового обслуговування важливим є *рівень розвитку роздрібної торгівлі* в країні в цілому. Так, розвиток сучасних форматів торгівлі, таких як гіпермаркети, супермаркети, роздрібні продуктові магазини біля дому, поява великих мережевих гравців в торгівлі непродовольчими товарами, Інтернет-комерція та їх швидке проникнення в різні регіони країни забезпечують більш якісний рівень сервісу і роблять процес покупки більш зручним, у тому числі пропонуючи можливість здійснення оплати платіжною картою, а отже позитивно впливають на зростання популярності еквайрингової послуги [2].

А. Шуришева вважає, що розвиток торгового еквайрингу стримують такі фактори як недостатньо розвинута інфраструктура з прийому платіжних карток та фінансова неграмотність як держателів платіжних карток, так і представників від торгово-сервісних підприємств [3, с. 288].

Безперечно, вагомим фактором для подальшого розвитку екварингового обслуговування та використання для оплати товарів і послуг платіжних карток є *рівень функціонування інфраструктури обслуговування*. За абсолютною кількістю банкоматів з функцією видачі готівки лідерами є США, Китай, Бразилія, Японія та Російська Федерація. У розрахунку на мільйон жителів Україна відстає від цих країн, проте українці все активніше використовують банкомати для зняття готівки і оплати кредитів. Така ж ситуація характерна і для POS-терміналів в торгових підприємствах.

Крім того, у міру розвитку інфраструктури забезпечення еквайрингу важливим є і *рівень сервісу та якості обслуговування*. Звичайно, для досягнення високих показників якості сервісу потрібні значні капіталовкладення в платформу інтернет-платежів,

і це, безумовно, впливає на процес ціноутворення. Але гравці еквайрингового ринку задля залучення та утримання клієнтів, збільшення обсягів продажів повинні забезпечувати високу доступність та якість сервісу. Відповідно до проведеного Euromonitor International опитуванням споживачів, саме якісне обслуговування клієнтів є другим за важливістю чинником після репутації установи.

Щодо такого фактора як *фінансова грамотність*, то звички споживачів та їх мотивації до здійснення оплат у безготівковій формі, підвищення рівня довіри до банківської системи та культури управління фінансами (табл. 1) мають вагомий вплив на розвиток ринку еквайрингового обслуговування. Це зазначено в Концепції проекту Національного банку України.

Таблиця 1

Вплив освіти та мотивації споживачів
на здійснення оплат у безготівковій формі [4, с. 38]

Фінансова грамотність		Мотивація		
<i>підвищення довіри до банківської системи</i>	<i>культура управління фінансами</i>	<i>фінансова мотивація</i>	<i>зручність</i>	<i>штрафи</i>
- популяризація національної валюти	- окрема дисципліна в школі	- програми фінансового заохочення	- сучасні та доступні методи оплат	- комісія за зняття коштів
- роз'яснення стратегії банків	- навчання управлінню власними фінансами	- податкові пільги	- відкриття рахунків –	- штрафи за відмову у використанні POS
- нове позиціонування та комунікація нового мандату НБУ		- cashback - проведення акцій, лотерей	єдиний стандарт платежу	

Працівники Національного банку України стверджують, що за останніх 10 років сума операцій за безготівковими платежами збільшилася в 46 разів, що свідчить про позитивну динаміку – інтенсивність використання клієнтами платіжних карток та обслуговування їх в торгових точках [5, с. 283]. Проте, з метою підвищення *рівня довіри населення до фінансово-кредитного сектору* та його фінансової грамотності, необхідно і надалі здійснювати

просвітницькі заходів серед населення та працівників торгово-сервісних підприємств.

Також процес безготівкової оплати вимагає *інформаційного забезпечення і супроводу*. Так, POS-термінали, щоб відповідати вирішуваним завданням, постійно удосконалюються: стають надійніше, оснащуються різними засобами зв'язку, в тому числі і бездротовими, підтримують різні стандарти взаємодії з процесингом тощо. Ще зовсім недавно читання магнітної смуги з трьома доріжками і шифрування пін-коду клієнта було чи не єдиною функцією терміналу. Сучасні термінали являють собою високотехнологічний пристрій, оснащений потужним процесором, власною операційною системою і різними додатками [1]. Погоджуємося, що функціональність платіжних терміналів зростає з кожним роком. Фактично в деяких випадках вже стирається поділ між торговими і банківськими POS-терміналами. Пристрої стають все більш мобільними і доступними для клієнтів. Все частіше використовуються такі технології, як NFC, що дозволяє здійснювати безконтактну оплату. Безліч банків починають застосовувати розширення для процесингових центрів, які перетворюють банківську карту в універсальний інструмент ідентифікації клієнта або співробітника і отримання даних про його смаках, перевагах і діях, в тому числі при використанні в магазині».

До важливих факторів розвитку еквайрингового обслуговування В. Владикін відносить і: зону охоплення сучасними форматами торгівлі не лише найбільших міст, але й інших населених пунктів; рівень зростання операцій як з використанням платіжних карток, так і за допомогою *альтернативних способів оплати* (наприклад, електронних грошей). Тенденція альтернативних способів оплати характерна і для світового ринку, де активно впроваджуються технології NFC-чипи, різні технології мобільних платежів і де на ринок роздрібних фінансових послуг виходять такі гіганти, як Google [2].

Розвитку еквайрингового обслуговування, як вважає В. Владикін, сприяє і *стрімке зростання продажів та використання смартфонів, планшетів та мобільних гаджетів*, що відкриває широкі можливості для здійснення в першу чергу мобільних платежів [2]. З кожним роком кількість проданих гаджетів зростає і

ця тенденція збережеться в найближчі кілька років. Варіантів їх використання безліч. І серед них: цифровий рівень (для моделей з вбудованим гіроскопом), електронний гаманець тощо. Всі ці можливості ще більше інтегрують гаджети в технопростір навколо людини.

Так, статистика засвідчує, що з кожним роком все більша кількість людей активно використовує мобільний телефон: за даними компанії WilsonElectronics майже 2 мобільні телефони є у кожної людини, що проживає в ОАЕ, в Естонії – 1,94, в Російській Федерації – 1,3, у Великобританії – 1,2, в Австралії – 1, тоді як у США, Японії, Мексиці, Канаді на одного жителя країни припадає відповідно 0,87; 0,86; 0,67; 0,64 мобільних телефони.

Проте, привабливою цільовою аудиторією для банківського бізнесу (в тому числі і еквайрингу) є власники смартфонів та планшетів, оскільки ймовірність їх охоплення за допомогою мережі Інтернет набагато вище в порівнянні з власниками звичайних мобільних телефонів.

Так, аналіз засвідчив, що один і більше смартфонів припадає на душу населення Канади, Індії, Китаю, Туреччини, Мексики, Японії та Єгипту. Найближчим часом кожна людина Південної Кореї, Франції, США, Австралії, Нідерландів, Таїланду, Індонезії, Великобританії, Філіппін, Тайваню, Південної Африки, Іспанії, Ірану, Німеччини, Малайзії, Італії, Бразилії, Аргентини та Польщі буде забезпечений одним смартфоном, що дозволить йому ефективно користуватися мережею Інтернет, а значить він стане потенційним клієнтом еквайрингу з використанням мобільного пристрою. Попит на планшети також з кожним роком зростає.

Отже, факт зростання і популярності мобільних пристроїв серед населення різних країн світу підтверджує їх перспективність в якості платформи для ефективного розвитку мобільного еквайрингу.

Важливу роль у зростанні кількості операцій з використанням платіжних карток для оплати товарів і послуг, а отже і для розвитку еквайрингового обслуговування, В. Владикін називає *в'їзний і виїзний туризм* [2]. Так, нині під час поїздок туристи здійснюють закордонні витрати переважно в безготівковій формі. Крім того, активно користуючись платіжними картками, вони

переймають досвід і культуру щоденного еквайрингового обслуговування в різних країнах світу (особливо розвинених), що поступово змінює їх споживчі звички і стимулює до здійснення безготівкових розрахунків.

В свою чергу, швидко зростаючий потік туристів, підтримка туризму на державному рівні, проведення великих міжнародних спортивних і культурних заходів будуть стимулом для банків та торговельних підприємств щодо розширення і вдосконалення інфраструктури обслуговування платіжними картками, а отже і стимулом для розвитку еквайрингової послуги.

А. Бабаєва, досліджуючи життєвий цикл платіжних карток, їх емісію, обіг та ефективність процесу обслуговування ними, зазначає, що розвитку еквайринговому обслуговуванню посприяв вихід значної частини економіки з тіньового сектора. З одного боку, завдяки цьому, значно збільшилася кількість емітованих карток, в першу чергу за рахунок активного розвитку зарплатних проектів. А це створило умови для розвитку інфраструктури торговельної термінальної мережі. З іншого боку, легалізація бізнесу значної кількості підприємств роздрібної торгівлі розширила можливості щодо залучення в інфраструктуру карткового бізнесу більшої кількості суб'єктів господарювання [6]. Однак, погоджуємося з думкою Черномора В. О., який вважає, що розвитку еквайрингового обслуговування і досі перешкоджає масштабність тіньової економіки [7, с. 283]. А менеджер Visa з розвитку мережі прийому платіжних карток в Південно-Східній Європі і СНД Нічка І. серед факторів, що перешкоджають швидкому розвитку еквайрингового обслуговування є відсутність стимулів і низькі штрафи за недотримання законодавства: за відсутність терміналу Державна податкова служба може оштрафувати торговця на суму в розмірі 17–170 грн (1–10 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян), при повторному порушенні – на 85–459 грн (5–27 неоподатковуваних мінімумів); за відмову покупцеві в оплаті платіжною картою Держспоживінспекція оштрафує на суму 8500 грн (500 неоподатковуваних мінімумів) [8].

На нашу думку, високий *рівень тіннізації економіки* і надалі залишається стримуючим фактором для подальшого розвитку ринку еквайрингового обслуговування, оскільки ще значна частка

торгово-сервісних підприємств не готова до розкриття своїх реальних торгових оборотів. Крім того, підвищення рівня тінізації призводить до зниження реальної заробітної плати та погіршення споживчих настроїв населення, а, отже, і до зменшення обсягів торгового обороту у легальному секторі.

Крім того, до чинників, що негативно впливають на ефективність впровадження еквайрингу, Черномор В. О. відносить недосконалість *діючого законодавства*, яке не відповідає потребам платіжного ринку [7, с. 283]. Погоджуємося з цією думкою і вважаємо, що, не дивлячись на значну кількість законодавчих та нормативно-правових актів (Закони України «Про Національний банк України» [9], «Про банки і банківську діяльність» [10], «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» [11], постанова Правління Національного банку України від 30.04.2010 р. №223 «Про здійснення операцій з використанням спеціальних платіжних засобів» [12], Положення «Про діяльність в Україні внутрішньо-державних і міжнародних платіжних систем», затвердженим постановою Правління Національного банку України від 25.09.2007 р. №348 [13] тощо), що регулюють елементи еквайрингового обслуговування, існує потреба в їхньому оновленні та конкретизації.

Оплату товарів і послуг за допомогою платіжних карток однаково нині охоче здійснюють і молоді люди, і представники старшого покоління. Бажання розрахуватися платіжною карткою в торговій точці, кафе, ресторані тощо виникає у багатьох. І якщо ставки еквайрингу анітрохи не турбують покупців, то для продавців вони представляють великий інтерес, адже витрати на еквайрингове обслуговування входять в загальні витрати підприємства торгівлі та сервісу [14]. Отже, на послугу еквайрингу впливає *цінова політика*, а саме ставка еквайрингу, що являє собою відсоток від суми операції з використанням платіжної картки і розмір якої розраховується еквайером в індивідуальному порядку та залежить від сфери діяльності підприємства, середнього показника торгового обороту за місяць, мережевої приналежності, репутації компанії, інформаційно-програмного супроводу, швидкості зарахування коштів з платіжної картки на рахунок організації, доступності та оперативності роботи служби технічної підтримки еквайєра тощо.

Щодо вартості за трьома основними формами прийому платіжних карток до оплати, то дешевшим буде торговий еквайринг, слідом за ним йде мобільний еквайринг. Інтернет-еквайринг є найбільш витратним: за можливість приймати платежі в інтернет-магазині постачальник послуги потребує досить солідну винагород, яка обґрунтована необхідністю цілодобової підтримки особливого платіжного веб-інтерфейсу і забезпечення безпеки здійснення інтернет-платежів.

Загалом оплату товарів і послуг за допомогою платіжних карток однаково нині охоче здійснюють як молоді люди, так і представники старшого покоління. І неможливість сьогодні розрахуватися платіжною картою в магазині чи ресторані у багатьох викликає подив. І якщо ставки еквайрингу анітрохи не турбують покупців, то для продавців вони представляють великий інтерес, адже витрати на еквайринг входять в загальні витрати підприємства [14].

Варто зазначити, що середня вартість торгового еквайрингу в Україні становить 2% від обороту + 300 грн за оренду терміналу на місяць. Крім того, платіж інтерчендж (кошти, що банком-еквайером сплачуються банку-емітенту) складає 2/3 від платежу, що стягується з торгівельної точки [4, с. 21].

Отже, такий фактор як цінова політика справляє вагомий вплив на рентабельність ринку еквайрингового обслуговування і тому необхідно приділити вагому увагу до правил прозорості у ціноутворенні при встановленні вартості безготівкових транзакцій.

На думку Н. Войтович, одним із основних чинників, що впливає на розвиток ринку еквайрингового обслуговування *популярність платіжних карток* серед населення, яке все частіше користується ними для здійснення розрахунків при купівлі товарів чи послуг. А це, в свою чергу, ставить перед представниками підприємств торгівлі та сервісу, які бажать відповідати очікуванням своїх клієнтів, нові завдання [8]. Безперечно, наявність та кількість держателів платіжних карток є основним фактором існування еквайрингового ринку. Проте, варто зазначити, що виведення банків на початку 2006 року з ринку суттєво знизило кількість держателів платіжних карток. Так, станом на квітень місяць емітентами $\frac{3}{4}$ активних платіжних карток в обігу були лише 6

банківських установ (рис. 1). Тому держава та Національний банк України повинні приділяти значну увагу перерозподілу банківського ринку.

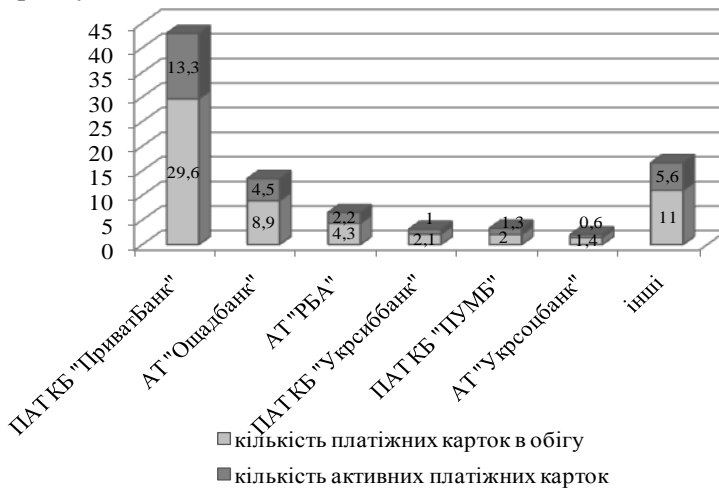


Рис. 1. Банки-емітенти платіжних карток станом на квітень 2016 року [4, с. 24]

Банківські менеджери Ю. Наріманова і Ю. Сукристов вважають, що швидкому розвитку ринку еквайрингового обслуговування сприяють *маркетинговий і рекламний механізми*. Так, рекламні акції вітчизняних та міжнародних платіжних систем популяризують безготівкові операції, а бонусні програми та різні винагороди від банківських установ стимулюють зростання продаж за їхніми продуктами та збільшують частку оплати платіжними картками за товари в торгових точках [1; 8]. Крім того, бажання на рівні держави подолати ризики прийому фальшивих купюр, зменшити незручності, пов'язані з необхідністю постійної наявності готівки, скоротити витрати на інкасацію теж сприяють розвитку ринку еквайрингових послуг [8].

Питання *забезпечення безпеки здійснення операцій* з використанням платіжної картки і надалі потребує особливої уваги. Банки і платіжні оператори витрачають колосальні кошти на забезпечення безпеки платіжної інфраструктури. Постійно з'являються та розвиваються нові засоби аутентифікації, включаючи біомет-

ричні, удосконалюються методи криптографії. Крім того, в ЄС були прийняті нові правила і норми, що регулюють питання забезпечення безпеки інтернет-платежів. Ці норми стали обов'язковими для дотримання усіма учасниками еквайрингового ринку, починаючи з 1-го серпня 2015 року [15]. Загалом вимоги до безпеки платежів, що потребують максимального використання, розвитку і впровадження технологічних можливостей, і надалі будуть підвищуватися, що дозволить забезпечити високий рівень захисту карткових транзакцій.

На розвиток ринку еквайрингового обслуговування впливає і *довіра до інтернет-магазинів*. З кожним роком зростає *популярність покупок через мережу Інтернет*. До активної молодіжної аудиторії покупців долучається більш широке коло споживачів, які здійснюють дистанційні покупки або вивчають на сайтах електронної торгівлі інформацію про продукцію.

Представимо класифікацію визначених чинників, що впливають на розвиток ринку еквайрингового обслуговування (рис. 2).



Рис. 2. Класифікація чинників, що впливають на розвиток ринку еквайрингового обслуговування *

* сформовано автором

Всі перераховані фактори демонструють взаємозв'язок суміжних індустрій з ринком платіжних карток та еквайрингового

обслуговування. Завдяки позитивному розвитку різних аспектів світової економіки цей ринок буде стрімко рухатися вперед.

1. Эквайринг в новых реалиях. Точка продаж №94 (март 2015 года) // [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://b2bcontact.ru/tr-articles/110-article-acquiring>
2. Владыкин В. Развитие российского рынка платежных карт / В. Владыкин // [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.retail-loyalty.org/journal_retail_loyalty/read_online/art149584/
3. Шурышева А. Н. Развитие торгового эквайринга / А. Н. Шурышева // Актуальные вопросы экономических систем. – 2011. – №20. – С. 287–291.
4. А9. Cashless economy / Концепція проекту. – Версія 2.3. – Київ : НБУ, 18 травня 2016. – 50 с.
5. Корещька Н. І. Фактори, що впливають на функціонування ринку платіжних карток / Н. І. Корещька // Економічний форум. – 2016. – №2. – С. 275–285.
6. Бабаева А. Платежные карты: Бизнес-энциклопедия / А. Бабаева. – М. : Маркет ДС, 2008. – 764 с.
7. Черномор В. О. Сучасний стан та перспективи розвитку платіжних систем в сфері електронної комерції / В. О. Черномор // Фінансовий простір . – 2015. – №1 (17). – С. 283–289.
8. За прошлый год количество POS-терминалов в отечественных магазинах увеличилось более чем на четверть // [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.proretail.info/index.php?id=422&L=&tx_ttnews\[tt_news\]=21123&cHash=37bd6e4d04](http://www.proretail.info/index.php?id=422&L=&tx_ttnews[tt_news]=21123&cHash=37bd6e4d04)
9. Закон України «Про Національний банк України» від 20.05.99 №679 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.kiev.ua
10. Закон України «Про банки і банківську діяльність» // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2001. – № 5–6 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2121-14/page6>
11. Закон України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/234614?test=XX7MfyrCSgkyKtuIZiWVpRp.HI4LLs80msh8Ie6>
12. Постанова Правління Національного банку України «Про здійснення операцій з використанням спеціальних платіжних засобів» від 30 квітня 2010 р. №223 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.kiev.ua
13. Постанова Правління Національного банку України від 25 вересня 2007 року №348 «Положення про діяльність в Україні внутрішньодержавних і міжнародних платіжних систем» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.kiev.ua
14. Как формируются ставки эквайринга? // [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://web-payment.ru/article/75/kak-formirujutsja-stavki-jekvajringa/>
15. Головні тренди розвитку ринку платіжних систем // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://it-ua.info/news/2016/07/06/golovn-trendi-rozvitku-rinku-platzhnih-sistem.html>