

**Кваліфікаційна робота**

**СУЧАСНІ ФІНАНСОВІ ПЛАТІЖНІ СИСТЕМИ,  
ЇХ ВИКОРИСТАННЯ У ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

Здобувача другого  
(магістерського) рівня вищої  
освіти  
Гури Максима Григоровича

м. Тернопіль – 2026

## АНОТАЦІЯ

**Гура М. Г.** Сучасні фінансові платіжні системи, їх використання у туристичній діяльності. Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «магістр» зі спеціальності 242 Туризм. ТНПУ ім. В. Гнатюка. Тернопіль, 2026. 94с.

У першому розділі розкрито теоретико-методичні основи дослідження платіжних інструментів у туризмі та крос-культурній комунікації, узагальнено їх класифікацію та методологію.

У другому розділі проаналізовано еволюцію платіжних систем у процесі цифровізації, розвиток готівкових, карткових і цифрових платежів та роль міжнародних і fintech-сервісів.

У третьому розділі досліджено сучасні платіжні інструменти в туризмі та основні проблеми міжнародних розрахунків: комісії, валютну конвертацію, кіберризики та повернення коштів.

У четвертому розділі розглянуто перспективи розвитку платіжних інструментів, зокрема open banking, цифрові валюти та криптовалюту, а також надано практичні рекомендації для бізнесу.

**Ключові слова:** платіжні інструменти, туризм, цифровізація, fintech, криптовалюта, безготівкові розрахунки, фінансова інфраструктура.

## ABSTRACT

**Hura M. H.** Modern financial payment systems and their use in tourism activities. Qualification thesis for obtaining the educational degree “Master” in specialty 242 Tourism. V. Hnatyuk Ternopil National Pedagogical University. Ternopil, 2026. 94 p.

In the first chapter, the theoretical and methodological foundations of the study of payment instruments in tourism and cross-cultural communication are presented, and their classification and methodology are summarized.

In the second chapter, the evolution of payment systems in the process of digitalization is analyzed, including the development of cash, card, and digital payments, as well as the role of international and fintech services.

In the third chapter, modern payment instruments in tourism and the main problems of international settlements are studied, including commissions, currency conversion, cybersecurity risks, and refunds.

In the fourth chapter, the prospects for the development of payment instruments are considered, including open banking, digital currencies, and cryptocurrency, as well as practical recommendations for business.

**Key words:** payment instruments, tourism, digitalization, fintech, cryptocurrency, cashless payments, financial infrastruc

## ЗМІСТ

|                                                                                                                               |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>ВСТУП .....</b>                                                                                                            | <b>4</b>  |
| <b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПЛАТІЖНИХ ІНСТРУМЕНТІВ У ТУРИЗМІ ТА КРОС-КУЛЬТУРНИЙ КОМУНІКАЦІЇ .....</b> | <b>10</b> |
| 1.1. Теоретичні аспекти дослідження платіжних систем у сучасній науковій літературі .....                                     | 10        |
| 1.2. Платіжні системи як елемент фінансової та комунікаційної інфраструктури .....                                            | 16        |
| 1.3. Підходи до класифікації платіжних систем та цифрових платіжних інструментів .....                                        | 19        |
| 1.4. Методичні основи дослідження платіжних інструментів у туристичній сфері .....                                            | 23        |
| Висновки до розділу 1 .....                                                                                                   | 25        |
| <b>РОЗДІЛ 2. ЕВОЛЮЦІЯ СУЧАСНИХ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТА ГЛОБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ .....</b>                     | <b>27</b> |
| 2.1. Особливості розвитку сучасної фінансової системи .....                                                                   | 27        |
| 2.2. Етапи розвитку сучасних платіжних систем .....                                                                           | 33        |
| 2.3. Зародження та поширення цифрових платіжних інструментів .....                                                            | 41        |
| Висновки до розділу 2 .....                                                                                                   | 47        |
| <b>РОЗДІЛ 3. СУЧАСНІ ПЛАТІЖНІ ІНСТРУМЕНТИ В ТУРИЗМІ: ФІНАНСОВИЙ ТА КРОС-КУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТИ .....</b>                          | <b>48</b> |
| 3.1. Перспективи розвитку цифрових платіжних інструментів у господарській діяльності .....                                    | 48        |
| 3.2. Розвиток і використання криптовалюти у туризмі .....                                                                     | 54        |
| 3.3. Криптовалюта як інструмент фінансової прозорості та зменшення тіньових розрахунків .....                                 | 59        |
| Висновки до розділу 3 .....                                                                                                   | 64        |

|                                                                                                                     |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>РОЗДІЛ 4. КРОС-КУЛЬТУРНІ ТА КОМУНІКАЦІЙНІ АСПЕКТИ</b>                                                            |           |
| <b>ВИКОРИСТАННЯ МІЖНАРОДНИХ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ В</b>                                                                  |           |
| <b>ТУРИЗМІ.....</b>                                                                                                 | <b>65</b> |
| 4.1. Мовно-комунікативні особливості цифрових фінансових сервісів.....                                              | 65        |
| 4.2. Крос-культурна комунікація у процесі використання платіжних інструментів туристами.....                        | 73        |
| 4.3. Комунікаційні бар'єри та перспективи сприйняття криптовалюти в різних культурах .....                          | 80        |
| 4.4. Практичні рекомендації для малого туристичного бізнесу щодо зменшення платіжних і комунікаційних бар'єрів..... | 84        |
| Висновки до розділу 4.....                                                                                          | 86        |
| <b>ВИСНОВКИ .....</b>                                                                                               | <b>88</b> |
| <b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>                                                                              | <b>91</b> |

## ВСТУП

У сучасних умовах цифровізації економіки платіжні інструменти відіграють важливу роль у розвитку туристичної сфери. Туризм є галуззю, яка безпосередньо пов'язана з міжнародним рухом людей, послуг, валют і фінансових потоків. Під час подорожі турист постійно здійснює фінансові операції: оплачує проживання, транспорт, харчування, страхування, екскурсії, бронювання, додаткові сервіси та інші туристичні послуги. Саме тому зручність, швидкість, безпека і зрозумілість платіжних інструментів безпосередньо впливають на якість туристичного обслуговування та рівень довіри споживача до туристичного підприємства.

Актуальність дослідження сучасних платіжних інструментів у сфері туризму зумовлена тим, що фінансова поведінка туристів швидко змінюється під впливом цифрових технологій. Якщо раніше основними способами оплати були готівка, банківські перекази та платіжні картки, то сьогодні дедалі більшого значення набувають мобільні платежі, електронні гаманці, онлайн-банкінг, fintech-сервіси, цифрові платформи, QR-платежі, а також криптовалютні інструменти. Турист очікує, що платіж буде швидким, безпечним, доступним у різних країнах і зрозумілим незалежно від мови чи культурного середовища.

Водночас розвиток сучасних платіжних систем супроводжується низкою проблем. До них належать комісії, валютна конвертація, подвійна конвертація, залежність від банківських і цифрових посередників, кіберризиків, блокування операцій, складність повернення коштів, інформаційна асиметрія та недостатня прозорість умов оплати. Для міжнародного туризму ці проблеми мають особливе значення, оскільки турист часто здійснює платіж в іншій країні, іншій валюті та через незнайомий цифровий сервіс.

Окремої уваги потребує крос-культурний аспект використання платіжних інструментів. Туристична сфера об'єднує користувачів із різних країн, мовних середовищ, фінансових культур і рівнів цифрової грамотності.

Один і той самий платіжний інструмент може сприйматися по-різному: для одних користувачів банківська картка або мобільний гаманець є звичним і безпечним способом оплати, для інших — джерелом ризику, недовіри або втрати контролю над коштами. Тому ефективність платіжного інструменту залежить не лише від його технічних характеристик, а й від того, наскільки зрозуміло користувачу пояснено умови платежу, комісію, валюту, статус транзакції та правила повернення коштів.

Актуальність теми посилюється також розвитком криптовалют і цифрових активів. Криптовалюта поступово переходить від вузького технологічного явища до одного з можливих інструментів міжнародних розрахунків. У сфері туризму вона може використовуватися для р2р-переказів, збереження вартості, резервного доступу до коштів, оплати послуг або підвищення фінансової прозорості. Водночас її використання супроводжується волатильністю, правовою невизначеністю, технічною складністю, ризиком помилки під час транзакції та неоднозначним сприйняттям у різних культурах.

**Об’єктом** дослідження є сучасні платіжні інструменти у сфері туризму.

**Предметом** дослідження є фінансові, технологічні та крос-культурні особливості використання сучасних платіжних інструментів у туристичній діяльності в умовах цифровізації.

**Метою** магістерської роботи є дослідження сучасних платіжних інструментів у сфері туризму в умовах цифровізації та крос-культурної комунікації, визначення їхніх переваг, проблем використання та перспектив розвитку, зокрема з урахуванням ролі цифрових сервісів, fintech-рішень і криптовалютних інструментів.

Для досягнення поставленої мети визначено такі **завдання дослідження**:

- розкрити теоретичні аспекти дослідження платіжних систем у сучасній науковій літературі;

- охарактеризувати платіжні системи як елемент фінансової та комунікаційної інфраструктури;
- систематизувати підходи до класифікації платіжних систем і цифрових платіжних інструментів;
- визначити методичні основи дослідження платіжних інструментів у туристичній сфері;
- проаналізувати еволюцію сучасних платіжних систем в умовах цифровізації та глобальної комунікації;
- дослідити роль традиційних, карткових, мобільних, онлайн- та fintech-платежів у туристичній діяльності;
- визначити основні проблеми використання сучасних платіжних систем у міжнародному туризмі;
- розкрити мовно-комунікативні особливості цифрових фінансових сервісів;
- проаналізувати перспективи розвитку open banking, цифрових валют центральних банків, швидких міжнародних переказів і fintech-платформ;
- дослідити розвиток і можливості використання криптовалюти у туризмі;
- визначити потенціал криптовалюти як інструменту фінансової прозорості та зменшення тіньових розрахунків;
- сформулювати практичні рекомендації для малого туристичного бізнесу щодо зменшення платіжних і комунікаційних бар'єрів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що питання платіжних систем, цифрових платежів, fintech-сервісів, криптовалют і крос-культурної комунікації досліджуються у працях українських і зарубіжних науковців, а також у звітах міжнародних фінансових організацій. Теоретичну основу роботи становлять дослідження платіжних систем, фінансової інфраструктури, цифровізації туризму, моделей прийняття технологій та крос-культурної комунікації. Важливе значення мають також матеріали

Національного банку України, Банку міжнародних розрахунків, Світового банку, Європейського центрального банку, Visa, Mastercard, PayPal, FATF, OECD, Chainalysis та інших організацій, які висвітлюють сучасні тенденції розвитку платіжної інфраструктури.

Становлення та розвиток сучасних платіжних інструментів досліджували як українські, так і зарубіжні автори. У працях, присвячених платіжним системам, увага зосереджується на їхній структурі, функціях, безпеці та ролі у фінансовій системі. Дослідження цифрового туризму розкривають вплив інформаційних технологій на поведінку туристів, онлайн-бронювання та цифрове обслуговування. Теорії прийняття технологій дозволяють пояснити, чому користувачі обирають або відкидають певні платіжні інструменти. Праці з крос-культурної комунікації дають змогу врахувати різницю у сприйнятті фінансових сервісів представниками різних культур.

**Наукова новизна** отриманих результатів полягає в такому:

- уточнено підхід до розгляду платіжних інструментів у туризмі не лише як фінансового механізму, а як комплексного явища, що поєднує економічні, технологічні, поведінкові та мовно-комунікативні аспекти;
- систематизовано підходи до класифікації платіжних систем і цифрових платіжних інструментів за рівнем централізації, технологічною основою, способом ініціювання платежу, територіальним масштабом, прозорістю, рівнем регулювання та комунікаційною доступністю;
- обґрунтовано значення крос-культурної комунікації у процесі використання платіжних інструментів туристами;
- визначено потенціал криптовалюти як додаткового платіжного інструменту у туризмі та як засобу підвищення фінансової прозорості за умови регульованого використання;
- запропоновано практичні рекомендації для малого туристичного бізнесу щодо зменшення платіжних і комунікаційних бар'єрів.

**Практичне значення** роботи полягає у можливості використання її результатів туристичними підприємствами, готелями, локальними туроператорами, сервісами бронювання та іншими суб'єктами туристичної діяльності для вдосконалення платіжної взаємодії з клієнтами. Запропоновані рекомендації можуть бути використані для покращення платіжних сторінок, пояснення фінансових умов, зменшення кількості непорозумінь із клієнтами, підвищення довіри до сервісу та скорочення ризику покинутих бронювань.

**Теоретичне значення** роботи полягає у поглибленні наукових підходів до дослідження платіжних інструментів у туризмі. У роботі платіжні системи розглянуто не лише як елемент фінансової інфраструктури, а і як частину комунікативної взаємодії між туристом, бізнесом, банками, цифровими платформами та регуляторами. Такий підхід дозволяє поєднати фінансовий, технологічний і філологічний виміри дослідження.

**Методи дослідження.** У процесі написання магістерської роботи використано систему загальнонаукових і спеціальних методів. Зокрема, застосовано аналіз наукової літератури, порівняльний аналіз, системний підхід, історико-логічний метод, узагальнення, елементи комунікаційного аналізу та крос-культурного аналізу. Аналіз літератури використано для формування теоретичної бази дослідження; порівняльний аналіз — для зіставлення різних платіжних інструментів; системний підхід — для розгляду платежу як взаємодії кількох учасників; історико-логічний метод — для дослідження еволюції платіжних систем; комунікаційний і крос-культурний аналіз — для оцінки ролі мови, інтерфейсу та культурних відмінностей у сприйнятті платіжних сервісів.

**Особистий внесок випускника** полягає у систематизації матеріалу щодо сучасних платіжних інструментів у сфері туризму, аналізі фінансових і крос-культурних аспектів їх використання, розробленні таблиць, схем і практичних рекомендацій для малого туристичного бізнесу щодо зменшення платіжних і комунікаційних бар'єрів.

Результати дослідження апробовані на V міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: Європейські практики та українські реалії» (м. Харків, 15 квітня 2026 р.) шляхом публікації тез доповідей на тему: «Проблеми використання сучасних електронних платіжних систем у туристичній галузі». За результатами виконаної роботи також опублікована стаття з назвою «Сучасні проблеми використання криптовалюти у туристичній діяльності» у мультидисциплінарному науковому часописі «Нотатки сучасної науки» (№ 36, 2026). Підготовлена та подана до друку фахова стаття (категорії «Б») з назвою «Актуальні проблеми використання міжнародних електронних платіжних систем у туристичній діяльності» у співавторстві в науковому журналі «Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі». Орієнтовний час опублікування журналу – кінець травня 2026 р.

**Структура роботи.** Магістерська робота складається зі змісту, вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. У першому розділі розглянуто теоретико-методичні основи дослідження платіжних інструментів у туризмі та крос-культурній комунікації. У другому розділі проаналізовано еволюцію сучасних платіжних систем в умовах цифровізації та глобальної комунікації. У третьому розділі досліджено сучасні платіжні інструменти в туризмі з урахуванням фінансового та крос-культурного аспектів. У четвертому розділі розглянуто перспективні платіжні інструменти у господарській діяльності та туризмі, зокрема open banking, цифрові валюти центральних банків, fintech-сервіси та криптовалютні інструменти. Загальний обсяг роботи становить 92 сторіноки. Список використаних джерел містить 48 найменувань.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПЛАТІЖНИХ ІНСТРУМЕНТІВ У ТУРИЗМІ ТА КРОС-КУЛЬТУРНИЙ КОМУНІКАЦІЇ**

### **1.1. Теоретичні аспекти дослідження платіжних систем у сучасній науковій літературі**

Платіжні системи у сучасній економіці вже не можна розглядати лише як технічний механізм переказу коштів від платника до отримувача. Вони поєднують фінансову інфраструктуру, банківські установи, платіжні організації, цифрові сервіси, регуляторні вимоги, технології ідентифікації, канали комунікації з користувачем та механізми формування довіри. Для туристичної сфери це має особливе значення, оскільки туризм за своєю природою пов'язаний із переміщенням людей, валют, послуг і фінансових потоків між різними країнами. Турист не просто купує окрему послугу, а входить у складну систему взаємодії з готелями, транспортними компаніями, банками, онлайн-платформами, платіжними сервісами та локальними правилами обслуговування.

У науковій літературі платіжна система найчастіше трактується як сукупність правил, інструментів, процедур та учасників, які забезпечують переказ грошових коштів. Такий підхід дозволяє розглядати платіжну систему не як окрему банківську послугу, а як інфраструктурну основу економічного обміну. У статті І. Кравченко та Ю. Балакіної звертається увага на те, що поняття «платіжна система» може аналізуватися з кількох позицій: структурної, функціональної, інституційної та процесної [1]. Це важливо для нашого дослідження, оскільки у сфері туризму платіжна система проявляється одночасно у кількох площинах: як технічний канал оплати, як фінансова послуга, як інструмент довіри та як частина міжнародної комунікації між туристом і суб'єктом господарювання.

У класичному економічному розумінні платіжні системи виконують функцію забезпечення руху грошей у господарському обороті. Без надійної

платіжної інфраструктури неможливе нормальне функціонування торгівлі, банківської системи, ринку послуг та міжнародних фінансових зв'язків. У праці «The payment system: payments, securities and derivatives, and the role of the Eurosystem», підготовленій Європейським центральним банком за редакцією Т. Кокколи, платіжна система розглядається як складова фінансової ринкової інфраструктури, що забезпечує обробку платежів, цінних паперів та похідних фінансових інструментів [2]. Такий підхід дозволяє підкреслити, що платежі не є другорядним елементом економіки. Навпаки, саме платіжна інфраструктура забезпечує щоденну реалізацію економічних відносин.

Міжнародні стандарти також підтверджують системний характер платіжної інфраструктури. У документах CPSS-IOSCO, зокрема в «Principles for Financial Market Infrastructures», платіжні системи розглядаються як частина фінансової інфраструктури, що має бути безпечною, ефективною, прозорою і здатною витримувати фінансові шоки [3]. Для туризму це має практичний вимір. Якщо платіжна система не працює стабільно, турист може втратити можливість оплатити проживання, трансфер, харчування або інші послуги. Тобто платіжна інфраструктура у туризмі фактично впливає не лише на економічний результат бізнесу, а й на безпеку та комфорт споживача.

Окремий напрям досліджень пов'язаний із розвитком швидких платежів. Комітет з платежів та ринкових інфраструктур Банку міжнародних розрахунків у звіті «Fast payments – Enhancing the speed and availability of retail payments» зазначає, що швидкі платежі забезпечують доступність коштів для отримувача майже одразу та можуть функціонувати у режимі 24/7 [4]. Для туристичної галузі така характеристика є дуже важливою, адже туристичні платежі часто здійснюються поза традиційним банківським графіком: під час бронювання вночі, у вихідні дні, в іншому часовому поясі або безпосередньо під час подорожі. Традиційна модель, у якій платіж може затримуватися на кілька банківських днів, не завжди відповідає потребам сучасного туриста.

На рівні глобальної фінансової інклюзії значний інтерес становить дослідження Світового банку «The Global Findex Database 2021», підготовлене

А. Деміргюч-Кунт, Л. Клаппер, Д. Сінгер та С. Ансар [5]. У цьому дослідженні аналізується доступ населення до фінансових рахунків, цифрових платежів, заощаджень і кредитування. Для теми цієї роботи важливо те, що цифрові платежі розглядаються не тільки як технологічний інструмент, а як елемент ширшої фінансової доступності. Туризм прямо залежить від цієї доступності: чим простіше людині користуватися фінансовими інструментами, тим легше вона може планувати подорожі, бронювати послуги, оплачувати витрати за кордоном та контролювати власний бюджет.

В українському контексті значущими є матеріали Національного банку України, який розглядає безготівкові розрахунки як швидкий, зручний та безпечний спосіб оплати товарів і послуг [6]. НБУ також підкреслює зв'язок розвитку безготівкових розрахунків із прозорістю платежів та економічним зростанням. Для туристичної сфери це має подвійне значення. З одного боку, безготівкові розрахунки спрощують оплату послуг, підвищують зручність для туристів і зменшують потребу у фізичному обміні валюти. З іншого боку, поширення цифрових платежів дозволяє краще фіксувати фінансові операції, що може зменшувати частку тіньових розрахунків у сфері послуг.

Українська нормативна база також свідчить про поступове переосмислення платіжного ринку. Закон України «Про платіжні послуги» та нормативні акти НБУ, ухвалені на його виконання, спрямовані на оновлення правил діяльності учасників платіжного ринку [7]. Для нашого дослідження це важливо, оскільки сучасна платіжна система вже не обмежується лише банками.

У ній беруть участь небанківські фінансові установи, платіжні сервіси, оператори цифрових рішень, мобільні платформи та інші учасники. У туристичній діяльності це проявляється через можливість вибору між картою, мобільним гаманцем, банківським переказом, онлайн-платформою або криптовалютним інструментом.

Не менш важливою є наукова традиція дослідження електронних платежів та платіжних систем в Україні. Наприклад, Я. Чайковський у

навчальному посібнику «Платіжні системи» розглядає функціонування платіжних систем України та зарубіжних країн, технологічну інфраструктуру та питання безпеки [8]. Така праця є корисною для теоретичної частини роботи, оскільки дозволяє сформувати базове розуміння структури платіжних систем до переходу до сучасних цифрових інструментів.

Окрему увагу доцільно приділити дослідженням операційних ризиків. У статті В. Міщенка, С. Науменкової та С. Міщенка, присвяченій управлінню операційними ризиками в платіжних системах, акцент зроблено на ризиках, пов'язаних із кіберзагрозами, інформаційною безпекою та стабільністю функціонування платіжних організацій [9]. Для туристичної сфери ця проблематика є практичною, а не суто теоретичною. Турист, який перебуває за кордоном, особливо залежить від доступу до коштів. Тому збій платіжної системи, блокування операції, витік даних або шахрайська атака можуть створити для нього не лише фінансові, а й організаційні проблеми.

Поряд з економічними дослідженнями важливу роль у межах цієї роботи відіграють теорії прийняття технологій. Ф. Девіс у моделі ТАМ запропонував розглядати прийняття інформаційної технології через дві ключові категорії: сприйняту корисність та сприйняту простоту використання [10]. Ця модель може бути застосована і до платіжних інструментів у туризмі. Турист буде користуватися цифровим платіжним сервісом не лише тому, що він існує, а тому, що сприймає його як корисний, зрозумілий і зручний.

Подальший розвиток цієї логіки представлено у моделі UTAUT В. Венкатеша, М. Морріса, Г. Девіса та Ф. Девіса [11]. Вона враховує очікувану ефективність, очікувану простоту використання, соціальний вплив та умови сприяння. Для туристичної діяльності це має особливе значення. Наприклад, турист може мати технічну можливість оплатити послугу через мобільний гаманець, але не скористається ним, якщо не довіряє сервісу, не розуміє інтерфейс або не впевнений, що платіж буде прийнятий у конкретній країні.

Саме тут фінансова проблематика переходить у площину комунікації. Туризм є сферою, де постійно взаємодіють люди з різних мовних і культурних

середовищ. Платіжний інструмент у такій ситуації стає не просто технічним засобом, а частиною комунікативного процесу.

Користувач читає назву операції, бачить повідомлення про комісію, підтверджує конвертацію, погоджується з умовами сервісу або відмовляється від платежу через незрозумілість формулювання. Тобто мова платіжного інтерфейсу впливає на фінансову поведінку.

Для теоретичного обґрунтування крос-культурного аспекту можна використати праці Г. Гофстеде, Г. Я. Гофстеде та М. Мінкова, у яких культура розглядається як система цінностей, що впливає на поведінку людей у різних країнах [12]. Якщо застосувати цей підхід до платіжних систем, стає зрозуміло, що ставлення до банків, готівки, цифрових гаманців або криптовалюти не є однаковим у всіх суспільствах. В одних країнах користувачі швидко переходять до безготівкових платежів, в інших зберігається сильна прив'язаність до готівки. Причини цього можуть бути не лише економічними, але й культурними.

Праці Е. Голла, зокрема концепція висококонтекстної та низькоконтекстної комунікації, також можуть бути використані для пояснення відмінностей у сприйнятті фінансових повідомлень [13]. У низькоконтекстних культурах користувач очікує максимально прямої, точної та формалізованої інформації. У висококонтекстних культурах більше значення може мати довіра до ситуації, бренду, рекомендації або соціального середовища. У туристичній сфері це означає, що одна й та сама платіжна інструкція може по-різному сприйматися користувачами з різних країн.

Дослідження цифровізації туризму також підтверджують, що технології змінюють не лише спосіб надання туристичних послуг, а й саму структуру туристичного ринку. Д. Бухаліс і Р. Ло у праці про розвиток інформаційних технологій та туризм показали, що інтернет і цифрові технології суттєво вплинули на туристичний менеджмент, бронювання, маркетинг і поведінку споживачів [14]. У сучасних умовах до цього переліку необхідно додати й цифрові платежі, адже без них неможливо уявити онлайн-бронювання,

мобільні сервіси, міжнародні туристичні платформи та швидкі розрахунки між туристом і бізнесом.

Отже, аналіз наукових публікацій та офіційних джерел показує, що платіжні системи досліджуються з кількох основних позицій. Перший напрям пов'язаний із фінансовою інфраструктурою, безпекою та стабільністю. Другий — із цифровізацією платежів і технологічним розвитком. Третій — із поведінкою користувачів та прийняттям нових технологій. Четвертий — із комунікацією, довірою та культурними відмінностями. Для цієї роботи важливо поєднати всі зазначені напрями, оскільки туристична діяльність одночасно є економічною, технологічною та комунікативною сферою.

На основі огляду джерел можна визначити наукову проблему дослідження. Попри значну кількість праць про платіжні системи, цифрові фінанси та туризм, недостатньо розкритим залишається комплексний зв'язок між платіжними інструментами, туристичною діяльністю та крос-культурною комунікацією. Більшість досліджень аналізує або фінансову сторону платежів, або технологічну зручність, або загальну цифровізацію туризму. Водночас у практиці турист стикається з усіма цими чинниками одночасно. Він оцінює не лише розмір комісії, а й зрозумілість повідомлення, довіру до платіжного сервісу, власний досвід, мовний бар'єр та культурне сприйняття фінансових ризиків.

Тому в межах цієї роботи платіжні інструменти розглядаються як багатовимірне явище. Вони виконують економічну функцію, забезпечуючи оплату послуг; технологічну функцію, забезпечуючи обробку транзакцій; комунікаційну функцію, передаючи користувачу інформацію про умови платежу; поведінкову функцію, впливаючи на вибір способу оплати; а також культурну функцію, оскільки сприймаються по-різному залежно від країни, мови, рівня цифрової грамотності та довіри до фінансових інститутів.

## **1.2. Платіжні системи як елемент фінансової та комунікаційної інфраструктури**

Платіжна система у вузькому розумінні забезпечує переказ коштів. Проте у сучасній економіці цього визначення вже недостатньо. Особливо у сфері туризму платіжна система виступає одночасно фінансовим механізмом, технологічним середовищем і каналом комунікації. Коли турист оплачує готель, квиток або екскурсію, він взаємодіє не лише з продавцем послуги. У процес включаются банк, платіжна система, платіжний застосунок, конвертаційний механізм, правила безпеки, повідомлення про підтвердження операції та умови можливого повернення коштів.

Фінансова інфраструктура платіжної системи охоплює учасників, які забезпечують технічне та правове виконання платежу. До них належать банки-емітенти, банки-еквайри, платіжні організації, процесингові центри, регулятори, оператори платіжних сервісів, торгові підприємства та користувачі. У туристичній сфері ця структура набуває міжнародного характеру, оскільки платник і отримувач платежу часто перебувають у різних юрисдикціях.

Комунікаційний вимір платіжної системи проявляється у тому, що користувач повинен зрозуміти, що саме відбувається з його коштами. Це стосується повідомлень про оплату, підтвердження транзакції, інформації про комісію, курсу конвертації, статусу платежу, попередження про ризики та правил повернення коштів. Якщо ця інформація подана складно або незрозуміло, у користувача може виникнути недовіра до платіжного інструменту навіть тоді, коли технічно система працює правильно.

Для туриста зрозумілість платіжної комунікації має практичну цінність. У власній країні користувач зазвичай розуміє банківські повідомлення, знає типові комісії та орієнтується у правилах оплати.

За кордоном ситуація змінюється. Інтерфейс може бути іншою мовою, терміни можуть не мати прямого відповідника, валюта може бути незнайомою, а банківські правила — відрізнятися від звичних. У такому

середовищі платіжна система має не просто провести операцію, а зробити її зрозумілою для користувача.

Одним із ключових елементів комунікації є термінологія. Наприклад, такі поняття, як «service fee», «currency conversion», «exchange rate», «transaction pending», «payment failed», «authorization hold», «refund» можуть бути очевидними для досвідченого користувача, але не для всіх туристів. Неправильне розуміння цих повідомлень може призвести до помилкового сприйняття вартості послуги або статусу операції. Саме тому платіжна комунікація повинна бути не лише юридично точною, а й користувацьки зрозумілою.

У цьому контексті особливо важливо враховувати крос-культурний аспект. Різні групи користувачів мають різний рівень довіри до банків, цифрових сервісів і державного контролю. У країнах із високим рівнем банківської довіри безготівкові платежі сприймаються як стандарт. У суспільствах, де існує історичний досвід втрати заощаджень або недовіри до фінансових інститутів, користувачі можуть довше зберігати прив'язаність до готівки. Це означає, що впровадження сучасних платіжних інструментів залежить не лише від технологій, але й від соціальної пам'яті та культурних установок.

Платіжна система також виступає інструментом формування довіри між туристом і підприємством. Якщо оплата проходить швидко, прозоро і з підтвердженням, користувач сприймає сервіс як надійний. Якщо виникає затримка, блокування або незрозуміле списання, довіра знижується. Для туристичного бізнесу це має безпосереднє значення, адже фінансовий досвід клієнта впливає на загальне враження від послуги. Навіть якісний готель або тур може отримати негативну оцінку, якщо клієнт зіткнувся з проблемами під час оплати або повернення коштів.

Платіжні інструменти у туризмі виконують ще одну функцію — вони зменшують або збільшують психологічний бар'єр покупки. Наприклад, мобільний платіж через смартфон часто сприймається як швидший і

простіший, ніж введення реквізитів картки. Оплата готівкою, навпаки, може давати користувачу сильніше відчуття контролю над витратами. Криптовалюта для одних користувачів може означати свободу та незалежність, а для інших — ризик і нестабільність. Тобто вибір платіжного інструменту не завжди є раціональним у вузькому економічному сенсі. Він також пов'язаний із психологічним комфортом.

У туристичній сфері платіжна інфраструктура має враховувати багатомовність. Онлайн-бронювання, платіжні форми, електронні чеки, правила скасування, повідомлення про повернення коштів — усе це повинно бути адаптоване до користувача. Якщо платіжний сервіс працює лише однією мовою або використовує складну фінансову лексику, це обмежує доступність послуги. Такі бар'єри особливо помітні для туристів, які не володіють англійською мовою на достатньому рівні.

Окремо варто звернути увагу на символи та візуальні елементи. У платіжних інтерфейсах важливими є не тільки слова, а й піктограми, кольори, позначки безпеки, символи валют, логотипи платіжних систем. Вони допомагають користувачу швидше зрозуміти ситуацію. Проте в різних культурах візуальні сигнали можуть сприйматися по-різному. Наприклад, червоний колір в одному контексті може означати попередження, а в іншому — акцент або важливу дію. Тому міжнародні платіжні інтерфейси повинні бути максимально нейтральними та інтуїтивними.

Фінансова і комунікаційна інфраструктура у платіжних системах фактично взаємозалежні. Навіть якщо система є швидкою, безпечною і технічно ефективною, вона не буде повністю прийнята користувачами без зрозумілої комунікації. І навпаки, якісна комунікація не компенсує високі комісії, часті збої або низьку безпеку. Для туристичної сфери потрібне поєднання обох складових.

Саме тому у межах цієї роботи платіжні системи розглядаються не лише як економічний механізм, а як частина ширшої взаємодії між туристом, бізнесом, державою і фінансовою інфраструктурою. Такий підхід дозволяє

краще пояснити, чому одні платіжні інструменти швидко поширюються, а інші залишаються нішевими, навіть якщо мають технічні переваги.

### **1.3. Підходи до класифікації платіжних систем та цифрових платіжних інструментів**

Класифікація платіжних систем необхідна для того, щоб систематизувати різні способи здійснення платежів і визначити їх місце у туристичній діяльності. Без такої класифікації платіжні інструменти сприймаються як розрізнений набір сервісів, хоча насправді вони відрізняються за рівнем централізації, технологічною основою, способом взаємодії з користувачем, сферою застосування та ступенем регулювання.

Першим критерієм класифікації може бути рівень централізації. За цією ознакою платіжні системи доцільно поділяти на централізовані, частково децентралізовані та децентралізовані. До централізованих належать традиційні банківські системи, у яких ключову роль виконують банки та регулятори. Частково децентралізованими можна вважати окремі цифрові платіжні сервіси, які формально надають користувачу більше зручності, але фактично працюють на базі банківської інфраструктури.

Децентралізовані інструменти представлені криптовалютними мережами, де операції можуть здійснюватися без центрального посередника.

Другим критерієм є технологічна основа. За цією ознакою можна виділити готівкові, карткові, електронні, мобільні, fintech-орієнтовані та криптовалютні інструменти. Готівка залишається найпростішим способом оплати, але має обмеження у міжнародному середовищі. Карткові платежі є найбільш поширеними у туризмі, оскільки забезпечують глобальну доступність. Електронні та мобільні платежі підвищують зручність і швидкість, але часто залежать від інтернету, смартфона та підтримки сервісу в конкретній країні. Криптовалютні інструменти мають потенціал для міжнародних розрахунків, але їх використання обмежується волатильністю, регулюванням і недостатньою поширеністю серед бізнесу.

Третім критерієм є спосіб ініціювання платежу. Платіж може здійснюватися через фізичну картку, мобільний пристрій, банківський застосунок, QR-код, онлайн-форму, електронний гаманець або криптовалютний гаманець. У туристичній сфері цей критерій має значення, оскільки користувач часто обирає найшвидший і найзрозуміліший спосіб оплати. Наприклад, для оплати транспорту або харчування зручнішими є мобільні платежі, а для бронювання готелю — картка або онлайн-платформа.

Четвертий критерій — територіальний масштаб використання. Платіжні інструменти можуть бути локальними, національними, регіональними або глобальними. Локальні інструменти можуть бути зручними для мешканців певної країни, але незрозумілими або недоступними для туристів. Глобальні системи, такі як міжнародні карткові мережі, мають перевагу через широку прийнятність. Утім, широка прийнятність не завжди означає найнижчі витрати, адже міжнародні операції часто супроводжуються комісіями та валютною конвертацією.

П'ятий критерій — рівень прозорості операції. Готівкові платежі є зручними, але майже не залишають цифрового сліду. Банківські та карткові операції фіксуються фінансовими установами. Цифрові гаманці зберігають історію операцій у застосунках. Криптовалютні транзакції можуть бути публічно видимими у блокчейні, хоча ідентифікація конкретної особи залежить від способу використання гаманця або біржі. Для туристичної сфери прозорість важлива з точки зору боротьби з тіньовими розрахунками та підвищення довіри до бізнесу.

Шостий критерій — рівень регулювання. Банківські платежі та карткові системи функціонують у межах чітко визначеного правового поля. Електронні гаманці та fintech-сервіси також поступово входять у регульоване середовище. Криптовалютні інструменти перебувають у складнішій ситуації, оскільки різні країни по-різному визначають їхній правовий статус. Для міжнародного туризму це створює певну невизначеність: інструмент може бути доступним в одній країні, але обмеженим або нерегульованим в іншій.

Сьомий критерій — зручність для користувача. У цьому випадку оцінюється не тільки швидкість платежу, а й простота інтерфейсу, зрозумілість умов, наявність підтримки, можливість повернення коштів, доступність історії операцій і рівень довіри до сервісу. Такий критерій особливо важливий для крос-культурної комунікації, оскільки турист може не знати місцевих фінансових правил.

Таблиця 1.1

### Класифікація платіжних інструментів у туристичній діяльності

| Критерій                  | Основні види                                                        | Значення для туризму                                                                            |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Рівень централізації      | централізовані, частково децентралізовані, децентралізовані         | визначає рівень контролю, залежність від банків і можливість прямої взаємодії між користувачами |
| Технологічна основа       | готівка, картки, електронні платежі, мобільні платежі, криптовалюта | впливає на швидкість, доступність і технічні умови оплати                                       |
| Спосіб ініціювання        | картка, смартфон, QR-код, онлайн-форма, гаманець                    | визначає зручність для туриста у конкретній ситуації                                            |
| Територіальний масштаб    | локальні, національні, глобальні                                    | показує, чи може турист користуватися інструментом за кордоном                                  |
| Прозорість                | низька, середня, висока                                             | впливає на контроль операцій і можливість зменшення тіньових платежів                           |
| Регулювання               | повне, часткове, невизначене                                        | визначає рівень захисту користувача та правову стабільність платежу                             |
| Комунікаційна доступність | зрозуміла, частково зрозуміла, складна                              | впливає на довіру туриста і готовність використовувати інструмент                               |

Така класифікація дозволяє побачити, що платіжні інструменти не можна оцінювати лише за одним параметром. Наприклад, готівка може бути простою і зрозумілою, але слабкою з точки зору прозорості та міжнародної зручності. Банківська картка є поширеною, але може супроводжуватися комісіями і подвійною конвертацією.

Мобільний гаманець зручний, але залежить від технологічної інфраструктури. Криптовалюта дає більше автономії, але потребує цифрової грамотності та уважного ставлення до ризиків.

У межах туристичної діяльності найбільш ефективною є не заміна одного інструменту іншим, а поєднання кількох способів оплати. Туристична компанія, яка приймає лише готівку, обмежує себе у роботі з міжнародними клієнтами. Підприємство, яке приймає лише картки, також залежить від комісій і роботи банківської інфраструктури. Найбільш гнучкою є модель, у якій користувач має вибір: картка, мобільний платіж, онлайн-переказ, цифровий гаманець або інший інструмент залежно від країни, послуги та власних фінансових звичок.

Класифікація платіжних систем також потрібна для подальшого аналізу проблем і перспектив. Якщо не розрізняти традиційні, цифрові та децентралізовані інструменти, можна неправильно оцінити їхні переваги та недоліки. Наприклад, Apple Pay або Google Pay зовні виглядають як окремі інноваційні рішення, проте здебільшого вони використовують карткову інфраструктуру. Тобто вони змінюють спосіб взаємодії користувача з платежем, але не завжди змінюють саму економічну модель транзакції.

Криптовалютні інструменти, навпаки, можуть змінювати саму логіку платежу, оскільки дозволяють переказувати вартість без участі банківської установи. Однак така перевага супроводжується новими викликами: користувач сам відповідає за безпеку доступу, правильність адреси переказу, вибір мережі та збереження ключів. У туристичному середовищі це може бути як перевагою, так і бар'єром.

Окрему групу становлять перспективні платіжні інструменти, зокрема open banking, цифрові валюти центральних банків і нові форми міжнародних переказів. Вони ще не стали універсальним стандартом для туризму, але поступово змінюють уявлення про те, якою може бути платіжна система майбутнього. Їхнє поширення залежатиме від регулювання, технологічної

сумісності, довіри користувачів і здатності сервісів пояснити свою користь простою мовою.

#### **1.4. Методичні основи дослідження платіжних інструментів у туристичній сфері**

Методична база дослідження визначає, яким способом аналізується об'єкт роботи, які джерела використовуються та як формуються висновки. Оскільки платіжні інструменти у туризмі мають економічний, технологічний і комунікаційний характер, дослідження потребує поєднання кількох методів. Використання лише фінансового аналізу було б недостатнім, адже платіжна поведінка туриста залежить не тільки від комісій чи курсу валют, а й від довіри, зручності, мови інтерфейсу та культурного досвіду.

Першим методом є аналіз наукової літератури. Він використовується для вивчення підходів до визначення платіжних систем, їх структури, функцій і ролі у сучасній економіці. Завдяки цьому методу можна встановити, які аспекти вже досліджені, а які потребують подальшого розгляду. Зокрема, література з платіжних систем дозволяє сформулювати фінансово-економічну основу роботи, а праці з цифрового туризму та прийняття технологій — пояснити поведінкову складову.

Другим методом є порівняльний аналіз. Він застосовується для зіставлення різних платіжних інструментів: готівки, банківських карток, мобільних платежів, цифрових гаманців і криптовалюти. Порівняння проводиться за критеріями швидкості, комісій, міжнародної доступності, прозорості, рівня регулювання, зручності для туриста та комунікаційної зрозумілості. Такий підхід дає змогу не тільки описати кожен інструмент окремо, а й показати їхні переваги та обмеження у конкретному туристичному контексті.

Третім методом є системний підхід. Він дозволяє розглядати платіжні інструменти не ізольовано, а як частину ширшої фінансової системи. Наприклад, картковий платіж включає участь туриста, банку-емітента,

платіжної системи, банку-еквайра і підприємства. Якщо аналізувати лише момент списання коштів, більшість витрат і ризиків залишиться непомітною. Системний підхід допомагає побачити, як комісії, конвертація, технічна інфраструктура і правила безпеки взаємодіють між собою.

Четвертим методом є історико-логічний аналіз. Він потрібний для дослідження еволюції платіжних інструментів: від готівки та банківських переказів до карткових систем, електронних гаманців, мобільних платежів і криптовалюти. Такий метод показує, що розвиток платежів не відбувався випадково. Кожен новий інструмент з'являвся як відповідь на певні обмеження попередньої системи: готівка була незручною для далеких подорожей, банківські перекази були повільними, картки створили глобальний стандарт, мобільні платежі підвищили зручність, а криптовалюта запропонувала іншу модель автономії.

П'ятий метод — узагальнення. Він використовується для формування висновків на основі проаналізованих джерел, прикладів і порівнянь. Завдяки узагальненню можна перейти від окремих фактів до ширших висновків про тенденції розвитку платіжних інструментів у туризмі. Наприклад, окремі дані про безготівкові операції, поширення мобільних платежів і використання криптовалюти дозволяють зробити висновок про загальну цифровізацію фінансової поведінки туристів.

Шостим методом є елементи комунікаційного аналізу. Він застосовується для оцінки того, як платіжні системи взаємодіють із користувачем через мову, інтерфейс, повідомлення, символи та пояснення умов платежу. У межах цього методу аналізується не лише факт наявності платіжного інструменту, а й те, наскільки зрозуміло він представлений користувачу.

Для туристичної сфери це особливо важливо, оскільки користувач часто перебуває в іншому мовному та культурному середовищі.

Сьомим методом є елементи крос-культурного аналізу. Він дає змогу врахувати, що сприйняття фінансових інструментів у різних культурах може

суттєво відрізнятися. Наприклад, один користувач може довіряти банківській картці більше, ніж готівці, тоді як інший навпаки вважатиме готівку безпечнішою. Так само криптовалюта може сприйматися або як інструмент свободи, або як ризикова технологія. Крос-культурний аналіз допомагає пояснити ці відмінності не лише економічними, а й соціально-комунікативними чинниками.

Таблиця 1.2

### Методи дослідження, використані в роботі

| Метод                      | Для чого використовується                                     | Очікуваний результат                                             |
|----------------------------|---------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| Аналіз наукової літератури | вивчення теоретичних підходів до платіжних систем             | формування теоретичної бази дослідження                          |
| Порівняльний аналіз        | зіставлення готівки, карток, мобільних платежів, криптовалюти | визначення переваг і недоліків інструментів                      |
| Системний підхід           | розгляд платежу як взаємодії кількох учасників                | розуміння структури витрат, ризиків і посередників               |
| Історико-логічний метод    | аналіз еволюції платіжних інструментів                        | пояснення причин переходу до цифрових рішень                     |
| Узагальнення               | формування висновків на основі джерел і прикладів             | визначення основних тенденцій розвитку                           |
| Комунікаційний аналіз      | оцінка мови, інтерфейсів і повідомлень платіжних сервісів     | пояснення ролі зрозумілості у прийнятті платежів                 |
| Крос-культурний аналіз     | врахування відмінностей у довірі та фінансовій поведінці      | розкриття зв'язку між культурою і вибором платіжного інструменту |

### Висновки до розділу 1

У першому розділі досліджено теоретико-методичні основи платіжних інструментів у сфері туризму та крос-культурної комунікації. Встановлено, що сучасні платіжні системи є не лише технічним механізмом переказу коштів, а складною фінансовою, технологічною та комунікаційною інфраструктурою,

що забезпечує взаємодію між користувачами, банками, платіжними сервісами й туристичними підприємствами.

Визначено, що у сфері туризму платіжні інструменти мають особливе значення через міжнародний характер туристичної діяльності, який поєднує рух людей, послуг, валют і фінансових потоків. Платіжний інструмент у цьому контексті виконує не лише економічну, а й комунікаційну функцію, формуючи довіру між туристом і суб'єктом туристичної діяльності.

Обґрунтовано, що ефективність платіжних систем залежить не лише від швидкості, безпеки чи вартості операцій, а й від зрозумілості умов платежу, валютної конвертації, комісій, статусу транзакцій та правил повернення коштів. Особливо актуальним це є у міжнародному туризмі, де користувач перебуває в іншому мовному та культурному середовищі.

Також систематизовано підходи до класифікації платіжних систем і цифрових платіжних інструментів за рівнем централізації, технологічною основою, способом ініціювання платежу, масштабом використання, рівнем регулювання та комунікаційною доступністю. Це дозволяє комплексно порівнювати готівкові, банківські, електронні, мобільні та криптовалютні способи розрахунків у туризмі.

Методичну основу дослідження склали аналіз наукової літератури, системний і порівняльний підходи, історико-логічний, комунікаційний та крос-культурний аналіз. У результаті сформовано теоретичну базу для подальшого дослідження сучасних платіжних інструментів у туристичній діяльності та перспектив розвитку цифрових і криптовалютних технологій.

## **РОЗДІЛ 2. ЕВОЛЮЦІЯ СУЧАСНИХ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТА ГЛОБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

### **2.1. Особливості розвитку сучасної фінансової системи**

Сучасна фінансова система розвивається під впливом цифровізації, глобалізації, поширення безготівкових розрахунків, мобільних фінансових сервісів і поступової зміни ролі банків. Якщо раніше фінансова взаємодія здебільшого асоціювалася з готівкою, касою, банківським відділенням або фізичним документом, то нині значна частина операцій відбувається через цифрові канали. Для користувача це часто виглядає як спрощення: достатньо мати картку, смартфон або доступ до онлайн-банкінгу. Проте за цією простотою стоїть складна система банків, платіжних мереж, процесингових центрів, цифрових платформ, правил безпеки, валютного контролю та комунікаційних інтерфейсів.

Для туристичної сфери така трансформація має особливе значення. Туризм передбачає рух людини між різними країнами, валютами, банківськими правилами і культурними середовищами. Турист може мати рахунок в Україні, бронювати готель на міжнародній платформі, оплачувати послугу в євро, а фактичне списання може відбутися у гривні після валютної конвертації. У таких умовах фінансова система повинна забезпечити не лише переказ коштів, а й зрозумілий для користувача процес: скільки буде списано, за яким курсом, чи є додаткова комісія, коли платіж буде підтверджений і що робити у випадку помилки.

Історично першим масовим фінансовим інструментом у туристичних розрахунках була готівка. Її перевага полягала у простоті та безпосередньому контролі: користувач фізично володів коштами і міг самостійно розпоряджатися ними без участі банку чи платіжної системи. У подорожах це мало очевидний сенс, оскільки готівка дозволяла здійснювати розрахунки навіть у місцях без розвиненої фінансової інфраструктури. Разом із тим готівка створювала чимало ризиків: її потрібно було зберігати, обмінювати,

перевозити, захищати від крадіжки, а при втраті майже неможливо було відновити.

Поширення банківських рахунків і карткових інструментів змінило характер фінансової поведінки. Картка зменшила потребу у великій кількості готівки, дала можливість оплачувати послуги в іншій країні та підвищила безпеку зберігання коштів. Однак вона не усунула всіх проблем. Користувач став залежати від банку, платіжної мережі, термінала, інтернет-зв'язку, правил авторизації, лімітів і валютної конвертації. Тобто одна залежність зменшилася, але з'явилася інша — інфраструктурна.

На сучасному етапі розвиток фінансової системи значною мірою визначається фінансовою інклюзією. За даними Global Findex Database 2021 Світового банку, у 2021 році рахунок у банку, іншій регульованій установі або сервісі мобільних грошей мали 76% дорослого населення світу, а в країнах, що розвиваються, цей показник становив 71% [15]. Це демонструє, що доступ до фінансових послуг став набагато ширшим, ніж у попередні десятиліття. Для туризму такий процес означає збільшення кількості людей, які потенційно можуть користуватися цифровими платежами під час подорожей.

Важливо, що фінансова інклюзія вже не зводиться лише до відкриття банківського рахунку. Вона передбачає реальне використання фінансових інструментів: цифрових платежів, переказів, заощаджень, кредитів, електронних гаманців та мобільних фінансових сервісів. У країнах, що розвиваються, частка дорослих, які здійснювали або отримували цифрові платежі, зросла з 35% у 2014 році до 57% у 2021 році [15]. Це свідчить про зміну повсякденної фінансової поведінки. Люди дедалі частіше взаємодіють із грошима не фізично, а через цифровий інтерфейс.

Для туриста така зміна має практичний характер. Якщо людина у своїй країні звикла оплачувати покупки картою або телефоном, вона очікує подібної зручності і під час подорожі. Це поступово змінює стандарти туристичного сервісу. Готель, ресторан, транспортна компанія або туристичне

агентство вже не можуть розглядати безготівкову оплату як додаткову опцію. Для значної частини клієнтів вона стала базовою умовою зручності.

Сучасна фінансова система рухається також у напрямі безперервності. У традиційній банківській моделі чимало операцій залежали від робочого часу установи, внутрішніх банківських процедур і міжбанківських розрахунків. У цифровому середовищі користувач очікує, що платіж може бути здійснений у будь-який час. Комітет з платежів та ринкових інфраструктур Банку міжнародних розрахунків зазначає, що швидкі платежі забезпечують майже негайну доступність коштів для отримувача та можуть функціонувати у режимі 24/7 [16]. У туристичній сфері це особливо важливо, оскільки бронювання, купівля квитків, зміна маршруту або оплата трансферу часто відбуваються поза звичайним банківським графіком.

Поява швидких платежів змінила очікування користувачів. Якщо раніше затримка переказу сприймалася як нормальна особливість банківської системи, то тепер навіть кількахвилинна затримка може викликати занепокоєння. У туризмі така реакція посилюється, бо платіж часто пов'язаний із конкретною дією: підтвердити бронювання, оплатити квиток, забронювати номер або внести депозит. Якщо платіж затримується, користувач не завжди розуміє, чи збережена послуга за ним, чи потрібно повторювати операцію, чи не буде подвійного списання.

Окремий напрям розвитку сучасної фінансової системи — перехід до фінансових екосистем. Банк уже не є єдиним центром фінансової взаємодії. Поруч із ним діють fintech-компанії, мобільні застосунки, платіжні сервіси, платформи електронної комерції, сервіси онлайн-бронювання, криптовалютні біржі та цифрові гаманці. Користувач не завжди розрізняє, хто саме забезпечує оплату: банк, платіжна система, платформа чи окремий платіжний провайдер. Для нього важливим є кінцевий результат — швидко, безпечно і зрозуміло оплатити послугу.

У туристичній діяльності фінансові екосистеми проявляються через онлайн-платформи бронювання, мобільні застосунки авіакомпаній, готельні

сервіси, агрегатори квитків і туристичні маркетплейси. Вони поєднують інформаційну, комерційну і платіжну функції. Користувач обирає послугу, читає опис, порівнює ціну, бачить умови скасування, здійснює оплату і отримує підтвердження в одному цифровому середовищі. Фінансова операція стає частиною ширшого сервісного сценарію.

Український фінансовий ринок добре демонструє цю зміну. За даними Національного банку України, у 2024 році безготівкові операції суттєво переважали серед операцій із платіжними картками: їх частка становила 94,6% за кількістю та 64,5% за сумою [17]. Загалом українці здійснили 8 184,8 млн безготівкових операцій на суму 4 243,5 млрд грн [17]. Ці показники свідчать, що безготівкова модель стала звичною навіть в умовах воєнних ризиків і нестабільності інфраструктури.

Не менш показовими є дані щодо платіжної інфраструктури України. У 2024 році кількість платіжних терміналів у торговельній та сервісній мережі зросла до 496,6 тис., причому 97,5% із них були безконтактними [17]. Кількість активних платіжних карток становила 58,8 млн, активних безконтактних карток — 35 млн, а токенизованих карток — 16,5 млн [17]. Це означає, що український користувач швидко адаптується до цифрової та безконтактної оплати. Для майбутнього розвитку туризму це важливо, адже цифрово підготовлений користувач переносить свої платіжні очікування і на міжнародні подорожі.

Таблиця 2.1

**Основні показники розвитку безготівкових розрахунків та платіжної інфраструктури**

| Показник                                   | Значення         |
|--------------------------------------------|------------------|
| Частка безготівкових операцій за кількістю | 94,6%            |
| Частка безготівкових операцій за сумою     | 64,5%            |
| Кількість безготівкових операцій           | 8 184,8 млн      |
| Сума безготівкових операцій                | 4 243,5 млрд грн |

Продовження табл. 2.1

|                                                                   |            |
|-------------------------------------------------------------------|------------|
| Кількість платіжних терміналів у торговельній та сервісній мережі | 496,6 тис. |
| Частка безконтактних терміналів                                   | 97,5%      |
| Кількість активних платіжних карток                               | 58,8 млн   |
| Кількість активних безконтактних карток                           | 35 млн     |
| Кількість токенизованих карток                                    | 16,5 млн   |

Разом із розширенням цифрових можливостей посилюється і залежність користувача від інфраструктури. Готівка не потребує інтернету, заряду смартфона чи стабільної роботи банківського застосунку. Натомість цифрові платежі залежать від пристрою, зв'язку, платіжної мережі, банківських лімітів, системи безпеки та правил конкретної країни. У повсякденному житті ця залежність може залишатися майже непомітною. Під час подорожі вона стає більш відчутною, бо помилка в платежі або блокування картки може вплинути на проживання, транспорт чи доступ до базових послуг.

Сучасна фінансова система також стала менш прозорою для пересічного користувача. У готівковій операції людина бачить суму, яку передає. У цифровій операції остаточна сума може залежати від курсу платіжної системи, курсу банку, комісії за міжнародну операцію, конвертації або правил платформи. Турист може бачити одну суму під час оплати, але після завершення операції отримати іншу суму списання. Саме такі ситуації формують недовіру до платіжних сервісів, навіть якщо з технічного погляду операція була виконана правильно.

Поведінкова складова також є важливою. Безготівкові та мобільні платежі зменшують фізичне відчуття витрачання грошей. Коли людина не передає купюри, витрата може сприйматися менш болісно. У туризмі це проявляється особливо помітно, оскільки подорож часто пов'язана з емоційним споживанням: додаткові екскурсії, сувеніри, ресторани, розваги, транспорт, незаплановані покупки. Простота оплати підвищує комфорт, але одночасно може послаблювати контроль над бюджетом.

Зміна ролі банків є ще однією рисою сучасної фінансової системи. Банки не зникають і не втрачають значення, але перестають бути єдиним посередником між людиною і фінансовою послугою. Вони поступово перетворюються на частину ширшої цифрової екосистеми. У деяких випадках банк залишається «невидимим» для користувача, оскільки взаємодія відбувається через мобільний гаманець, платіжну платформу або туристичний сервіс. Це не зменшує ролі банку в обробці операцій, але змінює його комунікаційну видимість.

У міжнародному туризмі ця зміна особливо відчутна. Турист може оплатити послугу через платформу, навіть не знаючи, який банк обслуговує торговця, який платіжний шлюз використовується і як саме проходить розрахунок. У більшості випадків це зручно. Проблема з'являється тоді, коли потрібно з'ясувати причину відхилення платежу, затримки повернення коштів або різниці у списаній сумі. Користувач стикається з багатьма учасниками системи, але не завжди розуміє, до кого звертатися.

Фінансова система все більше перетинається з комунікаційною сферою. Платіж сьогодні — це не лише рух коштів, а й потік повідомлень: підтвердження, сповіщення, попередження, електронні чеки, SMS-коди, push-повідомлення, статуси транзакцій. Якщо ця інформація сформульована нечітко, користувач не може повноцінно контролювати власні фінансові дії. Для туриста, який перебуває в іншій країні, мовна і комунікаційна доступність платіжної інформації стає не менш важливою, ніж технічна швидкість платежу.

Отже, сучасна фінансова система розвивається у напрямі цифровізації, глобальної доступності, швидкості та багатоканальності. Вона створює для туризму значні можливості: спрощує бронювання, оплату, контроль витрат і міжнародні розрахунки. Водночас ця система породжує нові залежності: від цифрової інфраструктури, платіжних посередників, правил безпеки, валютної конвертації та зрозумілості фінансової комунікації. Саме ця подвійність

визначає подальшу еволюцію платіжних систем, які поступово переходять від банківської інфраструктури до складного глобального цифрового середовища.

## **2.2. Етапи розвитку сучасних платіжних систем**

Еволюція сучасних платіжних систем не відбулася одночасно. Вона складалася з кількох етапів, кожен із яких відповідав певним економічним і технологічним потребам свого часу. Спочатку головним завданням було забезпечити безпечний переказ коштів між банками. Потім виникла потреба у масових карткових платежах. Пізніше розвиток інтернету й електронної комерції сформував попит на онлайн-еквайринг, платіжні шлюзи і цифрові платформи. Сьогодні платіжні системи розвиваються в умовах мобільності, миттєвих платежів, токенизації, open banking і зростання конкуренції з боку fintech-сервісів.

Першим важливим етапом становлення сучасних платіжних систем можна вважати розвиток міжбанківських переказів. Банківська система потребувала механізмів, які дозволяли б передавати платіжні повідомлення між фінансовими установами швидко, стандартизовано і безпечно. Особливе значення у цьому контексті мало створення SWIFT. За офіційною історією SWIFT, у 1973 році 239 банків із 15 країн об'єдналися для створення кооперативної системи, яка мала замінити повільніші та менш стандартизовані способи міжнародної фінансової комунікації; у 1977 році SWIFT розпочала роботу, об'єднавши 518 установ із 22 країн [18].

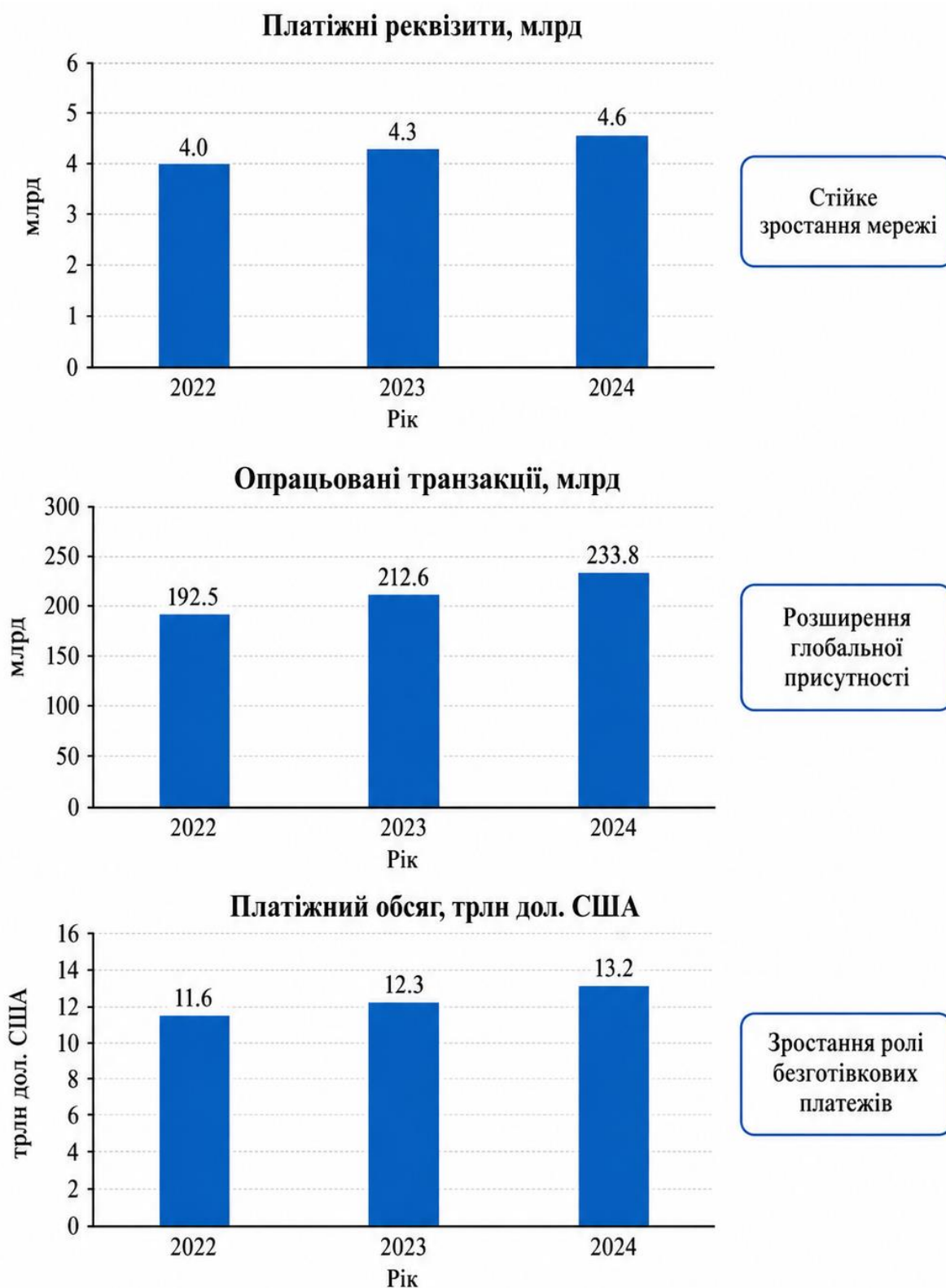
SWIFT не є платіжною системою у вузькому розумінні, оскільки вона не зберігає і не переказує кошти. Її роль полягає у стандартизованій передачі фінансових повідомлень між банками. Проте для міжнародних розрахунків це мало фундаментальне значення. Без єдиної мови фінансових повідомлень глобальні банківські перекази були б повільнішими, дорожчими і менш надійними. У туристичній сфері SWIFT менш помітна для звичайного користувача, ніж картка або мобільний гаманець, але вона є частиною ширшої інфраструктури міжнародного руху коштів.

Другим етапом розвитку стала поява та масове поширення платіжних карток. Картка змінила спосіб взаємодії людини з банківським рахунком. Вона дала можливість користувачу не звертатися до банку для кожної операції, а здійснювати оплату безпосередньо в торговельній точці або знімати готівку через банкомат. Для туризму картка стала одним із найважливіших інструментів, оскільки дозволила зменшити обсяг готівки під час подорожей і полегшити розрахунки за кордоном.

Платіжні картки стали ефективними завдяки поєднанню кількох чинників: банківської інфраструктури, міжнародних платіжних мереж, терміналів, банкоматів, стандартів авторизації та правил безпеки. У результаті сформувалася система, у якій турист міг використовувати один платіжний інструмент у багатьох країнах. Це стало важливою передумовою розвитку масового міжнародного туризму, особливо з другої половини XX століття і далі.

Visa та Mastercard стали ключовими представниками глобальної картокової інфраструктури. Їхній розвиток пов'язаний не лише з випуском карток, а й із побудовою міжнародної мережі банків, торговців, терміналів і процесингових рішень. Саме ефект мережі зробив ці системи настільки впливовими: чим більше банків випускають картки, тим більше торговців їх приймають; чим більше торговців їх приймають, тим зручнішими вони стають для користувачів.

Масштаб сучасних картокових систем можна простежити за відкритими звітами компаній. У річному звіті Visa за 2024 рік зазначено, що платіжний обсяг компанії становив 13,2 трлн дол. США, кількість транзакцій, оброблених у мережі Visa, — 233,8 млрд, а кількість платіжних реквізитів — 4,6 млрд [19]. Це свідчить про те, що Visa функціонує як глобальна інфраструктура щоденних фінансових операцій.

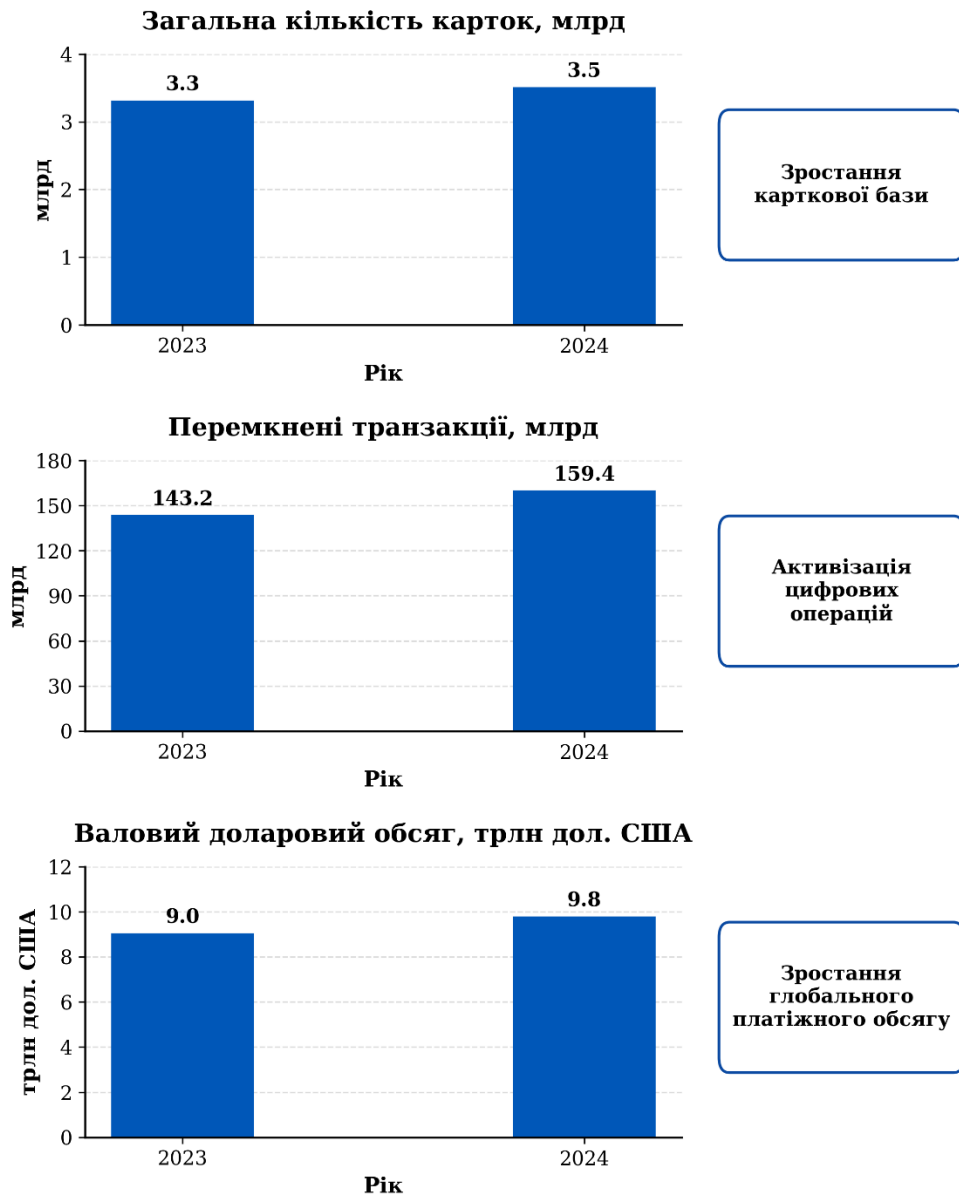


Джерело: складено автором за даними Visa Annual Report 2024.

Рис. 2.2. Динаміка ключових показників мережі Visa у 2022-2024 рр.

Mastercard також демонструє значний масштаб діяльності. За даними Supplemental Operational Performance Data за 2024 рік, валовий доларовий

обсяг Mastercard становив 9,757 трлн дол. США, кількість перемкнених транзакцій — 159,424 млрд, а загальна кількість карток Mastercard і Maestro на кінець 2024 року — 3,501 млрд [20]. Для туристичної галузі ці дані показують, наскільки сильно міжнародні розрахунки залежать від кількох великих платіжних мереж.

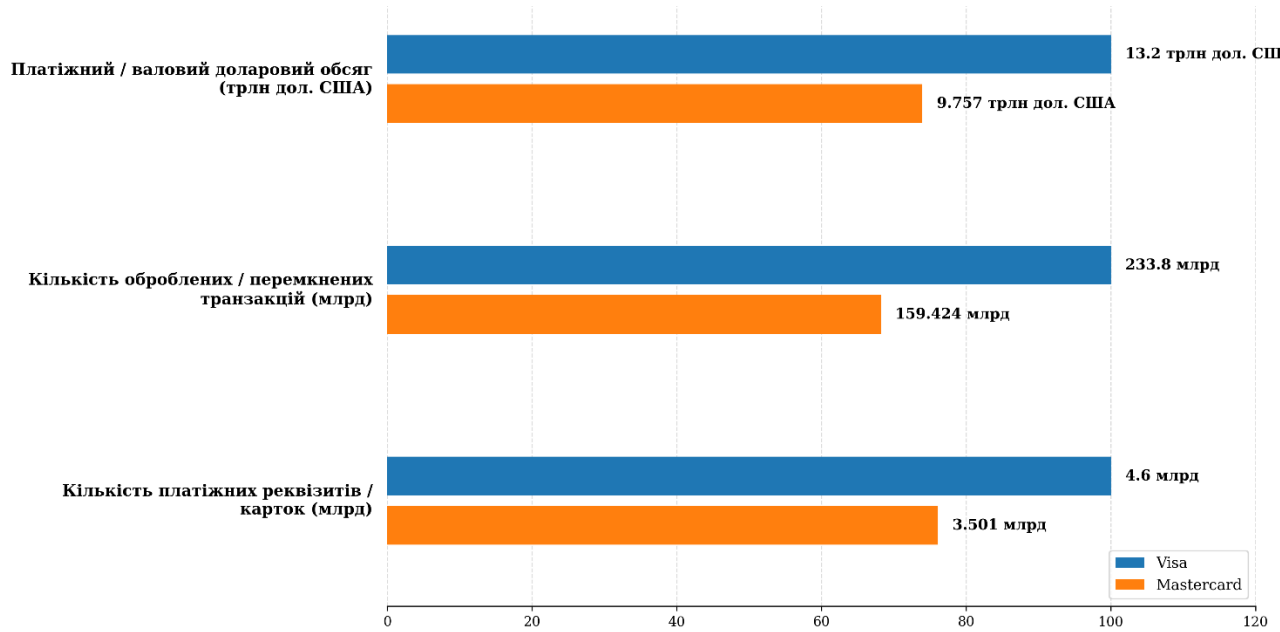


Джерело: складено автором за даними Mastercard Incorporated Supplemental Operational Performance Data 2024.

Рис. 2.3. Ключові показники Mastercard у 2023-2024рр.

Порівняння Visa та Mastercard демонструє не лише різницю в масштабі, а й спільність їхньої ролі. Обидві системи є інфраструктурними посередниками між банками, торговцями та користувачами. Вони не просто

обслуговують картки, а забезпечують стандарти обміну даними, безпеки, авторизації, клірингу та розрахунків. Для туриста це означає можливість користуватися звичним платіжним інструментом у різних країнах. Для бізнесу — можливість приймати платежі від міжнародних клієнтів.



Примітка: для наочності смуги нормовано в межах кожного показника; фактичні значення наведено у підписах.  
Джерело: складено автором за даними Visa Inc. Annual Report 2024 та Mastercard Incorporated Supplemental Operational Performance Data 2024.

Рис. 2.4. Порівняння мереж Visa та Mastercard за основними показниками у 2024р.

Третім етапом розвитку сучасних платіжних систем стало поширення платіжних терміналів і еквайрингу. Саме термінальна інфраструктура зробила картковий платіж масовим у фізичному середовищі. Для туристичної сфери це було особливо важливо, оскільки готелі, ресторани, транспортні компанії, магазини, музеї та сервісні підприємства отримали можливість приймати оплату без готівки. У туристичних містах наявність термінала поступово стала ознакою нормального сервісу.

Водночас термінальна інфраструктура створила нову модель витрат для бізнесу. Підприємство повинно оплачувати еквайринг, обслуговування терміналів, комісії платіжної системи та інші пов'язані платежі. У великих компаній ці витрати можуть бути частиною планової фінансової моделі. Для малого туристичного бізнесу, наприклад невеликого готелю, кафе або локального екскурсійного сервісу, вони можуть бути суттєвим

навантаженням. У кінцевому підсумку частина таких витрат закладається у ціну послуг.

Четвертий етап пов'язаний з електронною комерцією та онлайн-платежами. Коли туристичні послуги почали масово продаватися через інтернет, платіжна система повинна була адаптуватися до нового середовища. Фізичний термінал уже не був потрібен, але виникла потреба у платіжних шлюзах, онлайн-еквайрингу, захисті даних, перевірці карток, антифрод-системах і механізмах повернення коштів. Онлайн-туризм неможливо уявити без цієї інфраструктури.

Поява онлайн-платежів змінила сам процес купівлі туристичної послуги. Раніше клієнт міг звернутися до агентства, оплатити готівкою або через банк і отримати підтвердження пізніше. Тепер він може самостійно знайти рейс, готель або екскурсію, оплатити її онлайн і отримати підтвердження майже миттєво. Це підвищило доступність туризму, але також збільшило відповідальність платіжних сервісів за швидкість, безпеку та зрозумілість операцій.

П'ятий етап розвитку пов'язаний із безконтактними платежами. Використання NFC-технологій, безконтактних карток і мобільних пристроїв суттєво прискорило процес оплати. У туристичній сфері це особливо помітно в транспорті, закладах харчування, магазинах і місцях із великою кількістю коротких операцій. Безконтактний платіж зменшує час обслуговування, полегшує рух клієнтів і створює враження сучасного сервісу.

Шостий етап — перехід до мобільних платежів і цифрових гаманців. На цьому етапі фізична картка перестає бути обов'язковим інструментом. Користувач може оплачувати послуги телефоном або годинником, а платіжні дані зберігаються у цифровому середовищі. Для туриста це зручно, оскільки смартфон і так є основним пристроєм під час подорожі. У ньому зберігаються квитки, карти, бронювання, документи, перекладач і засоби комунікації. Додавання платіжної функції стало природним продовженням цієї цифрової поведінки.

Разом із тим мобільні платежі не повністю відриваються від карткової інфраструктури. У багатьох випадках Apple Pay, Google Pay та інші сервіси працюють на основі банківської картки, яка токенизується і використовується через пристрій. Тобто змінюється форма доступу до платежу, але економічна модель може залишатися близькою до традиційної карткової операції. Це важливо враховувати, щоб не перебільшувати незалежність мобільних сервісів від банків і платіжних мереж.

Сьомий етап можна пов'язати з розвитком миттєвих платежів, open banking та альтернативних платіжних схем. Вони поступово змінюють уявлення про те, що карткова система є єдиним універсальним способом безготівкової оплати. У деяких країнах активно розвиваються платежі з рахунку на рахунок, QR-платежі та національні системи швидких переказів. Для туристичної галузі їхній потенціал поки залежить від міжнародної сумісності. Локальний платіжний сервіс може бути дуже зручним для місцевих жителів, але малокорисним для іноземного туриста, якщо він не має місцевого рахунку або застосунку.

McKinsey у Global Payments Report 2024 підкреслює парадокс сучасних платежів: для користувачів інтерфейси стають простішими, але за лаштунками платіжний ланцюг ускладнюється [21]. У 2023 році глобальна індустрія платежів обробила 3,4 трлн транзакцій на суму 1,8 квадрильйона дол. США, а пул доходів становив 2,4 трлн дол. США [21]. Ці дані демонструють, що платежі є не другорядною банківською функцією, а одним із найбільших і найдинамічніших сегментів фінансової системи.

У туристичній сфері це ускладнення проявляється дуже практично. Кнопка «оплатити» на сайті бронювання може запускати складний ланцюг, до якого входять туристична платформа, банк користувача, платіжна система, платіжний шлюз, банк продавця, система перевірки ризиків, валютний механізм і сервіс надсилання підтвердження. Якщо все працює добре, користувач не помічає цієї складності. Якщо щось іде не так, стає важко зрозуміти, де саме виникла проблема.

Сучасні платіжні системи також стали частиною конкуренції між туристичними напрямками. Країна або місто, де турист може легко оплатити транспорт, житло, харчування і розваги, сприймається як більш зручне. Навпаки, обмеженість безготівкової інфраструктури або непрозорі комісії можуть знижувати якість туристичного досвіду. Тому платіжна інфраструктура дедалі більше впливає не лише на фінанси, а й на імідж туристичного простору.

Етапи розвитку платіжних систем показують, що кожна нова технологія не повністю скасовує попередню. Готівка продовжує існувати поряд із картками. Картки залишаються основою багатьох мобільних платежів. Банківські перекази не зникли після появи електронних гаманців. SWIFT продовжує відігравати роль у міжнародній фінансовій комунікації, хоча поряд із ним з'являються нові інструменти швидких переказів. У результаті сучасна платіжна система є багаторівневою, а не лінійною.

Ця багаторівневність має як переваги, так і недоліки. Перевага полягає у виборі: користувач може мати картку, готівку, мобільний гаманець, банківський застосунок або інший інструмент. Недолік полягає у складності: різні інструменти мають різні правила, комісії, обмеження і рівень зрозумілості. Для туриста, який перебуває за кордоном, надмірна складність може бути такою ж проблемою, як і відсутність вибору.

Підсумовуючи етапи розвитку сучасних платіжних систем, можна виділити кілька основних тенденцій. По-перше, платежі стали глобальними і стандартизованими. По-друге, вони стали цифровими та мобільними. По-третє, вони стали швидшими, але водночас складнішими за внутрішньою структурою. По-четверте, платіжна система перестала бути лише фінансовим механізмом і стала частиною користувацького досвіду. Саме на цій основі сформувалися цифрові платіжні інструменти, які розглядаються у наступному підрозділі.

### **2.3. Зародження та поширення цифрових платіжних інструментів**

Цифрові платіжні інструменти виникли як відповідь на обмеження традиційної фінансової інфраструктури. Їхня поява не означала миттєву відмову від банків чи карткових систем. Швидше йдеться про зміну способу взаємодії користувача з фінансами. Якщо раніше платіж асоціювався з касою, банківською картою або переказом через банк, то сьогодні він дедалі частіше відбувається у цифровому середовищі: через смартфон, застосунок, онлайн-платформу, електронний гаманець або платіжне посилання.

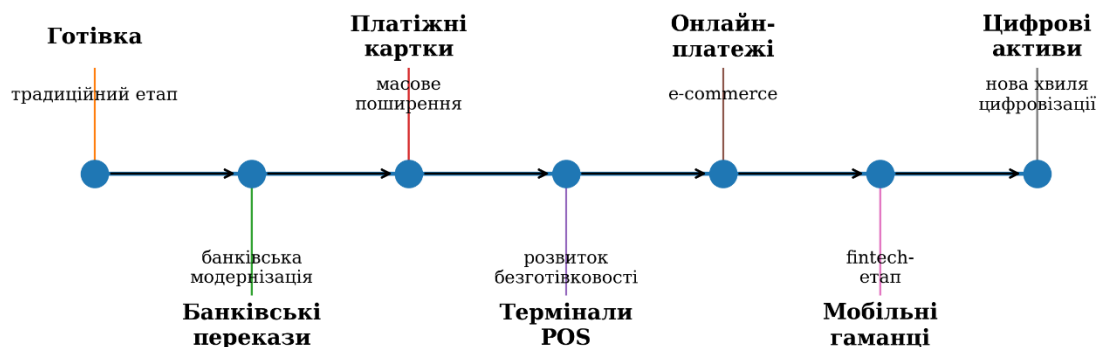
Першим етапом розвитку цифрових платіжних інструментів став інтернет-банкінг. Він дозволив користувачам дистанційно перевіряти баланс, оплачувати рахунки, переказувати кошти та контролювати витрати. Для туризму це було важливим кроком, оскільки людина отримала можливість управляти власними фінансами під час подорожі без прив'язки до фізичного відділення банку. Онлайн-доступ до рахунку підвищив відчуття контролю, особливо у міжнародному середовищі.

Мобільний банкінг став наступним етапом, який суттєво змінив поведінку користувачів. Смартфон перетворився на основний пристрій для управління фінансами. У подорожі він одночасно виконує роль карти, перекладача, засобу зв'язку, сховища документів, інструменту бронювання і платіжного засобу. Така концентрація функцій змінила очікування туриста: він хоче бачити свої витрати одразу, швидко отримувати повідомлення від банку, змінювати ліміти, блокувати картку або підтверджувати операції без дзвінка у банк.

Електронні гаманці стали ще одним важливим кроком у цифровізації платежів. Вони дозволяють зберігати платіжні дані, картки, бонуси, квитки та інші цифрові елементи в одному середовищі. Для туриста це зручно, оскільки зменшує потребу у фізичних носіях. У смартфоні можуть бути картки, посадкові талони, бронювання, дисконтні програми та платіжні сервіси. Проте електронний гаманець не завжди є самостійною фінансовою системою. Часто він працює поверх карткової або банківської інфраструктури.

Apple Pay та Google Pay стали найбільш впізнаваними прикладами мобільних платіжних сервісів. Їхня популярність пояснюється простотою: користувач додає картку до гаманця і надалі може оплачувати покупки за допомогою смартфона або годинника. Apple у своїх матеріалах підкреслює, що Apple Pay використовує засоби безпеки пристрою і не зберігає оригінальні номери кредитних, дебетових чи передплачених карток [22]. Google також зазначає, що під час платежів у Google Wallet використовується віртуальний номер картки, який замінює фактичний номер картки для захисту платіжної інформації [23].

Для туриста токенизація має реальне значення. Під час подорожі користувач часто платить у незнайомих місцях: у транспорті, кафе, готелях, магазинах, туристичних сервісах. Якщо під час кожної операції реальні реквізити картки не передаються торговцю, ризик їхнього викрадення зменшується. Саме тому мобільні платежі можуть сприйматися не лише як зручні, а й як більш безпечні у порівнянні з використанням фізичної картки.



Джерело: складено автором на основі узагальнення матеріалів [15–24].

Рис. 2.5. Еволюція платіжних інструментів: від готівки до цифрових активів

Поширення цифрових платіжних інструментів змінило швидкість очікування. Якщо раніше користувач міг сприймати фінансову операцію як процес, що потребує часу, то сьогодні він очікує миттєвого результату. Оплата

має пройти одразу, квиток має з'явитися в застосунку одразу, бронювання має підтвердитися одразу. У туристичній сфері будь-яка затримка сприймається як ризик, бо послуга часто прив'язана до конкретного часу, місця або ціни.

PayPal став одним із найвідоміших прикладів цифрової платіжної платформи, яка поєднала оплату, перекази та захист покупця в онлайн-середовищі. За річним звітом PayPal за 2024 рік, компанія мала 434 млн активних акаунтів приблизно у 200 ринках, обробила 1,68 трлн дол. США загального платіжного обсягу та 26,3 млрд платіжних транзакцій [24]. Для туризму такі платформи важливі тому, що вони створюють альтернативний канал оплати між користувачем і сервісом, особливо в міжнародній електронній комерції.

PayPal та подібні сервіси також змінили логіку довіри. Користувач може не знати продавця напряму, але довіряти платіжній платформі. У туризмі це характерно для бронювання житла, купівлі квитків, оплати екскурсій або міжнародних послуг. Турист часто довіряє не окремому постачальнику, а платформі, яка організовує платіж, підтвердження і можливе повернення коштів. Це посилює роль цифрових посередників у туристичній економіці.

Fintech-сектор став рушієм подальших змін. Його основна особливість полягає в тому, що фінансові послуги почали створюватися з орієнтацією на користувацький досвід. Традиційний банк часто мислив продуктами: рахунок, картка, кредит, переказ. Fintech-сервіси частіше мислять сценаріями: швидко відправити кошти, дешево обміняти валюту, легко оплатити за кордоном, миттєво отримати повідомлення, бачити всі витрати в одному застосунку. Для туризму цей підхід є дуже близьким, бо туристу потрібне не абстрактне фінансове рішення, а конкретна зручність у конкретній ситуації.

До цифрових платіжних інструментів у туристичній сфері можна віднести мобільні гаманці, платіжні посилання, QR-платежі, цифрові банки, міжнародні перекази, сервіси мультивалютних карток, онлайн-еквайринг, платіжні агрегатори, вбудовані платежі у застосунках і платформи бронювання. Кожен із цих інструментів має власну функцію. Одні спрощують

оплату у фізичному середовищі, інші — онлайн-бронювання, треті — міжнародні перекази або валютне управління.

Особливо важливим є розвиток вбудованих платежів. Користувач уже не переходить окремо до банку чи платіжної сторінки, а оплачує всередині сервісу. Наприклад, у туристичному застосунку можна обрати маршрут, забронювати послугу, оплатити її і отримати підтвердження без виходу з платформи. Така модель створює відчуття безперервного сервісу. Платіж перестає виглядати окремою фінансовою дією і стає частиною цифрової подорожі користувача.

Разом із тим вбудовані платежі посилюють проблему прозорості. Якщо платіж захований у зручному інтерфейсі, користувач може не помітити додаткову комісію, валютну конвертацію або правила скасування. Чим простішою стає форма оплати, тим більш важливою стає чесність і зрозумілість фінансової інформації. Інакше зручність може перетворитися на інструмент прихованого впливу на вибір користувача.

Поширення цифрових платежів пов'язане також із розвитком QR-кодів. У деяких країнах QR-платежі стали масовим інструментом розрахунків у транспорті, кафе, магазинах і сервісах. Вони можуть бути зручними для малого бізнесу, оскільки не завжди потребують дорогого термінального обладнання. Для туриста QR-платіж може бути простим, якщо він підтримується його банківським застосунком. Але якщо система є локальною і вимагає місцевого рахунку, іноземний турист може опинитися поза цією інфраструктурою.

Цифрові банки та мультивалютні сервіси стали важливими саме для міжнародних користувачів. Вони дають можливість зберігати кошти у кількох валютах, бачити курси, переказувати гроші, обмінювати валюту і контролювати витрати. Для туризму це зменшує частину проблем, пов'язаних із традиційним банківським обміном. Проте такі сервіси також мають власні правила, комісії, ліміти і вимоги до ідентифікації, які користувач повинен розуміти.

Поширення цифрових платіжних інструментів має поколіннєвий вимір. Молодші користувачі частіше сприймають смартфон як основний фінансовий інструмент. Для них оплата телефоном є природною частиною повсякденності. Старші користувачі можуть більше довіряти готівці або фізичній картці, бо вони дають відчуття матеріального контролю. У туристичній сфері це означає, що універсальний платіжний сервіс повинен враховувати різні фінансові звички.

На практиці туристична компанія не може орієнтуватися лише на один тип користувача. Частина клієнтів хоче оплатити картою. Частина — через мобільний гаманець. Частина — банківським переказом. Частина — готівкою на місці. Деякі користувачі цікавляться криптовалютними інструментами або стейблкоїнами. Рівень готовності до цих способів оплати залежить від країни, віку, досвіду, довіри до технологій і конкретної ситуації подорожі.

Цифрові інструменти мають і слабкі сторони. Вони залежать від електроенергії, інтернету, справності смартфона, доступу до акаунту, роботи банку і платіжного сервісу. У звичайних умовах це здається дрібницею. Під час подорожі втрата телефону, розряджена батарея або відсутність зв'язку може створити реальну проблему. Саме тому навіть активні користувачі цифрових платежів часто залишають готівку або додаткову картку як резерв.

Цифровізація платежів посилила також ризики шахрайства. Фішингові сайти бронювання, підроблені платіжні сторінки, шахрайські QR-коди, фальшиві повідомлення від банку або платформи — усе це стало частиною сучасного туристичного середовища. Користувач повинен уміти відрізнити справжню платіжну сторінку від підробленої, перевірити адресу сайту, не передавати коди стороннім особам і розуміти базові правила цифрової безпеки.

Водночас цифрові інструменти створили нові можливості для контролю. Користувач може миттєво отримати повідомлення про списання, заблокувати картку, встановити ліміт, перевірити історію операцій, оскаржити платіж або звернутися до підтримки. У готівковій моделі таких можливостей практично

не було. Тому цифровізація не лише створює нові ризики, а й дає нові механізми захисту.

Окремим напрямом розвитку стали платформи, які поєднують туристичні та фінансові функції. Наприклад, сервіси бронювання можуть зберігати картку користувача, пропонувати оплату частинами, резервувати депозит, проводити повернення, обробляти штрафи за скасування або конвертувати валюту. Для туриста це зручно, але водночас підвищує важливість прозорих правил. Користувач повинен розуміти, коли саме списуються кошти: одразу, після заїзду, після підтвердження готелю чи лише у випадку неявки.

Цифрові платіжні інструменти підготували суспільство до сприйняття нових форм вартості. Коли гроші дедалі частіше існують у цифровому вигляді, межа між банківськими коштами, електронними гаманцями та іншими цифровими активами стає менш помітною. Це не означає автоматичного переходу до криптовалют, але формує передумови для сприйняття цифрових активів як одного з можливих фінансових інструментів.

У розвитку цифрових платіжних інструментів важливо відрізнити зовнішню зручність від зміни економічної моделі. Apple Pay або Google Pay роблять платіж швидшим і безпечнішим для користувача, але часто не усувають карткову комісійну інфраструктуру. PayPal може створювати додатковий рівень довіри між покупцем і продавцем, але також функціонує як посередник із власною комісійною моделлю. Fintech-сервіси можуть зменшувати частину витрат, але не завжди повністю замінюють банки.

Отже, цифрові платіжні інструменти стали ключовим етапом розвитку фінансової системи, зробивши платежі швидшими, мобільнішими та зручнішими, зокрема в туризмі. Водночас вони не усувають усіх проблем традиційних систем, а додають нові виклики, пов'язані з кібербезпекою, цифровою грамотністю, залежністю від технологій і якістю фінансової комунікації.

## Висновки до розділу 2

У другому розділі досліджено еволюцію сучасних платіжних систем в умовах цифровізації та глобальної комунікації. Встановлено, що фінансова система поступово переходить від традиційних готівкових розрахунків до безготівкових, мобільних та цифрових платіжних інструментів, що має особливе значення для сфери туризму.

Розглянуто основні етапи розвитку платіжних систем і визначено роль банківських переказів, системи SWIFT, міжнародних мереж Visa та Mastercard, онлайн-платежів, мобільних гаманців і fintech-сервісів у формуванні глобальної платіжної інфраструктури. Їх розвиток забезпечив підвищення швидкості, зручності та доступності фінансових операцій у туристичній діяльності.

Окрему увагу приділено цифровим платіжним інструментам, зокрема онлайн- та мобільному банкінгу, Apple Pay, Google Pay, PayPal та електронним гаманцям. З'ясовано, що вони змінили не лише спосіб проведення платежів, а й очікування користувачів щодо швидкості, безпеки та прозорості фінансових операцій.

Водночас встановлено, що цифровізація створює як переваги, так і нові виклики, пов'язані з кібербезпекою, комісіями, валютною конвертацією та необхідністю фінансової грамотності користувачів.

Також доведено, що платіж у туризмі є не лише фінансовою операцією, а й комунікаційним процесом. Зрозумілість інтерфейсу, точність перекладу, прозорість умов оплати та культурна адаптація інформації впливають на рівень довіри туриста до платіжного сервісу.

Отже, еволюція сучасних платіжних систем у туризмі має технологічний, економічний і комунікаційний характер та створює основу для подальшого аналізу практичного використання цифрових платіжних інструментів у туристичній діяльності.

### **РОЗДІЛ 3. СУЧАСНІ ПЛАТІЖНІ ІНСТРУМЕНТИ В ТУРИЗМІ: ФІНАНСОВИЙ ТА КРОС-КУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТИ**

#### **3.1. Перспективи розвитку цифрових платіжних інструментів у господарській діяльності**

Розвиток платіжних інструментів у господарській діяльності поступово переходить від простого забезпечення оплати до формування нової фінансової інфраструктури. Якщо раніше основним завданням платіжної системи було провести транзакцію між покупцем і продавцем, то сьогодні на перший план виходять швидкість, прозорість, автоматизація, безпека, доступність для користувачів різних країн та зменшення кількості посередників. Для туризму ці зміни мають особливе значення, оскільки туристична діяльність є міжнародною за своєю природою і часто передбачає розрахунки між різними валютами, банками, платформами та юрисдикціями.

Перспективні платіжні інструменти не виникають окремо від уже наявної фінансової системи. Вони розвиваються як відповідь на її обмеження: високі комісії, повільність міжнародних переказів, залежність від банківських посередників, непрозорість валютної конвертації, складність повернення коштів та обмежений доступ малого бізнесу до вигідних платіжних умов. Саме тому майбутнє платіжної інфраструктури пов'язане не з повною відмовою від традиційних банків, а з поступовим перерозподілом ролей між банками, fintech-компаніями, цифровими платформами, державними регуляторами і користувачами.

Одним із важливих напрямів розвитку є open banking, або відкрита банківська інфраструктура. Її суть полягає в тому, що за згодою користувача фінансові дані можуть передаватися між банками та іншими ліцензованими учасниками ринку через спеціальні програмні інтерфейси. Це дає змогу створювати сервіси, які поєднують кілька рахунків, аналізують витрати, пропонують оптимальні способи оплати або дозволяють ініціювати платежі без використання традиційних карткових схем. Для господарської

діяльності це означає появу більш гнучких фінансових рішень, а для туризму — можливість зручнішого управління витратами під час подорожей.

У туристичній сфері open banking може мати кілька практичних застосувань. Туристичні платформи можуть пропонувати оплату напряду з банківського рахунку, без участі карткової мережі. Бізнес може швидше отримувати кошти і потенційно зменшувати витрати на обробку платежів. Користувач може бачити більш точну інформацію про власні фінанси, планувати бюджет подорожі та контролювати витрати у різних валютах. При цьому важливо, щоб така модель працювала тільки за добровільної згоди користувача і з високим рівнем захисту персональних даних.

Open banking також може зменшити роль частини посередників. У традиційній картковій операції беруть участь банк-емітент, банк-еквайр, платіжна система, процесингові центри та інші учасники. У платежах з рахунку на рахунок частина цього ланцюга може бути скорочена. Для туристичного бізнесу це потенційно означає нижчі витрати, а для туриста — прозоріший платіж. Проте такий перехід не є автоматичним. Потрібна сумісність між банками, довіра користувачів, зрозумілий інтерфейс і правове регулювання.

Другим перспективним напрямом є розвиток цифрових валют центральних банків. Центральні банки різних країн досліджують можливість створення цифрової форми національної валюти, яка могла б використовуватися поряд із готівкою та безготівковими коштами. Ідея цифрової валюти центрального банку полягає в тому, що користувач отримує доступ до цифрових грошей, які мають державну природу і не є приватним активом конкретної компанії. Для фінансової системи це може стати спробою поєднати зручність цифрових платежів із довірою до державної валюти.

У контексті туризму цифрові валюти центральних банків можуть бути цікавими з кількох причин. По-перше, вони можуть забезпечити швидші та дешевші розрахунки, особливо якщо будуть сумісними між різними країнами. По-друге, вони можуть підвищити прозорість платежів і зменшити частку

тіньових розрахунків. По-третє, цифрова валюта може полегшити облік туристичних зборів, локальних податків або платежів за державні послуги. Однак така модель також має ризики: питання приватності, контролю, технічної доступності та довіри до держави залишаються відкритими.

Європейський центральний банк розглядає цифровий євро як можливий електронний платіжний інструмент, який має доповнювати готівку, а не повністю її замінювати [38]. Для туристичного ринку Європи це може мати значення у майбутньому, оскільки цифровий євро потенційно міг би використовуватися у роздрібних платежах, онлайн-операціях і міждержавних розрахунках у межах єврозони. Водночас успіх такого інструменту залежатиме не лише від технології, а й від того, наскільки зрозуміло користувачам буде пояснено його переваги, обмеження і правила використання.

Третім напрямом є розвиток fintech-платформ. На відміну від традиційних банків, fintech-компанії часто будують сервіси навколо конкретної проблеми користувача: швидко переказати кошти, дешевше обміняти валюту, зручно оплатити послугу за кордоном, отримати повідомлення про витрати або об'єднати кілька фінансових інструментів в одному застосунку. Саме тому fintech-платформи добре вписуються у туристичну сферу, де користувачеві потрібна не формальна банківська операція, а просте рішення конкретної ситуації.

Для туристичного бізнесу fintech-рішення можуть бути корисними у кількох напрямках. Вони дозволяють приймати платежі онлайн, автоматизувати бронювання, організовувати оплату частинами, проводити повернення коштів, обробляти міжнародні платежі та аналізувати фінансову поведінку клієнтів. Малий бізнес може отримати доступ до інструментів, які раніше були доступні переважно великим компаніям. Наприклад, невеликий готель або локальний туроператор може працювати з іноземними клієнтами через цифрову платіжну платформу без необхідності будувати власну складну інфраструктуру.

Четвертим важливим напрямом є міжнародні перекази нового типу. Традиційні міжнародні банківські перекази часто є повільними, дорогими і складними для пересічного користувача. У сфері туризму це створює проблеми як для клієнтів, так і для бізнесу. Турист може потребувати термінового переказу коштів за кордон, а підприємство — швидкого отримання оплати від іноземного партнера. Нові системи швидких переказів і міждержавні платіжні ініціативи спрямовані на те, щоб зробити такі операції швидшими і дешевшими.

Проекти на кшталт BIS Project Nexus демонструють загальну тенденцію до об'єднання національних систем швидких платежів для проведення міжнародних розрахунків [37]. Для туризму це може бути важливим у майбутньому, оскільки швидші транскордонні платежі можуть зменшити залежність від традиційних кореспондентських банківських ланцюгів. Якщо турист або туристичне підприємство зможе здійснювати міжнародний переказ майже миттєво і з нижчими витратами, це підвищить ефективність розрахунків у галузі.

П'ятий напрям — зменшення ролі посередників. У традиційній фінансовій системі кожен посередник виконує певну функцію, але також може створювати додаткові витрати. У господарській діяльності це проявляється у комісіях, затримках і складності врегулювання спорів. У туризмі, де операції часто мають міжнародний характер, кількість посередників може бути ще більшою. Тому перспективні платіжні інструменти намагаються скоротити шлях платежу або зробити участь посередників менш помітною для користувача.

Водночас повне усунення посередників не завжди є позитивним. Посередники виконують функції безпеки, арбітражу, повернення коштів, перевірки учасників і захисту від шахрайства. Якщо їх прибрати повністю, частина відповідальності переходить до користувача. Це добре видно на прикладі криптовалюти: прямий переказ може бути швидким і незалежним від банку, але помилково відправлені кошти часто неможливо повернути. Тому

перспективна фінансова система має не просто зменшувати кількість посередників, а знаходити баланс між автономією, безпекою і відповідальністю.

Шостим напрямом є прозорість платежів. У сучасній господарській діяльності прозорість означає можливість зрозуміти, хто, кому, коли, за що і в якій сумі здійснив платіж. У туризмі це важливо через значну кількість неформальних платежів, передоплат, депозитів, комісій платформ, туристичних зборів і валютних конвертацій. Якщо платіжна система дозволяє чітко фіксувати операції, це зменшує простір для непорозумінь, прихованих витрат і тіньових схем.

Прозорість не означає повну відкритість усіх персональних даних. Навпаки, перспективні платіжні інструменти повинні поєднувати фіксацію операцій із захистом приватності користувачів. Для туриста важливо, щоб платіж був підтверджений і захищений, але це не означає, що всі його фінансові дії мають бути публічними. Баланс між прозорістю і приватністю стане одним із ключових питань розвитку майбутніх платіжних систем.

Сьомий напрям — боротьба з тіньовими розрахунками. У туристичній сфері готівкові платежі можуть бути зручними, але вони складніші для обліку. Це створює простір для неофіційних домовленостей, заниження доходів або непрозорих платежів. Цифрові інструменти, навпаки, залишають запис про операцію. Це може підвищувати податкову дисципліну, полегшувати бухгалтерський облік і зменшувати корупційні ризики. Саме тому розвиток цифрових платежів має значення не лише для комфорту туриста, а й для прозорості господарської діяльності.

Для туризму важливо, щоб боротьба з тіньовими розрахунками не перетворювалася на надмірне ускладнення для малого бізнесу. Якщо цифрові платежі супроводжуються високими комісіями, складною звітністю або технічними бар'єрами, частина підприємців може залишатися в готівковому середовищі. Тому перспективні інструменти мають бути не лише

контрольованими, а й доступними. Прозорість повинна поєднуватися з економічною доцільністю.

У підсумку перспективи розвитку цифрових платіжних інструментів у господарській діяльності пов'язані з переходом до більш швидкої, прозорої, гнучкої та менш залежної від традиційних посередників системи. Для туризму це означає можливість полегшити міжнародні розрахунки, зменшити витрати бізнесу, підвищити довіру клієнтів і краще адаптувати платіжні сервіси до потреб користувачів із різних країн. Проте технологічний розвиток сам по собі не вирішує всіх проблем. Ключовими залишаються регулювання, кібербезпека, мовна зрозумілість, фінансова грамотність і культурна готовність користувачів до нових інструментів.



Джерело: складено автором.

Рис. 3.1. Перспективні напрями розвитку цифрових платіжних інструментів

### 3.2. Розвиток і використання криптовалюти у туризмі

Розвиток криптовалюти став одним із найбільш помітних явищ цифрової фінансової трансформації. Її поява була пов'язана не лише з технологічними інноваціями, а й із недовірою до традиційної фінансової системи, особливо після глобальної фінансової кризи 2008 року. У цьому контексті біткойн став не просто новим цифровим активом, а символом іншого підходу до грошей: без центрального емітента, без банківського посередника і з відкритою системою перевірки транзакцій.

У 2008 році Сатоші Накамото опублікував документ «Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System», у якому було запропоновано модель електронних грошей, що дозволяє здійснювати прямі перекази між користувачами без довіреної третьої сторони [41]. У 2009 році мережа біткойна почала функціонувати, але на початковому етапі вона не сприймалася як реальний платіжний інструмент для масового ринку. Це був радше експеримент у середовищі програмістів, криптографів і прихильників децентралізованих технологій.

Перші випадки використання біткойна мали неформальний характер. Найвідомішим прикладом стала угода 2010 року, коли 10 000 біткойнів були використані для купівлі двох піц. Ця подія згодом стала відомою як Bitcoin Pizza Day [42]. Важливо, що така операція не була звичайною комерційною оплатою у сучасному розумінні. Вона відбулася через домовленість між учасниками спільноти і фактично базувалася на довірі до нового цифрового активу. Проте саме цей випадок показав, що біткойн може мати не лише технічну, а й економічну цінність.

Для туризму історія розвитку криптовалюти важлива тим, що вона демонструє поступовий перехід від експерименту до інфраструктури. Спочатку цифровий актив існував у межах вузької спільноти. Потім з'явилися криптовалютні біржі, гаманці, сервіси обміну, стейблкоїни, платіжні шлюзи і р2р-платформи. У результаті криптовалюта стала не лише інвестиційним активом, а й потенційним інструментом міжнародних розрахунків.

Переломним етапом для масового інтересу до криптовалюти можна вважати період 2013–2016 років. Саме тоді біткойн почав виходити за межі вузької технологічної спільноти і привертати увагу інвесторів, медіа та користувачів. Причин було кілька. По-перше, після фінансової кризи частина суспільства шукала альтернативу банківській системі. По-друге, розвиток інтернету і соціальних мереж прискорив поширення інформації про новий актив. По-третє, зростання ціни біткойна створило інвестиційний інтерес, який привів до ринку нових учасників.

Криптовалюта відрізняється від традиційних грошей тим, що її функціонування базується на блокчейні. Блокчейн можна розглядати як розподілений реєстр, у якому інформація про транзакції зберігається не в одному центрі, а в мережі учасників. Це ускладнює підробку даних і робить історію операцій відкритою для перевірки. Для туристичних розрахунків така властивість може бути важливою, оскільки підтвердження платежу не залежить від одного банку або однієї установи.

Однією з головних переваг криптовалюти є можливість р2р-переказів. Користувач може передати цифровий актив іншому користувачу без участі банку. У міжнародному туризмі це може бути корисним у ситуаціях, коли банківські перекази повільні, картка заблокована або конвертація є невигідною. Р2Р-механізми також дозволяють швидше обмінювати цифрові активи на місцеву валюту через біржі або спеціальні сервіси.

Водночас практичне використання криптовалюти у туризмі не обмежується самим біткойном. Через високу волатильність біткойн не завжди зручний для щоденних розрахунків. Саме тому важливу роль відіграють стейблкоїни, зокрема USDT, які прив'язані до вартості фіатної валюти, переважно долара США. Для туриста стейблкоїн може бути зручнішим, оскільки він менше змінює вартість у короткому періоді порівняно з волатильними криптоактивами.

Стейблкоїни можуть використовуватися для збереження коштів, міжнародних переказів, р2р-обміну або оплати послуг у тих випадках, коли

бізнес готовий їх приймати. Для туриста це потенційно означає меншу залежність від банківських курсів, міжнародних комісій і графіку роботи банків. Проте така перевага залежить від конкретної мережі, біржі, комісії за переказ і правового статусу цифрових активів у країні перебування.

Криптовалютні біржі стали важливою частиною інфраструктури сучасного ринку цифрових активів, оскільки саме через них значна частина користувачів отримує доступ до купівлі, обміну, зберігання та переказу криптовалюти [46]. Такі платформи, як Binance, Bybit, OKX та інші, виконують функції обміну, зберігання, торгівлі, p2p-операцій і доступу до різних цифрових активів. У певному сенсі вони стали аналогами фінансових супермаркетів у цифровому середовищі. Користувач може купити стейблкоїн, обміняти його на інший актив, переказати кошти або вивести їх у фіатну валюту.

При цьому біржі не є повністю децентралізованими інструментами. Централізована біржа має адміністрацію, правила, процедури ідентифікації, політики безпеки та механізми фінансового моніторингу. Це зменшує рівень анонімності, але підвищує керованість і відповідність регуляторним вимогам. Для туристичної сфери це може бути перевагою, якщо цифрові активи використовуються легально та відкрито.

Окремо варто розглянути холодні гаманці. На відміну від біржового акаунта, холодний гаманець дозволяє користувачу зберігати доступ до цифрових активів поза постійним підключенням до інтернету. Це підвищує рівень безпеки, оскільки зменшує ризик онлайн-злому. Однак холодний гаманець потребує вищої відповідальності: втрата seed-фрази або приватного ключа може означати втрату доступу до коштів. Для туриста це може бути одночасно перевагою і ризиком.

Криптовалюта змінює уявлення про зберігання вартості під час подорожі. Традиційно людина могла перевозити готівку, користуватися банківською карткою або дорожніми чеками. У випадку цифрових активів доступ до коштів може зберігатися через гаманець або біржу. Це означає, що

користувачеві не потрібно фізично перевозити значні суми грошей. Проте він повинен забезпечити цифрову безпеку доступу.

Досвід Сальвадору став одним із найбільш відомих прикладів державного експерименту з біткойном. У 2021 році країна надала біткойну статус законного платіжного засобу, ставши першою державою, яка пішла на такий крок [43]. Для туризму це мало символічне значення, оскільки країна фактично заявила про готовність використовувати цифровий актив у реальній економіці. Водночас цей досвід показав і складність масового впровадження: недостатня готовність населення, волатильність і питання довіри стали серйозними обмеженнями.

Пізніше правила використання біткойна в Сальвадорі були змінені, а обов'язковість його приймання послаблена [44]. Це важливо враховувати, щоб не подавати кейс Сальвадору як однозначно успішну модель. Його значення полягає радше в тому, що він показав можливість державного експерименту, але також виявив межі швидкого впровадження цифрового активу без достатньої підготовки населення, бізнесу і регуляторної системи.

У туризмі криптовалюта може використовуватися у кількох сценаріях. Перший — як спосіб міжнародного переказу коштів. Другий — як інструмент збереження вартості під час подорожі. Третій — як спосіб оплати у бізнесів, які приймають цифрові активи. Четвертий — як резервний фінансовий інструмент у випадку проблем із банківською картою. П'ятий — як частина іміджу туристичного напрямку, який позиціонує себе як технологічно відкритий.

Проте поширення криптовалюти у туризмі стримується низкою факторів. Насамперед це волатильність. Якщо актив швидко змінює вартість, бізнесу складно встановлювати ціни, а туристу — планувати витрати. Стейблкоїни частково вирішують цю проблему, але вони мають власні ризики, пов'язані з резервами, регулюванням і довірою до емітента. Другим обмеженням є правова невизначеність. У різних країнах цифрові активи мають різний статус, що ускладнює їх використання у міжнародному туризмі.

Третім обмеженням є складність користування. Для людини, яка звикла до картки або мобільного гаманця, криптовалютний платіж може виглядати незрозумілим. Потрібно знати адресу гаманця, мережу переказу, комісію, час підтвердження, правила безпеки і можливі наслідки помилки. Якщо користувач відправить кошти не в ту мережу або на неправильну адресу, повернення може бути неможливим. Для масового туриста це значний бар'єр.

Четвертим обмеженням є низький рівень прийняття бізнесом. Більшість туристичних підприємств поки не приймають криптовалюту напряму. Навіть якщо технічно це можливо, бізнес повинен вирішити питання обліку, податків, конвертації, волатильності та юридичної відповідальності. Тому на практиці криптовалюта частіше використовується через посередницькі платіжні сервіси або р2р-обмін, а не як повністю масовий спосіб оплати.

Криптовалюта може розглядатися як перехідний фінансовий інструмент. Вона не обов'язково є кінцевою формою майбутньої платіжної системи, але вже показала, що фінансові операції можуть здійснюватися інакше: без повної залежності від банків, із відкритим реєстром транзакцій, глобальним доступом і можливістю прямої взаємодії між користувачами. Навіть якщо окремі криптоактиви у майбутньому втратять значення, сама ідея цифрової вартості, децентралізованої перевірки та програмованих фінансових інструментів уже впливає на розвиток банків, державних валют і fintech-сервісів.

У підсумку криптовалюта у туризмі має потенціал, але не може розглядатися як універсальна заміна традиційних платіжних інструментів. Її перспективність полягає у швидкості міжнародних переказів, можливості р2р-обміну, прозорості блокчейну, автономії користувача і зменшенні залежності від частини посередників. Її обмеження пов'язані з волатильністю, регуляторною невизначеністю, складністю користування і недостатнім прийняттям бізнесом. Саме тому найбільш реалістичним є не повний перехід туризму на криптовалюту, а поступове включення цифрових активів до ширшої системи платіжних інструментів.



*Джерело: складено автором.*

Рис. 3.2. Криптовалюта як інструмент фінансової прозорості та зменшення тіньових розрахунків

### 3.3. Криптовалюта як інструмент фінансової прозорості та зменшення тіньових розрахунків

Криптовалюта часто сприймається суперечливо. З одного боку, її пов'язують із фінансовою свободою, швидкими переказами і незалежністю від банків. З іншого — з ризиками, шахрайством, спекуляціями та тіньовими операціями. Така подвійність не є випадковою. Цифрові активи справді можуть використовуватися як у легальних, так і в нелегальних цілях. Проте важливо розрізняти саму технологію блокчейну і способи її використання.

Однією з головних особливостей блокчейну є фіксація транзакцій у цифровому реєстрі. На відміну від готівки, яка може передаватися без жодного сліду, блокчейн залишає запис про переміщення активів. Це не означає, що всі користувачі автоматично ідентифіковані. Однак сама історія транзакцій може

бути проаналізована. Саме ця властивість робить криптовалюту потенційно важливою для фінансової прозорості.

У сфері туризму це має практичне значення. Частина туристичних операцій традиційно може відбуватися готівкою: оплата приватного житла, локальних екскурсій, трансферів, неформальних послуг або додаткових домовленостей. Готівку складно відстежити, тому вона може створювати простір для заниження доходів, непрозорого обліку або корупційних платежів. Цифрові активи, якщо використовуються у відкритій і регульованій формі, можуть зменшити цю непрозорість.

Перевага блокчейну полягає не в тому, що він автоматично усуває зловживання, а в тому, що він змінює характер контролю. Якщо готівковий платіж може залишитися поза обліком, то транзакція у блокчейні має цифровий слід. Цей слід може бути використаний для підтвердження факту платежу, аналізу руху активів або перевірки походження коштів. Для туристичного бізнесу це може бути корисним, якщо потрібно підтвердити отримання оплати або провести фінансовий облік.

Водночас твердження про повну прозорість криптовалюти потребує уточнення. Блокчейн може показувати рух активів між адресами, але не завжди одразу показує, хто саме стоїть за конкретною адресою. Ідентифікація користувача часто залежить від того, чи використовував він централізовану біржу, чи проходив процедуру KYC, чи пов'язана адреса з відомим сервісом. Саме тому важливу роль відіграють криптовалютні біржі та аналітичні компанії.

Великі біржі поступово впроваджують процедури ідентифікації користувачів, фінансового моніторингу, перевірки походження коштів і блокування підозрілих операцій, що відповідає загальному підходу FATF до регулювання віртуальних активів та постачальників послуг, пов'язаних із ними [45]. Це означає, що криптовалюта вже не є повністю «анонімною зоною», як її часто уявляють. Якщо користувач працює через централізовану платформу, його дії можуть бути пов'язані з акаунтом, документами і

фінансовою історією. Для легального туристичного бізнесу це може бути перевагою, оскільки платіж стає не тільки швидким, а й контрольованим.

Організація економічного співробітництва та розвитку розробила Crypto-Asset Reporting Framework, який спрямований на автоматичний обмін інформацією щодо операцій із криптоактивами між податковими органами різних країн [39]. Це свідчить про те, що цифрові активи поступово входять у регульоване середовище. Якщо раніше криптовалюта часто сприймалася як «сіра зона», то зараз провідні країни рухаються до того, щоб зробити її частиною податкового і фінансового контролю.

Для туризму це означає, що майбутнє використання криптовалюти навряд чи буде пов'язане з повною відсутністю правил. Навпаки, перспективною є модель, у якій цифрові активи використовуються відкрито: із фіксацією платежів, обліком доходів, ідентифікацією бізнесу і дотриманням податкових вимог. У такому випадку криптовалюта може зменшувати неофіційні розрахунки, а не посилювати їх.

Варто також враховувати досвід аналітичних компаній, які відстежують рух цифрових активів. Звіти Chainalysis показують, що блокчейн-аналітика використовується для виявлення незаконних потоків коштів, відстеження шахрайських схем і аналізу криптовалютного відмивання грошей [40]. Це демонструє, що публічність блокчейну може бути інструментом не тільки для користувачів, а й для правоохоронних органів та регуляторів.

Разом із тим не можна ідеалізувати ситуацію. Криптовалюта може використовуватися для приховування коштів через міксери, складні ланцюги переказів, анонімні гаманці або нерегульовані платформи. Це означає, що сама технологія не гарантує добросовісності. Вона лише створює інший тип сліду, який може бути більш або менш доступним для аналізу залежно від конкретної мережі, сервісу і поведінки користувачів.

Готівка залишається складнішою для відстеження у порівнянні з більшістю цифрових платежів. Якщо турист платить готівкою без фіскального підтвердження, перевірити операцію майже неможливо. Якщо ж оплата

здійснюється цифровим активом через контрольований сервіс, факт платежу можна підтвердити. Для туристичної галузі це може бути важливим у боротьбі з неофіційними платежами та непрозорими схемами.

Криптовалюта також може зменшувати простір для корупційних платежів, якщо операції здійснюються відкрито і через контрольовані канали. Наприклад, платежі за туристичні дозволи, державні послуги, збори або ліцензії у цифровому середовищі можуть бути більш прозорими, ніж готівкові розрахунки. Проте це можливо лише за умови, що система має зрозуміле регулювання, технічну надійність і правову відповідальність учасників.

Показовим прикладом поступової інтеграції цифрових активів у регульовану фінансову систему є досвід Об'єднаних Арабських Еміратів. У 2026 році Crypto.com через свій підрозділ Foris DAX Middle East FZE отримала ліцензію Stored Value Facilities від Центрального банку ОАЕ, що дало можливість активувати партнерство з Департаментом фінансів Дубая для оплати державних зборів і послуг цифровими активами. Особливістю цієї моделі є те, що розрахунки здійснюються не хаотично, а через регульовану платформу, із конвертацією у дирхами ОАЕ або схвалені регулятором стейблкоїни. Такий приклад демонструє, що криптовалюта поступово переходить від неформального інструменту до частини офіційної платіжної інфраструктури. Для туристичної галузі це важливо, оскільки ОАЕ є одним із глобальних туристичних центрів, а подальша інтеграція криптоплатежів у сервіси на кшталт Emirates або Dubai Duty Free може створити нову модель взаємодії між туристом, бізнесом і державними фінансовими структурами [48].

На відміну від готівкових платежів, така модель залишає цифровий слід, проходить через регульованого провайдера і зменшує простір для неофіційних розрахунків. Саме тому приклад ОАЕ доцільно розглядати не лише як технологічну новину, а як практичний кейс переходу криптовалюти у контрольовану й прозору фінансову інфраструктуру.

У туристичному бізнесі прозорість цифрових активів може бути корисною і для клієнта. Турист може мати підтвердження платежу у вигляді транзакції, яку можна перевірити. Це може зменшити ризик спорів щодо того, чи була здійснена оплата. Особливо це актуально для міжнародних операцій, де банківські перекази можуть затримуватися, а підтвердження через традиційні канали не завжди є швидким.

Однак для масового користувача блокчейн-транзакція не завжди є зрозумілим доказом. Посилання на транзакцію, хеш, номер блоку або кількість підтверджень можуть бути складними для людини без технічного досвіду. Тому прозорість блокчейну має бути доповнена зрозумілим інтерфейсом. Туристу не потрібно знати всі технічні деталі, але він повинен бачити просте підтвердження: платіж здійснено, сума отримана, послуга підтверджена.

Криптовалюта може також сприяти прозорості міжнародних переказів. У традиційній системі користувач не завжди бачить повний шлях платежу і всі комісії. У блокчейні комісія мережі часто відображається перед відправленням, а транзакцію можна перевірити після її здійснення. Це не означає, що криптовалютий платіж завжди дешевший, але він може бути більш зрозумілим щодо окремих параметрів операції.

У контексті податків цифрові активи можуть мати подвійний ефект. Якщо вони використовуються неофіційно, ризик ухилення від оподаткування зберігається. Якщо ж вони інтегровані у регульовану систему, їх облік може бути навіть ефективнішим, ніж облік готівкових операцій. Саме тому майбутнє криптовалюти у господарській діяльності залежить не лише від технології, а й від правил, які визначатимуть її використання.

Для України ця тема також є перспективною. Туристичний бізнес, особливо в умовах післявоєнного відновлення, потребуватиме прозорих інструментів залучення коштів, міжнародних платежів і взаємодії з іноземними клієнтами. Цифрові активи можуть стати одним із таких інструментів, але лише за умови чіткого правового статусу, зрозумілого

оподаткування і захисту користувачів. Без цього криптовалюта залишатиметься переважно нішевим рішенням.

Отже, криптовалюта може бути інструментом фінансової прозорості, але лише за умови правильного використання. Її рівень прозорості залежить від середовища обігу та способу застосування.

У туризмі цифрові активи потенційно забезпечують швидкість міжнародних розрахунків, зменшення залежності від готівки та можливість фіксації транзакцій. Водночас їх ефективне використання потребує регулювання, прозорості комунікації та відповідального підходу.

### **Висновки до розділу 3**

У третьому розділі розглянуто сучасні платіжні інструменти у туризмі з урахуванням фінансового та крос-культурного аспектів. Встановлено, що туристична діяльність передбачає використання різних способів оплати, оскільки туристичний продукт включає багато складових, пов'язаних із фінансовими операціями, що впливають на зручність і досвід туриста.

Проаналізовано традиційні платіжні інструменти (готівка, банківські картки, перекази, термінали, міжнародні системи), які залишаються базовими, але мають обмеження, зокрема ризики готівки та залежність карткових розрахунків від інфраструктури, комісій і конвертації валют.

Розглянуто роль цифрових платіжних інструментів (мобільні платежі, електронні гаманці, онлайн-банкінг, QR-платежі, fintech-рішення), які підвищують зручність і швидкість розрахунків, але не усувають повністю наявні проблеми, лише трансформуючи їх у цифрове середовище.

Підкреслено значення крос-культурної комунікації, оскільки зрозумілість умов оплати, прозорість комісій, валюти та правил повернення коштів є критичними для формування довіри туриста.

Отже, сучасні платіжні інструменти в туризмі мають комплексний характер, поєднуючи фінансову ефективність, технологічність, безпеку та комунікаційну зрозумілість, що є основою довіри та розвитку туристичних платежів.

## **РОЗДІЛ 4. КРОС-КУЛЬТУРНІ ТА КОМУНІКАЦІЙНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ МІЖНАРОДНИХ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ В ТУРИЗМІ**

### **4.1. Мовно-комунікативні особливості цифрових фінансових сервісів**

Мовно-комунікативний аспект цифрових фінансових сервісів є важливим для дослідження сучасних платіжних систем, оскільки у сфері туризму фінансова операція майже завжди супроводжується текстом, символами, повідомленнями та інструкціями. Турист не просто натискає кнопку оплати. Він читає назву послуги, бачить валюту, суму платежу, повідомлення про комісію, умови скасування, статус транзакції, підтвердження бронювання, електронний чек або повідомлення про повернення коштів. Усе це формує окремий рівень фінансової комунікації, без якого сучасний цифровий сервіс не може повноцінно функціонувати.

Платіжний інтерфейс виконує не лише технічну, а й пояснювальну функцію. Його завдання полягає в тому, щоб зробити фінансову операцію зрозумілою для користувача. Якщо турист чітко розуміє, що саме він оплачує, яка сума буде списана, у якій валюті здійснюється платіж і чи передбачені додаткові витрати, рівень довіри до сервісу зростає. Якщо ж інформація подана нечітко, складною мовою або іноземною термінологією без пояснення, користувач може сприймати платіж як ризиковий навіть тоді, коли технічно система працює правильно.

У туристичній сфері це має особливе значення, оскільки користувач часто перебуває в іншій країні, не завжди добре володіє мовою середовища та може не знати місцевих фінансових правил. Наприклад, повідомлення про депозит, попереднє блокування коштів, сервісний збір або комісію за скасування може бути звичним для платформи, але незрозумілим для туриста. У результаті навіть стандартна фінансова операція може викликати недовіру, якщо її зміст не пояснений достатньо просто.

Цифрові фінансові сервіси активно використовують англomовну термінологію. Це особливо помітно у міжнародних платіжних сервісах і цифрових гаманцях, де користувач взаємодіє з поняттями безпеки, підтвердження операції, токенизації, віртуальної картки та статусу платежу [22; 23].

Частина понять майже без змін увійшла у міжнародну практику: refund, chargeback, service fee, payment failed, transaction pending, authorization, verification, conversion, wallet, token, virtual card. Для професійного фінансового середовища такі терміни є звичними, однак для пересічного туриста вони можуть бути складними. Особливо це помітно у ситуаціях, коли платіж не проходить, кошти тимчасово блокуються або бронювання не підтверджується одразу.

Переклад фінансових термінів має бути не буквальним, а функціональним. Наприклад, payment failed можна перекласти як «платіж не виконано», але для користувача цього недостатньо. Важливо пояснити, чому саме платіж не відбувся: недостатньо коштів, перевищено ліміт, банк відхилив операцію, введено неправильний код або виник технічний збій. Таке пояснення не лише інформує, а й зменшує тривогу користувача, оскільки він розуміє наступний крок.

Подібна ситуація виникає з терміном transaction pending. Формально його можна передати як «транзакція очікує обробки», але не кожен користувач розуміє, чи кошти вже списані, чи лише заблоковані, чи потрібно повторювати оплату. У туристичному контексті це може бути критичним. Людина може не знати, чи підтверджене бронювання номера, чи потрібно оформлювати його повторно, чи не відбудеться подвійне списання. Саме тому повідомлення про статус платежу мають бути максимально конкретними.

Окремої уваги заслуговує поняття authorization hold, тобто тимчасове блокування коштів. У готелях, сервісах оренди авто та туристичних платформах така практика є поширеною. Певна сума може резервуватися на картці як гарантія, але для туриста це може виглядати як фактичне списання.

Якщо сервіс не пояснює різницю між блокуванням і остаточним платежем, користувач може сприйняти таку операцію як приховану оплату. Це створює ризик конфлікту ще до початку надання послуги. Саме тому цифрові платіжні сервіси повинні не лише забезпечувати технічну безпеку операції, а й подавати користувачу зрозуміле пояснення статусу платежу, оскільки для туриста різниця між авторизацією, блокуванням і фактичним списанням має практичне значення [21].

Валютна конвертація також має мовно-комунікативний вимір. Під час міжнародних подорожей користувачу часто пропонують оплатити послугу у валюті країни перебування або у валюті його картки. На перший погляд оплата у «знайомій» валюті здається зручнішою, однак у випадку динамічної конвертації курс може бути менш вигідним. Якщо платіжний сервіс просто пропонує вибір валюти без пояснення можливих фінансових наслідків, користувач може прийняти невигідне рішення. Прозора комунікація має пояснювати не лише варіанти оплати, а й можливу різницю у кінцевій сумі.

Мова цифрового фінансового сервісу повинна відповідати кільком вимогам. По-перше, вона має бути точною, щоб не спотворювати зміст операції. По-друге, простою, щоб користувач без спеціальної фінансової освіти міг зрозуміти повідомлення. По-третє, повною, щоб людина бачила не лише основну суму, а й додаткові платежі, якщо вони передбачені. По-четверте, нейтральною, щоб формулювання не підштовхували користувача до фінансово невигідного рішення. По-п'яте, культурно адаптованою, оскільки різні користувачі мають різний досвід сприйняття банків, цифрових сервісів і фінансових ризиків.

Роль англійської мови у fintech-середовищі є подвійною. З одного боку, англійська виконує функцію міжнародної мови фінансів, технологій і цифрових платформ. Вона полегшує стандартизацію термінів, міжнародну комунікацію між компаніями та розвиток глобальних сервісів. З іншого боку, для значної частини туристів англійська не є рідною мовою. Навіть якщо користувач загалом володіє англійською, фінансова термінологія може

залишатися складною. Тому міжнародний сервіс не повинен покладатися лише на англomовний інтерфейс, особливо якщо він орієнтований на масового туриста.

У туристичній сфері переклад фінансових повідомлень має бути адаптований до конкретної ситуації користувача. Наприклад, повідомлення «Your refund has been processed» не завжди означає, що гроші вже повернулися на рахунок. Для туриста більш зрозумілим буде пояснення: «Повернення коштів оброблено сервісом; зарахування на картку може зайняти кілька банківських днів». Такий текст довший, але він зменшує кількість непорозумінь і запитів до служби підтримки.

Крос-культурний аспект проявляється у тому, що користувачі з різних країн по-різному ставляться до фінансових інструкцій і обмежень. У культурах із високим рівнем довіри до банків та інституцій користувач може спокійніше сприймати додаткову авторизацію, перевірку платежу або тимчасове блокування коштів. У середовищах, де існує досвід фінансової нестабільності, девальвації, втрати заощаджень або недовіри до банків, подібні дії можуть викликати значно сильніше занепокоєння. Тому одна й та сама платіжна дія може мати різне психологічне сприйняття залежно від культурного та соціального досвіду користувача.

Різниця у сприйнятті проявляється і в ставленні до готівки. Для одних туристів готівка є застарілим і незручним інструментом, який створює ризик втрати або крадіжки. Для інших вона залишається символом контролю і безпеки, оскільки людина фізично бачить свої кошти та не залежить від банку чи інтернету. Безготівковий платіж може сприйматися як сучасний і зручний, але також як залежність від цифрової системи. Такі відмінності не можна пояснити лише віком або рівнем доходу. Вони пов'язані з фінансовою культурою, досвідом користування банківськими послугами та рівнем довіри до цифрових інструментів.

Візуальна комунікація у фінансових сервісах також має велике значення. Значки замка, галочки підтвердження, попереджувальні кольори, символи

валют, логотипи платіжних систем, QR-коди, позначки біометричної перевірки допомагають користувачу швидше зрозуміти ситуацію. Проте такі елементи повинні бути інтуїтивними і не вводити в оману. Якщо кнопка візуально схожа на перехід до наступного кроку, але фактично запускає оплату, це може сприйматися як маніпуляція. У фінансовому інтерфейсі дизайн не повинен приховувати зміст дії.

Комунікація помилок є окремою проблемою цифрових фінансових сервісів. Повідомлення «помилка платежу» або «операцію відхилено» не дає користувачу достатньої інформації. У туристичному середовищі важливо пропонувати конкретну дію: перевірити ліміт, спробувати іншу картку, звернутися до банку, змінити валюту, використати інший спосіб оплати або дочекатися підтвердження операції. Сервіс, який лише повідомляє про помилку, залишає користувача наодинці з проблемою. Сервіс, який пояснює наступний крок, підтримує користувача і знижує напругу.

Платіжна комунікація повинна враховувати також фактор часу. Під час бронювання турист часто діє швидко, оскільки ціна може змінитися, кількість місць може бути обмеженою, а рішення потрібно прийняти одразу. У такій ситуації довгі юридичні тексти не читаються повністю. Це не означає, що їх не потрібно надавати. Однак ключову фінансову інформацію слід подавати коротко і помітно: сума, валюта, комісія, дата списання, умови повернення, статус підтвердження. Детальні умови можуть бути доступними окремо, але основні фінансові наслідки мають бути зрозумілими до моменту оплати.

Мовно-комунікативні труднощі особливо помітні у нових фінансових інструментах. Наприклад, у сфері криптовалют використовуються терміни *seed phrase*, *private key*, *wallet address*, *network fee*, *gas fee*, *blockchain confirmation*, *stablecoin*. Для користувача без досвіду вони можуть бути майже незрозумілими. Якщо такі інструменти ширше впроваджуватимуться у туризмі, головним бар'єром стане не лише технологія, а й мова пояснення. Людина повинна розуміти, що саме вона робить, які ризики бере на себе, чи можна виправити помилку і як підтвердити транзакцію.

У цьому контексті важливо переходити від мови системи до мови користувача. Система може оперувати поняттями токенізації, клірингу, авторизації, мережевої комісії чи хешу транзакції. Туристу потрібне інше пояснення: скільки буде списано, коли платіж підтвердиться, чи можна повернути кошти, що робити у випадку помилки і чи безпечна операція. Чим ближче фінансова комунікація до цих питань, тим вищою буде довіра до сервісу.

Фінансові повідомлення у туризмі мають бути багатомовними, але багатомовність не повинна обмежуватися автоматичним перекладом. Машинний переклад може передати загальний зміст, але помилка у фінансовому терміні може призвести до неправильного рішення користувача. Тому ключові платіжні повідомлення потрібно адаптувати професійно: з урахуванням термінології, правового змісту і зрозумілості для нефахівця. Особливо це стосується повідомлень про повернення коштів, депозити, штрафи, комісії, валютну конвертацію та скасування бронювання.

Для українських туристів це також актуально. Частина міжнародних платформ використовує англійську мову або локальну мову країни перебування. Не всі користувачі однаково добре розуміють фінансову лексику. Найбільш проблемними можуть бути повідомлення про попереднє блокування коштів, штрафи за скасування, часткове повернення, динамічну конвертацію, сервісні збори або локальні податки. Якщо ці умови не пояснені зрозуміло, користувач може сприймати їх як приховані платежі, навіть коли вони передбачені правилами сервісу.

Мовна прозорість впливає і на репутацію туристичного бізнесу. Якщо клієнт розуміє, за що платить, він спокійніше сприймає навіть додаткові витрати. Якщо комісія або депозит з'являються несподівано, довіра знижується. Це стосується не лише великих платформ, а й малих підприємств: готелів, локальних туроператорів, сервісів трансферу, оренди житла чи обладнання. Для таких суб'єктів репутація часто має навіть більше значення, ніж для великих компаній, оскільки клієнт орієнтується не тільки на ціну, а й

на відгуки, зрозумілість умов і відчуття безпеки під час оплати. Якщо фінансова інформація подана нечітко, користувач може сприйняти це як приховану комісію або недобросовісну практику, навіть коли підприємство не мало такого наміру.

Комунікація в цифрових фінансових сервісах має бути не лише інформаційною, а й етичною. Користувач не повинен бути змушений здогадуватися, який варіант дешевший, чи буде комісія, що означає попереднє блокування коштів або як скасувати платіж. Прозора мова є частиною фінансової відповідальності. У цьому сенсі філологічний аспект прямо пов'язаний з економічним: якість тексту впливає на фінансове рішення.

Платіжний інтерфейс можна розглядати як простір між фінансовою системою і людиною. Саме через мову, символи та повідомлення складна інфраструктура стає зрозумілою або незрозумілою. У міжнародному туризмі цей простір ускладнюється ще більше, бо користувач може не знати мови країни, не розуміти місцевих фінансових правил і перебувати у ситуації обмеженого часу. Тому комунікаційна якість платіжного сервісу стає елементом конкурентоспроможності.

На цьому рівні мовно-комунікативний аспект перестає бути другорядним. Він безпосередньо впливає на фінансову поведінку туриста, його довіру до сервісу та готовність користуватися тим чи іншим способом оплати. Якщо платіжний інструмент технічно зручний, але комунікаційно незрозумілий, його переваги можуть бути нівельовані. Турист не буде спокійно користуватися сервісом, якщо не розуміє, чому змінилася сума списання, що означає тимчасове блокування коштів або коли саме буде здійснене повернення.

Для туристичної сфери це має особливе значення, оскільки фінансова операція часто є частиною ширшого споживчого досвіду. Оплата готелю, авіаквитка, трансферу чи екскурсії не сприймається користувачем ізольовано. Вона впливає на загальне враження від подорожі. Якщо платіж проходить швидко, зрозуміло й без прихованих умов, турист сприймає сервіс як

надійний. Якщо ж процес супроводжується незрозумілими формулюваннями, затримками або неочікуваними списаннями, довіра до підприємства знижується навіть за умови якісного надання основної послуги.

Таким чином, еволюція сучасних платіжних систем відбувається не лише у площині технічного розвитку. Вона пов'язана із глобальним зростанням цифрових платежів, поширенням швидких платіжних рішень, розвитком карткових мереж, мобільних гаманців і міжнародних платіжних платформ [15; 16; 19; 20; 22; 23; 24]. Для міжнародного туризму це означає, що ефективний платіжний інструмент повинен бути не тільки швидким і безпечним, а й зрозумілим для представників різних мовних і культурних середовищ.

У підсумку можна визначити три головні напрями еволюції сучасних платіжних систем. Перший напрям є технологічним: платежі стали цифровими, мобільними, швидкими і багатоканальними. Другий напрям є економічним: змінилася роль банків, платіжних мереж, платформ, fintech-компаній і користувачів. Третій напрям є комунікаційним: дедалі більшого значення набуває те, як саме фінансова інформація подається людині. Для туризму поєднання цих напрямів є визначальним, оскільки туристична послуга потребує не лише оплати, а й зрозумілої взаємодії між різними мовами, культурами та платіжними середовищами.

Розвиток платіжних систем створює передумови для подальшого аналізу їх практичного використання у туристичній діяльності. Якщо у другому розділі основна увага була зосереджена на еволюції фінансових інструментів та цифрових сервісів, то наступний розділ доцільно присвятити конкретним платіжним інструментам у туризмі, їхнім перевагам, проблемам, комісіям, валютній конвертації та впливу на поведінку туристів і підприємств. Додатково це дозволить оцінити їхню ефективність у реальних умовах туристичного ринку та виявити найбільш проблемні зони використання.

#### **4.2. Крос-культурна комунікація у процесі використання платіжних інструментів туристами**

Використання платіжних інструментів у туризмі не можна розглядати лише як фінансову або технічну дію. У міжнародному середовищі платіж майже завжди пов'язаний із комунікацією: турист повинен зрозуміти умови оплати, валюту, комісію, правила повернення коштів, статус транзакції та рівень безпеки сервісу. Якщо ця інформація подана нечітко або не враховує мовні та культурні особливості користувача, навіть зручний платіжний інструмент може сприйматися як ризиковий.

Крос-культурна комунікація у сфері платежів проявляється в тому, що люди з різних країн по-різному оцінюють фінансові інструменти, що узгоджується з підходами до аналізу культурних відмінностей у працях Г. Гофстеде та Е. Голла [27; 28]. Для одних туристів банківська картка є повністю звичним засобом оплати. Для інших вона може асоціюватися з ризиком блокування, банківським контролем або можливістю шахрайства. Подібна різниця не є випадковою. Вона формується під впливом фінансового досвіду, рівня довіри до банків, стабільності національної валюти, поширеності цифрових сервісів і навіть історичної пам'яті про фінансові кризи.

У країнах із високим рівнем довіри до фінансових інституцій користувачі зазвичай спокійніше ставляться до безготівкових платежів, автоматичних списань, депозитів або тимчасового блокування коштів. Для них такі дії є частиною стандартної фінансової практики. Водночас туристи з країн, де банківська система переживала кризи, девальвації або втрату заощаджень населення, можуть значно обережніше ставитися до будь-яких операцій, які обмежують прямий контроль над коштами. У такому випадку навіть технічно нормальна операція може викликати недовіру, якщо вона недостатньо пояснена.

Культура користування готівкою також відрізняється. В одних туристичних середовищах готівка сприймається як застарілий і менш безпечний інструмент. В інших — як ознака контролю, автономії та

незалежності від цифрової інфраструктури. Турист, який звик до готівкових розрахунків, може відчувати дискомфорт у країні, де більшість послуг оплачується картою або через мобільний застосунок. І навпаки, користувач, який звик до безготівкової економіки, може сприймати вимогу оплати готівкою як ознаку недостатньої прозорості або низького рівня сервісу.

У туристичній діяльності це має прямі практичні наслідки. Підприємство, яке працює з міжнародними клієнтами, повинно враховувати не лише наявність платіжного термінала або онлайн-оплати, а й різні очікування користувачів. Для одних клієнтів важливо мати можливість оплатити картою. Для інших — отримати чітке підтвердження бронювання. Для третіх — бачити кінцеву суму у зрозумілій валюті. Для ще однієї групи важливо знати, чи можна повернути кошти у випадку зміни планів. Тобто платіжний сервіс має бути не універсальним у формальному сенсі, а гнучким у комунікації.

Мовний бар'єр є одним із головних чинників, що впливають на сприйняття платежу. У міжнародному туризмі користувач часто стикається з інтерфейсами англійською мовою або мовою країни перебування. Навіть якщо турист загалом розуміє іноземну мову, фінансова термінологія може бути складною. Такі поняття, як *refund*, *deposit*, *cancellation fee*, *authorization hold*, *pending transaction*, *service charge*, *currency conversion*, не завжди мають очевидне значення для нефахівця. Якщо користувач неправильно розуміє хоча б один із цих термінів, він може прийняти неправильне фінансове рішення.

Особливо помітною ця проблема є під час бронювання готелів та оренди авто. Наприклад, користувач може не розуміти різницю між передоплатою, депозитом і тимчасовим блокуванням коштів. У першому випадку гроші фактично сплачуються за послугу. У другому — можуть виступати гарантією. У третьому — сума може бути заблокована, але не списана остаточно. Для платформи це різні фінансові операції, але для туриста вони можуть виглядати однаково: кошти на рахунку стали недоступними. Без чіткого пояснення така ситуація легко сприймається як прихований платіж.

Проблема посилюється тим, що цифрові платформи часто подають інформацію коротко, орієнтуючись на швидкість користувацького сценарію. Кнопки «оплатити», «підтвердити», «забронювати» або «продовжити» можуть виглядати зрозуміло, але за ними приховані різні фінансові наслідки. Якщо користувач не бачить різниці між підтвердженням бронювання і фактичним списанням коштів, зростає ризик непорозуміння. Для міжнародного туриста така ситуація складніша, ніж для місцевого користувача, адже він не завжди знає типові правила роботи сервісу у конкретній країні.

Крос-культурна комунікація у платіжних сервісах стосується не лише перекладу слів, а й способу пояснення. Один і той самий текст може бути формально правильним, але недостатньо зрозумілим. Наприклад, фраза «сума може бути тимчасово зарезервована» є точнішою і зрозумілішою, ніж сухе повідомлення «authorization hold applied». Так само повідомлення «повернення коштів може зайняти до 5 банківських днів» є кориснішим для туриста, ніж просто «refund processed». У першому випадку користувач розуміє очікуваний строк, у другому — може помилково думати, що гроші вже мають бути на рахунку.

Важливою є і тональність фінансових повідомлень. У платіжній комунікації не повинно бути зайвої агресивності, тиску або маніпулятивних формулювань. Якщо інтерфейс підштовхує туриста обрати певний спосіб оплати, не пояснюючи альтернативи, це може сприйматися як недобросовісна практика. Наприклад, під час вибору валюти оплати сервіс повинен показувати не лише зручний варіант, а й можливі фінансові наслідки. Користувач має розуміти, що оплата у валюті картки може бути менш вигідною через динамічну конвертацію.

Окрему роль відіграють символи, кольори та візуальні елементи. У платіжних інтерфейсах часто використовуються значки замка, галочки підтвердження, червоні або жовті попередження, символи валют, логотипи платіжних систем, QR-коди, індикатори безпеки. Ці елементи допомагають користувачу швидше орієнтуватися, але вони також можуть по-різному

сприйматися у різних культурах. Наприклад, червоний колір може асоціюватися з небезпекою, помилкою або заборобою, а в іншому контексті — з акцентом чи важливою дією. Тому міжнародний фінансовий інтерфейс має бути максимально нейтральним і зрозумілим.

Для туристичного бізнесу якість платіжної комунікації безпосередньо впливає на репутацію. Якщо клієнт не зрозумів умови списання або повернення коштів, він часто звинувачує не банк і не платіжну систему, а саме підприємство або платформу, через яку купував послугу. Навіть якщо бізнес формально діяв правильно, відсутність зрозумілого пояснення може призвести до негативного відгуку. У туризмі, де репутація має значний вплив на вибір клієнта, такі ситуації є дуже чутливими.

Особливо вразливими у цьому контексті є малі туристичні підприємства. Великі міжнародні платформи мають служби підтримки, автоматизовані повідомлення, багатомовні інтерфейси і стандартизовані процедури повернення коштів. Натомість невеликий готель, локальний туроператор або приватний сервіс трансферу може не мати таких ресурсів. Якщо він працює з іноземними клієнтами, але не пояснює умови оплати достатньо зрозуміло, ризик конфліктів зростає. Для малого бізнесу один негативний відгук може мати значно більший вплив, ніж для великої компанії.

Крос-культурний аспект проявляється і в очікуваннях щодо підтримки. У деяких країнах користувачі звикли до швидкої цифрової підтримки через чат, електронну пошту або застосунок. В інших середовищах клієнт більше довіряє телефонній розмові або особистому поясненню. Якщо турист не отримує звичного для себе каналу комунікації, він може оцінювати сервіс як менш надійний. Тому платіжна система у туризмі повинна враховувати не лише сам факт підтримки, а й її формат.

У процесі міжнародних платежів важливе значення має також рівень фінансової грамотності користувача. Один турист може легко зрозуміти різницю між курсом банку, курсом платіжної системи і курсом обмінника. Інший сприйматиме будь-яку різницю у сумі як помилку або обман. Це не

означає, що сервіс повинен перевантажувати користувача складною інформацією. Навпаки, завдання якісної комунікації полягає в тому, щоб пояснити складний фінансовий процес простою мовою.

У цьому сенсі фінансова комунікація має освітній характер. Вона не лише повідомляє користувачу результат операції, а й допомагає йому зрозуміти власні дії. Наприклад, під час оплати за кордоном сервіс може коротко пояснити: «Ваш банк може застосувати власний курс конвертації» або «кінцева сума списання може відрізнятись через валютний курс». Такі повідомлення зменшують кількість непорозумінь і формують більш реалістичні очікування.

Для українських туристів питання зрозумілої фінансової комунікації є особливо актуальним. Український ринок має високий рівень використання безготівкових платежів, однак під час подорожей користувачі стикаються з іншими валютами, іншими правилами банків, іншими платформами бронювання і часто з англomовним або локальним інтерфейсом. Навіть досвідчений користувач може не одразу зрозуміти логіку списання коштів за кордоном. Тому туристичні сервіси, орієнтовані на українців, повинні враховувати потребу в чітких поясненнях українською мовою або хоча б простими міжнародними формулюваннями.

Криптовалютні інструменти, які поступово з'являються у сфері міжнародних розрахунків, створюють ще складніший комунікаційний виклик. Для користувача без спеціального досвіду такі поняття, як seed phrase, private key, network fee, blockchain confirmation або stablecoin, можуть бути майже незрозумілими. Якщо туристичний бізнес у майбутньому пропонуватиме оплату цифровими активами, йому потрібно буде не лише технічно приймати такі платежі, а й пояснювати їх простою мовою. Інакше інструмент залишатиметься доступним лише для вузької групи підготовлених користувачів.

Питання довіри до цифрових активів також є культурно залежним. Для одних користувачів вони асоціюються зі свободою, швидкістю та

незалежністю від банків. Для інших — із ризиком, нестабільністю, шахрайством або складністю. Таке різне сприйняття означає, що одна і та сама платіжна технологія може мати різну комунікаційну ефективність у різних аудиторіях. Технічна можливість прийняти такий платіж не гарантує, що турист буде готовий ним скористатися.

У міжнародному туризмі ефективна платіжна комунікація повинна спиратися на кілька принципів. Перший принцип — прозорість: користувач має бачити повну суму і розуміти, з чого вона складається. Другий — мовна доступність: ключова фінансова інформація повинна бути подана зрозумілою мовою. Третій — культурна нейтральність: формулювання і візуальні елементи не повинні викликати зайву тривогу або неоднозначне тлумачення. Четвертий — практичність: повідомлення має не лише інформувати, а й підказувати наступну дію. П'ятий — чесність: сервіс не повинен приховувати комісії, депозити або не вигідну конвертацію.

Такий підхід вигідний не лише туристу, а й бізнесу. Чим зрозуміліше подано умови оплати, тим менше конфліктів, звернень до підтримки, негативних відгуків і спірних операцій. У довгостроковій перспективі прозора комунікація може стати конкурентною перевагою. Турист частіше повертається до сервісу, якому довіряє, навіть якщо ціна не є найнижчою. У сфері туризму довіра часто має не менше значення, ніж вартість.

Варто також враховувати, що платіжна комунікація є частиною загального бренду туристичного підприємства. Якщо сайт або застосунок має зрозумілий опис послуг, але платіжний етап виглядає заплутаним, у користувача виникає дисонанс. Навпаки, якщо оплата організована просто, прозоро і з поясненнями, це посилює враження професійності. У цифровому туризмі платіжний інтерфейс є фактично останнім етапом переконання клієнта перед покупкою.

Проблема полягає в тому, що фінансова комунікація часто створюється не філологами і не спеціалістами з міжкультурної взаємодії, а технічними або юридичними командами. Через це повідомлення можуть бути формально

правильними, але складними для сприйняття. У туристичній сфері такий підхід є недостатнім. Текст платіжного повідомлення повинен бути юридично точним, технічно коректним і водночас зрозумілим для людини, яка не має спеціальної фінансової підготовки.

Крім того, важливо забезпечувати адаптацію таких повідомлень до різних мовних і культурних контекстів, щоб уникати неоднозначного трактування фінансових умов. Це безпосередньо впливає на рівень довіри клієнта та його готовність завершити покупку. Таким чином, якість платіжної комунікації стає конкурентною перевагою туристичного підприємства. На практиці це означає необхідність співпраці між фінансовими спеціалістами, розробниками інтерфейсів, перекладачами, фахівцями з комунікації та представниками туристичного бізнесу. Лише такий міждисциплінарний підхід дозволяє створити платіжний сервіс, який буде не тільки функціональним, а й зрозумілим у міжнародному середовищі. Саме тут філологічний компонент стає природною частиною дослідження платіжних інструментів у туризмі.

Підсумовуючи, крос-культурна комунікація у процесі використання платіжних інструментів туристами охоплює мову інтерфейсів, переклад фінансових термінів, пояснення комісій і конвертації, культурні відмінності у довірі до банків, сприйняття готівки та цифрових платежів, візуальні сигнали безпеки і якість підтримки. Усі ці елементи впливають на те, чи буде турист готовий скористатися конкретним платіжним інструментом, адже сприйняття корисності, простоти використання та довіри до технології є важливими чинниками прийняття цифрових сервісів користувачами [25; 26].

Отже, сучасний платіжний інструмент у туризмі повинен бути не лише технічно доступним і фінансово ефективним. Він має бути зрозумілим, мовно адаптованим і культурно чутливим. У глобальному туристичному середовищі саме поєднання фінансової надійності та якісної комунікації формує довіру користувача. Це дозволяє розглядати платіжні інструменти не лише як елемент економічної інфраструктури, а і як важливу складову міжнародної туристичної взаємодії.

### **4.3. Комунікаційні бар'єри та перспективи сприйняття криптовалюти в різних культурах**

Перспективи використання криптовалюти у туризмі залежать не лише від технології, комісій або регулювання. Не менш важливим є те, як користувачі сприймають цей інструмент. Для одних криптовалюта асоціюється з фінансовою свободою, швидкістю, захистом від інфляції та незалежністю від банків. Для інших — із ризиком, шахрайством, волатильністю, технічною складністю та відсутністю гарантій. Ця різниця у сприйнятті є одним із головних комунікаційних бар'єрів для впровадження цифрових активів у туристичну сферу.

Криптовалюта має складну термінологію, яка сама по собі може відштовхувати масового користувача. Такі поняття, як seed-фраза, приватний ключ, публічна адреса, блокчейн, підтвердження мережі, комісія gas, стейблкоїн, cold wallet, smart contract, p2p-обмін, є зрозумілими для підготовленої аудиторії. Для звичайного туриста вони можуть виглядати надто складними. Якщо людина не розуміє базових термінів, вона не буде довіряти інструменту, навіть якщо він має технічні переваги.

Комунікаційна проблема полягає в тому, що криптовалютна сфера часто пояснює себе мовою самої технології, а не мовою користувача. Наприклад, фраза «переказ очікує підтвердження у мережі» може бути незрозумілою для людини, яка звикла до банківського повідомлення «платіж обробляється». Туристу не обов'язково знати технічний механізм блокчейну. Йому потрібно зрозуміти практичні речі: чи відправлено кошти, коли вони надійдуть, чи можна скасувати платіж, яка комісія, що буде у випадку помилки.

У різних культурах криптовалюта сприймається по-різному. У країнах із високою інфляцією або нестабільною банківською системою користувачі можуть бачити у цифрових активах альтернативу традиційним грошам. Там, де національна валюта втрачає купівельну спроможність, інтерес до стейблкоїнів або біткойна може бути вищим. Водночас у країнах із сильною банківською системою та високою довірою до державної валюти

криптовалюта може сприйматися радше як інвестиційний або ризиковий актив, а не як щоденний платіжний інструмент.

Туристична сфера повинна враховувати цю різницю. Якщо підприємство просто додає можливість оплати криптовалютою, але не пояснює її зміст, воно навряд чи залучить широку аудиторію. Для частини клієнтів така опція буде цікавою. Для інших вона може викликати підозру. Тому комунікація має бути спокійною, нейтральною і пояснювальною. Не потрібно подавати криптовалюту як чудо-рішення. Набагато ефективніше пояснити, у яких випадках вона може бути зручною, які має обмеження і які альтернативи доступні.

Одним із важливих бар'єрів є страх помилки. У традиційній банківській системі користувач часто має можливість звернутися до банку, оскаржити операцію або отримати допомогу. У криптовалюті частина операцій є незворотною. Якщо користувач відправив кошти на неправильну адресу або обрав неправильну мережу, повернення може бути неможливим. Для туриста, який діє швидко і в незнайомому середовищі, це серйозний психологічний бар'єр.

Щоб зменшити цей бар'єр, платіжні сервіси повинні максимально спрощувати інтерфейс. Користувач не повинен самотійно здогадуватися, яку мережу обрати, яку комісію встановити або як перевірити адресу. Інтерфейс має попереджати про ризики, перевіряти введені дані, пояснювати статус операції і давати зрозуміле підтвердження платежу. У цьому сенсі майбутнє криптовалютних платежів у туризмі залежить не лише від блокчейну, а й від якості користувацького досвіду.

Другим бар'єром є волатильність. Для користувачів із традиційним фінансовим мисленням гроші повинні бути відносно стабільними. Якщо цифровий актив може суттєво змінити вартість за короткий час, турист неохоче використовуватиме його для оплати проживання або квитка. Стейблкоїни частково вирішують цю проблему, але вони також потребують пояснення. Користувач повинен розуміти, чим стейблкоїн відрізняється від

біткойна, чому його вартість прив'язана до долара і які ризики все одно залишаються.

Третім бар'єром є правова невизначеність. У різних країнах цифрові активи регулюються по-різному. Саме тому міжнародні фінансові організації наголошують, що розвиток цифрових грошей і криптоактивів потребує збалансованого підходу, який враховує фінансову стабільність, захист користувачів, ризики відмивання коштів і особливості національного регулювання [47]. Турист може не знати, чи дозволена оплата криптовалютою у конкретній державі, як вона оподатковується і чи матиме він правовий захист у випадку спору. Для масового користувача така невизначеність знижує готовність користуватися інструментом. Саме тому державне регулювання і зрозумілі правила є не перешкодою, а умовою ширшого прийняття криптовалюти.

Четвертим бар'єром є репутація криптовалюти. Через численні новини про шахрайство, злами бірж, фінансові піраміди або різкі падіння ринку частина користувачів сприймає всю сферу як небезпечну. Це створює комунікаційну проблему навіть для легальних і прозорих сервісів. Туристичному бізнесу, який хоче приймати цифрові активи, потрібно не просто додати нову кнопку оплати, а пояснити, як саме забезпечується безпека, чи використовується перевірений платіжний провайдер і які гарантії має користувач.

П'ятий бар'єр пов'язаний із поколіннями. Молодші користувачі частіше відкриті до цифрових фінансових інструментів, швидше адаптуються до нових інтерфейсів і можуть позитивніше сприймати криптовалюту. Старші користувачі часто більше довіряють банкам, карткам або готівці. У туризмі це означає, що криптовалюта не може бути єдиним способом оплати. Вона може бути додатковою опцією для тих, хто готовий нею користуватися, але не повинна замінювати звичні інструменти для всіх клієнтів.

Шостий бар'єр — мовний. Більшість криптовалютної термінології походить з англійської мови. Українські, польські, іспанські, французькі чи

інші користувачі можуть бачити переклади, які не завжди точно передають зміст. Наприклад, wallet може перекладатися як «гаманець», але у криптовалютному контексті це не місце, де буквально зберігаються монети, а інструмент доступу до активів. Private key можна перекласти як «приватний ключ», але користувачу потрібно пояснити, що його втрата означає втрату доступу. Без таких пояснень переклад залишається формальним.

Перспективи сприйняття криптовалюти в різних культурах залежать від того, чи зможе сфера перейти від мови ентузіастів до мови звичайного користувача. У ранній період криптовалюта розвивалася у спільноті людей, які були готові самостійно розбиратися з технічними деталями. Масовий турист так діяти не буде. Він очікує простоти, підтримки, зрозумілих гарантій і можливості виправити помилку. Якщо цього немає, інструмент залишиться нішевим.

У туристичній сфері криптовалюта може бути найперспективнішою там, де вона вирішує конкретну проблему. Наприклад, швидкий міжнародний переказ, оплата без банківської картки, використання стейблкоїна для уникнення частини валютних втрат, підтвердження платежу у блокчейні або доступ до коштів у країні з обмеженою банківською інфраструктурою. Якщо користувач не бачить практичної переваги, сама технологічна новизна не буде достатньою причиною для використання.

Комунікація має пояснювати не тільки переваги, а й обмеження. Якщо туристичний сервіс чесно зазначає, що криптовалютний платіж може бути незворотним, що комісія залежить від мережі, що повернення коштів здійснюється за окремими правилами, рівень довіри може бути вищим. Користувач краще сприймає ризик, якщо його не приховують. Навпаки, надмірно рекламне подання криптовалюти як повністю безпечної або безкоштовної може створити недовіру.

У майбутньому найбільш реалістичною є модель співіснування різних платіжних інструментів. Картки, мобільні платежі, банківські перекази, цифрові гаманці, стейблкоїни і криптовалюта можуть використовуватися

паралельно. Турист обиратиме інструмент залежно від країни, суми, рівня довіри, технічної доступності та власного досвіду. Завдання туристичного бізнесу — не нав'язати один спосіб, а надати зрозумілий вибір.

Філологічний і комунікаційний аспект у цьому процесі має ключове значення. Якщо користувач не розуміє інструменту, він не буде ним користуватися. Якщо терміни пояснені просто, інтерфейс є зрозумілим, ризики названі відкрито, а підтримка доступна зрозумілою мовою, бар'єр знижується. Це стосується не лише криптовалюти, але саме в цій сфері потреба у якісному поясненні є найбільш очевидною.

У підсумку криптовалюта може стати частиною туристичної платіжної інфраструктури, але її поширення залежатиме не тільки від технічних можливостей. Вирішальними будуть довіра, регулювання, простота використання, культурна готовність користувачів і якість комунікації. Для одних туристів цифрові активи залишатимуться символом свободи і фінансової автономії. Для інших вони ще довго будуть асоціюватися з ризиком. Завдання майбутніх платіжних сервісів — не ігнорувати цю різницю, а будувати комунікацію так, щоб користувач розумів, який інструмент обирає і чому.

Отже, перспективи криптовалюти у туризмі залежать від поєднання фінансової ефективності, технологічної безпеки та крос-культурної зрозумілості. Без якісної комунікації навіть найсучасніший платіжний інструмент залишатиметься обмеженим у використанні. У міжнародному туризмі майбутнє належатиме тим рішенням, які не лише швидко проводять платіж, а й зрозуміло пояснюють користувачу всі фінансові наслідки.

#### **4.4. Практичні рекомендації для малого туристичного бізнесу щодо зменшення платіжних і комунікаційних бар'єрів**

Для малого туристичного бізнесу впровадження сучасних платіжних інструментів має відбуватися не лише з технічної, а й з комунікаційної точки зору. Недостатньо просто додати оплату карткою, мобільним гаманцем або

криптовалютою. Важливо пояснити клієнту, як саме відбувається платіж, які можливі комісії, у якій валюті списуються кошти та які правила повернення застосовуються.

З цією метою доцільно використовувати такий алгоритм:

1. **Показувати кінцеву суму до моменту оплати.** Турист повинен бачити не лише базову вартість послуги, а й усі додаткові платежі: сервісний збір, туристичний збір, комісію платформи, депозит або можливу конвертацію.

2. **Окремо пояснювати валюту платежу.** Якщо послуга бронюється в євро, а картка туриста відкрита у гривні або доларах, потрібно коротко зазначити, що кінцева сума списання може залежати від курсу банку або платіжної системи.

3. **Уникати складних фінансових термінів без пояснення.** Замість формулювань на кшталт authorization hold або pending transaction краще використовувати простіші пояснення: “сума тимчасово заблокована, але ще не списана остаточно” або “платіж очікує підтвердження”.

4. **Давати вибір способу оплати.** Оптимально, якщо турист може обрати між банківською картою, мобільним гаманцем, банківським переказом, готівкою або, у перспективі, цифровими активами. Один універсальний інструмент не підходить для всіх клієнтів.

5. **Пояснювати правила повернення коштів.** Якщо повернення може тривати кілька банківських днів, це потрібно зазначити до моменту оплати, а не після звернення клієнта.

6. **Адаптувати мову платіжної сторінки.** Для міжнародних туристів бажано мати хоча б англomовну версію, а для основних цільових ринків — переклад ключових фінансових повідомлень мовою клієнта.

7. **Не подавати криптовалюту як єдине рішення.** Якщо бізнес приймає цифрові активи, потрібно пояснити, які саме активи приймаються, через яку мережу, чи можливе повернення, хто несе ризик помилки та як підтверджується транзакція.

8. **Використовувати цифрові платежі для прозорості.** Безготівкові інструменти, електронні чеки та блокчейн-транзакції можуть зменшити простір для неофіційних платежів, оскільки залишають цифровий слід і полегшують підтвердження операції.

9. **Передбачити резервний спосіб оплати.** У разі збою термінала, банківського блокування або відсутності інтернету турист повинен мати альтернативу: іншу картку, готівку, переказ або інший цифровий канал.

10. **Регулярно оновлювати платіжну інформацію.** Якщо змінюються комісії, правила повернення або доступні способи оплати, це має одразу відображатися на сайті чи сторінці бронювання.

Такий підхід дозволяє зменшити кількість непорозумінь між туристом і бізнесом, підвищити довіру до сервісу та скоротити ризик покинутих бронювань. Для малого туристичного підприємства це особливо важливо, оскільки клієнт часто приймає рішення на основі зрозумілості умов, відгуків і відчуття безпеки під час оплати.

#### **Висновки до розділу 4**

У четвертому розділі досліджено перспективні платіжні інструменти у туризмі та господарській діяльності. Встановлено, що розвиток платіжної інфраструктури пов'язаний із формуванням нової моделі фінансової взаємодії між користувачами, бізнесом, банками, fintech-компаніями та регуляторами, що є особливо актуальним для міжнародного туризму, де важливими є швидкість, безпека та доступність розрахунків у різних країнах і валютах.

Визначено ключові перспективні напрями розвитку, серед яких open banking, цифрові валюти центральних банків, fintech-платформи та системи швидких міжнародних переказів. Ці інструменти здатні зменшити роль посередників, підвищити прозорість операцій, знизити витрати та спростити фінансові розрахунки для туристів і бізнесу. Водночас їх ефективність значною мірою залежить від рівня правового регулювання, кібербезпеки, захисту персональних даних і фінансової грамотності користувачів.

Окрему увагу приділено криптовалюті, яка розглядається як потенційний інструмент міжнародних розрахунків, збереження вартості та альтернативний спосіб оплати під час подорожей. Водночас встановлено, що вона не може повністю замінити традиційні платіжні системи через високу волатильність, правову невизначеність, складність використання для пересічного користувача та недостатній рівень прийняття в туристичній сфері. Її практичне застосування потребує чітких правил, інфраструктури та захисту користувачів.

Важливим результатом розділу є аналіз комунікаційних бар'єрів у сприйнятті криптовалюти та цифрових платіжних інструментів у різних культурах. Встановлено, що ставлення до них може суттєво відрізнятися: від сприйняття як сучасного та зручного інструменту до асоціацій із ризиками, шахрайством і нестабільністю. Це підкреслює необхідність адаптації фінансової комунікації до різних культурних і мовних контекстів у туристичній сфері.

Сформульовано практичні рекомендації для туристичних підприємств, які передбачають підвищення прозорості платежів, попереднє відображення кінцевої суми, чітке пояснення валюти та комісій, спрощення мови фінансових повідомлень, надання кількох способів оплати та забезпечення зрозумілих умов повернення коштів. Це дозволяє зменшити невизначеність для клієнта та підвищити рівень довіри.

Отже, перспективи розвитку платіжних інструментів у туризмі базуються на поєднанні технологічних інновацій, правового регулювання та якісної крос-культурної комунікації. Майбутня модель туристичних платежів передбачає співіснування традиційних і цифрових інструментів, fintech-рішень і криптовалютних технологій, де вирішальним фактором стає не лише технічна можливість здійснення платежу, а й довіра користувача, прозорість умов та зрозумілість фінансової взаємодії.

## ВИСНОВКИ

У магістерській роботі досліджено сучасні платіжні інструменти у сфері туризму в умовах цифровізації та крос-культурної комунікації. Встановлено, що платіжні інструменти не є лише технічним засобом переказу коштів, а становлять складну фінансову, технологічну та комунікаційну систему, яка об'єднує банки, платіжні сервіси, туристичні підприємства, цифрові платформи, регуляторне середовище та користувачів із різних країн і культур.

У першому розділі сформовано теоретико-методичні засади дослідження. Визначено, що платіжні системи виконують не лише економічну, а й технологічну та комунікаційну функції. У сфері туризму це особливо важливо, оскільки процес оплати охоплює взаємодію з банками, платіжними мережами, онлайн-платформами, валютною конвертацією та мовними інтерфейсами. Обґрунтовано необхідність комплексного підходу до аналізу платіжних інструментів із урахуванням ефективності, доступності, довіри, прозорості та крос-культурної зрозумілості.

У другому розділі розглянуто еволюцію сучасних платіжних систем в умовах цифровізації. Встановлено перехід від домінування готівкових і традиційних банківських операцій до карткових, мобільних, онлайн- та цифрових платежів. Розвиток SWIFT, Visa, Mastercard, платіжних терміналів, Apple Pay, Google Pay, PayPal і fintech-сервісів забезпечив швидші та зручніші міжнародні розрахунки. Водночас цифровізація не усунула наявні проблеми, а трансформувала їх, зберігши питання комісій, валютної конвертації, кібербезпеки та залежності від платіжної інфраструктури.

У третьому розділі проаналізовано сучасні платіжні інструменти у туристичній діяльності. Встановлено, що готівка, банківські картки, перекази, платіжні термінали, мобільні платежі, електронні гаманці та fintech-сервіси продовжують співіснувати, виконуючи різні функції. Готівка забезпечує автономність, але має низьку прозорість і ризики втрати, тоді як карткові та термінальні платежі є зручними, але залежать від комісій, інфраструктури та

валютної конвертації. Цифрові інструменти роблять розрахунки швидшими й зручнішими, проте потребують цифрової грамотності та довіри користувача.

Особливу увагу приділено крос-культурній комунікації, оскільки платіж у туризмі є не лише фінансовою, а й комунікативною операцією. Наголошено, що турист повинен чітко розуміти суму, валюту, комісії, правила повернення та статус транзакції. Недостатня прозорість, мовні бар'єри або некоректний переклад можуть знижувати довіру навіть до технічно надійних сервісів, тому важливими є зрозумілий інтерфейс і якісна фінансова комунікація.

У четвертому розділі досліджено перспективні платіжні інструменти у туризмі та господарській діяльності. Визначено, що їх розвиток пов'язаний з open banking, цифровими валютами центральних банків, fintech-рішеннями, швидкими міжнародними переказами, зменшенням ролі посередників і підвищенням прозорості платежів. Такі інструменти здатні спростити міжнародні розрахунки, знизити витрати, підвищити швидкість операцій і розширити можливості туристичного бізнесу.

Окремо розглянуто криптовалюту як перспективний, але не універсальний платіжний інструмент. Встановлено, що вона може використовуватися для міжнародних переказів, p2p-обміну, збереження вартості, резервного доступу до коштів і підвищення прозорості фінансових операцій. Водночас її застосування в туризмі обмежується волатильністю, правовою невизначеністю, складністю використання, ризиками помилок, недостатнім рівнем прийняття бізнесом і неоднозначним культурним сприйняттям. Тому криптовалюту доцільно розглядати як додатковий, а не основний інструмент у системі цифрових розрахунків.

Важливим результатом є висновок, що цифрові активи можуть сприяти фінансовій прозорості та зменшенню тіньових операцій лише за умови регульованого та відповідального використання. Блокчейн-транзакції залишають цифровий слід, який може бути використаний для підтвердження платежів і фінансового обліку, однак ефективність технології залежить від

регулювання, ідентифікації користувачів, роботи бірж і якості фінансової комунікації.

Сформульовано також практичні рекомендації для малого туристичного бізнесу щодо підвищення прозорості платежів: відображення кінцевої суми до оплати, пояснення валюти, уникнення складної термінології, надання вибору способів оплати, чіткий опис правил повернення коштів та адаптація платіжних сторінок до користувача. Це дозволяє зменшити непорозуміння та підвищити довіру клієнтів.

Отже, сучасні платіжні інструменти в туризмі мають комплексний характер, поєднуючи фінансову ефективність, технологічність, безпеку та комунікаційну зрозумілість. Їх ефективність залежить не лише від технологій, а й від прозорості умов і якості пояснення фінансових операцій. Мета роботи досягнута, а результати підтверджують, що майбутнє туристичних платежів ґрунтується на співіснуванні різних платіжних інструментів залежно від потреб користувача та рівня довіри.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кравченко І., Балакіна Ю. Визначення сутності поняття «Платіжна система». Фінансовий простір. 2014.
2. Kokkola T. (ed.). The payment system: payments, securities and derivatives, and the role of the Eurosystem. European Central Bank, 2010.
3. CPSS-IOSCO. Principles for Financial Market Infrastructures. 2012.
4. Committee on Payments and Market Infrastructures. Fast payments – Enhancing the speed and availability of retail payments. BIS, 2016.
5. Demirgüç-Kunt A., Klapper L., Singer D., Ansar S. The Global Findex Database 2021. World Bank, 2022.
6. Національний банк України. Безготівкові розрахунки.
7. Національний банк України. Імплементация Закону України «Про платіжні послуги».
8. Чайковський Я. І. Платіжні системи: навчальний посібник. Тернопіль: Карт-Бланш, 2006.
9. Міщенко В. І., Науменкова С. В., Міщенко С. В. Управління операційними ризиками в платіжних системах. Економічний простір. 2022.
10. Davis F. D. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. MIS Quarterly. 1989.
11. Venkatesh V., Morris M. G., Davis G. B., Davis F. D. User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. MIS Quarterly. 2003.
12. Hofstede G., Hofstede G. J., Minkov M. Cultures and Organizations: Software of the Mind. McGraw-Hill, 2010.
13. Hall E. T. Beyond Culture. Doubleday, 1976.
14. Buhalis D., Law R. Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years on and 10 Years after the Internet — The State of eTourism Research. Tourism Management. 2008.
15. World Bank. The Global Findex Database 2021: Financial Inclusion, Digital Payments, and Resilience in the Age of COVID-19. 2022. URL: <https://www.worldbank.org> (дата звернення: 16.04.2026).

16. Committee on Payments and Market Infrastructures. Fast payments – Enhancing the speed and availability of retail payments. Bank for International Settlements. 2016. URL: <https://www.bis.org> (дата звернення: 16.04.2026).

17. Національний банк України. Безготівкові розрахунки у 2024 році суттєво переважали серед операцій з платіжними картками. 2025. URL: <https://bank.gov.ua> (дата звернення: 16.04.2026).

18. SWIFT. Our story. URL: <https://www.swift.com> (дата звернення: 16.04.2026).

19. Visa Inc. Annual Report 2024. URL: <https://investor.visa.com> (дата звернення: 16.04.2026).

20. Mastercard Incorporated. Supplemental Operational Performance Data 2024. URL: <https://investor.mastercard.com> (дата звернення: 16.04.2026).

21. McKinsey & Company. Global Payments in 2024: Simpler interfaces, complex reality. 2024. URL: <https://www.mckinsey.com> (дата звернення: 16.04.2026).

22. Apple Support. Apple Pay security and privacy overview. URL: <https://support.apple.com> (дата звернення: 16.04.2026).

23. Google Pay Help. Keep your payment info safe. URL: <https://support.google.com> (дата звернення: 16.04.2026).

24. PayPal Holdings, Inc. Annual Report 2024 / Form 10-K. URL: <https://investor.pypl.com> (дата звернення: 16.04.2026).

25. Davis F. D. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. MIS Quarterly. 1989. Vol. 13, No. 3. P. 319–340.

26. Venkatesh V., Morris M. G., Davis G. B., Davis F. D. User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. MIS Quarterly. 2003. Vol. 27, No. 3. P. 425–478.

27. Hofstede G., Hofstede G. J., Minkov M. Cultures and Organizations: Software of the Mind. 3rd ed. New York: McGraw-Hill, 2010.

28. Hall E. T. Beyond Culture. New York: Anchor Books, 1976.

29. Національний банк України. Безготівкові розрахунки у 2024 році суттєво переважали серед операцій з платіжними картками. 2025. URL: <https://bank.gov.ua> (дата звернення: 16.04.2026).

30. Visa Inc. Annual Report 2024. URL: <https://investor.visa.com> (дата звернення: 16.04.2026).

31. Mastercard Incorporated. Supplemental Operational Performance Data 2024. URL: <https://investor.mastercard.com> (дата звернення: 16.04.2026).

32. Apple Support. Apple Pay security and privacy overview. URL: <https://support.apple.com> (дата звернення: 16.04.2026).

33. Google Pay Help. Keep your payment info safe. URL: <https://support.google.com> (дата звернення: 16.04.2026).

34. PayPal Holdings, Inc. Annual Report 2024 / Form 10-K. URL: <https://investor.pypl.com> (дата звернення: 16.04.2026).

35. U.S. Department of Justice. Justice Department Sues Visa for Monopolizing Debit Markets. 2024. URL: <https://www.justice.gov> (дата звернення: 16.04.2026).

36. U.S. Senate Committee on the Judiciary. Breaking the Visa-Mastercard Duopoly: Bringing Competition and Lower Fees to the Credit Card System. 2024. URL: <https://www.judiciary.senate.gov> (дата звернення: 16.04.2026).

37. Bank for International Settlements. Project Nexus: enabling instant cross-border payments. URL: <https://www.bis.org> (дата звернення: 16.04.2026).

38. European Central Bank. Digital euro. URL: <https://www.ecb.europa.eu> (дата звернення: 16.04.2026).

39. OECD. Crypto-Asset Reporting Framework and Amendments to the Common Reporting Standard. URL: <https://www.oecd.org> (дата звернення: 16.04.2026).

40. Chainalysis. Crypto Crime Report / Crypto Money Laundering Report. URL: <https://www.chainalysis.com> (дата звернення: 16.04.2026).

41. Nakamoto S. Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System. 2008. URL: <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf> (дата звернення: 16.04.2026).

42. CoinDesk. Bitcoin Pizza Day: The First Real-World Bitcoin Transaction. URL: <https://www.coindesk.com> (дата звернення: 16.04.2026).

43. El Salvador Bitcoin Law. Legislative Assembly of El Salvador, 2021. URL: <https://www.asamblea.gob.sv> (дата звернення: 16.04.2026).

44. El Salvador reforms Bitcoin Law and changes mandatory acceptance rules. 2025. URL: <https://www.imf.org> ; <https://www.reuters.com> (дата звернення: 16.04.2026).

45. FATF. Updated Guidance for a Risk-Based Approach to Virtual Assets and Virtual Asset Service Providers. URL: <https://www.fatf-gafi.org> (дата звернення: 16.04.2026).

46. Binance Research. Crypto Market Overview. URL: <https://research.binance.com> (дата звернення: 16.04.2026).

47. International Monetary Fund. Digital Money and Crypto Assets: Policy Issues and Financial Stability. URL: <https://www.imf.org> (дата звернення: 16.04.2026).

48. Crypto.com. Crypto.com Receives UAE Stored Value Facilities License to Enable Virtual Asset Payments for Government Services. 2026. URL: <https://crypto.com/en/company-news/cryptocom-receives-uae-stored-value-facilities-license-to-enable-virtual-asset-payments-for-government-services> (дата звернення: 16.05.2026).