

Научная статья

УДК 338.46

DOI: <http://doi.org/10.15350/2409-7616.2023.1.22>

ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЛАТЕЖИ В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ

Е.В. Каргаполова, И.В. Лашук, К.Ю. Колмакова, Д.С. Мишакина

Каргаполова Екатерина Владимировна,

доктор социологических наук, профессор
кафедры политологии и социологии, Российский
экономический университет имени Г. В.
Плеханова, Москва, Россия.

ORCID iD: 0000-0002-2892-3953

РИНЦ SPIN-код: 3776-0757

Ek474671@list.ru

Лашук Ирина Валерьевна,

кандидат социологических наук, заведующая
кафедрой экономической социологии и
психологии предпринимательской деятельности,
Белорусский государственный экономический
университет, Минск, Беларусь.

РИНЦ SPIN-код: 4033-0180

lashuki1974@gmail.com

Колмакова Кристина Юрьевна,

магистрант, институт магистерской подготовки,
ассистент, кафедра экономической социологии и
психологии предпринимательской деятельности,
Белорусский государственный экономический
университет, Минск, Беларусь.

christinakolmakova@gmail.com

Мишакина Диана Сергеевна,

магистрант, институт магистерской подготовки,
кафедра экономической социологии и
психологии предпринимательской деятельности,
Белорусский государственный экономический
университет, Минск, Беларусь.

diana.mishakina@gmail.com

Аннотация. В данной статье осмыслены некоторые грани функционирования финансовой сферы в условиях цифровизации, трансформирующей социальное пространство в техносоциальное. В частности, приводятся мнения исследователей о достоинствах и недостатках, рисках совершения электронных платежей. На основе результатов эмпирического исследования проанализированы различные аспекты цифровых транзакций в финансовой сфере. Показано, что ситуация социальных ограничений стимулировала

использование электронных платежей ежедневно, в том числе, посредством мобильных телефонов, смартфонов, компьютеров, социальных сетей и мессенджеров. Зафиксировано, что наиболее активно применяют электронные платежи женщины трудоспособного возраста с высшим образованием. Отмечается существенный рост покупок в интернет-магазинах, и не столь существенный, но также рост затрат на образовательный и развлекательный контент. Причем рост затрат на развлекательный контент более значим, чем на образовательный. Это свидетельствует о том, что значительная часть респондентов проявляет начальный уровень цифровой финансовой грамотности – уровень новичка.

Данная статья, безусловно не исчерпывает всей глубины проблемы возможностей и рисков использования электронных платежей в современном обществе. Поэтому перспективы дальнейших исследований по данной теме могут быть связаны с наблюдениями за изменением социально-экономических и социально-психологических факторов эволюции финансовой сферы в условиях становления цифровой экономики и цифровизации. В частности, требуется осмысление средств стимулирования использования сайтов государственных услуг населением.

Ключевые слова: *электронные платежи, электронные деньги, электронная платежная система, цифровизация, цифровая экономика, социальные ограничения.*

Библиографическая ссылка: *Каргаполова Е.В., Лащук И.В., Колмакова К.Ю., Мишакина Д.С. Электронные платежи в условиях социальных ограничений // ЦИТИСЭ. 2023. № 1. С. 280-291. DOI: <http://doi.org/10.15350/2409-7616.2023.1.22>*

Research Full Article

UDC 338.46

ELECTRONIC PAYMENTS UNDER SOCIAL RESTRICTIONS

E.V. Kargapolova, I.V. Lashuk, K.Yu. Kolmakova, D.S. Mishakina

Ekaterina V. Kargapolova,

Doctor of Sociology, Professor of the Department of Political Science and Sociology, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russian Federation.

ORCID iD: 0000-0002-2892-3953

k474671@list.ru

Irina V. Lashuk,

Candidate of Sociological Sciences, Head of the Department of Economic Sociology and Psychology of Entrepreneurship, Belarusian State University of Economics, Minsk, Republic of Belarus.

lashuki1974@gmail.com

Kristina Yu. Kolmakova,

Master of the Institute of Master's Training,
Assistant, Department of Economic Sociology and
Psychology of Entrepreneurship, Belarusian State
University of Economics, Minsk, Republic of
Belarus.

christinakolmakova@gmail.com

Diana S. Mishakina,

Master of the Institute of Master's Training,
Department of Economic Sociology and Psychology
of Entrepreneurship, Belarusian State University of
Economics, Minsk, Republic of Belarus.

diana.mishakina@gmail.com

Abstract. *This article comprehends some facets of the evolution of the financial sphere in the context of digitalization, transforming the social space into a technosocial one. In particular, the opinions of researchers on the advantages and disadvantages, risks of making electronic payments are given. Based on the results of an empirical study, various aspects of digital transactions in the financial sector are analyzed. It is shown that the situation of social restrictions stimulated the use of electronic payments on a daily basis, including through mobile phones, smartphones, computers, social networks and messengers. It is recorded that women of working age with higher education are most actively using electronic payments. There is a significant increase in purchases in online stores, and not so significant, but also an increase in the cost of educational and entertainment content. Moreover, the increase in spending on entertainment content is more significant than on educational content. This indicates that a significant part of respondents show an initial level of digital financial literacy – the level of a beginner.*

This article certainly does not exhaust the full depth of the problem of the possibilities and risks of using electronic payments in modern society. Therefore, the prospects for further research on this topic may be related to observations of changes in socio-economic and socio-psychological factors of the evolution of the financial sphere in the conditions of the formation of the digital economy and digitalization. In particular, it is necessary to comprehend the means of stimulating the use of public service sites by the population.

Keywords: *electronic payments, electronic money, electronic payment system, digitalization, digital economy, social restrictions.*

For citation: *Kargapolova E.V., Lashuk I.V., Kolmakova K.Yu., Mishakina D.S. Electronic payments under social restrictions. CITISE, 2023, no. 1, pp. 280-291. DOI: <http://doi.org/10.15350/2409-7616.2023.1.22>*

Введение

В современном мире «высокие» технологии проникают во все ниши жизни общества, трансформируя привычную социальную реальность в техносоциальную [18]. Не исключением стала и финансовая сфера, как одна из ключевых ресурсообразующих и ресурсоохранительных сфер жизнедеятельности. Исследователи отмечают революционные преобразования денежных систем – появляются электронные деньги как «средство платежей, существующее исключительно в электронном виде – виде записей в специальных

электронных системах» [6, с. 194], а также электронные платежные системы (ЭПС) [1-3, 14]. Электронный платеж – это цифровая транзакция между двумя сторонами.

Дистанционное осуществление платежей, автоматизация данного процесса имеет ряд преимуществ, среди которых выбор типа или типов электронных платежей; безопасность, финансовая доступность; скорость, которая позволяет продавцам принимать несколько типов платежей в режиме реального времени, стоимость и надежность платежных транзакций [11, с. 25]; бесперебойность и непрерывность работы [6, с. 194]; расширение возможностей продавцов и покупателей, сокращение транзакционных издержек, времени и «денежных средств на поиск информации, организацию сотрудничества с посредниками, упрощая их систему взаимодействия» [19, с. 55]. Электронные платежи позволяют клиентам путешествовать, устраняя необходимость в наличных деньгах или переносных картах и сохраняя всю информацию в одном безопасном месте. Мобильный банкинг также вырос: все больше людей полагаются на мобильные приложения и онлайн-порталы для отслеживания и управления своими финансами и оплаты счетов. Банки, у которых ранее не было комплексных онлайн-сервисов, интегрировали в онлайн-доступ больше функций, чтобы упростить более, чем когда-либо, людям возможность совершать платежи.

Выбор личного платежа является результатом множества переменных, как внутренних, так и внешних для данного человека. Внутренние аспекты включают восприятие различных характеристик платежных инструментов, таких как воспринимаемая скорость платежа, безопасность, простота использования, контроль бюджета, позиции по таким вопросам, как конфиденциальность и доверие [13]. Внешние влияния могут включать, например, социально-экономические и социально-психологические факторы. Стоит отметить, что характеристики транзакций также могут иметь значение с точки зрения влияния на результат. К таким характеристикам относятся сумма транзакции, возможность оплаты любым способом, используемые механизмы управления продавцами, вознаграждениями, предлагаемыми эмитентами безналичных платежей, или расходами, связанными с транзакцией.

Распространение электронных платежей характеризует уровень финансовой грамотности населения [8, 17, 18]. Так, согласно данным исследований, «опытные пользователи интернета в большей степени участвуют в «полезной» онлайн-активности, чем новички. Так, они чаще занимаются биржевой торговлей, используют онлайн-банкинг, проводят исследования и организуют онлайн-тренинги то же время для новичков в большей степени характерен «развлекательный» подход к интернету» [18, с. 50-51].

Необходимо отметить также и существенные риски, связанные с цифровыми платежами, которые включают опасность кражи хакерами и мошенниками данных банковских счетов, номеров социального страхования и другой личной информации [2, 4, 20]. С одной стороны, прозрачность электронных транзакций является средством борьбы с неформальной экономической деятельностью, коррупцией [5, 7, 21], основой мировой глобализации [10], точкой роста и успеха цифровой экосистемы. С другой стороны, эта же прозрачность может стать основой формирования «подглядывающего» капитализма [22], когда возможности тотального контроля в цифровом пространстве превращают личные ресурсы, приобретенные человеком в трудовой деятельности, в кредиты, выданные на определенных условиях лояльности, несвободы [15].

В России система электронных платежей демонстрирует позитивную динамику [12, 16]. Уже к концу 2014 г. прогнозировалось, что рынок электронной коммерции составит 10,9 трлн руб. [20, с. 98]. Меры социального дистанцирования в условиях ковид-19 стимулировали развитие системы электронных платежей. Covid-19 оказал огромное влияние на то, как люди ведут свою повседневную жизнь. Благодаря онлайн-обучению, онлайн-конференц-залам, тренажерным залам с экраном и доставке еды, люди переходят в

виртуальное пространство, чтобы удовлетворить свои потребности. Социальные ограничения в перемещениях и взаимодействиях с другими людьми изменили правила игры, позволив людям получить доступ ко всему необходимому, оставаясь при этом дома. В связи с ограничениями на взаимодействие с другими людьми, дистанцированием и общими опасениями по поводу гигиены и мытья рук, платежи с оплатой нажатием (или с помощью устройства) резко выросли. Бесконтактные платежи позволили потребителям быстро расплачиваться, не передавая свою карту другому лицу, что привело к усилению чувства безопасности.

Методология

Цель нашего исследования состоит в анализе применения электронных платежей на основе некоторых результатов инициативного социологического исследования, реализованного исследовательской группой кафедры политологии и социологии РЭУ им. Г.В. Плеханова под руководством Е.В. Каргаполовой методом онлайн-анкетирования в условиях социально-экономических ограничений (первая волна - апрель-май 2020 г., N=1700, вторая волна – ноябрь-декабрь 2020 г., N=1400). Тип выборки – целевая, для чего уже несколько лет нашей исследовательской группой разрабатывается алгоритм реализации онлайн-анкетирования с выходом на целевую аудиторию. Так при рассылке ссылок на онлайн-анкету анкетерам дается задание опросить респондентов из целевой группы – в данном случае жителей Москвы и Московской области в возрасте от 16 лет и старше, были установлены квоты по полу и по возрастным группам – молодежь, взрослые, пожилые. В гугл-форме респондент указывал фамилию анкетера и свою контактную информацию, что дало возможность провести контроль работы анкетера. Соотношение мужчин и женщин соответствует гендерной структуре генеральной совокупности. Доля жителей сельских поселений в Московской агломерации статистически незначима. Опрошены жители городских поселений. В условиях социального дистанцирования не удалось обеспечить соответствия генеральной совокупности по возрасту. Поэтому данные по пожилым приводятся как справочные.

Результаты

Результаты эмпирического исследования свидетельствуют о том, что женщины чаще прибегают к использованию электронных платежей чем мужчины, причем это в большей степени проявляется во вторую волну исследования. Так, по результатам первой волны ежедневные электронные платежи совершали 12,9% женщин и 11,9% мужчин; по результатам второй волны – 18,9% и 14,3% соответственно. В первый период пользовались электронными платежами раз в неделю 11,6% респондентов женского пола и 7,1% респондентов мужского, во второй период - 10,6% и 7,1% соответственно. Схожая тенденция обнаружены и для платежей, совершаемых раз в месяц, раз в полгода, раз в год и т.д.

Чаще всего электронные платежи совершались средней возрастной группой респондентов. Так, в период первой волны социальных ограничений использовали электронные платежи 56,2% взрослых, 34% молодежи и 9,9% пожилых. Объяснить данное явление можно платежеспособностью каждой возрастной группы, а также уровнем доверия к электронным платежам. Так, молодежь чаще всего не имеет стабильного заработка и соответственно не может свободно распоряжаться материальными активами своей семьи, хотя и обладает компетенциями электронной оплаты. А пожилые, хотя и имеют свой собственный доход, но этот доход, определенный размерами пенсионного обеспечения, зачастую ниже, чем доход взрослых. Кроме того, у пожилых меньше навыков цифровой грамотности и ниже уровень доверия к электронным платежам, поэтому данная группа предпочитает традиционные способы оплаты. Таким образом, мы можем сказать, что чаще

всего используют электронные платежи люди трудоспособного возраста, которые уже освоили или имеют мотивацию осваивать новые способы оплаты товаров и услуг. Однако стоит отметить, что от первого периода исследования ко второму группа молодых респондентов становится более вовлеченной в процесс использования электронных платежей: во второй период использовали электронные платежи 49,8% взрослых, 47,6% молодежи и 2,6% пожилых. Это может стимулировать цифровой сегмент рынка товаров и услуг для молодежи.

Также, как и для первого, и для второго периода социальных ограничений, характерна большая вовлеченность в процесс электронных платежей людей с высшим образованием. Именно данная категория (с точки зрения уровня образования) является наиболее активной. В период первой волны 13,9% респондентов с высшим образованием совершали электронные платежи ежедневно, а 16,7% - два-три раза в неделю. В период второй волны значения данных показателей составили 19% и 17,8% соответственно.

Таким образом, исходя из полученных данных, мы можем обозначить портрет наиболее активного пользователя электронных платежей: с большей долей вероятности это будет взрослая женщина трудоспособного возраста с высшим образованием.

Электронные платежи и покупки могут реализовываться посредством множества каналов коммуникации. По результатам нашего исследования мы можем сделать выводы об использовании таких каналов как компьютер, интернет, мобильный телефон/смартфон, социальные сети, сайты правительственных организаций (госуслуги, ГИБДД и др.) и различные мессенджеры (ватсап, телеграм, вайбер и др.). Отметим тенденцию роста использования всех перечисленных каналов от первого периода социальных ограничений ко второму. Чаще всего респонденты использовали перечисленные каналы для осуществления электронных платежей с частотой двух-трех платежей в неделю.

В первый период социальных ограничений 66% респондентов использовали компьютер ежедневно, и при этом чаще всего (21,3%) совершали электронные платежи два-три раза в неделю, используя именно компьютер. Во второй период ежедневная частота использования компьютера возросла до 72,8%, и при этом также возросла частота использования компьютера для электронных итераций: 4,9% пользователей совершали электронные платежи посредством компьютера уже ежедневно.

Что касается интернета, мы также видим увеличение пользователей от первой волны социальных ограничений ко второй: если в период первой волны интернетом ежедневно пользовались 89,7%, то в период второй волны этот показатель возрос до 94,9%. Что касается частоты совершения электронных платежей с помощью интернета, тут ситуация обстоит также, как и при использовании компьютеров. Так, пользователи в период первой волны совершали электронные платежи посредством интернета чаще всего два-три раза в неделю (27,8%), а при наступлении второй волны электронные платежи стали преимущественно (32,5%) совершаться раз в день или даже чаще.

Еще одним каналом коммуникации, с помощью которого осуществляются электронные платежи, являются мобильные телефоны и смартфоны. Стоит отметить, что частота ежедневного использования телефонов и смартфонов среди респондентов выше, чем любого другого канала. Так, в период первой волны ими ежедневно пользовались 94,4% респондентов, а в период второй – 96,4%. Ежедневная частота использования данного канала для электронных платежей также увеличилась: если в период первой волны 24% респондентов совершали электронные платежи со смартфонов ежедневно, то в период второй данный показатель вырос до 32,5%.

Для электронных платежей респонденты использовали также социальные сети. Социальные сети имеют в себе функцию электронных платежей, причем это может быть как перевод денежных средств от одного пользователя к другому, так и покупка различных

товаров в существующих на этих платформах интернет-магазинах. В социальные сети более всего вовлечена молодежь, а взрослые и пожилые пока еще не в такой степени. Поэтому доля респондентов, использующих социальные сети, в целом по массиву ниже, чем использование интернета и смартфонов. Так, чаще всего социальными сетями пользуются ежедневно, и в период первой волны ограничений 74,1% опрошиваемых отметили именно опцию ежедневного использования. В период второй волны этот показатель вырос – 80,7% респондентов использовали соцсети ежедневно. Выросла также ежедневная частота использования социальных сетей для совершения электронных платежей – с 21% в период первой волны до 28,5% в период второй волны.

В нашем исследовании мы также изучали частоту использования различных государственных сайтов для совершения электронных платежей. Такими сайтами могут выступать сайты госуслуг, ГИБДД, различных региональных ведомств и т.д. Данным каналом для совершения электронных платежей респонденты пользовались намного реже, чем ранее описанными. Чаще всего данные сайты использовались респондентами раз в месяц, причем это характерно как для первой волны коронавируса (27,4%), так и для второй волны (30,5%).

Мы рассмотрели также использование различного рода мессенджеров для совершения электронных платежей. Мессенджер – служба мгновенных сообщений, программы онлайн-консультанты и программы-клиенты для обмена сообщениями в реальном времени через Интернет. Самый популярный мессенджер среди россиян – WhatsApp. По данным ВЦИОМ на февраль 2021 г. им чаще всего пользуются 73% опрошенных. В тройку самых востребованных также входят Viber (26%) и Telegram (18%). Мессенджеры, как и социальные сети, чаще используются молодежью, чем взрослыми и пожилыми. Поэтому вовлеченность в их ежедневное использование в целом по массиву опрошенных чуть ниже, чем у смартфонов и интернета. Также особенностью использования данного канала выступает коммуникативная направленность – мессенджеры чаще всего используются исключительно для общения, в то время как в социальных сетях присутствует как возможность переписки, так и наличие огромного количества сторонней информации. Соответственно, показатели вовлеченности в данных канал ниже, чем у ранее перечисленных каналов: в период первой волны ежедневно мессенджерами пользовались 65,7% опрошенных, а во вторую волну – 75%. Однако даже в этом канале возросло количество совершаемых ежедневных электронных платежей: если в период первой волны только 19,1% респондентов отмечали, что пользуются электронными платежами в мессенджерах каждый день, то во второй волне этот показатель вырос до 29%.

Следующим блоком вопросов, который был предложен респондентам, был блок о суммах денежных средств, затрачиваемых при покупке различных видов контента, товаров и услуг. Были выделены следующие категории: развлекательный контент (доступ к музыке, видео, играм); образовательный контент (доступ к обучающим курсам, электронные книги/учебники и т.д.); специализированное программное обеспечение (лицензионные антивирусные программы, офисные программы и т.п.); товары из интернет-магазинов. Стоимостный интервал включал в себя следующие значения: 0 руб.; 1-500 руб.; 500-3000 руб.; более 3000 руб.

В период первой волны коронавируса 55,9% респондента не совершали электронные платежи для покупки развлекательного контента (т.е. сумма трат была равна 0 руб.); 33,9% респондентов тратили от 1 до 500 руб., 8,2% - от 500 до 3000 руб., и только 2,1% респондентов - от 3000 руб. и выше. Чаще всего респонденты совершали электронные платежи для покупки развлекательного контента два-три раза в неделю, и только те респонденты, которые тратили свыше 3000 руб. в месяц, совершали электронные платежи ежедневно. Примечательно, что в период второй волны данные показатели выросли: 39,7%

респондентов тратили от 1 до 500 руб., 10,8% - от 500 до 3000 руб. и 1,1% респондентов тратили от 3000 руб. и выше. Соответственно доля тех респондентов, которые не совершали электронные платежи для покупки развлекательного контента, снизилась с 55,9% до 46,3%. А ежедневные электронные платежи во второй период характеризовали не только респондентов с наибольшими тратами (от 3000 руб. и выше), но и тех, кто тратил от 500 до 3000 руб.

Нельзя не уделить внимание потреблению образовательного контента в период распространения коронавирусной инфекции. Из-за мер, предпринятых правительством для сдерживания темпов ее распространения, таких как, к примеру, самоизоляция и локдаун, актуализировалась необходимость в получении не только развлекательного контента, но также новых знаний и навыков. В период первой волны траты на данную разновидность контента не совершали 60,8% респондентов, а в период второй – 52,9%. Чаще всего на данный контент респонденты тратили от 1 до 500 руб. (так ответило 23,7% респондентов в период первой волны и 26,5% в период второй). Несколько возросла доля тех, кто готов был платить более весомые суммы: если в первую волну 11,2% опрошенных тратили на образовательный контент от 500 до 3000 руб., то в период – 14,2%; в период первой волны 4,2% респондентов позволяли себе тратить от 3000 руб. в месяц на образовательный контент, в период второй волны – 6%. Соответственно, можно сказать, что спрос на оплачиваемые образовательные услуги за исследуемый период вырос, но не так существенно, как на развлекательный.

Схожие результаты мы видим и при анализе следующей категории электронных покупок посредством интернет-магазинов. Интернет-магазин – сайт, торгующий товарами посредством сети Интернет. Это позволяет пользователям онлайн, в своём браузере или через мобильное приложение, сформировать заказ на покупку, выбрать способ оплаты и доставки заказа, оплатить заказ. Самыми крупными интернет-магазинами, работающими на территории России, являются Wildberries, Ozon, «Ситилинк» и другие. Исходя из полученных в ходе исследования данных, мы можем заметить, что доля респондентов, которые не совершали электронные платежи в интернет-магазинах снижается: если во время первой волны 26,1% респондентов заявляли, что вообще не совершают покупки посредством данных платформ, то в период второй волны данный показатель составил 20,2%. Соответственно, выросли показатели финансовых затрат на покупки в интернет-магазинах: если в период первой волны до 500 руб. на электронные платежи в интернет-магазинах тратило 18,6% респондентов, то в период второй – 20,5%; от 500 до 3000 руб. – 28,7% и 30,6% соответственно; свыше 3000 руб. – 26,5% и 28,8% соответственно. Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что именно в категории интернет-магазинов мы имеем наибольшую степень вовлеченности населения, а также самую значительную долю дорогостоящих покупок среди всех остальных ранее названных категорий.

При оценке такой категории товаров и услуг как специализированное программное обеспечение (лицензионные антивирусные программы, офисные программы и т.п.) необходимо обозначить, что данная категория товаров используется скорее в рабочих, а не в рекреационных целях. Соответственно зачастую за них платит не работник, а предприятие или компания, на которую он работает. Однако бывают случаи, когда работник покупает некоторое программное обеспечение самостоятельно, исходя из своих собственных нужд и интересов, так что данная категория также требует рассмотрения. В период первой волны траты на данную разновидность контента не совершали 67,8% респондентов, а в период второй – 65%. Чаще всего на данный контент респонденты также тратили от 1 до 500 руб. (так ответило 18,3% респондентов в период первой волны и 19,3% в период второй).

Заключение

Резюмируя все выше сказанное, необходимо отметить следующее:

1. Электронные платежи являются очередным этапом эволюции финансовой сферы в условиях цифровизации; прогрессивным и удобным нововведением, которое значительно повысило способность людей участвовать в финансовых рыночных отношениях.

2. На основе результатов эмпирического исследования населения Москвы и Московской области выявлен рост ежедневного использования электронных платежей в условиях социальных ограничений.

3. Чаще всего для электронных платежей применялись мобильные телефоны, смартфоны, компьютеры, социальные сети и мессенджеры.

4. Применение электронных платежей зависит от пола, возраста и уровня образования. Так, наиболее активно применяют электронные платежи женщины трудоспособного возраста с высшим образованием.

5. Ожидаемым в условия социальных ограничений был существенный рост покупок в интернет-магазинах.

6. Рост затрат населения на развлекательный контент более значим, чем на образовательный. Таким образом, значительная часть респондентов проявляет начальный уровень цифровой финансовой грамотности – уровень новичка.

7. Требуется дальнейшее повышение уровня цифровой финансовой грамотности населения, включающее рефлексию возможностей и рисков перехода платежей в виртуальное пространство.

Список источников:

1. Аванесов Г.М., Басова А.А., Лавринова Е.С. Электронные деньги и платежи // Современные аспекты экономики. 2014. № 10 (206). С. 44-51. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22630842>

2. Анохин В. Н. Электронные платежи в обеспечении эффективного функционирования платежной системы. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. - М., 2008. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=15863784>

3. Воронцова С.В. Возникновение и развитие электронных расчетов и платежей: исторический аспект // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2014. Т. 20. С. 641-645. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=21805918>

4. Воронцова С.В. Электронные платежи как объект криминального посягательства в условиях глобализации // Юрист. 2011. № 15. С. 36-39. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=16853212>

5. Глухов В.В., Останин В.А., Рожков Ю.В. О причинах возникновения и проблемах функционирования электронных денег // Экономика и предпринимательство. 2014. № 1-3(42). С. 664-667. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=21240026>

6. Годлевская Д.В. Электронные платежи в современном обществе: текущее состояние, проблемы и пути их решения // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. 2019. № 3 (22). С. 193-197. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38203888>

7. Данилова А., Якушева Т. Электронные платежи как средство борьбы с неформальной экономической деятельностью в странах Центральной и Восточной Европы // Мировое и национальное хозяйство. 2019. № 4 (49). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46353503>

8. Дулина Н.В., Моисеева Д.В., Токарев В.В. Финансовая грамотность: от определения понятия к методам измерения (на материалах социологического исследования

«Волгоградский омнибус») // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. 2013. № 1 (19). С. 88-94. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=20286231>

9. Евсеев В.О., Осадчая Г.И., Селезнёв И.А. Отражение интеграционных процессов в сетевом медийном пространстве // ЦИТИСЭ. 2020. № 4 (26). С. 260-272. DOI: [10.15350/2409-7616.2020.4.22](https://doi.org/10.15350/2409-7616.2020.4.22)

10. Иванова А.В., Бачило Е.П., Хрипунова М.Б. Электронные платежи как основа мировой глобализации // Научное и образовательное пространство: перспективы развития. Сборник материалов VIII Международной научно-практической конференции. - Чебоксары: Центр научного сотрудничества "Интерактив плюс", 2018. - С. 218-220. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35136512>

11. Исаев М.Е. Электронные деньги и регулярные платежи: функционально-институциональный аспект // Известия высших учебных заведений. Серия: Экономика, финансы и управление производством. 2013. № 1 (15). С. 20-25. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=18939955>

12. Коваленко О.Г., Зубова М.Н. Российский рынок электронных платежей // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2012. № 4 (11). С. 67-70. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=18755614>

13. Кроливецкая В.Э. Электронные деньги как результат эволюции денежных форм // Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2009. № 19. С. 61-68. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=19404351>

14. Куксова В.К. Перспективы перехода на электронные деньги и электронные платежи // Современные тенденции развития гуманитарных, правовых и экономических исследований Республики Калмыкия: теория и практика. Сборник материалов III Республиканской студенческой научно-практической конференции. - Элиста; Московский государственный гуманитарно-экономический университет, 2021. - С. 68-70. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=45710053>

15. Макаров Е.С., Тихомиров Д.А. Проблема определения сущности денег в современной экономической социологии: между государством и доверием // Экономическая социология. 2021. Т. 22. № 5. С. 108-136. EDN: [XKANMZ](https://www.edn.ru/entry/10.17323/1726-3247-2021-5-109-137), DOI: [10.17323/1726-3247-2021-5-109-137](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2021-5-109-137)

16. Мартыненко Н., Рамазанова Р. Электронные платежи в национальной банковской системе России: к вопросу развития // Предпринимательство. 2015. № 1. С. 56-69. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24817321>

17. Моисеева Д.В., Дулина Н.В. Финансовая грамотность и повседневная финансовая практика населения Волгоградской области (по материалам социологического исследования «Волгоградский омнибус») // Философия социальных коммуникаций. 2014. № 3 (28). С. 70-78. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22155528>

18. Новая социальная реальность: системообразующие факторы, безопасность и перспективы развития. Коллективная монография / Г.В. Осипов, С.Г. Каропова, С.В. Климовицкий, С.В. Некрасов, А.Н. Пинчук, М.В. Костоломова, М.Ю. Попов. - М.: Нестор-История, 2020. - 208 с. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42623780>

19. Подгорнова А.С., Белкина Ю.С., Пшеницына Е.И. Электронные платежи как способ сокращения транзакционных издержек // Экономика и управление: проблемы, тенденции, перспективы развития. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. - Чебоксары: Центр научного сотрудничества "Интерактив плюс", 2015. - С. 51-55. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24866378>

20. Рассолов И.М. Электронная торговля и электронные платежи в свете нового российского законодательства // Ученые труды Российской академии адвокатуры и нотариата. 2014. № 4 (35). С. 97-103. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=22592842>
21. Фирсова Е.О. Электронные платежи как средство борьбы с коррупцией // Цифровая парадигма развития общества: взгляд из будущего. Сборник научных трудов по итогам студенческой научно-практической конференции. - Саратов: Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, 2019. - С. 191-192. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42541798>
22. Юдина Т.Н. «Подглядывающий капитализм» как «цифровая экономика» и/или «цифровое общество» // Теоретическая экономика. 2018. № 4 (46). С. 13-17. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36544452>

References:

1. Avanesov G.M., Basova A.A., Lavrinova E.S. Electronic money and payments. *Modern aspects of the economy*, 2014, no. 10 (206), pp. 44-51. (In Russian). URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22630842>
2. Anokhin VN *Electronic payments in ensuring the effective functioning of the payment system*. Moscow, 2008. (In Russian). URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=15863784>
3. Vorontsova S.V. The emergence and development of electronic settlements and payments: a historical aspect. *Scientific and methodological electronic journal Concept*, 2014, vol. 20, pp. 641-645. (In Russian). URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=21805918>
4. Vorontsova S.V. Electronic payments as an object of criminal encroachment in the context of globalization. *Lawyer*, 2011, no. 15, pp. 36-39. (In Russian). URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=16853212>
5. Glukhov V.V., Ostanin V.A., Rozhkov Yu.V. On the causes and problems of the functioning of electronic money. *Economics and Entrepreneurship*, 2014, no. 1-3(42). pp. 664-667. (In Russian). URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=21240026>
6. Godlevskaya D.V. Electronic payments in modern society: current state, problems and ways to solve them. *Actual problems and prospects for the development of the economy: Russian and foreign experience*, 2019, no. 3 (22), pp. 193-197. (In Russian). URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38203888>
7. Danilova A., Yakusheva T. Electronic payments as a means of combating informal economic activity in the countries of Central and Eastern Europe. *World and national economy*, 2019, no. 4 (49). (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46353503>
8. Dulina N.V., Moiseeva D.V., Tokarev V.V. Financial literacy: from the definition of the concept to measurement methods (on the materials of the sociological study "Volgograd omnibus"). *Bulletin of the Volgograd State University. Series 7: Philosophy. Sociology and social technologies*, 2013, no. 1 (19), pp. 88-94. (In Russian). URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=20286231>
9. Evseev V.O., Osadchaya G.I., Seleznev I.A. Reflection of integration processes in the network media space. *CITISE*, 2020, no. 4 (26), pp. 260-272. (In Russian). DOI: [10.15350/2409-7616.2020.4.22](https://doi.org/10.15350/2409-7616.2020.4.22)
10. Ivanova A.V., Bachilo E.P., Khripunova M.B. *Electronic payments as the basis of world globalization*. Cheboksary, Center for Scientific Cooperation "Interactive Plus" Publ., 2018. pp. 218-220. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35136512>
11. Isaev M.E. Electronic money and regular payments: functional and institutional aspect. *News of higher educational institutions. Series: Economics, finance and production management*, 2013, no. 1 (15), pp. 20-25. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=18939955>

12. Kovalenko O.G., Zubova M.N. Russian market of electronic payments. *Vector of Science of Togliatti State University. Series: Economics and Management*, 2012, no. 4 (11), pp. 67-70. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=18755614>
13. Krolivetskaya V.E. Electronic money as a result of the evolution of monetary forms. *Scientific notes of the Russian Academy of Entrepreneurship*, 2009, no. 19, pp. 61-68. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=19404351>
14. Kuksova V.K. *Prospects for the transition to electronic money and electronic payments*. Elista, Moscow State University for the Humanities and Economics Publ., 2021. - pp. 68-70. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=45710053>
15. Makarov E.S., Tikhomirov D.A. The problem of determining the essence of money in modern economic sociology: between the state and trust. *Economic sociology*, 2021, vol. 22, no. 5, pp. 108-136. (In Russian). EDN: [XKANMZ](https://www.edn.ru/XKANMZ), DOI: [10.17323/1726-3247-2021-5-109-137](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2021-5-109-137)
16. Martynenko N., Ramazanova R. Electronic payments in the national banking system of Russia: on the issue of development. *Entrepreneurship*, 2015, no. 1, pp. 56-69. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24817321>
17. Moiseeva D.V., Dulina N.V. Financial literacy and everyday financial practice of the population of the Volgograd region (based on the materials of the sociological study "Volgograd omnibus"). *Philosophy of social communications*, 2014, no. 3 (28), pp. 70-78. (In Russian). URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22155528>
18. Osipov G.V., Karepova S.G., Klimovitsky S.V. *New social reality: system-forming factors, security and development prospects. Russia in the techno-social space*. Monograph. Moscow, Nestor-History Publ., 2020. 208 p. (In Russian). URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42623780>
19. Podgornova A.S., Belkina Yu.S., Pshenitsyna E.I. *Electronic payments as a way to reduce transaction costs*. Cheboksary, Center for Scientific Cooperation "Interactive Plus" Publ., 2015, pp. 51-55. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24866378>
20. Rassolov I.M. Electronic commerce and electronic payments in the light of the new Russian legislation. *Scientific works of the Russian Academy of Advocacy and Notaries*, 2014, no. 4 (35), pp. 97-103. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=22592842>
21. Firsova E.O. *Electronic payments as a means of fighting corruption*. Saratov, Russian University of Economics. G.V. Plekhanov Publ., 2019, pp. 191-192. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42541798>
22. Yudina T.N. "Peeping capitalism" as a "digital economy" and/or "digital society". *Teoreticheskaya ekonomika*, 2018, no. 4 (46), pp. 13-17. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36544452>

Submitted: 27 January 2023

Accepted: 27 February 2023

Published: 28 February 2023

