

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

Management of social and economic systems

Научная статья
УДК 339.137.22; 004
DOI: 10.14529/em220314

ИНВЕСТИЦИИ В КРИПТОВАЛЮТУ: ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ОСНОВА ВЫЯВЛЕНИЯ ВНУТРЕННИХ ФАКТОРОВ ГОТОВНОСТИ К ИНВЕСТИРОВАНИЮ

*Д.А. Баева*¹, *baevada@susu.ru*
*В.В. Камнева*², *kamnevavv@cspu.ru*
*К. Осакке*¹, *osakvenk@susu.ru*

¹ Южно-Уральский государственный университет, Челябинск, Россия

² Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет, Челябинск, Россия

Аннотация. Статья посвящена определению подхода к исследованию готовности к инвестированию в условиях новой экономической парадигмы на основе блокчейн-технологии. Цель исследования заключалась в разработке научного подхода, позволяющего выявить отношение и уровень доверия к инвестированию в криптовалюту у населения Российской Федерации. В качестве дополнительных задач исследования выступают обоснование необходимости оценки внутренних факторов готовности к инвестированию в криптовалюту, а также анализ теорий аргументированного действия и воспринимаемой ценности. В качестве основных методов исследования выступают систематизация анализа научных и практических исследований, анкетирование, сравнение и синтез.

Широкое распространение блокчейн-технологии может стать поворотной точкой в истории, однако, на сегодняшний день, сами технологии и возможности их применения находятся на начальной точке своего развития. Использование технологий блокчейна может привести к полному пересмотру представлений о деньгах, торговле и коммерции. На текущей стадии развития криптовалют и технологий, лежащих в их основе, определение научного подхода к исследованию отношения экономически активного населения к новым инструментам инвестирования в условиях неопределенности не может опираться на классические методы, оценивающие готовность инвестировать в традиционные инструменты.

В статье предлагается подход к оценке внутренних факторов готовности к инвестированию в криптовалюту, базирующийся на теории аргументированного действия и теории воспринимаемой ценности.

Ключевые слова: цифровая экономика, блокчейн-технологии, криптовалюта, теория аргументированного действия, теория воспринимаемой ценности

Для цитирования: Баева Д.А., Камнева В.В., Осакке К. Инвестиции в криптовалюту: теоретическая основа выявления внутренних факторов готовности к инвестированию // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». 2022. Т. 16, № 3. С. 126–133. DOI: 10.14529/em220314

Original article
DOI: 10.14529/em220314

INVESTING IN CRYPTOCURRENCY: THEORETICAL BASIS FOR IDENTIFYING INTERNAL FACTORS OF READINESS TO INVEST

D.A. Baeva¹, baevada@susu.ru
V.V. Kamneva², kamnevavv@cspu.ru
K. Osakve¹, osakvenk@susu.ru

¹ South Ural State University, Chelyabinsk, Russia

² South Ural State Humanitarian Pedagogical University, Chelyabinsk, Russia

Abstract. The article is devoted to defining an approach to studying the readiness to invest on the basis of blockchain technology in terms of new economic paradigm. The goal of the study is to develop a scientific approach to identify the attitude and level of confidence in investing in cryptocurrency among the population of the Russian Federation. Additional goals of the study are justification of the need to assess the internal factors of readiness of investing in cryptocurrency, as well as an analysis of the theory of reasoned action and perceived value. The main research methods are the systematization of the analysis of scientific and practical research, questioning, comparison and synthesis.

The widespread distribution of blockchain technology can become a turning point in history; yet now, these technologies and the possibilities of their application are at the starting point of their development. The use of blockchain technologies can lead to a complete reconsideration of the ideas of money, trade and commerce. At the current stage of the development of cryptocurrencies and the technologies based on them, determining a scientific approach to the study of the attitude of the economically-active population to new investment instruments in the conditions of uncertainty cannot be grounded in classical methods that assess the willingness to invest in traditional instruments.

The article proposes an approach to assessing the internal factors of readiness to invest in cryptocurrency based on the theory of reasoned action and perceived value.

Keywords: digital economy, blockchain technologies, cryptocurrency, theory of reasoned action, theory of perceived value

For citation: Baeva D.A., Kamneva V.V., Osakve K. Investing in cryptocurrency: theoretical basis for identifying internal factors of readiness to invest. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Economics and Management*, 2022, vol. 16, no. 3, pp. 126–133. (In Russ.). DOI: 10.14529/em220314

Введение

В условиях цифровой трансформации экономики особое внимание привлекают цифровые продукты на основе технологии блокчейн. Широкое распространение блокчейн-технологии может стать поворотной точкой в истории, однако на сегодняшний день сами технологии и возможности их применения находятся на начальной точке своего развития.

Блокчейн представляет собой многофункциональную и многоуровневую информационную технологию, являющуюся по своей сути новой организационной парадигмой для координации любого вида человеческой деятельности. Использование технологии варьируется от цифровых валют и финансовых транзакций до логистических приложений и (государственных) реестров. Блокчейн позволяет хранить и управлять информацией любого рода: транзакциями, контрактами, правами собственности или предметами искусства. Это делает ее универсальной.

Блокчейн-технология способна стать организационной экономической оболочкой сети интернет, обслуживающей онлайн-платежи, децентрализованный обмен, заработок и расход токенов ценности, движение цифровых активов, а также выпуск и исполнение умных контрактов. Несмотря на свою универсальность, наибольшую популярность данная технология получила в рамках разработки и использования криптовалют, поэтому при исследовании готовности к инвестированию мы опираемся в первую очередь на знания и представления населения о криптовалютах.

В мировом пространстве формируются различные подходы к использованию и нормативно-правовому регулированию криптовалют, их майнинга и оборота.

Волатильность криптовалют, высокая инфляция и безработица исторически являлись предвестниками проблем в экономике, следовательно, это влияет на инвестиционное поведение физических лиц.

Теория

Блокчейн как технология распределенного реестра предлагает возможность создавать уникальные цифровые записи и обмениваться ими без централизованной доверенной стороны. Блокчейн выступает цепочкой блоков транзакций. Чтобы все блоки были связаны в единую цепочку и не возникло утери какого-то из них, каждый блок несет в себе связующую информацию о предыдущем блоке. Эта технология исключает возможность несанкционированного проникновения в цепочку блоков благодаря самой структуре блокчейна, подразумевающей верификацию каждого блока всей сетью. Именно это позволяет максимально открыто и исключая возможность взлома обменивать, покупать или конвертировать криптовалюту [14].

Криптовалюта представляет собой разновидность электронной валюты, разработка и контроль над которой базируется на криптографических технологиях, представляющей собой информацию, невозможную для копирования. Учет ее децентрализован, что подразумевает невозможность отследить, откуда был произведен расчет, но сама информация о них и транзакциях не шифруется и чаще всего находится в открытом доступе [15].

Высокая скорость развития виртуального ми-

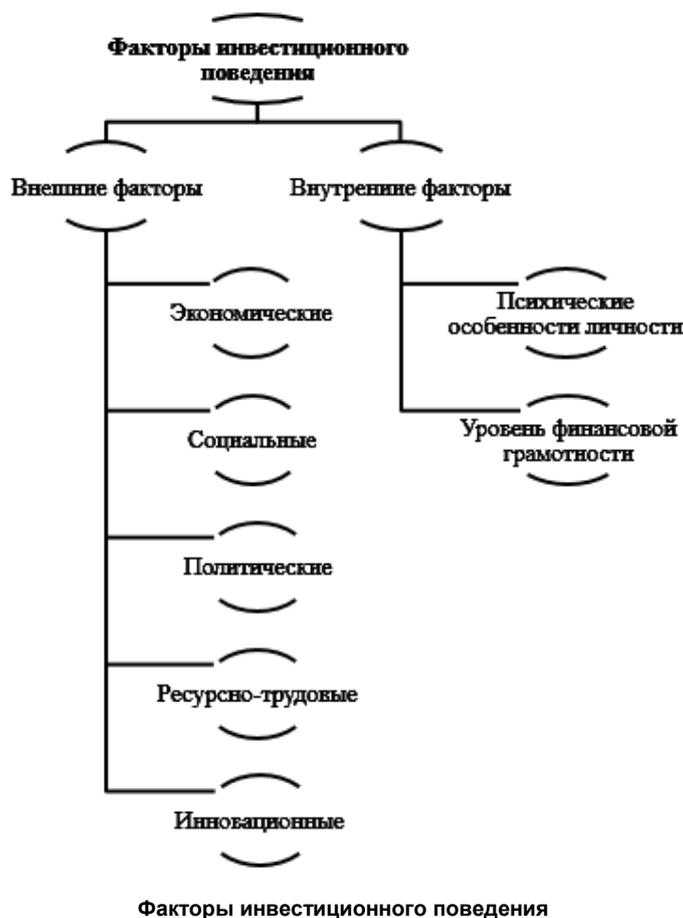
ра, порождает не только открытие новых возможностей для развития цифровых технологий и применения их в современной экономике, но и новые угрозы, связанные с использованием. Инвестиционное поведение физических лиц может быть определено внешними и внутренними факторами (см. рисунок), отражающими готовность инвестировать в криптовалюту.

К внешним факторам инвестиционного поведения на рынке криптовалют можно отнести условия, определяемые инвестиционным климатом, которые являются универсальными и для традиционных инструментов инвестирования с поправкой на нестабильную и развивающуюся законодательную базу:

1) политические факторы: стабильность законодательных и общественных структур, состояние межнациональных отношений, уровень развития законодательной базы, наличие механизмов гарантии и защиты инвестиций, юридические условия инвестирования;

2) социальные факторы: социальные условия проживания населения, уровень социальной напряженности, наличие социальных конфликтов, уровень развития социальной сферы;

3) экономические факторы: тенденции эконо-



номического развития, экономическая политика правительства по развитию инвестируемых отраслей, уровень инфляции, наличие высокоэффективных инвестиционных объектов, уровень доходов населения;

4) ресурсно-трудовые факторы: обеспеченность природными ресурсами, наличие трудовых ресурсов и уровень их квалификации, профессионально-образовательный уровень трудовых ресурсов;

5) инновационные факторы: уровень развития науки, уровень разработки и внедрения достижений НТП, интеллектуально-образовательный уровень населения; и иные факторы.

Внутренние факторы могут быть связаны: с уровнем финансовой грамотности населения, отражающей степень информированности об инвестиционных возможностях, существующих на финансовом рынке; с психологическими факторами.

Значимым элементом инвестиционного поведения физических лиц служит инвестиционный потенциал, влияющий на его направленность [16]. Инвестиционный потенциал характеризует объем средств, имеющихся у физических лиц, которые могут быть в будущем направлены на инвестиционные цели.

Определение внутренних факторов готовности к инвестированию в криптовалюту определяется новизной данного направления и разнообразием информационному сопровождению, высоким уровнем неопределенности, что позволяет использовать психологические теории при их анализе.

Результат

Оценка внутренних факторов готовности инвестирования в криптовалюту возможна посредством использования комплексного подхода, включающего такие теории, как теория аргументированного действия и теория воспринимаемой ценности.

Теория аргументированного действия (с англ. Theory of Reasoned Action – TRA) впервые представлена в конце 1960-х годов Мартином Фишбеином, в последующие десятилетия дополнена Айсеком Азеном.

Данная теория используется для прогнозирования поведения людей на основе их ранее существовавших установок и поведенческих намерений. Решение человека придерживаться определенного поведения основано на ожидаемых результатах по итогу выполнения такого поведения [1]. Данная теория применима, в том числе, в условиях новой и неопределенной внешней среды, каковой и является криптосфера. Согласно теории аргументированного действия, поведенческое намерение является основным мотиватором поведения, в то время как двумя ключевыми детерминантами поведенческого намерения являются отношения и субъективные нормы. Изучая отношения и субъективные нормы, исследователи могут понять, будет ли человек выполнять намеченное дей-

ствие, независимо от контекста, будет ли придерживаться данных механизмов в том числе в условиях неопределенности.

Отношения, выступая ключевой детерминантой, заключаются в том, как люди относятся к определенному поведению. На данные установки оказывают влияние следующие два фактора.

1. Сила поведенческих убеждений относительно результатов выполненного поведения. Поведенческое убеждение (установка) позволяет понять мотивацию людей к их поведению с точки зрения последствий поведения: люди склонны связывать выполнение определенного поведения с определенным набором результатов или характеристик [6].

2. Оценка потенциальных результатов: как люди воспринимают и оценивают потенциальные результаты выполненного поведения: положительно, отрицательно, нейтрально [9].

Согласно теории, существует прямая корреляция между установками и результатами. Например, убеждение что определенное поведение приведет к желаемому или благоприятному результату, с большей вероятностью определит положительное отношение к этому поведению [2]. И с другой стороны, убеждение человека в том, что определенное поведение приведет к нежелательному или неблагоприятному исходу, с большей вероятностью определит его негативное отношение к этому поведению [10].

Субъективные нормы выступают второй ключевой детерминантой поведенческих намерений. Они отражают способ восприятия соответствующих групп, которые могут влиять на поведение человека. Айсек Айзен определяет субъективные нормы как «воспринимаемое социальное давление с целью выполнения или невыполнения поведения» [4]. Согласно теории аргументированного действия, существует несколько факторов:

1. Нормативные убеждения определяют отношение референтных групп к определенному поведению. В соответствии с теорией, существует прямая корреляция между нормативными убеждениями и показателями поведения. Следовательно, чем выше вероятность того, что референтные группы одобряют действие, тем больше вероятность того, что человек совершит это действие, и наоборот.

2. Мотивация подчиняться отражает желание или нежелание людей соответствовать взглядам своего социального круга и их убеждениям. В условиях социального давления индивид либо поддается ему со стороны совершения действия, если оно будет сочтено приемлемым, либо будет сопротивляться, если оно считается неприемлемым [6].

Поведенческое намерение является функцией как отношения, так и субъективных норм по отношению к такому поведению. Таким образом, отношения – это то, насколько сильно человек придерживается отношения к действию, и субъек-

тивные нормы являются социальными нормами, связанными с этим действием [12].

Стоит отметить, что установки и субъективные нормы не всегда имеют одинаковый вес при прогнозировании поведения. В зависимости от человека и ситуации эти факторы могут по-разному влиять на поведенческие намерения, поэтому каждому из этих факторов присваивается определенный вес [5]. В соответствии с теорией, непосредственный предшествующий опыт с определенной деятельностью приводит к увеличению веса компонента отношения функции намерения поведения.

Теория аргументированного действия может быть выражена следующей формулой:

$$BI = (AB) * w_1 + (SN) * w_2, \quad (1)$$

где BI – поведенческое намерение; (AB) – отношение человека к выполнению поведения; w – эмпирически полученные веса; (SN) – отношение к субъективной норме к выполнению поведения [6].

Теория аргументированного действия может быть использована при анализе готовности населения инвестировать в криптовалюту в силу использования привычных паттернов в относительно новой и непривычной сфере.

Также целесообразно рассмотреть теорию воспринимаемой ценности (с англ. Perceived Value Theory). Проникновение психологии в экономическую теорию стало основой появления концепции воспринимаемой ценности. В 1979 году в научных трудах Монрое К.В. и его коллег противопоставлялись два типа ценности – транзакционная и ценность приобретения [11]. Несколько позже, в 1990 году, благодаря научным исследованиям Болтон Р., Дрив Й., концепция воспринимаемой ценности расширилась, включив в себя воспринимаемое качество продукта (или сервиса) и удовлетворенность потребителей [3].

В настоящее время наиболее часто используется определение воспринимаемой ценности, предложенное Зайтхамлом В.А., как «общей оценки потребителем полезности продукта, основанной на восприятии того, что он получает и что за это отдает» [13]. Фактически данное определение рассматривает воспринимаемую ценность как одномерную конструкцию, которая может быть измерена путем обычного опроса потребителей и оценки ими того значения (полезности), которое они получили, приобретя данный продукт. Однако существует мнение, что это узкий подход к теории; «воспринимаемая ценность» – это размерная конструкция, в которой множество понятий: воспринимаемая цена, качество, преимущества и жертвы.

Для измерения воспринимаемой ценности товаров и услуг наибольшее распространение получила шкала PERVAL, предложенная Дж. Свини и Дж. Сутаром в 2001 году, включающая оценку трех ценностных групп: функциональной, социальной и эмоциональной [7]. Стоит отметить, что в

исследовании применяется семибалльная шкала, ответы варьируются от «абсолютно не согласен» до «абсолютно согласен».

Характеристики шкалы:

1) тип данных: объективные обобщенные результаты, основанные на субъективных сообщениях данных;

2) измеритель: шкалы и линейные измерители; цель – получение надежных, достоверных оценок линейных эффектов;

3) ценностный аспект: понимание того, как воспринимает ценность потребитель;

4) временной аспект: восприятие ценности до и после покупки;

5) действительная и мнимая ценность: фокусируется на практическом восприятии ценности;

6) индивидуальная и социальная ценность: анализируется эффект индивидуальных потребительских оценок на другие показатели; цель – обобщить результаты на генеральную совокупность;

7) контекст: определяется поставщиком услуг;

8) форма знаний: базируется на теоретической проверке гипотез.

Таким образом, потребители не приобретают товары, услуги и т. п. в первую очередь для выполнения своих функций. Клиент совершает покупку ради предполагаемой выгоды, которую он от нее получит. Эта воспринимаемая выгода, в дополнение к его мнению о продукте, является тем, что создает воспринимаемую потребителем ценность [8].

Поскольку большинство криптовалют физически ничем не подкреплены, их стоимость определяется спросом и предложением на основе нескольких важных факторов. Одним из главных преимуществ криптовалют является дефицит. Предложение большинства криптовалют фиксировано, и, в отличие от традиционных валют, никто не может выпустить больше, чем максимальный лимит. Следовательно, криптовалюты по своей природе являются дефляционным инструментом. Другим ключевым фактором является делимость. Таким образом, любая криптовалюта может быть разделена на более мелкие единицы. Кроме того, транзакции криптовалют могут быть чрезвычайно быстрыми и дешевыми по сравнению с традиционными методами [13].

Теория аргументированного действия и теория воспринимаемой ценности может быть применена с целью анализа готовности населения Российской Федерации инвестировать в криптовалюту.

В соответствии с положениями теории воспринимаемой ценности и требованиями шкалы PERVAL, авторами разработан научный подход, который при помощи анкетирования респондентов позволит выявить отношение и уровень доверия к инвестированию в криптовалюты у населения Российской Федерации.

Выбор метода анкетирования в значительной степени обусловлен необходимостью получить ответы на ряд вопросов, связанных с отношением населения к инвестированию в криптовалюты, сформированного у них в результате общественного мнения, большого объема информации в средствах массовой информации.

Анкета включает 5 блоков:

I блок, отражающий осведомленность населения о криптовалюте: частота появления статей о криптовалюте в СМИ, количество информации о криптовалюте в СМИ, степень развития навыков и знаний об инвестировании в криптовалюту, оценка идеи инвестировать в криптовалюту, уровень отношения к криптовалюте в целом.

II блок, посвященный оценке психологических особенностей населения: уровень доверия к людям, вера в человечество, оценка ожиданий человека, отношение к принятию решений, уровень стрессоустойчивости, отношение к долгосрочным целям и денежным средствам.

III блок оценки доверия к криптовалютам и криптоинвестированию в целом: отношение к обману со стороны криптобирж, вероятность инвестирования в криптовалюту или иные инструменты, вероятность конвертировать криптовалюту в рубли, оценка взаимосвязи характеристик личности и инвестирования в криптовалюту, оценка рентабельности криптоинвестирования.

IV блок вопросов о социально-демографических характеристиках населения: пол, возраст, уровень образования, средний месячный доход, трудоустроенность.

V блок включает единственный вопрос об общем уровне доверия к криптовалютам.

Критерии, характеризующие отношение населения к криптовалютам и криптоинвестированию, представлены субъективной оценкой по 5-балльной шкале по степени согласия респондента с рядом высказываний.

Вопросы анкеты были разработаны на основе теории воспринимаемой ценности и могут быть разбиты на 3 ценностные группы: функциональная, социальная и эмоциональная ценность. Рассмотрим подробнее.

1. Функциональная ценность: Инвестиции в криптовалюту дают хороший доход; Инвестиции в криптовалюту увеличат мои финансовые возможности; Я где угодно могу конвертировать криптовалюту в обычные рубли; Продавцы криптовалюты могут обмануть меня и т. п.

2. Социальная ценность: Я буду чувствовать себя частью современного мира, если инвестирую в криптовалюту; Я буду выглядеть умным, если

инвестирую в криптовалюту; Инвестирование в криптовалюту может улучшить мой имидж.

3. Эмоциональная ценность: Скорее всего я буду положительно высказываться о криптовалюте; Я настоятельно рекомендую другим инвестировать в криптовалюту; Я бы с недоверием относился к предложению купить криптовалюту; Обычно я доверяю людям до тех пор, пока они не дадут повод усомниться в них; Я редко ожидаю, что случится что-то хорошее; Если я самостоятельно принимаю решение, то скорее всего я ошибусь; Для меня большой стресс, если я не контролирую последствия своих решений; Мне сложно действовать без четких инструкций; В целом я верю в человечество; Обычно я доверяю людям и т. п.

Таким образом, основываясь на шкале PERVAL в рамках теории воспринимаемой ценности, функциональная ценность определяет фактическую полезность для человека в результате криптоинвестирования: возможность конвертации валюты, увеличение дохода – ожидаемый результат; социальная ценность определяет положение человека в обществе в результате инвестирования и отношение к нему референтных групп – ожидаемый статус; эмоциональная ценность отражает эмоции, полученные в результате совершения инвестирования, – ожидаемые эмоции.

В основе разработанных вопросов также лежат два положения теории аргументированного действия, тесно связанные с теорией воспринимаемой ценности:

1. Чем выше вероятность того, что референтные группы одобряют действие, тем больше вероятность того, что человек совершит это действие, и наоборот. Данное положение непосредственно связано с социальной ценностью.

2. Убеждение человека в том, что определенное поведение приведет к нежелательному или неблагоприятному исходу, с большей вероятностью определит его негативное отношение к этому поведению. Положение взаимосвязано с функциональной и эмоциональной ценностью.

Таким образом, учитывая аспекты теории аргументированного действия и теории воспринимаемой ценности, возможно произвести оценку готовности населения Российской Федерации инвестировать в криптовалюту не только с точки зрения экономической доступности, но с учетом психологических факторов. Это даст объективную картину отношения к этой важной для развития в условиях цифровизации сферы и позволит определить направления развития и повышения информированности населения в рамках выстраивания эффективной и прогнозируемой криптосферы экономики России.

Список литературы

1. Ajzen I. Martin Fishbein's Legacy: The reasoned action approach // *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. Prentice-Hall. Englewood Cliffs, New York, 2012.
2. Albarracin D. *Prediction and change of health behavior: Applying the reasoned action approach*. Prentice-Hall. New York, 2007.
3. Bolton R. *Linking Customer Satisfaction to Service Operations and Outcomes*. Newbury Park. California: Sage, 1994.
4. Hale J. *The Theory of Reasoned Action*. Thousand Oaks, CA: Sage, 2002.
5. Jianli X., Liying Y., Wei H., Min Y. Understanding FinTech Platform Adoption: Impacts of Perceived Value and Perceived Risk // *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*. Basel, Switzerland, 2021.
6. Montaño D. *The Theory of Reasoned Action and the Theory of Planned Behavior*. John Wiley and Sons. San Francisco, California, 2008.
7. Miller K. *Communication Theories: Perspectives, Processes, and Contexts*. McGraw-Hill. New York, 2005.
8. Min H., Joseph K., Ching S. What are Convention Attendees Looking For? An Examination of the Impact of Perceived Value and Value Cocreation on Attitude Formation // *Event Management*. Perth, Australia. 2021.
9. Nazaripour M., Zakizadeh B. Analyzing the Intention of Individual Investors towards Socially Responsible Investment: Extended Theory of Reasoned Action // *Financial and Behavioral Researches in Accounting*. Iran, 2022.
10. Rossmann K. *Theory of Reasoned Action – Theory of Planned Behavior // Konzepte. Ansätze der Medien und Kommunikationswissenschaft*. Nomos, Baden-Baden, 2011.
11. Sales V. Valor percibido por el consumidor: Una aplicación en la compra de equipamiento para el hogar // *Estudios sobre Consumo*. Argentina, 2007.
12. Trafimow D.I. *The Theory of Reasoned Action: A Case Study of Falsification in Psychology // Theory and Psychology*. Mexico, 2009.
13. Zeithaml V.A. Consumer perceptions of price, quality and value: A means-end model and synthesis of evidence // *Journal of Marketing*. University of North Carolina at Chapel Hill, 1988.
14. Бутенко Е.Д., Исахаев Н.Р. Электронные деньги и криптовалюты: противоречия и ловушки // *Национальные интересы: приоритеты и безопасность*. 2018. № 6. С. 1092.
15. Красильников О.Ю. Преимущества и недостатки развития криптовалют // *Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право*. 2018. № 3. С. 33.
16. Переверзева А.А. Инвестиционное поведение физических лиц на финансовом рынке: концептуальная модель оценки // *Российский экономический интернет-журнал*. 2019. № 4. С. 110.

References

1. Ajzen I. Martin Fishbein's Legacy: The reasoned action approach. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. Prentice-Hall. Englewood Cliffs, New York, 2012.
2. Albarracin D. *Prediction and change of health behavior: Applying the reasoned action approach*. Prentice-Hall. New York, 2007.
3. Bolton R. *Linking Customer Satisfaction to Service Operations and Outcomes*. Newbury Park. California: Sage, 1994.
4. Hale J. *The Theory of Reasoned Action*. Thousand Oaks, CA: Sage, 2002.
5. Jianli X., Liying Y., Wei H., Min Y. Understanding FinTech Platform Adoption: Impacts of Perceived Value and Perceived Risk. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*. Basel, Switzerland, 2021.
6. Montaño D. *The Theory of Reasoned Action and the Theory of Planned Behavior*. John Wiley and Sons. San Francisco, California, 2008.
7. Miller K. *Communication Theories: Perspectives, Processes, and Contexts*. McGraw-Hill. New York, 2005.
8. Min H., Joseph K., Ching S. What are Convention Attendees Looking For? An Examination of the Impact of Perceived Value and Value Cocreation on Attitude Formation. *Event Management*. Perth, Australia. 2021.
9. Nazaripour M., Zakizadeh B. Analyzing the Intention of Individual Investors towards Socially Responsible Investment: Extended Theory of Reasoned Action. *Financial and Behavioral Researches in Accounting*. Iran, 2022.

10. Rossmann K. Theory of Reasoned Action – Theory of Planned Behavior. *Konzepte. Ansätze der Medien und Kommunikationswissenschaft*. Nomos, Baden-Baden, 2011.
11. Sales V. Valor percibido por el consumidor: Una aplicación en la compra de equipamiento para el hogar. *Estudios sobre Consumo*. Argentina, 2007.
12. Trafimow D.I. The Theory of Reasoned Action: A Case Study of Falsification in Psychology. *Theory and Psychology*. Mexico, 2009.
13. Zeithaml V.A. Consumer perceptions of price, quality and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*. University of North Carolina at Chapel Hill, 1988.
14. Butenko E.D. Electronic Money and Cryptocurrencies: Contradictions and Traps. *Natsional'nye interesy: priority i bezopasnost'* [National interests: priorities and security], 2018, no. 6, p. 1092. (In Russ.)
15. Krasil'nikov O.Yu. Advantages and Disadvantages of Cryptocurrency Development. *Izv. Sarat. un-ta Nov. ser. Ser. Ekonomika. Upravlenie. Pravo* [Izvestiya of Saratov University. Economics. Management. Law], 2018, no. 3, pp. 33. (In Russ.)
16. Pereverzeva A.A. Investment Behavior of Individuals in the Financial Market: a Conceptual Assessment Model. *Rossiyskiy ekonomicheskiy internet-zhurnal* [Russian Economic Internet Journal], 2019, no. 4, pp. 110. (In Russ.)

Информация об авторах

Баева Дарья Александровна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и финансы», Южно-Уральский государственный университет, Челябинск, Россия, baevada@susu.ru

Камнева Виктория Викторовна, ассистент кафедры «Экономика, управление и право», Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет, Челябинск, Россия, kamnevavv@cspu.ru

Осакве Кристиан, старший научный сотрудник кафедры «Таможенное дело», Южно-Уральский государственный университет, Челябинск, Россия, osakvenk@susu.ru

Information about the authors

Daria A. Baeva, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor of the Department of Economics and Finance, South Ural State University, Chelyabinsk, Russia, baevada@susu.ru

Victorya V. Kamneva, assistant at the Department of Economics, Management and Law, South Ural State Humanitarian Pedagogical University, Chelyabinsk, Russia, kamnevavv@cspu.ru

Kristian Osakve, Senior Research Fellow of the Department of Customs Affairs, South Ural State University, Chelyabinsk, Russia, osakvenk@susu.ru

Статья поступила в редакцию 26.05.2022

The article was submitted 26.05.2022