

# طراحی مدلی برای پذیرش ارزش‌های دیجیتال در تجارت الکترونیکی

## بین شرکتی تحت شرایط تحریم‌های بین‌المللی

\* مازیار فکری \*\*\* صمد عالی \*\*\* مرتضی محمودزاده \*\*\* حکیمه نیکی اسفلان  
\* دانشجوی دکتری، گروه مدیریت، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران m.fekri1670@gmail.com  
\*\* دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران samad.aali@iaut.ac.ir  
\*\*\* استادیار، گروه مدیریت، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران m.mahmoudzadeh@iaut.ac.ir  
\*\*\* استادیار، گروه مدیریت، واحد هادشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، هادشهر، ایران hakimehn@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۲۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۲/۰۶

صص: ۲۱-۳۲

### چکیده

هدف اصلی از انجام این پژوهش، طراحی مدلی برای پذیرش ارزش‌های دیجیتال در تجارت الکترونیکی بین شرکتی تحت شرایط تحریم‌های بین‌المللی است. پژوهش حاضر بر اساس ماهیت و روش، یک پژوهش توصیفی-پیمایشی با رویکرد آمیخته (کمی-کیفی) است. نمونه آماری در بخش کیفی شامل ۱۲ نفر از خبرگان و در بخش کمی شامل مدیران ارشد و میانی ۵۰ شرکت تجاری بوده است که از این میان نمونه‌ای برابر با ۱۱۰ نفر با استفاده از فرمول کوکران انتخاب شد. ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کیفی شامل مصاحبه نیمه ساختار یافته و در بخش کمی شامل پرسشنامه است. تحلیل داده‌ها در روش کیفی با رویکرد داده‌بنیاد و نرم افزار MAXQDA انجام شد. اعتبار سنجی مدل با تکنیک حداقل مربعات جزئی و نرم افزار اسمارت پی.ال.اس انجام گرفت. در رابطه با شرایط علی، دو دسته از عوامل شامل عوامل سازمانی و فرعی در نظر گرفته شد. در رابطه با شرایط زمینه‌ای سه دسته از عوامل شامل تاثیر سیاسی، ساختار اجتماع و تاثیر اقتصادی شناسایی شد. عوامل مداخله‌گر شامل ویژگی‌های محیط اقتصادی، قانونی، فرهنگی و سیاسی است. پدیده محوری همان پذیرش ارزش‌های دیجیتال است. در رابطه با استراتژی‌ها، راهبردهای آموزشی، حمایتی و اجتماعی شناسایی شد. پیامدهای شناسایی شده شامل افزایش سود مالی، و جو سازمانی و عملکرد و بهره‌وری بیشتر است. نتایج بخش کمی نشان داد که مدل پارادایمی تحقیق از اعتبار بالایی برخوردار است. **واژه‌های کلیدی:** ارزش‌های دیجیتال، مدل تجارت الکترونیکی، تجارت بین شرکتی، نظریه داده‌بنیاد.

### نوع مقاله: علمی

#### ۱- مقدمه

خدمات مالی دیجیتال بیش از هر جای دیگری قابل مشاهده است [۱]. با این وجود برخی شواهد مانند ظهور ارزش‌های دیجیتال نشان داده‌اند که فناوری دیجیتال می‌تواند تاثیری شگرف بر کسب‌وکار بین شرکتی داشته باشد. ارزش‌های دیجیتال پتانسیل ایجاد انقلابی در تجارت و تبادل اطلاعات در سراسر جهان را دارند و از ۲۴ میلیارد دلار در

به دنبال ظهور فناوری اطلاعات و ارتباطات، دنیای فیزیکی به دنیای مجازی نیز گسترش یافته و زندگی و فعالیت‌های اجتماعی به حوزه آنلاین نیز گسترش یافته است. اتخاذ رویکردهای دیجیتال و رسانه‌های اجتماعی به تدریج به یکی از حیاتی‌ترین استراتژی‌های بازاریابی برای سازمان‌ها تبدیل شده است [۲۶]. این امر به خصوص در رابطه با

1. Vidal-Tomás

دیجیتال مبتنی بر فناوری بلاک چین که از تکنیک‌های کد نویسی بهره می‌گیرند، ارزشهای دیجیتال نامیده می‌شوند. مؤسسه فدرال آمریکا، سیستم‌های جاری پرداخت را سیستم‌های کند، نامن، بی‌بهره، غیرجمعی و غیرجهانی می‌خواند. ارزشهای دیجیتال ابزاری بسیار مناسب برای مرتفع نمودن مشکلات فوق‌الذکر شناخته می‌شوند [۲۲]؛ ارزشهای دیجیتال تنها بازارهای مالی را متحول نکرده است؛ بلکه جنب و جوشی بی‌سابقه را در بین محققان و افراد دانشگاهی در سراسر جهان ایجاد کرده است؛ به شکلی که در یک بازه زمانی پنج ساله رشد بی‌سابقه‌ای در تعداد مقالات منتشر شده راجع به رمزارزها مشاهده می‌شود. با این وجود آنچه عجیب به نظر می‌رسد عدم توجه به تئوری‌پردازی جهت تبیین رفتار مدیران شرکت‌ها جهت پذیرش و بکارگیری ارزشهای دیجیتال است؛ به شکلی که خلا مطالعات بنیادین جهت تحلیل و پیش‌بینی کاربردهای ارزشهای دیجیتال در حوزه کسب و کار تجارت الکترونیک بنگاه به بنگاه به خوبی احساس می‌شود. این شکاف تحقیقاتی ما را بر آن داشت تا در پژوهش حاضر و با اتکاء به نظریه داده‌بنیاد، چارچوب مفهومی جدیدی در رابطه با پذیرش ارزشهای دیجیتال در تجارت الکترونیک بین شرکتی ارائه دهیم. مساله ارزشهای دیجیتال مشخصاً برای جمهوری اسلامی ایران از اهمیت بالایی برخوردار است؛ چرا که در سال‌های اخیر حجم تحریم‌های نا‌عادلانه بین‌المللی علیه ایران افزایش یافته است. به طور خاص در اثر تحریم‌های بین‌المللی، اختلال شدیدی در مراودات بانکی و پولی جمهوری اسلامی ایران با سایر کشورها ایجاد شده است که این امر تأثیری بسیار منفی بر اقتصاد کشور گذاشته است. از این رو ارزشهای دیجیتال-بدلیل این که تحت کنترل نهادهای بین‌المللی نیستند-پنجره‌ای امیدوارکننده برای دور زدن تحریم‌ها و رفع مشکلات مالی-بانکی کشور باز کرده است. بنابراین با لحاظ کردن وضعیت خاص جمهوری اسلامی ایران، این پژوهش با هدف طراحی مدلی برای پذیرش ارزشهای دیجیتال در تجارت الکترونیکی بین شرکتی تحت شرایط تحریم‌های بین‌المللی انجام می‌شود. در مجموع می‌توان اهمیت مطالعه حاضر (بعنوان یک پژوهش آینده‌دار) را تشخیص کمبودها و کاستی‌ها، شناسایی

ژانویه ۲۰۱۷ به ۶۰۰ میلیارد دلار تا ژانویه ۲۰۱۸ افزایش یافتند و در جولای ۲۰۲۱ به ۴۱۲ میلیارد دلار رسیدند [۲۳]. با این حال، برخلاف بسیاری از نوآوری‌های دیگر که رشد تصاعدی پایدار را نشان دادند، بازارهای ارزشهای دیجیتال درجه بی‌سابقه‌ای از نوسانات را نشان می‌دهند که ممکن است مانع توسعه و پذیرش بیشتر شود. دلایل زیادی برای چنین نوساناتی وجود دارد، مانند عدم بلوغ فناوری، شکست‌های ارتباطی، یا شایعات عمومی پیرامون پذیرش فناوری در کشورهای خاص. نوسانات در این موارد عموماً موقتی است و در طول زمان به راحتی از طریق بلوغ فناوری و شفافیت ارتباطات برطرف می‌شود [۲۱]. این شرایط، پذیرش ارزشهای دیجیتال جهت تجارت بین شرکتی را با چالش‌هایی مواجه کرده است.

ماهیت بدون مرز، سرعت تراکنش‌های بالا و هزینه‌های کمتر ارزشهای دیجیتال باعث شده است که آنها به عنوان یک راه حل مناسب برای کسب و کارهایی که به دنبال پرداخت و دریافت پول هستند، به خصوص در هنگام معامله با مشتریان و تامین کنندگان بین‌المللی ظاهر شوند. مزایای استفاده از ارزشهای دیجیتال برای پرداخت‌های تجاری تجارت الکترونیک بنگاه به بنگاه واضح است - اما با وجود اینکه این مفهوم در حال تبدیل شدن به جریان اصلی است، بسیاری از سازمان‌ها در پذیرش فناوری نوپا و نسبتاً پرخطر تردید دارند. کسب و کارها باید بر ترس خود از این دنیای جدید غلبه کنند که در آن آزادی مالی و مسئولیت‌پذیری اقتصاد را تغییر می‌دهد. برای انجام این کار، آنها باید در مورد صنعت بیاموزند، درک کنند که چگونه شروع کنند، مراقب باشند به چه اطلاعاتی اعتماد دارند و از همان ابتدا رویه‌های مربوط به تراکنش‌های ایمن را در پیش بگیرند [۲۰]. گرچه انتظار می‌رود بلاک چین تأثیرات شگرف خود را اعمال کند و در بسیاری از بخش‌های اقتصادی و فعالیت‌های مربوط به آن کاربرد داشته باشد، در حال حاضر اهمیت ارزشهای دیجیتال رشد فزاینده‌ای یافته است. بانک جهانی ارزشهای دیجیتال را به صورت ارزشهای دیجیتالی تعریف می‌کند که هیچ گونه دارایی اساسی پشتیبان آن نیست، فاقد ارزش ذاتی است و هیچ گونه مسئولیتی برای هیچ مؤسسه‌ای ندارد. ارزشهای

4. Jung

5. Makarova

1. Raimundo Júnior, Palazzi, Tavares &amp; Klotzle

2. Lorenzo &amp; Arroyo

3. Business-to-business e-commerce



هزاران ارز دیجیتال دیگر که فقط به شکل الکترونیکی وجود دارند، بانک‌های مرکزی جهانی را به تحقیق درباره نحوه عملکرد ارزهای دیجیتال ملی سوق داده است. ارز دیجیتال هر ارزی است که منحصراً به صورت الکترونیکی در دسترس است. نسخه‌های الکترونیکی ارز در حال حاضر بر سیستم‌های مالی اکثر کشورها تسلط دارند. آنچه ارز دیجیتال را از ارز الکترونیکی که قبلاً در حساب‌های بانکی آمریکایی‌ها وجود دارد متمایز می‌کند این است که ارز دیجیتال هرگز شکل فیزیکی به خود نمی‌گیرد. [۱۹]: ارز دیجیتال ملی یک ارز دیجیتال است که توسط بانک مرکزی یک کشور صادر و نظارت می‌شود. به عنوان مثال اما اگر بیت کوین توسط فدرال رزرو مدیریت می‌شد و از حمایت کامل دولت ایالات متحده برخوردار بود. به گفته صندوق بین‌المللی پول، بیش از ۱۰۰ کشور در حال بررسی ارز دیجیتال ملی هستند. اما از سال ۲۰۲۲، تنها تعداد انگشت‌شماری از کشورها و مناطق دارای ارز دیجیتال ملی هستند یا برنامه‌های مشخصی برای صدور آنها دارند. برخی از مکان‌هایی که ارز دیجیتال ملی در حال حاضر در دسترس است عبارتند از: بانک مرکزی باهاما، بانک مرکزی کارائیب شرقی، بانک مرکزی نیجریه و بانک جامائیکا. فدرال رزرو در اوایل سال ۲۰۲۳ جاری گزارشی منتشر کرد که یک ارز دیجیتال ملی می‌تواند ساختار سیستم مالی ایالات متحده را به طور اساسی تغییر دهد [۱۵]:۲

تحول دیجیتال در مجموع شامل تغییر در عملیات اصلی کسب و کار و اصلاح محصولات و فرایندها و همچنین ساختارهای سازمانی است، زیرا شرکت‌ها برای انجام این تحولات پیچیده باید شیوه‌های مدیریتی را تنظیم کنند [۳۰]:۴. اهمیت تحول دیجیتال و نوآوری‌های منبعث از آن در این واقعیت نهفته است که به شرکتها فرصت می‌دهد ارزش بیشتری را برای مشتریان فراهم کنند. از آنجا که ارزش‌آفرینی برای مشتری مهمترین عامل در کسب مزیت رقابتی به شمار می‌رود، شرکت‌های زیادی به استفاده از فناوری‌های دیجیتال متمایل شده‌اند [۳]. برای شرکت‌ها نیز امکان به وجود آمده است که با استفاده از ارزهای دیجیتال در مدت کوتاهی، تعداد زیادی تراکنش مالی (دریافت یا پرداخت) با شرکت‌های دیگر را انجام دهند.

توانمندی‌ها و نقاط قوت و نهایتاً ترسیم یک شمای کلی از وضعیت آینده ارزهای دیجیتال در نظر گرفت. بنابراین با داشتن چنین چشم‌انداز جامعی می‌توان اثربخشی طرح‌های مرتبط با خدمات مالی ارزهای دیجیتال را به شکل قابل ملاحظه‌ای بهبود بخشید. با این توضیحات پژوهش حاضر در راستای پاسخگویی به سوال زیر انجام شده است: طراحی مدلی برای پذیرش ارزهای دیجیتال در تجارت الکترونیکی بین شرکتی تحت شرایط تحریم‌های بین‌المللی چگونه است؟

## ۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

### ۲-۱- مبانی نظری

ارز دیجیتال وسیله مبادله‌ای است که به صورت الکترونیکی تولید، ذخیره و منتقل می‌شود. ارزهای دیجیتال معمولاً با دولت هیچ کشوری مرتبط نیستند یا به اشکال فیزیکی مانند سکه‌ها و اسکناس‌های ارزهای سنتی نشان داده نمی‌شوند. اول و مهمتر از همه، ارزهای دیجیتال نوعی ارز دیجیتال غیرمتمرکز هستند و توسط هیچ دولتی کنترل نمی‌شوند. تاریخچه ارزهای دیجیتال به دهه ۱۹۸۰ بر می‌گردد، زمانی که ارزهای رمزنگاری شده را ارزهای سایبری می‌نامیدند [۶]. جالب اینجاست که ارزهای دیجیتال تنها بیش از یک دهه پیش، در سال ۲۰۰۸، با معرفی بیت‌کوین، محبوبیت خود را آغاز کردند. ارز دیجیتال بیت‌کوین توسط یک برنامه‌نویس ناشناس یا گروهی از برنامه‌نویسان با نام ساتوشی ناکاموتو ایجاد شده است. از زمان راه‌اندازی ارز رمزنگاری شده فوق در سال ۲۰۰۹، ارزهای رمزنگاری شده بسیار محبوب بوده‌اند. طی چند سال گذشته، محبوبیت آنها تنها افزایش یافته است و افراد بیشتری روی آنها سرمایه‌گذاری می‌کنند. با این وجود، از اواخر سال ۲۰۱۷، ارزهای دیجیتال شروع به رشد بی‌نظیری کردند. در نتیجه، ارزش کل بازار برای همه ارزهای دیجیتال در ژانویه ۲۰۱۸ به ۸۲۰ میلیارد دلار رسید و در اواخر همان ماه سقوط کرد. علیرغم این سقوط، بازار ارزهای دیجیتال در سراسر جهان شاهد رشد ثابتی بوده است. [۱۷]:۱

ارز دیجیتال این پتانسیل را دارد که طرز تفکر جامعه در مورد پول را کاملاً تغییر دهد. ظهور بیت‌کوین، اتریوم و

4. Ziyadin, Suieubayeva & Utegenova

1. Beramendi Higuera

2. Caporale, Gil-Alana & Plastun

3. Alomari & Abdullah

بین دو شرکت به صورت آنلاین اتفاق می‌افتد. کسب‌وکارها برای عملکرد به کسب‌وکارهای دیگر تکیه می‌کنند، خواه با تأمین تجهیزات یا لوازم و تکیه بر خدماتی مانند تولید یا توزیع، معاملات بین کسب‌وکارها برای عملکرد شرکت‌ها کلیدی است. همانطور که تجارت بیشتر به طور کلی آنلاین شده است، تراکنش‌های B2B نیز افزایش یافته است. [۲۴].<sup>۲</sup>

[۱۶] در تحقیقی با عنوان عوامل تاثیرگذار بر استفاده از ارزشهای رمزنگاری، به تحلیل عواملی پرداخت که باعث توسعه موفق ارزشهای رمزنگاری از دیدگاه رفتار مشتری می‌شوند. نتایج نشان داد که تمایل به مدیریت ریسک ارزشهای رمزنگاری می‌تواند پیش شرطی برای پذیرش این ارزشها باشد. در تحقیقی مشابه، [۲۷] روابط وابستگی بین پنج نوع ارزشهای رمزنگاری شناخته شده یعنی بیت کوین، استلاف ریبل، اتریوم و لایت کوین را مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان می‌دهد که وابستگی مسیری از بیت کوین به لیت کوین در بین تمامی وابستگی‌ها بیشتر است. همچنین یافته‌ها حاکی از آن هستند که شوک بازده مربوط به بیت کوین بیشترین تاثیر را بر لیت کوین داشته و شوک‌های بازده اتریوم تاثیر نسبی بر شوک‌های سایر ارزشهای دیجیتال دارد. [۱۱] گزارش کرد که عوامل مربوط به بازار ارزشهای رمزنگاری مانند بتا بازار، میزان داد و ستد و فرار بودن عوامل تعیین‌کننده برای تمامی ارزشهای رمزنگاری چه در کوتاه‌مدت و چه در بلندمدت محسوب می‌شوند. در پژوهشی دیگر بوری، [۱۸] به تحلیل آماری ارزشهای دیجیتال پرداختند. ویژگی‌های بزرگترین ارزشهای دیجیتال که بیت کوین مهمترین آنهاست، مورد بررسی قرار گرفت. مشخص گردید که بازده مشخصاً غیر نرمال می‌باشد و این در حالیست که هیچ توزیعی متناسب برازش با تمامی ارزشهای دیجیتال تحلیل شده نمی‌باشد.

[۶] مطالعه‌ای با عنوان فرصت‌ها و تهدیدات ارزشهای دیجیتال؛ گزارش کردند که ارزشهای رمزنگاری شده فرصت‌ها و تهدیدات متعددی را در بازارهای مالی سراسر جهان، به وجود آورده و سبب جلب توجه شمار قابل توجهی از دولت‌ها، فعالان اقتصادی و شهروندان به خود شده است. [۸] مطالعه‌ای با عنوان جستار فقهی حقوقی در مسئله

واقعیت آن است که ارزشهای دیجیتالی بیش از آن که یک فعالیت مالی شخصی باشند؛ ابزاری برای بهبود تجارت بین شرکتی به شمار می‌آیند [۱۲].<sup>۱</sup> در عین حال باید توجه داشت که انتخاب نوآوری‌های دیجیتالی بعنوان یک نوآوری رادیکال مستلزم آن است که یک سازمان از ظرفیت کافی برای بهره‌برداری از فرصتهای پیش رو برخوردار باشد [۷]. زمانی که شرکت‌ها بفهمند که پرداخت ۵۰۰ صورت حساب به ۴۵ کشور با یک کلیک امکان‌پذیر است، خوشحال می‌شوند برای کسب اطلاعات بیشتر زمان خود را سرمایه‌گذاری کنند. شرکت‌ها باید یک رویکرد یادگیری را اتخاذ کنند، با خدمات مناسب در تماس باشند و برای تنظیم همکاری‌های بین شرکتی از متخصصان ارزشهای دیجیتال کمک بخواهند. استفاده از رمزارز برای پرداخت‌های تجارت الکترونیک بنگاه به بنگاه اجتناب‌ناپذیر است، با توجه به اینکه سال ۲۰۲۱ سال مهمی بوده است، زیرا شرکت‌هایی مانند تسلا ایلان ماسک، ارزشهای دیجیتال را از طریق پذیرش بیت‌کوین تأیید می‌کنند. علاوه بر این، جوایز بسیار زیادی برای پذیرندگان اولیه در فضای کریپتو وجود دارد که به تسریع پذیرش کمک می‌کند. او گفت که سرویس نام اتریوم، که پروتکلی برای آدرس‌های رمزنگاری قابل خواندن توسط انسان و نام‌های دامنه غیرمتمرکز است، به طور متوسط ۱۰۰۰۰ دلار پاداش برای کاربران خود ارائه می‌کند. این موارد، باعث تشویق شرکت‌های تجاری و صنعتی به استفاده از ارزشهای دیجیتال در تجارت بین شرکتی می‌شود [۱۴].<sup>۲</sup>

بازاریابی B2B به معنای بازاریابی کسب و کار به کسب و کار است. کسب و کار B2B هر استراتژی بازاریابی یا محتوایی است که توسط یک کسب و کار برای هدف قرار دادن و فروش به کسب و کار دیگر استفاده می‌شود. به عنوان مثال، شرکت‌هایی که خدمات و محصولات را به سایر شرکت‌ها یا سازمان‌ها می‌فروشند، معمولاً از بازاریابی B2B استفاده می‌کنند. هدف بازاریابی B2B جذب و تبدیل سرنخ‌ها به مشتریان است. در عصر دیجیتال، این بدان معنی است که یک شرکت باید بتواند به سرعت توجه مشتری را به خود جلب کند و آن را حفظ کند [۱۰].<sup>۱</sup> تجارت B2B اصطلاحی است که به هر نوع تجارتي اطلاق می‌شود که

5. Wątorok  
6. Sabbath  
7. Bouri, Shahzad & Roubaud

1. Abirou & Abghour  
2. Almaqableh  
3. Saura, Ribeiro-Soriano & Palacios-Marqués  
4. Arias-Oliva, Pelegrín-Borondo & Matías-Clavero

حد اشباع نظری می‌رسد. بدین ترتیب نمونه‌ای متشکل از ۱۲ خبره انتخاب شد.

کدگذاری داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها در این مطالعه، با رویکرد داده‌بنیاد انجام یافته است: کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی.

#### ۴- کدگذاری باز داده‌ها

این فرآیند با مکتوب‌سازی مصاحبه آغاز و پس از آن، تحلیل خط به خط متن حاصل انجام شد.

#### ۵- کدگذاری محوری داده‌ها

کدگذاری محوری عبارت است از تأیید مفاهیم بر مبنای روابط پویای آنها. این مفاهیم، مبنای تشکیل تئوری هستند.

#### ۶- کدگذاری انتخابی

کدگذاری انتخابی بر اساس نتایج کدگذاری باز و کدگذاری محوری، مرحله اصلی نظریه‌پردازی است. کلیه مراحل تحلیل کیفی با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA انجام شد.

جامعه آماری در بخش کمی شامل مدیران ارشد و میانی ۵۰ شرکت تجاری بوده است که از این میان نمونه‌ای برابر با ۱۱۰ نفر با استفاده از فرمول کوکران انتخاب شده است. برای جمع‌آوری داده‌ها در بخش کمی، از پرسشنامه بسته استفاده شد. جهت بررسی روایی پرسشنامه‌ها از روش اعتبار محتوا و روایی سازه و برای بررسی روایی سازه از روش‌های آماری یعنی روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شد. یکی از روش‌های محاسبه پایایی، ضریب آلفای کرونباخ است. در این پژوهش، با استفاده از یک مطالعه مقدماتی و توزیع آزمایشی پرسشنامه‌ها در بین ۳۰ نفر از اعضاء نمونه آماری، پایایی آنها مورد ارزیابی قرار گرفت. ضریب آلفای کرونباخ در تمامی ابعاد بالای ۰/۷ محاسبه شده است که بیانگر آن است که پرسشنامه از پایایی مطلوبی برخوردار است. تحلیل داده‌ها به دو صورت توصیفی و استنباطی انجام شد و از نرم‌افزارهای آماری PLS2-SPSS23 جهت تحلیل داده‌ها استفاده شد. در ابتدا شاخص‌های دموگرافیک (سن، جنس، تحصیلات و ...) بررسی می‌شود نمودارهای مربوطه ترسیم می‌گردد. در ادامه آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار و ...) هر متغیر مورد بررسی قرار گرفت. از روش معادلات ساختاری روش حداقل مربعات جزئی برای بخش آمار استنباطی استفاده شد. قابل ذکر است برای

قانونمندیسازی «ارزهای رمزنگاری شده» انجام دادند. ایده این پژوهش در برابر دیدگاه‌های موجود و گزاره‌های برایند فقهی آن را می‌توان در «اثبات مالیت ارزهای رمزنگاری شده»، «عدم راهیابی «غرر و ربا» در معاملات مبتنی بر این رسته از ارزها» و از منظر حقوقی، در امکان‌سنجی «مالیاتی»، «قانونمندیسازی» و «راهکارهای کاهش خطر پولشویی» محصور دانست. [۲] مطالعه‌ای با عنوان برآورد ریسک سرمایه‌گذاری در یک پرتفوی ارز دیجیتال و بهینه‌سازی آن با استفاده از روش ارزش در معرض خطر انجام دادند. در این پژوهش تعدادی از ارزهای دیجیتال با بالاترین حجم معامله و نقدینگی جهت ایجاد پرتفوی انتخاب شده و با استفاده از روش در معرض خطر، ریسک و بازدهی پرتفوی محاسبه شده است و نهایتاً پرتفوی بهینه جهت سرمایه‌گذاری ارائه گردیده است.

با بررسی ادبیات پژوهش مشخص می‌شود که تعریف مشخص و بومی از عوامل موثر در پذیرش ارزشهای رمزنگاری در بین مردم در بازاریابی اجتماعی تا کنون در ایران صورت نپذیرفته است. اگرچه پژوهش در رابطه با ارزهای دیجیتال، مقوله‌ای مسبوق به سابقه است و تحقیقات نسبتاً زیادی در این رابطه انجام شده است؛ اما بخش بزرگی از این تحقیقات ماهیت آزمون فرضیه داشته و با رویکرد کمی انجام شده‌اند. فقدان مطالعات کیفی و اکتشافی که به تدوین الگوی بومی برای پذیرش ارزشهای دیجیتال در تجارت الکترونیکی بین شرکتی، انگیزه اصلی از انجام پژوهش حاضر است.

#### ۳- روش‌شناسی

در این تحقیق، ابتدا مدل پارادایمی، به کمک مدل اشتراوس و کوربین در روش تحقیق نظریه برخاسته از داده‌ها و بر اساس داده‌های جمع‌آوری شده در مصاحبه‌های عمیق در شرکت‌های خصوصی فعال در زمینه ارزهای دیجیتال کشور ارائه می‌شود. در ادامه مدل بدست آمده از رویکرد داده‌بنیاد (بخش کیفی) با استفاده از یک پیمایش میدانی به معرض اعتبارسنجی قرار می‌گیرد.

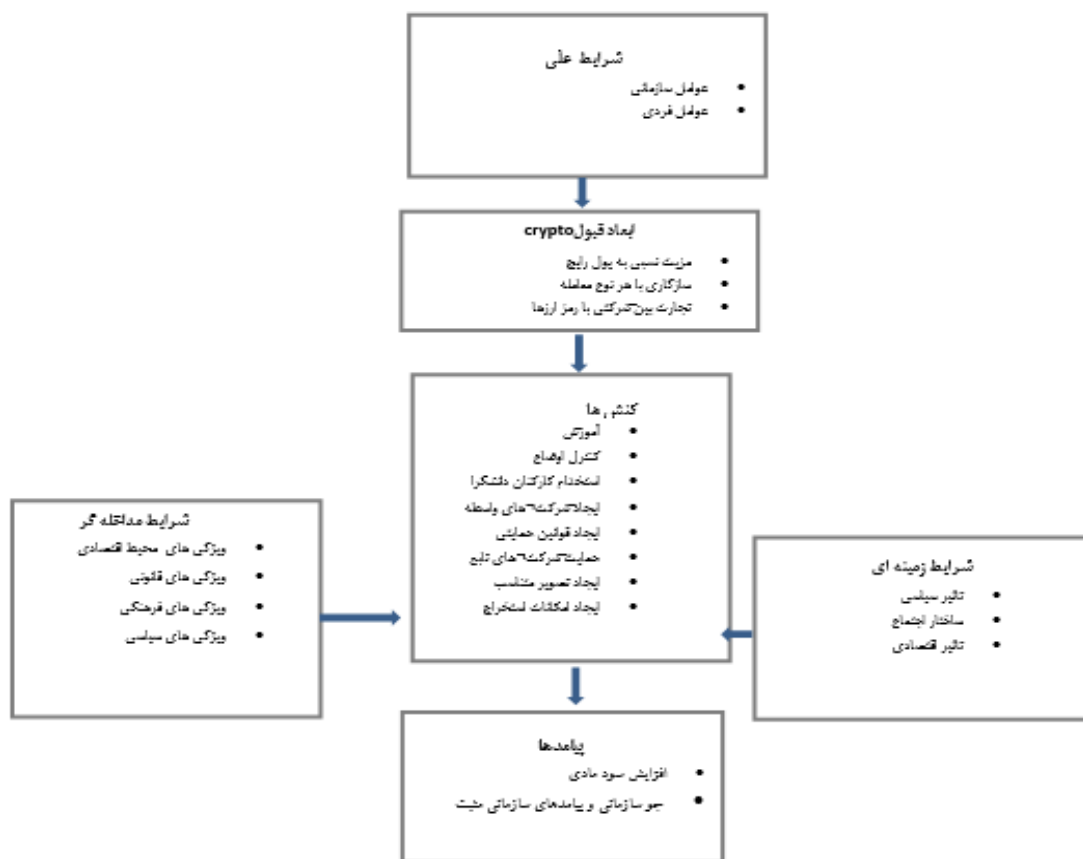
ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کیفی شامل مصاحبه نیمه ساختار یافته و در بخش کمی شامل پرسشنامه حاصل از فاز کیفی است. جامعه آماری در بخش کیفی شامل خبرگان دانشگاهی و بازار در رابطه با کسب و کار بین شرکتی و ارزهای دیجیتال می‌باشد. در نمونه‌گیری نظری، مصاحبه‌های عمیق با خبرگان تا جایی پیش می‌رود که به

دسته از عوامل مداخله‌گر شامل ویژگی‌های محیط اقتصادی، ویژگی‌های قانونی، ویژگی‌های فرهنگی و ویژگی‌های سیاسی شناسایی شدند. پدیده محوری همان پذیرش ارزشهای دیجیتالی در تجارت الکترونیکی بین شرکتی که در قالب مقبولیت ارزشهای دیجیتالی مورد بررسی قرار گرفت. در رابطه با استراتژی‌ها و کنش‌ها، راهبردهای آموزشی، حمایتی و اجتماعی شناسایی شد. پیامدهای شناسایی شده شامل دو دسته از پیامدها یعنی افزایش سود مالی، و جو سازمانی و پیامدهای سازمانی مثبت (عملکرد و بهره‌وری بیشتر) بوده است. در مجموع در این پژوهش ۲۸۴ کد باز اولیه، ۱۵۲ کد انتخابی و ۷۹ کد مستخرج نهایی در قالب ۱۷ مفهوم و ۶ مقوله اصلی دسته‌بندی شده است.

آزمون فرضیه‌های میانجی از روش بوت استرپ به وسیله نرم‌افزار Smart PLS استفاده شد.

#### ۷- یافته‌های پژوهش

با توجه به این که این پژوهش مبتنی بر رویکرد داده‌بنیاد می‌باشد، نتایج بدست آمده در رابطه با هر یک از عوامل شش گانه مدل پارادایمی به تفکیک بیان می‌شود. لازم به ذکر است جهت اجتناب از اطناب، نتایج مربوط به آخرین مرحله تحلیل یعنی کدگذاری انتخابی در این جا بیان می‌شود. در رابطه با شرایط علی، دو دسته از عوامل شامل عوامل سازمانی و فرعی شناسایی شده و برای هر یک نیز زیرمقوله‌هایی در نظر گرفته شد. در رابطه با شرایط زمینه‌ای سه دسته از عوامل شامل تاثیر سیاسی، ساختار اجتماع و تاثیر اقتصادی شناسایی شد. همچنین چهار



شکل ۱. مدل پارادایمی پژوهش (منبع: یافته‌های تحقیق)



است که در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفت. طیف وسیعی از شاخص‌ها، مانند میانگین واریانس استخراج شده (AVE)، معمولاً برای اعتبار سنجی سازه‌ها استفاده می‌شود. در آمار، AVE اندازه‌گیری مقدار واریانس است که توسط یک سازه در رابطه با مقدار واریانس ناشی از خطای اندازه‌گیری گرفته می‌شود. میزان روایی همگرا (AVE) برای تمامی سازه‌ها بزرگتر از ۰/۵ بدست آمده است. میزان آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی نیز از ۰/۷ بزرگتر است. بنابراین اعتبار مدل پژوهش مورد تایید قرار می‌گیرد.

براساس نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف، توزیع داده‌ها نرمال نیست. لذا از معادلات ساختاری پی‌ال‌اس استفاده می‌شود. علاوه بر این مشخص شد که بار عاملی تمامی متغیرها بالاتر از سطح آستانه قرار دارد که این امر مبین همبستگی قابل قبول بین متغیرهای آشکار و پنهان می‌باشد. بر این اساس می‌توان فرضیه‌های تحقیق را مورد آزمون قرار داد. مقدار آلفای کرونباخ بالاتر از ۰,۷ نشانگر پایایی قابل قبول است. پایایی ترکیبی یکی دیگر از معیارهای سنجش پایایی

جدول ۱. بررسی روایی و پایایی ابزار

سازه	آلفای کرونباخ	CR	AVE
شرایط علی	۰,۷۹۳	۰,۸۹۴	۰,۵۹۳
شرایط زمینه ای	۰,۸۴۲	۰,۹۱۲	۰,۶۳۴
شرایط مداخله‌گر	۰,۸۵۵	۰,۸۷۲	۰,۷۵۵
پذیرش ارزشهای دیجیتال	۰,۷۸۲	۰,۹۱۶	۰,۷۴۳
کنش‌ها	۰,۸۱۵	۰,۸۷۲	۰,۶۱۸
پیامدها	۰,۷۶۹	۰,۷۸۱	۰,۸۶۳

بر اساس نتایج بدست آمده مشخص می‌شود که سازه‌های مورد بررسی از روایی و اعتبار قابل قبولی برخوردار هستند.

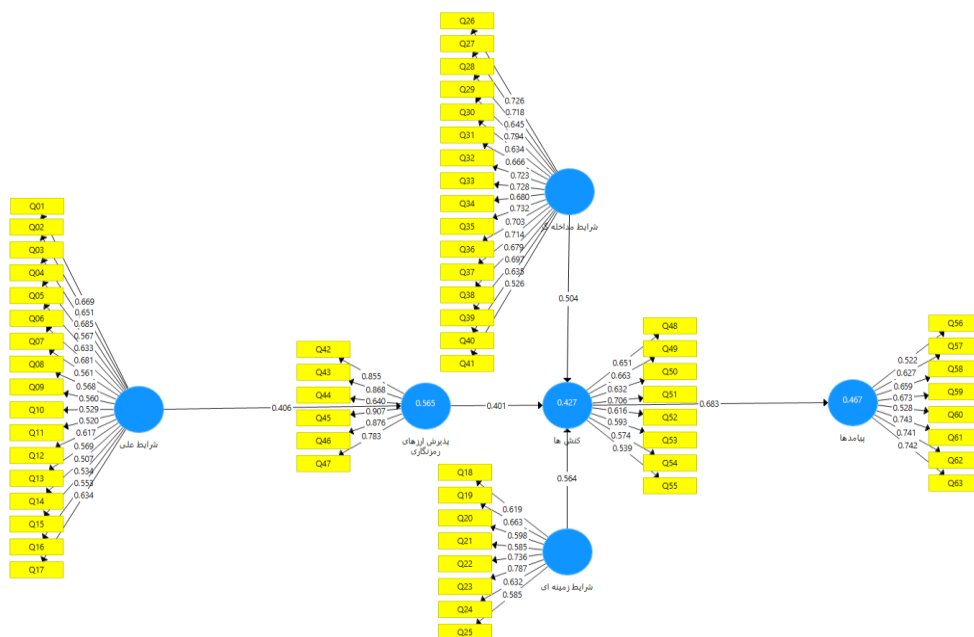
همچنین در این تحقیق از روش فورنل-لاکر جایگزین برای سنجش روایی استفاده شده است که نتایج آن در جدول ۲ بیان شده است.

جدول ۲. روش فورنل و لاکر جایگزین

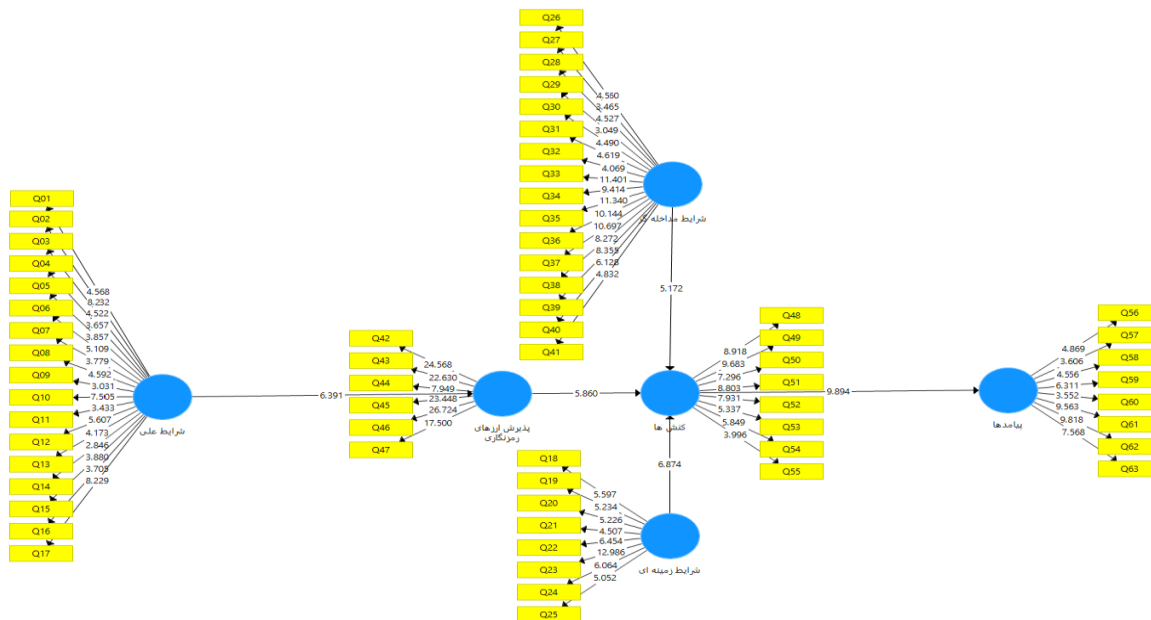
پیامدها	کنش‌ها	پذیرش ارزشهای دیجیتال	شرایط مداخله‌گر	شرایط زمینه ای	شرایط علی
					شرایط علی
				شرایط زمینه ای	شرایط علی
			شرایط مداخله‌گر	شرایط زمینه ای	شرایط علی
		پذیرش ارزشهای دیجیتال	شرایط مداخله‌گر	شرایط زمینه ای	شرایط علی
	کنش‌ها	پذیرش ارزشهای دیجیتال	شرایط مداخله‌گر	شرایط زمینه ای	شرایط علی
	پیامدها	پذیرش ارزشهای دیجیتال	شرایط مداخله‌گر	شرایط زمینه ای	شرایط علی

است. شکل‌های ۲ و ۳ نتایج بدست آمده از آزمون فرضیه‌های تحقیق را نشان می‌دهد.

همانگونه که پیش از این نیز گفته شد جهت آزمون فرضیه‌های تحقیق ای تکنیک حداقل مربعات جزئی در دو بخش یعنی مدل اندازه‌گیری و مدل مسیر استفاده شده



شکل ۲. تکنیک حداقل مربعات جزئی مدل کلی پژوهش



شکل ۳. آماره t-value مدل کلی پژوهش با تکنیک بوت استرپینگ





## ۸- بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به تحریم‌های شدید بین‌المللی، استخراج و استفاده از ارزش‌های دیجیتال در جمهوری اسلامی ایران بعنوان راهکاری جهت دور زدن تحریم‌ها مورد توجه قرار گرفته است. گزارش‌های نهادهای وابسته به سازمان ملل نیز نشان داده است که حدود ۴٫۵ درصد از استخراج بیت کوین در ایران انجام می‌شود و به این کشور اجازه می‌دهد صدها میلیون دلار ارز دیجیتال شده بدست آورد که می‌تواند برای خرید کالای وارداتی و کاهش تأثیر تحریم‌ها استفاده کند. همچنین کشورهایی چون ونزوئلا و روسیه نیز به شکل گسترده‌ای از ارزش‌های دیجیتال برای دور زدن تحریم‌ها استفاده می‌کنند.

براساس نتایج تحقیق، مرور متون و نتایج مطالعات در این زمینه بیانگر آنست که استفاده آسان و هزینه پایین معاملات ارز دیجیتال بعنوان یک مزیت مهم و یک عامل تسهیل کننده کلیدی در روند استقبال عمومی افراد به این بازار تلقی می‌گردد. زیرا هزینه بالای تراکنش‌ها و شارژ نهایی مجدد، همیشه به تنش و نارضایتی طرفین معامله می‌شود ولی استفاده از ارزش‌های رمزنگاری شده هزینه‌ی تراکنش‌ها را به‌طور قابل ملاحظه‌ای پایین می‌آورد و توافق و رضایت همگان را بدنبال دارد. این یافته با نتایج مطالعه [۲۵] 'و آجوز، [۱۱] مطابقت دارد.

نتایج مطالعه حاضر نشان داد که پیامدهای پذیرش ارزش‌های دیجیتال در تجارت الکترونیک بین شرکتی شامل مقوله‌های افزایش سود مادی، جو سازمانی و پیامدهای سازمانی مثبت در جهت عملکرد و بهره‌وری بیشتر می‌باشد. نتایج پژوهش‌ها در این زمینه پیش‌بینی می‌کنند که رمزارزها به زودی می‌توانند بعنوان ارز انتخابی برای تجارت بین‌المللی استفاده شوند، به‌ویژه شرکت‌های بزرگی مانند تسلا و پی پال به آن اعتماد پیدا کرده‌اند و بانک‌های مرکزی برای انتشار ارزش‌های دیجیتال خود در حال تحقیق و بررسی هستند. از این رو، امکان استفاده از ارزش‌های دیجیتالی به منزله ارزش‌های ترجیحی در تجارت جهانی در آینده نزدیک وجود دارد. بنابراین پذیرش رمز ارزها از طرف شرکت‌های تجاری ایرانی و استفاده از آنها در معاملات و تولید محصولات می‌تواند سودآوری خوبی داشته باشد. این یافته‌ها با نتایج قاسمی (۱۴۰۰) مطابقت دارد.

فرضیه ۱: شرایط علی بر پذیرش ارزش‌های رمزنگاری تأثیر معناداری دارد.

قدرت تأثیر متغیر شرایط علی بر پذیرش ارزش‌های رمزنگاری برابر ۰/۴۰۶ محاسبه شده است که مقدار قابل توجهی است. آماره آزمون نیز ۶/۳۹۱ بدست آمده است که بزرگتر از مقدار بحرانی  $t$  در سطح خطای ۵٪ یعنی ۱/۹۶ بوده است. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ شرایط علی بر پذیرش ارزش‌های رمزنگاری تأثیر معناداری دارد.

فرضیه ۲: پذیرش ارزش‌های رمزنگاری بر کنش‌ها تأثیر معناداری دارد.

قدرت تأثیر متغیر پذیرش ارزش‌های رمزنگاری بر کنش‌ها برابر ۰/۴۰۱ محاسبه شده است که مقدار قابل توجهی است. آماره آزمون نیز ۵/۸۶۰ بدست آمده است که بزرگتر از مقدار بحرانی  $t$  در سطح خطای ۵٪ یعنی ۱/۹۶ بوده است. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ پذیرش ارزش‌های رمزنگاری بر کنش‌ها تأثیر معناداری دارد.

فرضیه ۳: شرایط مداخله‌گر بر کنش‌ها تأثیر معناداری دارد. قدرت تأثیر متغیر شرایط مداخله‌گر بر کنش‌ها برابر ۰/۵۰۴ محاسبه شده است که مقدار قابل توجهی است. آماره آزمون نیز ۵/۱۷۲ بدست آمده است که بزرگتر از مقدار بحرانی  $t$  در سطح خطای ۵٪ یعنی ۱/۹۶ بوده است. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ شرایط مداخله‌گر بر کنش‌ها تأثیر معناداری دارد.

فرضیه ۴: شرایط زمینه‌ای بر کنش‌ها تأثیر معناداری دارد. قدرت تأثیر متغیر شرایط زمینه‌ای بر کنش‌ها برابر ۰/۵۶۱ محاسبه شده است که مقدار قابل توجهی است. آماره آزمون نیز ۶/۸۷۴ بدست آمده است که بزرگتر از مقدار بحرانی  $t$  در سطح خطای ۵٪ یعنی ۱/۹۶ بوده است. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ شرایط زمینه‌ای بر کنش‌ها تأثیر معناداری دارد.

فرضیه ۵: کنش‌ها بر پیامدها تأثیر معناداری دارد. قدرت تأثیر متغیر کنش‌ها بر پیامدها برابر ۰/۶۸۳ محاسبه شده است که مقدار قابل توجهی است. آماره آزمون نیز ۹/۸۹۴ بدست آمده است که بزرگتر از مقدار بحرانی  $t$  در سطح خطای ۵٪ یعنی ۱/۹۶ بوده است. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ کنش‌ها بر پیامدها تأثیر معناداری دارد.

وجودی که سالها است از ورود ارز دیجیتال به کشورها می‌گذرد، اما این نوع ارز به دلیل بی‌پشتوانه بودن و چالش‌های زیادی که متوجهی آن است، هنوز نتوانسته به طور رسمی و کامل وارد نظام بانکی کشورها شود [۲۲]. عوامل مداخله‌گر و خارجی متعددی وجود دارند که بصورت مستقیم و غیرمستقیم بر روی بازارهای ارز دیجیتال و تجارت الکترونیک تاثیر می‌گذارند. این عوامل شامل تغییر سیاست دولت‌ها، اعتقادات و باورهای مذهبی، نژادی و فرهنگی جوامع و رشد اقتصادی کشورها هستند که در برهه‌های زمانی مختلف می‌توانند نقش پررنگی بر میزان پذیرش رمز ارزها از طرف شرکت‌های مالی و پولی داشته باشند [۸]. رمز ارزها ماهیتی متفاوت از ارزهای معمولی دارند اما واحد پول ارزهای متعارف مانند دلار و یورو هستند که وابستگی شدیدی به دولت و شرایط اقتصادی جهانی، مانند تورم، تجارت، بحران، سیاست و غیره دارند. بنابراین می‌توانند دقیق‌تر محاسبه شود. [۹].

اخیرا با پیشرفت تکنولوژی کامپیوتر در حوزه بلاک‌چین و ظهور رمز ارزها، کشورها و جوامع پیشرفته استقبال فراوانی از این صنعت بعمل آورده‌اند و روز به روز نیز در حال افزایش است. اما به هر صورت استفاده از این بازار دارای معایب و مزایای گوناگونی می‌باشد که باید در مورد آنها با احتیاط عمل کرد. بهمین دلیل پذیرش رمز ارزها از سوی دولت‌ها و شرکت‌های معتبر به آهستگی و با احتیاط صورت می‌گیرد و دولت‌ها برای کنترل بیشتر روی این بازار، اقدام به تدوین قانون‌های محدودکننده و سختگیرانه کرده‌اند [۵]. بخش‌هایی از جوامع از سراسر جهان به سرعت در حال گسترش و حرکت به سمت ارز دیجیتال و استفاده از آن با وجود عدم پذیرش آن از سوی دولت‌های صاحب نفوذ کشورهایی مانند هند، کره جنوبی، آمریکا و ژاپن هستند. مردم کشورهای مختلف با عقاید مختلف بصورت آگاهانه جذب ویژگی سرکش ارز دیجیتال یعنی ماهیت غیرمتمرکز آن شده‌اند [۲۷].

در حال حاضر، یک بازار در حال توسعه اما پر جنب و جوش برای بیت کوین وجود دارد و ارزهای دیجیتال به عنوان یک طبقه دارایی در حال ظهور شناخته می‌شوند. به این ترتیب، توانایی ارزش‌گذاری بیت کوین و ارزهای رمزنگاری شده مرتبط برای استقرار آن به عنوان یک دارایی مالی قانونی

نتایج حاصل از آنالیز داده‌ها نشان داد که عوامل سازمانی یکی از عواملی است که نقش پررنگی در زمینه پذیرش رمز ارزها دارد. این طبقه شامل زیرطبقات ایجاد امکانات استخراج، حاکمیت روابط غیررسمی، ایجاد تولید ثروت از راه ماینینگ و حمایت شرکت‌های تابع بود. مرور متون و نتایج مطالعات در این زمینه نشان می‌دهد که استقبال از رمز ارزها و استفاده از آن در معاملات جهانی رو به افزایش است [۱۱]. در این راستا نتایج مطالعه [۲۸] بیان می‌کند که در سال جاری ارزهای دیجیتال نظیر بیت کوین، محبوبیت بیشتری به دست آورده‌اند. سرمایه‌گذاران خصوصی ناشناس شاهد آن بودند که ارزش سرمایه آنها رشدی غیر منتظره و فوق‌العاده ای داشته است. چنانکه شاهدیم سایر پول‌های رمزنگاری شده نیز همین روند را در پیش دارند.

براساس نتایج تحقیق، عوامل فردی متعددی در پذیرش ارزهای دیجیتال در تجارت الکترونیکی بین شرکتی برای دور زدن تحریم‌های بین‌المللی موثر بودند. استفاده از رمز ارزها و بازار ارزهای دیجیتال بدلیل ماهیت غیر قابل شناسایی آن و عدم ردیابی دارندگان آنها و همچنین استفاده بعضی افراد مجرم در انتقال پول و اقدام به پولشویی باعث شده است که در استفاده از این تکنولوژی احتیاطات لازم صورت گیرد و به همین دلیل پذیرش این بازار همراه با چالشها و نگرانی‌های متعددی همراه بوده است [۲۹]. اما با این حال، اکثر صرافی‌های معتبر در سطح جهانی الزام می‌کنند که تبدیل ارز دیجیتال به پول معمولی تنها در صورتی اتفاق می‌افتد که کاربر، اطلاعات شناسایی خود را از طریق احراز هویت ارائه کند [۲۱].

همچنین نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها نشان داد که عوامل زمینه ای نیز بعنوان یک عامل تاثیرگذار بر روی افراد در مورد پدیده پذیرش ارزهای دیجیتال در تجارت می‌باشد. برخی از دولت‌ها به دلیل ماهیت غیرقابل کنترل بودن ارزهای دیجیتال چندان تمایلی به پذیرش آنها در تبادلات مالی و ارزی نشان نمی‌دهند و برخی دیگر نیز تدریجا آن را بعنوان بخشی از تجارت الکترونیک پذیرفته‌اند. البته برخی از کشورها واکنش‌های منفی به این ارزها داشته‌اند و برخی دیگر، مانند جمهوری اسلامی ایران، در برابر این موضوع واکنش‌های متفاوتی درپیش گرفته‌اند [۲].

پرداخت‌های خرده فروشی و با ارزش بالا کرده‌اند. به عنوان مثال، بانک خلق چین با هدف توسعه یک ارز دیجیتال سراسری مبتنی بر فناوری بلاک چین؛ بانک کانادا و اداره پولی سنگاپور در حال مطالعه استفاده از ارز دیجیتال برای سیستم‌های پرداخت بین بانکی هستند. بسیاری از طرفداران بر این باورند که فناوری ارز دیجیتال و بلاک چین تأثیر قابل توجهی بر توسعه آینده سیستم‌های پرداخت و مالی خواهد داشت [۲۰]. بدون شک مطالعات بیشتر در این حوزه می‌تواند بینش جدیدی در اختیار دولتمردان و دست‌اندرکاران امور اقتصاد کلان کشور جهت استفاده موثر بر ارزهای دیجیتال برای مقابله با تحریم‌های بین‌المللی فراهم آورد.

بسیار مهم است. این موضوع نه تنها برای حوزه‌های مالی و اقتصاد از اهمیت کلی برخوردار است، بلکه با علوم کامپیوتر، سیستم‌های اطلاعاتی و رمزنگاری کاربردی نیز تلاقی می‌کند (ثالث موید، سیاه بیدی کرمانشاهی و فرصت استفاده از ارزهای دیجیتال به عنوان یک گزینه سرمایه‌گذاری، امیدوارکننده است. افراد ممکن است ارزهای دیجیتال را خریداری کرده و نگه دارند به این امید که آن را با قیمتی بالاتر برای کسب سود بفروشند. رمز ارزها می‌تواند به عنوان یک دارایی سودآور برای افراد در نظر گرفته شود زیرا ممکن است در آینده ارزش بیشتری داشته باشد [۲۶]. اخیراً تعدادی از بانک‌های مرکزی شروع به بررسی پذیرش فناوری‌های ارز دیجیتال و بلاک چین برای

### منابع

۱. اعتمادی فرد، علی؛ طبائیان، سیدکمال؛ پیله‌وری، نازنین؛ خمسه، عباس. (۱۴۰۱). طراحی مدل توسعه یکپارچه نوآوری خدمات بانکداری الکترونیک بر اساس قابلیت‌های پویا با استفاده از میک-مک فازی. فصلنامه نوآوری و ارزش‌آفرینی. دوره ۱۰، شماره ۲۰، ۱۴۷-۱۶۶
۲. آقامحمدی، احمد؛ اوحدی، فریدون؛ صیقلی، محسن؛ بنی مهد، بهمن. (۱۳۹۹). برآورد ریسک سرمایه‌گذاری در یک پرتفوی ارز دیجیتال و بهینه‌سازی آن با استفاده از روش ارزش در معرض خطر. دانش مالی تحلیل اوراق بهادار ۱۷-۳۱.
۳. پهلوانیان، مرصده؛ شیرخدایی؛ میثم؛ قاضی نوری، سید سپهر (۱۴۰۱). بررسی تأثیر مشارکت شهروندان بر فین‌تک. کوهستانی، ۱۳۹۹ دوره ۲۱، شماره ۱۱.
۴. الٹ موید، احمدعلی؛ سیاه بیدی کرمانشاهی، سعید؛ کوهستانی، محسن. (۱۳۹۹). تحلیل حقوقی ارز دیجیتال و تأثیر آن بر امنیت ملی. امنیت پژوهی. ۵۹-۸۰.
۵. خردمند، محسن. (۱۳۹۸). بررسی فقهی استخراج و مبادله رمز ارزها با تمرکز بر شبکه «بیت کوین». معرفت اقتصاد اسلامی. ۱۰۹-۱۲۴.
۶. قاسمی، ناصر (۱۴۰۰). فرصت‌ها و تهدیدات ارزهای دیجیتال؛ مطالعه موردی کشورهای منتخب شرق آسیا. سیاست جهانی، ۳۴، ۱۸۵-۲۱۸.
۷. قوامی، سید عباس؛ نجفی، امیر (۱۳۹۶). تأثیر ظرفیت‌های گوناگون انباشتگی دانش و اندازه سازمان بر
- عملکرد نوآوری تدریجی و رادیکال. سال ۶، شماره ۱۱، ۳۷-۴۸
۷. مددی، مهدی؛ قائمی خرق، محسن؛ شفیعی، قاسم. (۱۴۰۰). جستار فقهی حقوقی در مسئله قانونمندسازی «ارزهای رمزنگاری شده». مجلس و راهبرد ۱۰۵. ۳۰۳-۳۳۴.
۸. میری لواسانی؛ سمیه السادات، حیدری، بهاره؛ رزمجو، علی اکبر رزمجو، محدثه. (۱۳۹۸). جایگاه قانونی ارز دیجیتال ملی. دستاوردهای نوین در مطالعات علوم انسانی. ۷۲-۸۱.
۹. نوروزی، محمد. (۱۳۹۷). تاملی بر رابطه شرکت‌های تجاری و ذی‌نفعان آنها. فصلنامه تحقیقات حقوقی، ۲۱(۸۲)، ۳۳۳-۳۶۳.
10. Abdul Karim, A. S. (2019). An analysis on cryptocurrency acceptance: a case study at bitcoin and other cryptocurrency forum.
11. Abirou, M., & Abghour, N. (2022). A Review of Blockchain and the Benefits for Digital Marketing-Related Applications of Blockchain Integration. *Advances on Smart and Soft Computing*, 355-365.
12. Ajouz, M., Abdullah, A., & Kassim, S. (2020). Acceptance of Shari'ah-compliant precious metal-backed cryptocurrency as an alternative currency: An empirical validation of adoption of innovation theory. *Thunderbird International Business Review*, 62(2), 171-181.

22. Raimundo Júnior, G. D. S., Palazzi, R. B., Tavares, R. D. S., & Klotzle, M. C. (2022). Market stress and herding: a new approach to the cryptocurrency market. *Journal of Behavioral Finance*, 23(1), 43-57.
23. Saura, J. R., Ribeiro-Soriano, D., & Palacios-Marqués, D. (2021). Setting B2B digital marketing in artificial intelligence-based CRMs: A review and directions for future research. *Industrial Marketing Management*, 98, 161-178.
24. Sohaib, O., Hussain, W., Asif, M., Ahmad, M., & Mazzara, M. (2019). A PLS-SEM neural network approach for understanding cryptocurrency adoption. *IEEE Access*, 8, 13138-13150.
25. Vidal-Tomás, D. (2021). The entry and exit dynamics of the cryptocurrency market. *Research in International Business and Finance*, 58, 101504.
26. Wątarek, M., Drożdż, S., Kwapien, J., Minati, L., Oświęcimka, P., & Stanuszek, M. (2021). Multiscale characteristics of the emerging global cryptocurrency market. *Physics Reports*, 901, 1-82.
27. Wokke, J., & Rodenrijs, N. (2018). Will social media make or break the acceptance in new technology?: A quantitative study of consumer acceptance in cryptocurrency.
28. Yeong, Y. C., Kalid, K. S., Savita, K. S., Ahmad, M. N., & Zaffar, M. (2022). Sustainable cryptocurrency adoption assessment among IT enthusiasts and cryptocurrency social communities. *Sustainable Energy Technologies and Assessments*, 52, 102085.
29. Ziyadin, S., Suiubayeva, S., & Utegenova, A. (2019, April). Digital transformation in business. In *International Scientific Conference "Digital Transformation of the Economy: Challenges, Trends, New Opportunities"* (pp. 408-415). Springer, Cham.
13. Almaqableh, L., Wallace, D., Pereira, V., Ramiah, V., Wood, G., Veron, J. F., ... & Watson, A. (2022). Is it possible to establish the link between drug busts and the cryptocurrency market? Yes, we can. *International Journal of Information Management*, 102488.
14. Alomari, A. S., & Abdullah, N. L. (2023). Factors influencing the behavioral intention to use Cryptocurrency among Saudi Arabian public university students: Moderating role of financial literacy. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2178092.
15. Arias-Oliva, M., Pelegrín-Borondo, J., & Matías-Clavero, G. (2019). Variables influencing cryptocurrency use: a technology acceptance model in Spain. *Frontiers in Psychology*, 10, 475.
16. Beramendi Higuera, A. (2020). Detection of cryptocurrency mining malware from network measurements (Bachelor's thesis, Universitat Politècnica de Catalunya).
17. Bouri, E., Shahzad, S. J. H., & Roubaud, D. (2019). Co-explosivity in the cryptocurrency market. *Finance Research Letters*, 29, 178-183.
18. Caporale, G. M., Gil-Alana, L., & Plastun, A. (2018). Persistence in the cryptocurrency market. *Research in International Business and Finance*, 46, 141-148.
19. Jung, H. (2021). A Conceptual Model of a B2B Food Distribution Platform Based on Blockchain Consensus Mechanism. *International Journal of Contents*, 17(3), 48-66.
20. Lorenzo, L., & Arroyo, J. (2022). Analysis of the cryptocurrency market using different prototype-based clustering techniques. *Financial Innovation*, 8(1), 1-46.
21. Makarova, A. I., Valishvili, M. A., Shestemirov, A. A., Bereznyakovskiy, V. S., & Bondarenko, N. G. (2021). Blockchain impact on the B2B sales market. *Laplace em Revista*, 7(Extra-D), 200-207.

