



فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه‌گذاری
دوره ۱۴ / شماره ۱ (پیاپی ۵۳) / بهار ۱۴۰۴
صفحه ۳۶۷ تا ۳۸۷

مدل فرآیند پذیرش ارزش‌های رمزنگاری شده در تجارت بین شرکتی در ایران

مازیار فکری

دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.
m.fekri1670@gmail.com

صمد عالی

استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.
samad.aali@iaut.ac.ir

مرتضی محمودزاده

استادیار گروه مدیریت، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.
m.mahmoudzadeh@iaut.ac.ir

حکیمه نیکی اسفهلان

استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد هادیشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، هادیشهر، ایران.
hakimehn@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۹۸/۰/۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰/۰

چکیده

یکی از ابزارهای مهم در عرصه بانکداری و تجارت الکترونیکی، پول الکترونیکی و پول مجازی است که به عنوان متغیر جدید پولی بر بازار پول و در نهایت بر سیاست‌های پولی اثرگذار است. این مطالعه با هدف تعیین مدل فرآیند پذیرش ارزش‌های رمزنگاری شده در تجارت بین شرکتی در ایران انجام شد. پژوهش حاضر یک مطالعه کیفی از نوع نظریه داده بنیاد می‌باشد که بر روی ۱۲ نفر از مدیران شرکت‌های بازرگانی و اساتید دانشگاه انجام شد. ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته و ساختاریافته بود. تحلیل داده‌ها با استفاده از رویکرد نظریه داده بنیاد و انجام سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی صورت گرفت. بر اساس تحلیل داده‌ها، سه طبقه اصلی عوامل علی شامل عوامل سازمانی، عوامل فردی و عوامل تسهیل‌گر بدست آمد. همچنین پیامدها نیز شامل طبقات افزایش سود مادی، جو سازمانی و پیامدهای سازمانی مثبت بود. نتایج مطالعه بیانگر آن بود که روند پذیرش رمز ارزها در میان جوامع و تجارت جهانی بطور فزاینده‌ای رو به گسترش می‌باشد و در این میان عوامل متعددی وجود دارند که نقش مهم و تاثیرگذاری بر میزان پذیرش رمز ارزها در تجارت بین‌المللی و معاملات بازرگانی دارند. **واژه‌های کلیدی:** ارز رمزنگاری، تجارت الکترونیک، شرکت تجاری، مطالعه کیفی، نظریه داده بنیاد، ایران.

۱- مقدمه

مهمترین انقلاب در عرصه اقتصادی، پس از قرن بیستم، انقلاب الکترونیکی و اطلاعاتی است. در این عرصه بانکداری و تجارت الکترونیکی نقش مهم و کلیدی در معاملات اقتصادی ملی و بین‌المللی بر عهده دارند. یکی از ابزارهای مهم در این عرصه، پول الکترونیکی و پول مجازی است که به عنوان متغیر جدید پولی بر بازار پول و در نهایت بر سیاست‌های پولی اثرگذار است. اثری که می‌تواند قدرت و توان در تجارت بین‌شرکتی تحت تاثیر قرار دهد (صادقی و همکاران، ۲۰۱۹). با نگاهی به اقتصاد جهانی می‌توان مشاهده کرد که سطح معاملات از مرز کشورها عبور کرده و تجارت جهانی با سرعت چشمگیری در حال گسترش است. بنابراین فعالان اقتصادی به دنبال یافتن راهکارهایی برای تسهیل بیشتر تجارت جهانی هستند (کومار و همکاران، ۲۰۲۱). از طرفی با گسترش اینترنت و تکنولوژی ارتباطات، استفاده از ارزهای دیجیتال و رمزارزها در تجارت بین‌المللی بطور فزاینده‌ای رواج پیدا کرده است (شورمن و همکاران، ۲۰۱۹).

ارزهای دیجیتال مبتنی بر بلاک‌چین هستند اما کاربرد آن‌ها محدود نیست. بلاک‌چین به صورت یک مجموعه تراکنش توزیع شده دیجیتال تعریف می‌شود که در آن چندین نسخه مشابه روی چندین سیستم کامپیوتری نگهداری می‌شوند و عوامل مختلف آن‌ها را کنترل می‌کنند (شاتسکی و موراشکین، ۲۰۱۵). ارتباط بین بلاک‌چین و ارزهای دیجیتال می‌تواند دارای موانع و مشکلاتی نیز باشد با این عنوان که ارزهای دیجیتال یکی از چندین دسته‌بندی فناوری بلاک‌چین می‌باشند (کارسون و همکاران، ۲۰۱۸). طبق اعلام انجمن جهانی اقتصاد (۲۰۱۵)، ۱۰٪ تولید ناخالص داخلی تا سال ۲۰۲۷ در بلاک‌چین ذخیره خواهد شد که نرخ میانگین رشد آن تا سال ۲۰۲۵ به میزان ۶۲.۱٪ خواهد رسید (ولز، ۲۰۱۷). انتظار می‌رود بلاک‌چین تأثیرات شگرف خود را اعمال کند و در بسیاری از بخش‌های اقتصادی و فعالیت‌های مربوط به آن کاربرد داشته باشد، چرا که در حال حاضر اهمیت ارزهای دیجیتال رشد فزاینده‌ای یافته است. اما بانک جهانی ارزهای رمزنگاری را بصورت ارزی تعریف می‌کند که هیچ گونه دارایی اساسی پشتیبان آن نیست، فاقد ارزش ذاتی هستند و هیچ گونه مسئولیتی برای هیچ مؤسسه‌ای ندارند (ناتارجان و همکاران، ۲۰۱۷). مؤسسه فدرال رزرو آمریکا نیز، سیستم‌های جاری پرداخت را سیستم‌های کند، نامن، بی‌بهره، غیرجمعی و غیر جهانی می‌خواند (ولز، ۲۰۱۷). اما در حقیقت ارزهای دیجیتال ابزاری بسیار مناسب برای مرتفع نمودن مشکلات فوق‌الذکر شناخته می‌شوند (دلویت، ۲۰۱۵).

از زمان آغاز این انقلاب و با روی کار آمدن بیت‌کوین به عنوان اولین ارزهای رمزنگاری، دنیای اقتصاد و کسب‌وکار همواره به دنبال منطبق نمودن و یکپارچه‌سازی فناوری نوین مالی با فعالیت‌های خود بوده‌اند. بیت‌کوین تنها یکی از ۲۰۹۴ ارزهای رمزنگاری در بازار است که از خود بیت‌کوین آغاز گردیده و هم‌اکنون بیشترین میزان سرمایه‌گذاری بازار به میزان ۱۱۰ میلیارد دلار را به خود اختصاص داده است و تا ارزهای دیجیتال ناشناخته‌ای مانند هارمونی کوین با سرمایه‌ای حدود ۱۰۷ دلار نیز امتداد می‌یابد. نوسانات ارزهای دیجیتال، افق‌های تازه روان‌شناختی در خصوص قیمت‌ها گشوده است این اعداد و ارقام صرفاً مربوط به تمامی ارزهای دیجیتال نمی‌شود بلکه مربوط به آن دسته از ارزهای دیجیتال است که در بازار خرید و فروش می‌شوند (آریاس و همکاران، ۲۰۱۹).

این پژوهش یک تحقیق کیفی می‌باشد و در طی پژوهش سعی شده است با رعایت اصول روش تحقیق میزان پذیرش رمزارزها در تجارت بین شرکتی ایران بررسی شده و در ادامه مدل مناسب برای توسعه وضعیت موجود ارائه گردد. در نهایت، در پژوهش حاضر، فرآیند پذیرش و استفاده از ارزشهای رمزنگاری توسط افراد در تجارت بین شرکتها، مورد تحلیل و بررسی قرار می‌گیرد.

مبانی نظری و پیشینه شناسی تحقیق

امروزه هر کسب‌وکاری می‌تواند ارزشهای دیجیتال خود را با استفاده از فناوری بلاک‌چین ایجاد نموده و کاربری آن را از طریق ارائه اولین سکه تعیین نماید. ارزشهای رمزنگاری نوین را می‌توان به عنوان یک روش پرداخت اکوسیستم کسب‌وکار داخلی مورد استفاده قرار داد تا بتوان به محصولات یا خدماتی که اکوسیستم ارائه دهنده آنهاست، دست پیدا کرد؛ این سیستم می‌تواند به عنوان یک ارزشهای رمزنگاری نظری مورد استفاده قرار گیرد که ارزش آن وابسته به انتظارات بازار می‌باشد. دامنه این ارزش بسیار گسترده بوده و در سالهای آتی نیز رشد فزاینده‌ای خواهد داشت (رحیمی و همکاران، ۲۰۲۰).

حال این پرسش مطرح می‌شود که عواملی که باعث می‌شوند ارزشهای دیجیتال مورد قبول مشتریان و یا سرمایه‌گذاران واقع شوند کدامند؟ همان طور که پیش‌تر به آن پرداخته شد، این نوسان ارزشهای دیجیتال فرصت‌های زیادی را در اختیار قرار می‌دهد اما مشکلاتی نیز با خود به همراه دارد. فعالیت‌های غیرقانونی انجام شده به واسطه ارزشهای دیجیتال و علی‌الخصوص با استفاده از بیت‌کوین بسیار رایج و غیرقابل اغماض است (ترنر و اروین، ۲۰۱۸). به عنوان مثال، از ارزشهای دیجیتال برای فرار از مالیات، پول شویی، معاملات غیرقانونی، اخاذی و سرقت خود بیت‌کوین استفاده شده است (بونجاکو و همکاران، ۲۰۱۷). مشکل دیگری که وجود دارد آن است که ارزشهای دیجیتال یک فناوری با قابلیت سهولت در استفاده نیستند؛ مشکل عمده‌ای که وجود دارد، استفاده از بیت‌کوین‌ها برای بسیار از کاربران می‌باشد (جودمایر و همکاران، ۲۰۱۷). یکی از مطالعات نشان داده است که کاربران غیرمتخصص نمی‌توانند از بیت‌کوین استفاده نمایند با این عنوان که موانعی برای استفاده گسترده از ارزشهای دیجیتال وجود دارد. علاوه بر عدم وجود دانش در خصوص چگونگی استفاده از این فناوری، سواد مالی نیز می‌تواند مانع از توسعه ارزشهای دیجیتال شود. در یکی از مطالعات انجام شده در سال ۲۰۱۵ در خصوص سواد مالی، درصد افرادی که توانستند به سؤالات سواد مالی در یک آزمون پاسخ دهند، ۳۷٪ بود. با معین بودن این میزان کم سواد مالی، تشریح مفاهیم مالی مربوط به ارزشهای دیجیتال می‌تواند امری دشوار باشد. همچنین، درک اجتماعی نیز می‌تواند عامل اصلی برای توسعه ارزشهای دیجیتال باشد. در یکی از مطالعات انجام شده در خصوص بیت‌کوین، مشخص گردید که ۲۷٪ اروپایی‌ها هرگز در زمینه ارزشهای دیجیتال سرمایه‌گذاری نمی‌کنند (اکستون و دوایچ، ۲۰۱۸).

در مجموع، ارزشهای دیجیتال فرصت‌های زیادی را مانند سریع بودن، قابل پیگیری بودن و انجام تراکنش‌ها به صورت امن، در اختیار قرار می‌دهند اما معایبی نیز به همراه دارند مانند ریسک‌پذیری، مشکلات مربوط به فناوری و امور مالی به هنگام استفاده. پیچیده بودن و نتایج مربوط به انقلاب در حوزه بلاک‌چین و ارزشهای رمزنگاری این

الزام را به وجود می‌آورند که اثرات و چالش‌های این حوزه مورد بررسی قرار گیرند. گرچه تحقیقاتی در خصوص بیت‌کوین انجام شده است و این حوزه بیشترین استفاده را داشته، امروزه مهم‌ترین نوع ارزهای رمزنگاری شناخته می‌شود (هالوب و جانسون، ۲۰۱۸). ایران نیز طی سال‌های اخیر با این پدیده نوپای مجازی مالی روبه‌رو شده است و همزمان با گسترش بیت‌کوین در جهان، این پدیده نیز در داخل کشورمان از طریق فضای مجازی گسترش یافته و به سرعت تارنماهای مختلفی برای ایجاد و خرید و فروش آن طراحی شده است. اما هنوز نهادهای مختلف، چگونگی مواجهه با این پدیده را به درستی نمی‌دانند (رحیمی و همکاران، ۲۰۲۰).

مدل کسب‌وکار یکی از مهم‌ترین آلمان‌های شکل‌گیری یک شرکت و یا به بیان کلی‌تر یک کسب‌وکار است. تجارت بین شرکتی که بعضاً با عنوان کسب‌وکار بین شرکتی نیز نامیده می‌شود یکی از مدل‌های کسب‌وکار است که به آن مدل تجارت به تجارت نیز گفته می‌شود. در تجارت بین شرکتی، تمرکز بر فروش محصولات و خدمات به شرکت‌های دیگر است؛ بعنوان مثال می‌توان به روابط تجاری بین یک شرکت عمده فروش و شرکت‌های خرده‌فروشی اشاره نمود. مثال دیگر رابطه تجاری است که بین تامین‌کنندگان و یک شرکت تولیدی برقرار می‌شود (قادری و همکاران، ۲۰۲۲). اصول بازاریابی بین شرکتی فرصت بسیار خوبی برای شناخته شدن یک سازمان در بین سایر کسب‌وکارها است. این نوع بازاریابی می‌تواند راه را برای گسترش تجارت آسان کند و اعتبار شرکت را چندین برابر کند. از جمله تفاوت‌های بین تجارت بین شرکتی و اشکال مرسوم تجارت، اهمیت توان چانه‌زنی و مهارت‌های مذاکره‌کننده است. از سوی دیگر حجم تجارت بین شرکتی در قیاس با تجارت بین سازمان-مشتری بسیار بیشتر است و متعاقباً، حجم تراکنش‌های مالی در تجارت بین شرکتی نیز به مراتب بیشتر است (تیواری و همکاران، ۲۰۲۱). در مدل کسب‌وکار بنگاه-مشتری^۱ مصرف‌کنندگان نهایی کالا، علاوه بر قیمت، به محبوبیت محصولات، نوع نیازها و دیگر محرک‌های اساسی فعالیت اقتصادی، در هنگام خرید توجه می‌کنند اما در مدل تجارت بین شرکتی، صرفه اقتصادی خرید محصول بزرگترین نقش را در انتخاب محصولات و یا خدمات بازی می‌کند. در بازار این نوع کسب‌وکار، فروشندگان باید به دنبال شناخت خوبی از خریداران و مشتریان بالقوه باشند در حالی که در بازار نهایی، نیازی به شناخت هر مشتری به صورت به خصوص وجود ندارد (دردی و همکاران، ۲۰۲۰). در بازار تجارت بین شرکتی هر چیزی که بتواند باعث سهولت و سرعت بخشیدن به فرآیند خرید و فروش باشد، از قبیل شرکای تجاری و خدمات مرتبط با تجارت همچون تأمین‌کنندگان، خریداران، حمل‌ونقل دریایی محصولات، پشتیبانی، سرویس‌های بازرسی و حسابرسی، کاربری‌های نرم‌افزار و غیره در مکان واحدی جمع می‌شوند (کارترایت و همکاران، ۲۰۲۱).

مقالات و مطالعات مربوط به ارزهای رمزنگاری به ندرت یافت می‌شود و دلیل آن نیز جدید بودن این حوزه در تحقیقات می‌باشد؛ بنابراین، این پژوهش به دنبال بررسی عوامل مهمی است که می‌بایست هر نوع ارزهای رمزنگاری برای موفقیت در بازار پر نوسان ارزهای رمزنگاری آن‌ها را در نظر گیرد. تعیین عوامل تعیین‌کننده این امکان را به عوامل دست‌اندرکار بازار می‌دهد که بر مهم‌ترین ویژگی‌هایی که یک ارزهای رمزنگاری می‌بایست آنها را دارا باشد، متمرکز شوند. همچنین تاکنون هیچ مطالعه مشخصی در خصوص جایز بودن بکارگیری چنین پول‌هایی صورت

¹ Business-to-customer (B2C)

نپذیرفته است. لذا با توجه به ورود این پول‌ها به کشور ایران و وجود مراکز تخصصی مرتبط با آن، در چنین شرایطی بدیهی است که به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها و کاهش مضرات ناشی از رواج این ارزها در داخل کشور، به بررسی تبعات آنها بپردازیم. بنابراین با توجه به این که تاکنون در کشور ایران به این موضوع پرداخته نشده است، لازم است تبعات ورود این پول‌ها به چرخه‌ی اقتصادی کشور و تأثیر آن بر تجارت بین شرکتی، بررسی شود.

پیشینه تحقیق

آلن^۱ و همکاران (۲۰۲۲)، پژوهشی با عنوان فین تک، ارزهای دیجیتال و: CBDC تحول ساختاری مالی در چین انجام دادند. نتایج نشان داد، مقررات ارزهای دیجیتال می‌تواند رشد نوآوری‌ها را از طریق افزایش اعتماد عمومی به این بازار افزایش دهد e-CNY. می‌تواند از طریق مقررات مؤثری که مشوق‌ها و حمایت‌هایی را برای فعالان بازار فراهم می‌کند، در بازار جهانی تبدیل شود. یکی از عوامل کلیدی موفقیت ارزهای دیجیتال، پذیرش گسترده آنها بوده است. اگر e-CNY چینی تبدیل به یک ارز رایج شود، معرفی CBDC به طور بالقوه می‌تواند راه‌حلی برای مشکلات موجود در سیستم‌های مالی سنتی ارائه دهد. واتورک^۲ و همکاران (۲۰۲۱) روابط وابستگی بین پنج نوع ارزهای رمزنگاری شناخته شده یعنی بیت‌کوین، استلاف ریپل، اتریوم و لایت کوین را مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان می‌دهد که وابستگی مسیری از بیت‌کوین به لایت‌کوین در بین تمامی وابستگی‌ها بیشتر است. همچنین یافته‌ها حاکی از آن هستند که شوک بازده مربوط به بیت‌کوین بیشترین تأثیر را بر لایت‌کوین داشته و شوک‌های بازده اتریوم تأثیر نسبی بر شوک‌های سایر ارزهای دیجیتال دارد. آریاس اولیویا^۳ (۲۰۱۹) در تحقیقی با عنوان عوامل تأثیرگذار بر استفاده از ارزهای رمزنگاری، به تحلیل عواملی پرداخت که باعث توسعه موفق ارزهای رمزنگاری از دیدگاه رفتار مشتری می‌شوند. نتایج نشان داد که تمایل به مدیریت ریسک ارزهای رمزنگاری می‌تواند پیش شرطی برای پذیرش این ارزها باشد. در پژوهشی دیگر بوری^۴ و همکاران (۲۰۱۹) به تحلیل آماری ارزهای دیجیتال پرداختند. ویژگی‌های بزرگترین ارزهای دیجیتال که بیت‌کوین مهم‌ترین آنهاست، مورد بررسی قرار گرفت. مشخص گردید که بازده مشخصاً غیر نرمال می‌باشد و این در حالیست که هیچ توزیعی متناسب برآزش با تمامی ارزهای دیجیتال تحلیل شده نمی‌باشد. در تحقیقی مشابه، سبتو (۲۰۱۸) گزارش کرد که عوامل مربوط به بازار ارزهای رمزنگاری مانند بتا بازار، میزان داد و ستد و فرار بودن عوامل تعیین‌کننده برای تمامی ارزهای رمزنگاری چه در کوتاه‌مدت و چه در بلندمدت محسوب می‌شوند. رحمانی خلیلی و همکاران (۱۴۰۱)، پژوهشی با عنوان طراحی و اعتبارسنجی الگوی بکارگیری فناوری بلاک‌چین و ارزهای رمزنگاری شده در شرایط تحریم جمهوری اسلامی ایران انجام دادند. براساس نتایج بدست آمده، تحریم‌های مالی جمهوری اسلامی و تهدیدهای ارز مجازی به عنوان عناصر زیربنایی الگو هستند که بر مدیریت ریسک تأثیر مستقیم دارند. مدیریت ریسک نیز بر زیرساخت‌های فناورانه و مدیریت اطلاعات ارز مجازی اثر می‌گذارد و به این ترتیب می‌توان راهبردهای استراتژیک را تدوین کرد. براساس

^۱ Allen

^۲ Wątorrek

^۳ Arias-Oliva

^۴ Bouri

راهبردها، خطمشی و سیاست‌گذاری ارزش دیجیتال انجام شده و در نهایت کسب مزیت رقابتی، توسعه اقتصادی و استفاده از فناوری بلاک چین و ارزشهای رمزنگاری شده قابل حصول است. قاسمی (۱۴۰۰) 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. مددی و همکاران (۱۴۰۰) مطالعه‌ای با عنوان جستار فقهی حقوقی در مسئله قانونمندی‌سازی «ارزشهای رمزنگاری شده» انجام دادند. ایده این پژوهش در برابر دیدگاه‌های موجود و گزاره‌های برابری فقهی آن را می‌توان در «اثبات مالیت ارزشهای رمزنگاری شده»، «عدم راهیابی «غرر و ربا» در معاملات مبتنی بر این رسته از ارزشها» و از منظر حقوقی، در امکان‌سنجی «مالیاتی»، «قانونمندی‌سازی» و «راهکارهای کاهش خطر پولشویی» محصور دانست. آقامحمدی و همکاران (۱۳۹۹) مطالعه‌ای با عنوان برآورد ریسک سرمایه‌گذاری در یک پرتفوی ارزش دیجیتال و بهینه‌سازی آن با استفاده از روش ارزش در معرض خطر انجام دادند. ارزش دیجیتال یک صورت پیچیده از پول الکترونیک است. فرایند انتقال وجه در این سیستم کاملاً مستقیم بوده و در مقایسه با روش سنتی از هزینه و زمان کمتری برای انجام تراکنش‌ها به نقاط مختلف دنیا برخوردار است.

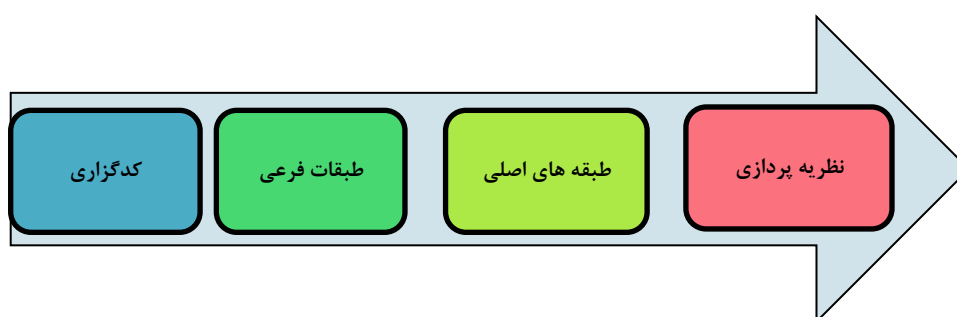
روش‌شناسی پژوهش

ارزشهای دیجیتال از سیستمی به نام بلاک‌چین استفاده می‌کنند. هر شخصی که با بلاک‌چین آشنا شود و مزایای آن را درک کند، جای خالی آن را در کشور ما را حس می‌کند. در این پژوهش تعدادی از ارزشهای 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.

ایران و ارائه پیشنهادات کاربردی در این زمینه می‌پردازد. پرسش‌های اصلی مطالعه حاضر عبارتند از: شرایط حاکم بر پدیده محوری این پژوهش (پذیرش ارزشهای رمزنگاری شده) کدامند؟ و پیامدهای این پذیرش چیست؟ جامعه آماری این تحقیق مدیران شرکت‌های تجاری استان آذربایجان غربی به تعداد ۱۲ نفر در سال ۱۳۹۹ بود. ملاک‌های انتخاب افراد شرکت‌کننده در این مطالعه عبارت بود از این که شرکت‌کننده جز مدیران ارشد شرکت باشد و حداقل یک سال سابقه مدیریت داشته باشد و در حوزه تجارت ارزشهای رمزنگاری شده نیز فعال باشد. عدم تمایل به ادامه همکاری به معنای خروج از مطالعه بود. اولین مشارکت‌کنندگان با در نظر گرفتن ملاک‌های ورود به مطالعه، از میان کسانی انتخاب شدند که بیشترین سابقه و تجربه مدیریتی در شرکت‌ها و تجارت در زمینه ارزشهای دیجیتال داشتند. نمونه‌ها در چند مصاحبه نخست به روش هدفمند و در ادامه روش نمونه‌گیری نظری انتخاب شدند. در این تحقیق اشباع نظری از طریق ۱۲ مصاحبه با ۱۲ مشارکت‌کننده حاصل شد.

در این تحقیق با توجه به رویکرد استقرایی مورد استفاده در نظریه داده بنیاد، داده‌های تجربی تحقیق به شیوه نظام‌مند و از طریق مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختارمند گردآوری و همزمان با روش کدگذاری، تجزیه و تحلیل شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها ابتدا اهداف اهمیت و ضرورت انجام تحقیق برای مدیران شرکت‌ها از طریق ارسال پیام انجام شد. جهت تسهیل انجام مصاحبه‌ها، اطلاع‌رسانی اولیه توسط اتحادیه به اعضای نمونه انجام گرفته و در

آخر تیم تحقیق، زمان و مکان انجام مصاحبه را با آن هماهنگ می‌کردند. در ابتدای شروع هر مصاحبه، مجدداً توضیح مختصری از علت انجام تحقیق، در اختیار مشارکت‌کنندگان قرار می‌گرفت و با کسب اجازه از وی، مصاحبه‌ها ضبط می‌شدند پس از هر مصاحبه، فایل صوتی آن به متن تبدیل می‌شد و همزمان تجزیه و تحلیل و کدگذاری داده‌ها قبل از مصاحبه بعدی، صورت می‌گرفت. شکل شماره (۱) فرآیند کلی تبدیل داده به نظریه را در راهبرد نظریه داده بنیاد، نشان می‌دهد.



شکل (۱): مراحل نظریه داده بنیاد (گراندد تئوری)

تجزیه و تحلیل داده‌های استخراج شده از مصاحبه‌ها به روش تحلیل محتوای مرسوم^۱ انجام گرفت. تحلیل محتوای کیفی، روشی برای آنالیز داده‌های شفاهی، دیداری و نوشتاری با هدف تهیه دانش و درک پدیده است و شامل شش مرحله اصلی می‌باشد:

۱- به رشته تحریر درآوردن داده‌ها، خواندن و دوباره خواندن دست نوشته‌ها و درک ایده‌های اولیه ۲- ایجاد کدهای اصلی: کدگذاری کلمه به کلمه و خط به خط ۳- جستجوی تم‌ها: قرار دادن کدها در تم‌های مربوطه ۴- مرور کردن تم‌ها: ارتباط دادن تم‌ها به یکدیگر و با کدهای استخراج شده و مجموعه کل داده‌ها ۵- تعریف و نامگذاری تم‌ها: تجزیه و تحلیل مداوم، خالص‌سازی کدها، ایجاد تعاریف ظاهری و نام‌گذاری هر یک از تم‌ها ۶- گزارش دادن: تجزیه و تحلیل نهایی، حرکت بین دست نوشته‌ها و تم‌ها، انتخاب یک خط داستانی شفاف برای هر یک از تم‌ها و ارائه گزارش (الو و همکاران، ۲۰۱۴).

جمع‌آوری داده‌ها در ابتدا از طریق مصاحبه‌های بدون ساختار با مدیران ارشد شرکت‌ها با استفاده از سوالات کلی در مورد وضعیت ارزشهای رمزنگاری شده و تجارت با آن انجام گرفت (جدول شماره ۱) و بدنبال آن با سوالات نیمه ساختاریافته مانند "عوامل موثر در پذیرش ارزشهای رمزنگاری در تجارت بین شرکتی چیست؟" و "شما چگونه می‌توانید با تجارت با شرکت‌های دیگر را از طریق ارزشهای رمزنگاری شده بپذیرید؟" ادامه پیدا کرد. یادداشت در عرصه و مشاهدات نیز بخشی از جمع‌آوری داده‌ها بود. هر یک از مصاحبه‌ها بین ۴۵ تا ۶۰ دقیقه طول می‌کشید.

^۱ Conventional content analysis

بلافاصله متن مصاحبه‌ها به رشته تحریر درآمدند و همزمان خط به خط و کلمه به کلمه نوشته‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. زمان مصاحبه نیز با هماهنگی و خواست مشارکت‌کنندگان تنظیم شد تا در برنامه‌های شخصی آنها اختلالی بوجود نیاید.

به منظور تسهیل در سازماندهی و طبقه‌بندی داده‌ها از نرم افزار MAXQDA.10 استفاده شد (گیتزی و رادیکر، ۲۰۲۱). اعتبار داده‌ها از طریق تعامل طولانی مدت و عمیق با داده‌ها و همچنین چک کردن یافته‌ها با مشارکت‌کنندگان، ارتقاء داده شد. همچنین با استفاده از روش‌های مختلف جمع‌آوری داده‌ها قابلیت اعتماد داده‌ها افزایش پیدا کرد. علاوه بر این، پژوهشگر، تعدادی از مصاحبه‌های کدگذاری شده را در اختیار اساتید مشاور و راهنما قرار داد تا از صحت فرایند کدگذاری اطمینان حاصل پیدا کند. پژوهشگر با نمونه‌گیری با بیشترین تنوع موجود سعی کرد تا قابلیت انتقال داده‌ها را افزایش دهد. علاوه بر پژوهشگر اصلی، نتایج توسط سه نفر از اعضای هیات علمی مورد بررسی قرار گرفت و همچنین پژوهشگر یافته‌ها را با برخی از مدیران ارشد سایر شرکت‌ها که در پژوهش شرکت نداشتند، مطرح کرد و آنها نیز یافته‌های مطالعه را تایید کردند. این تحقیق توسط کمیته اخلاق دانشگاه آزاد اسلامی تبریز مورد تایید قرار گرفت. همچنین از کلیه مشارکت‌کنندگان، رضایت آگاهانه جهت شرکت در مطالعه اخذ شد و به آنها در مورد محرمانه بودن اطلاعات اطمینان داده شد.

جدول ۱: متن مصاحبه با مدیران شرکت‌های تجاری و صنعتی و اساتید دانشگاه

ردیف	سوال باز
۱	لطفا چند دقیقه در خصوص ارزش‌های رمز نگاری صحبت کنید؟ ارزش‌های رمز نگاری چه هستند و از کجا به وجود آمده‌اند؟
۲	از دیدگاه شما چه وقایعی در ارزش‌های رمز نگاری در تجارت بین شرکتی می‌تواند موجب توسعه یا تهدید این ارزش‌ها شود؟
۳	از دیدگاه شما ساختار سازمانی شرکت برای اینکه به سمت ارزش‌های رمز نگاری در مبادلات برود، چقدر باید تغییر کند؟
۴	از نظر تحریم‌ها آیا فکر می‌کنید این ارزش‌ها کمی به شرکت‌ها در انجام تراکنش‌های مالی بکنند؟
۵	اگر ما مسیر را از ارز سنتی به رمزنگاری ببریم چه انتظارات و مزایایی برای ما خواهد داشت؟

جدول ۲: مفاهیم استخراج شده از کدگذاری باز متن مصاحبه با مشارکت‌کنندگان

سوال	مفاهیم حاصل از کدهای باز
سوال اول: لطفا چند دقیقه در خصوص ارزش‌های رمز نگاری صحبت کنید؟ ارزش‌های رمز نگاری چه هستند و از کجا به وجود آمده‌اند؟	کم بودن کارمزد- پرداخت سریع- نوسانات قیمتی- در دسترس نبودن اطلاعات- نبود فشار دولتی- برگشت ناپذیری معامله- سریع و مقرون به صرفه- عدم محدودیت جغرافیایی- سازگاری- غیر قابل نفوذ- سود بالا- سرعت تراکنش- نبود واسطه- هزینه کم- پرداخت سریع

سوال	مفاهیم حاصل از کدهای باز
سوال دوم: از دیدگاه شما چه وقایعی در ارزشهای رمزنگاری در تجارت بین شرکتی می‌تواند موجب توسعه یا تهدید این ارزشها شود؟	نظریه‌های مربوط به آینده - حاکمیت روابط غیررسمی - غیر قابل شناسایی فرد - تغییر ساختار شرکتی - ارزش ایجاد شده در بستر دیجیتال - تولید ثروت از راه ماینینگ
سوال سوم: از دیدگاه شما ساختار سازمانی شرکت برای اینکه به سمت ارزشهای رمزنگاری در مبادلات برود، چقدر باید تغییر کند؟	ایجاد فضای کاری جدید - کیفیت زندگی کاری - شرایط اقتصادی - قانون‌گریزی - تفاوت فرهنگی - ساختار سیاسی - استفاده در مجامع خاص - آموزش - استخدام کارکنان - افزایش اعتماد عمومی - تغییر در رویه شرکت
سوال چهارم: از نظر تحریم‌ها آیا فکر می‌کنید این ارزشهای کمکی به شرکت‌ها در انجام تراکنش‌های مالی بکنند؟	عامل دور زدن تحریم‌ها - احتیاج نداشتن به زیرساخت خاصی - انگیزه لازم - سیاست زدگی - پروتکل‌های رمزگرافیکی - ایجاد قوانین حمایتی - نبود محدودیت‌های موجود در سیستم سنتی
سوال پنجم: اگر ما مسیر را از ارزش سنتی به رمزنگاری ببریم چه انتظارات و مزایایی برای ما خواهد داشت؟	سهولت استفاده - مقاومت دیدگاه سنتی - فشار دستگاه‌های دولتی و اجرایی - علایق سیاسی افراد - ایجاد امکانات استخراج - ایجاد تصویر متناسب - عملکرد بهتر - تغییر دیدگاه مدیریتی

نتایج و بحث:

یافته‌های این مطالعه با هدف ارائه فرایند پذیرش رمز ارزشها در تجارت بین شرکتی در قالب نتایج یک پژوهش کیفی ارائه شده است. در این مطالعه ۱۴ مصاحبه با ۱۲ مشارکت‌کننده انجام گرفت. تمامی مشارکت‌کننده‌ها مرد بودند. میانگین سن مشارکت‌کنندگان $41 \pm 4/1$ سال بود. جوانترین آنها ۴۳ سال و مسن‌ترین آنها نیز ۵۶ سال سن داشتند. میانگین تجربه مدیریتی آنها سال بود. بیشتر آنها دارای تحصیلات دانشگاهی و دارای مدرک فوق لیسانس و دکترا بودند. جدول شماره (۳) مشخصات فردی و اجتماعی نمونه‌های پژوهش را نشان می‌دهد. همچنین جداول ۴، ۵ و ۶ نمونه‌هایی از کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۳: مشخصات مشخصات فردی و اجتماعی مشارکت‌کنندگان

کد	سمت	سن	تحصیلات	سابقه کار	مکان مصاحبه
۱	مدیر	۵۴	دکتر	۶	محل کار
۲	استاد دانشگاه	۴۳	فوق لیسانس	۴	محل کار
۳	مدیر	۴۶	فوق لیسانس	۲	محل کار
۴	مدیر	۵۳	دکتر	۷	محل کار
۵	استاد دانشگاه	۴۵	دکتر	۴	محل کار
۶	مدیر	۵۲	فوق لیسانس	۶	محل کار
۷	مدیر	۴۸	فوق لیسانس	۴	محل کار
۸	مدیر	۵۶	دکتر	۷	محل کار

کد	سمت	سن	تحصیلات	سابقه کار	مکان مصاحبه
۹	استاد دانشگاه	۴۸	فوق لیسانس	۲	محل کار
۱۰	مدیر	۵۰	دکتر	۶	محل کار
۱۱	استاد دانشگاه	۴۵	فوق لیسانس	۲	محل کار
۱۲	مدیر	۴۷	دکتر	۴	محل کار

جدول ۴: نمونه کدگذاری باز

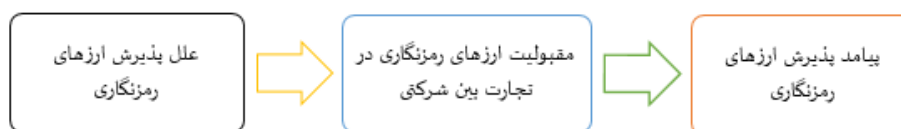
کدها	متن مصاحبه
انتقال رمزارز با کارمزد پایین	انتقال رمزارزها در کسری از ثانیه صورت می‌گیرد با کارمزدی بسیار پایین. این برای شرکت‌ها بسیار مهم است.
نبود واسطه در معامله	چون هویت فرستنده و گیرنده مشخص نیست و نهاد واسطه و ناظر هم وجود ندارد.
نبود محدودیت‌های موجود در سیستم سنتی	در حوزه صادرات که به دلیل محدودیت‌ها در انتقال ارز هم با مشکل مواجه هستیم می‌توانیم از این پتانسیل بسیار خوب استفاده کنیم.

جدول ۵: نمونه کدگذاری محوری

مفاهیم	کدها
کم بودن کارمزد	انتقال رمزارز با کارمزد پایین
حذف واسطه	نبود واسطه در معامله
فقدان محدودیت	نبود محدودیت‌های موجود در سیستم سنتی

جدول ۶: نمونه کدگذاری انتخابی

طبقه	مفاهیم
عوامل تسهیل‌گر	کم بودن کارمزد
	حذف واسطه
	فقدان محدودیت



شکل (۲): مدل تحقیق

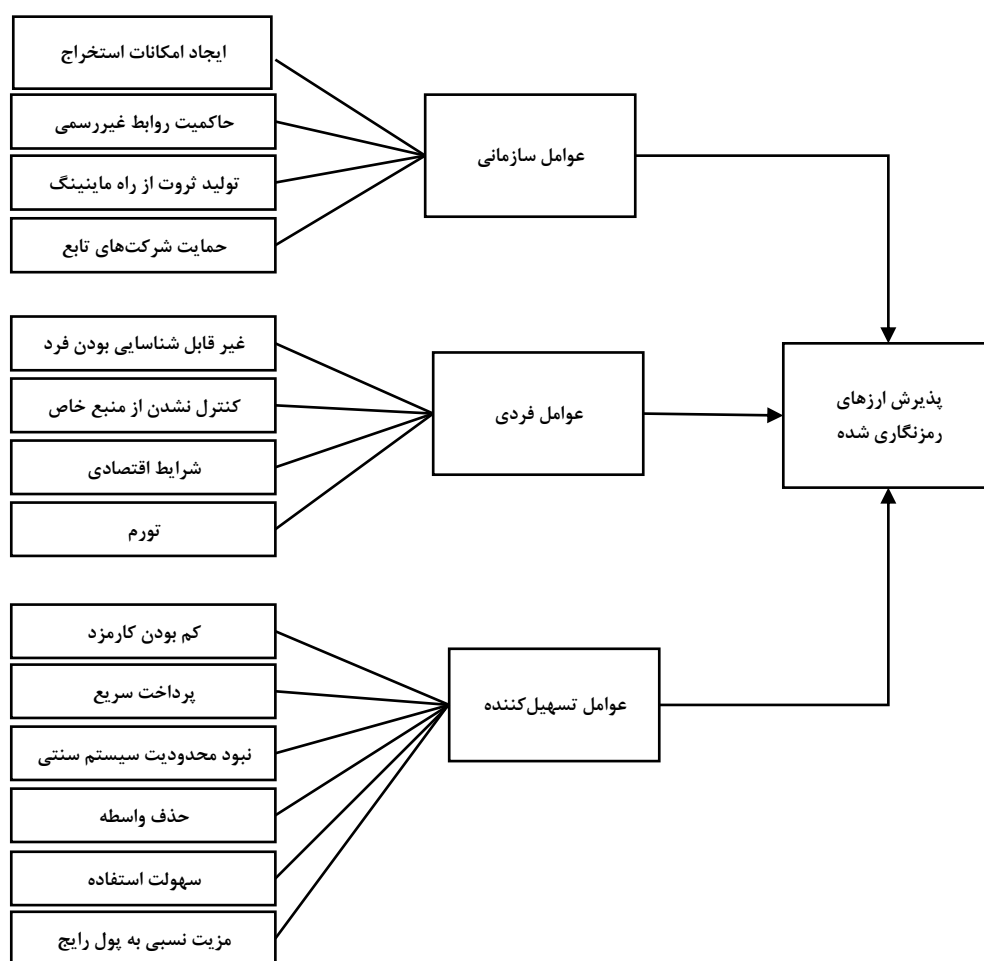
در این مدل، راهبردها به گونه‌ای تنظیم شده‌اند که در پذیرش ارزشهای رمزنگاری در تجارت بین شرکتی، واکنش درستی نسبت به شرایط علی، مداخله‌ای و زمینه‌ای داده شود، در این صورت، پیامدها که پس از اعمال راهبردها بدست می‌آیند، برون‌داد راهبردها محسوب می‌شوند. برای بهبود فرایند طبقه‌بندی کدها در قالب مقوله‌ها، از ابزار مقایسه‌های نظری اشتراوس و کوربین استفاده شد. مقوله‌هایی که در مراحل ابتدایی مورد تجزیه و تحلیل واقع شدند، دیدگاه‌ها، تفکرات و ایده‌هایی را در ذهن محقق ایجاد کردند که سئوالات و مصاحبه‌های بعدی را مطرح کند. با انجام این مصاحبه‌ها و تحلیل داده‌ها، محقق دیدگاه و درک عمیق‌تری در رابطه با تجربه‌ی مصاحبه‌ شونده‌گان به دست آورد. سپس بین مقوله‌ها و ویژگی‌های شناسایی شده در مرحله اولیه کدگذاری باز، حرکت رفت و برگشتی انجام شد. مفاهیم جدید که در مصاحبه‌های جدید شناسایی شدند به مقوله‌های شناسایی شده اضافه شدند تا زمانی که مقوله‌ها به حد اشباع تئوریک رسیده‌اند.

جدول ۷: علل پذیرش ارزشهای رمزنگاری در تجارت بین شرکتی

تم	مقوله اصلی	مقوله‌های فرعی	مفاهیم
پذیرش ارزشهای رمزنگاری در تجارت بین شرکتی	عوامل سازمانی	عوامل	ایجاد امکانات استخراج
			حاکمیت روابط غیررسمی
			تولید ثروت از راه ماینینگ
	عوامل فردی	عوامل فردی	حمایت شرکت‌های تابع
			غیر قابل شناسایی بودن فرد
			کنترل نشدن از منبع خاص
	عوامل تسهیل‌گر	عوامل تسهیل‌گر	شرایط اقتصادی
			تورم
			کم بودن کارمزد
			پرداخت سریع
			نبود محدودیت‌های موجود در سیستم سنتی
			حذف واسطه
			سهولت استفاده
			مزیت نسبی به پول رایج

بر اساس تحلیل محتوای مصاحبه‌ها، ۴۵۲ کد اولیه استخراج شد. کدهای اولیه بر اساس تشابه و تفاوت‌هایشان دسته‌بندی شدند و تعداد ۱۴ زیر طبقه شناسایی شد که با توجه به ماهیتشان و مقایسه مداوم آنها در ۳ طبقه اصلی قرار گرفتند و به صورت مفهومی نامگذاری شدند. پس از مشخص شدن مفاهیم با توجه به تجزیه و تحلیل داده‌ها، سه طبقه اصلی شامل «عوامل سازمانی»، «عوامل فردی» و «عوامل تسهیل‌گر» بدست آمد. جدول شماره

(۷). در این مطالعه پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها در طی سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی، مقوله «مقبولیت ارزش‌های رمزنگاری» بعنوان پدیده محوری در نظر گرفته شد. پدیده محوری در نظریه داده بنیاد، زمینه اصلی مطالعه بوده و حادثه یا اتفاق اصلی است که فرایند کنش‌ها و کنش‌های متقابل برای کنترل و اداره کردن آن، بدان معطوف است (کوریبن و اشتراوس، ۲۰۱۴).



شکل (۳): مدل نهایی تحقیق

نتایج حاصل از آنالیز داده‌ها و کدهای اولیه نشان داد که عوامل سازمانی یکی از عواملی است که نقش پررنگی در زمینه پذیرش رمزارزها دارد. این طبقه شامل زیرطبقه‌های ایجاد امکانات استخراج، حاکمیت روابط غیررسمی، ایجاد

تولید ثروت از راه ماینینگ و حمایت شرکت‌های تابع بود. در این زمینه نمونه‌ای از نقل قول مشارکت‌کنندگان ارائه می‌گردد. مشارکت‌کننده (P۱۰) اظهار داشت: «از سه طریق می‌توان در حوزه رمز ارزها سود کسب کرد استخراج ارز دیجیتال با ماینرها و راه دوم ترید یعنی خرید و فروش و سومی نگهداشتن این ارزها می‌باشد...». همچنین مشارکت‌کننده (P۱۲) اظهار داشت: «بحث دیجیتال بودن بزرگترین مزیت و حسن است اگر بادممان باشد زمانی بود که کسی از این کارت‌های الکترونیکی استفاده نمی‌کرد دستگاه‌های ATM وجود نداشت اما به مرور زمان به خاطر بحث‌های زیادی از قبیل محیط زیستی آلودگی پول فیزیکی و بحث‌های امنیتی شما یک پول بزرگی را را بتوانید نگهداری کنید بحث حمل‌ونقل هست پس دیجیتال شدن مزایای زیادی را ایجاد می‌کند با پیشرفت تکنولوژی دنیا داره به سمت دیجیتال شدن می‌رود...». یکی دیگر از مشاکت‌کنندگان (P۲) گفت: «اکثر کسانی هم که این ارزها را می‌خرند بیشتر برای سرمایه‌گذاری و سود دهی از نوسانات قیمتی و برخی شرکت‌های بزرگ هم برای تراکنش‌های مالی بین‌المللی است...» و یکی دیگر از آنها نیز (P۵) اظهار داشت: «برخی از کشورها به تریدرها و سرمایه‌گذاران آموزش می‌دهند می‌گن اگر این افراد رو آموزش بدیم برای کشور ما ارز آوری دارد برخی دیگر از کشورها هم بنا به ارز بری این موارد رو منع می‌کنند کشور ما با توجه به بحث تحریم استدلال این هست که ارزهای رمز نگاری می‌تواند سودآوری و ارزآوری برای کشور داشته باشد...». مرور متون و نتایج مطالعات در این زمینه نشان می‌دهد که استقبال از رمزارزها و استفاده از آن در معاملات جهانی رو به افزایش است (آریاس و همکاران، ۲۰۱۹؛ دی آلفونسو و همکاران، ۲۰۱۶؛ ووکه و همکاران، ۲۰۱۸). در این راستا نتایج مطالعه ووکه و همکاران (۲۰۱۸) بیان می‌کند که در سال جاری پول‌های رمزنگاری شده نظیر بیت‌کوین، محبوبیت بیشتری به دست آورده‌اند. سرمایه‌گذاران خصوصی ناشناس شاهد آن بودند که ارزش سرمایه آنها رشدی غیر منتظره و فوق‌العاده‌ای داشته است. چنانکه شاهدیم سایر پول‌های رمزنگاری شده نیز همین روند را در پیش دارند. ارزش کل بازاری ترکیب پول‌های رمزنگاری شده تا به امروز بیش از ۸۰۰ درصد افزایش یافته است. تعداد سرمایه‌گذاران برتری که بیت‌کوین و آلت‌کوین را به عنوان سرمایه‌گذاری بلندمدت و مشروع خود می‌پذیرند، مدام بیشتر می‌شود. این رویکرد سرمایه‌گذاران باعث می‌شود شرکت‌های تجارت الکترونیک هم تمایل بیشتری برای ورود به این عرصه داشته باشند (ووکه و همکاران، ۲۰۱۸). نتایج مطالعه دیگری نیز اشاره می‌کند که در پول رمزنگاری شده پرداخت‌ها نظیر به نظیر صورت می‌گیرد و هیچ واسطه‌ای در پرداخت وجود ندارد. به همین دلیل با این پول می‌توان به هر کسی در هر جای دنیا بدون وجود کارمزد نهاد واسط و با سرعت، وجه دلخواه خود را پرداخت نمود (نیان و همکاران، ۲۰۱۵).

همچنین نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها نشان داد که عوامل فردی نیز بعنوان یک عامل تاثیرگذار بر روی افراد در مورد پدیده پذیرش رمزارزها در تجارت می‌باشد. این طبقه خود شامل زیرطبقات غیرقابل شناسایی بودن فرد، کنترل نشدن از منبع خاص، شرایط اقتصادی و تورم بود. در این زمینه نمونه‌ای از نقل قول مشارکت‌کنندگان ارائه می‌گردد. مشارکت‌کننده (P۸) اظهار داشت: «چون صاحبان حساب غیرقابل شناسایی هستند کسی متوجه نمی‌شود این پولی که زده می‌شود مثلاً از کشور ایران به آلمان برای خرید کالای پزشکی هیچ دولت و ارگان نمی‌تونه جلوی این تراکنش را بگیرد و این برای کشور ما در حال حاضر یک فرصت است...» و یکی دیگر از مشارکت‌کنندگان

(P3) گفت: «به دلیل ماهیت رمزنگاری شده این پول و عدم شناسایی طرفین معامله، انگیزه برای انتقال بخشی از معاملات و نگهداری در آمد و ثروت توسط این سیستم وجود دارد...». همچنین یکی دیگر از مشارکت‌کنندگان (P6) اظهار داشت: «در برخی از کشورها که وضعیت اقتصادی مطلوب ندارند بیشتر به سمت ارز دیجیتال میان مثلا بیت‌کوین به عنوان ارز دیجیتال می‌روند و تمامی فرایندها به صورت غیر متمرکز عمل می‌کند شخص تاثیرگذار نیست یکسری از حکومت‌ها هم اصلا تمایل ندارند چون از سیاست‌های انقباضی و انبساطی برای تورم استفاده می‌کنند...» و دیگری هم (P4) بیان کرد: «در کشورهایی که ثبات اقتصادی ندارند بیشتر تمایل به این حوزه وجود دارد در کشوری که ثبات اقتصادی ندارد شرکت‌ها ارزش پولی خود را از دست می‌دهند اینها می‌توانند سرمایه را با ارز رمزنگاری نگهدارند که حداقل ارزش پول خود را با توجه به وضعیت دنیا حفظ می‌کند می‌تواند مفید باشد...». مرور متون و نتایج مطالعات در این زمینه بیانگر آنست که دلیل استقبال افراد از رمزارزها، عدم شناسایی اطلاعات فردی، فاش نشدن میزان سرمایه آنها و عدم محدودیت در انتقال پول می‌باشد (دافیلد و همکاران، ۲۰۱۴؛ لی، ۲۰۱۹؛ لی و وانگ، ۲۰۱۹). درحقیقت افزایش سرسام‌آور نرخ تورم در سال‌های اخیر موجب شده است، بسیاری از مردم برای حفظ ارزش پول‌شان سراغ یکی از بازارهای ارز، سکه، خودرو و بورس بروند (صادقی و همکاران، ۲۰۱۹). اما از طرفی نتایج مطالعه جوئل و همکاران بیان می‌کند که عدم شناسایی هویت و تطابق مشخصات کاربری مالکان این پول‌ها با هویت حقیقی آنها می‌تواند هم جزو معایب باشد هم مزایا. درواقع صاحبان این پول‌ها نه بینام که گمنام هستند و از این‌رو زمینه ارتکاب تخلفات و جرائم برای آنها ساده‌تر است. گرچه امکان رهگیری تراکنش‌ها و شناسایی ردپای یک کاربر در این شبکه‌ها وجود دارد اما سیاست‌گذاری بر شفافیت و تعقیب چنین امری پایه‌ریزی نشده است (جوئل و همکاران، ۲۰۲۰). نتایج مطالعه ایزدی و همکاران نیز به این نکته اشاره دارد که تراکنش‌های مالی رمزارزها بر روی کیف پول دیجیتال نامعلوم بوده و تنها به صورت سوابقی از اعداد، حروف و علامت‌های نامعلوم قابل مشاهده است که امکان شناسایی هویت اشخاص و تراکنش‌های آنها غیر قابل پیگیری است. بنابراین آنها نتیجه گرفتند که با وجود ویژگی‌های مثبت رمزارزهای جهانی نظیر دور زدن تحریم‌های ظالمانه، کاهش بوروکراسی، پیاده‌سازی دولت الکترونیک و جایگزینی به عنوان ارز بین‌المللی در مبادلات، به نظر می‌رسد استفاده از رمزارزها موجب افزایش سرعت و تسهیل ارتکاب جرائمی چون کلاهبرداری و پولشویی شود (ایزدی و ارزانیان، ۲۰۱۹).

در نهایت نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها طبقه عوامل تسهیل‌گر را نیز آشکار کرد که می‌تواند عامل مهمی در مقبولیت رمز ارزها در جامعه داشته باشد. این طبقه شامل زیرطبقات کم بودن کارمزد، پرداخت سریع، نبود محدودیت‌های موجود در سیستم سنتی، حذف واسطه، سهولت استفاده و مزیت نسبی به پول رایج بود. در این راستا نمونه‌هایی از نقل قول‌های مشارکت‌کنندگان ارایه می‌گردد. مشارکت‌کننده (P1) اظهار داشت: «در ایران کلی هزینه جهت چاپ پول فیزیکی نیاز هست جهت نگهداری و نوسازی این پول‌ها کلی هزینه باید مصرف بشه در حالی که رمز ارزها هیچ وقت کهنه نمیشن و یا از بین نمیرن...». همچنین یکی دیگر از مشارکت‌کنندگان (P7) گفت: «در سطح جهانی تمایل به این ارزها به دلیل پرداخت با هزینه پایین هست نسبت به انتقال پول با سیستم بانکی و در رمز ارزها همچنین سرعت انتقال بسیار بالاتر از سیستم بانکی می‌باشد بنابراین بستر که فراهم می‌کنند

بستر مناسب هست نقاطی که باعث تقویت استفاده از این ارزشها می‌باشد در بین پرداخت‌های شرکتی سرعت، هزینه کمتر و نبودن محدودیت زمانی در پرداخت نیست...». بعلاوه یکی دیگر از مشارکت‌کنندگان (P8) بیان کرد: «این ارزشها بدون واسطه به دسته صاحبان خود می‌رسد و سیستم بانکی و دولتی این وسط وجود ندارد که برای سرمایه‌گذار حسن محسوب میشه. به سرعت تراکنش خود را انجام می‌دهند در کسری از ثانیه صورت می‌گیرد هزاران میلیارد از یک نقطه دنیا به نقطه‌ای دیگر می‌رود زیر یک دقیقه که برای سرمایه‌گذار و فروشنده هر دو مزیت بزرگی است مزیت دیگر هزینه بسیار کمی برای نقل و انتقال پرداخت می‌شود ماه گذشته بالغ بر ۶۵۰ میلیون دلار با یک دلار هزینه تراکنش انجام شد این هزینه کم برای سرمایه‌گذاران مزیت هستش...»

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 تسهیل‌کننده 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 به دنبال دارد (هربرت و لیچفیلد، ۲۰۱۵؛ هوانگ و همکاران، ۲۰۱۷). نتایج مطالعه کومار و همکاران بیان می‌کند که تجارت الکترونیک در حال تغییر دادن شکل رقابت، سرعت اقدامات، جریان تعاملات، محصولات و پرداخت توسط مشتریان به شرکتها و از شرکتها به تامین‌کنندگان می‌باشد. تجارت الکترونیک شیوه انجام فعالیت‌های بازرگانی را تغییر می‌دهد که با پیدایش اینترنت به سرعت رو به پیشرفت و گسترش نهاده است (کومار و همکاران، ۲۰۲۱). بعلاوه نتایج مطالعه سادیک و همکاران به این نکته اشاره می‌کند که در تجارت الکترونیک، اطلاعات و خدمات به کمک شبکه‌های کامپیوتری خرید و فروش و یا تبادل می‌شود و استفاده از تجارت الکترونیک مزایای فراوانی دارد. بعنوان مثال در سطح خرد اقتصادی، استفاده از تجارت الکترونیک، صرفه‌جویی در هزینه، کاهش هزینه مبادلاتی، افزایش کارایی، تغییر فرآیندهای مدیریت و تاسیس بنگاه‌های اقتصادی، کاهش هزینه کاوش، دسترسی بیشتر و راحت‌تر به اطلاعات، تعدیل قدرت بین تولیدکننده و مصرف‌کننده، کاهش محدودیت ورود به بازار، افزایش رقابت و کاهش سود انحصاری را به دنبال خواهد داشت؛ بعلاوه رشد تجارت، فروش، درآمد و سرمایه‌گذاری نیز افزایش می‌یابد (سادیک و همکاران، ۲۰۲۰). نتایج مطالعه بونجاکو و همکاران نیز به این نکته اشاره می‌کند که پیش‌بینی آینده ارزشهای رمزنگاری شده آسان نیست، زیرا کارهای زیادی باید انجام شود به ویژه در زمینه مقررات رسمی. با این حال، بانکها و سایر موسسات مالی باید ارزشهای رمزنگاری شده را بعنوان جایگزینی برای معاملات مالی در آینده در نظر بگیرند (بونجاکو و همکاران، ۲۰۱۷).

نتایج مطالعه حاضر نشان داد که پیامدهای پذیرش ارزشهای رمزنگاری در تجارت 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 این‌رو، 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. از طرف دیگر افزایش تولید و سودآوری ناشی از ورود به بازار رمزارزها و بکارگیری آنها می‌تواند جو سازمانی مثبتی در کارکنان بوجود آورد و انگیزه کاری و تعهد سازمانی پرسنل را تقویت نماید. در این راستا مدیران شرکت‌ها باید از این بازار نو بنیاد و رو به پیشرفت باید بعنوان یک فرصت طلایی در جهت ارتقای منابع و سرمایه سازمانی استفاده کرده و بسترهای جدیدی برای عملکرد خلاقانه و نوآوری‌های مدیریتی فراهم نمایند.

جدول ۸: پیامد پذیرش ارزشهای رمزنگاری در تجارت بین شرکتی

مفاهیم	مقوله‌های فرعی	مقوله اصلی
سود بالا	افزایش سود مادی	پیامد پذیرش ارزشهای رمزنگاری در تجارت بین شرکتی
هزینه کم		
کوچک شدن ساختار شرکتی		
رفع مشکل موجود	جو سازمانی و پیامدهای سازمانی مثبت (عملکرد و بهره‌وری بیشتر)	
تصویر اجتماعی بهتر		
رفتار در چارچوب آیین نامه اخلاقی		
افزایش اعتماد عمومی		
عملکرد بهتر		

نتیجه‌گیری

پذیرش فناوری‌های جدید مساله چندان ساده‌ای نیست و همانگونه که در تئوری‌های مختلف مانند تئوری اشاعه نوآوری و مدل پذیرش فناوری مورد اشاره قرار گرفته است، پذیرش یک فناوری نوین همواره با مقاومت‌هایی همراه است. این مساله در رابطه با ارزشهای رمزنگاری شده-بعنوان یک فناوری مالی جدید- نیز صادق است؛ به شکلی که افراد و سازمان‌ها نسبت به پذیرش و استفاده از چنین ارزشهایی در اغلب موارد دچار تردید می‌شوند. عدم اقبال نسبت به فناوری‌های جدید مالی در کشورهای در حال توسعه بیشتر مشاهده می‌شود. از سوی دیگر، ماهیت ارزشهای رمزنگاری شده که صاحب و مالک آن مشخص نیست باعث تشدید تردیدها در پذیرش چنین ارزشهایی می‌شود. با این وجود، مزایای ارزشهای دیجیتال جهت تسهیل فرایندهای تجاری و مالی به قدری زیاد بوده است که فاصله کوتاهی از ظهور این ارزشها، بسیاری از افراد، سازمان‌ها و همچنین دولت‌ها استفاده از این ارزشها را در دستور کار قرار داده‌اند. نتایج این مطالعه نشان داد که روند پذیرش رمز ارزها در میان جوامع و تجارت جهانی بطور فزاینده‌ای رو به گسترش می‌باشد و در این میان عوامل متعددی وجود دارند که نقش مهم و تاثیرگذاری بر میزان پذیرش رمز ارزها در تجارت بین‌المللی و معاملات بازرگانی دارند. بنابراین علایم و نشانه‌های اقبال عمومی و مقبولیت رمزارزها بدلیل مزایای فراوان آنها، هر روز بیشتر از پیش آشکار می‌گردد. از طرفی دیگر با توجه به پیشرفت تکنولوژی و ارتباطات جهانی، استفاده از رمز ارزها بعنوان یک ارز بین‌المللی، تجارت و فعالیت‌های اقتصادی را آسان‌تر و سریع‌تر نموده است. ماهیت غیردولتی ارزشهای دیجیتال باعث شده است که بسیاری از

محدودیت‌های نظام دیوان‌سالاری از فرایندهای تجارت بین شرکتی برداشته شود و همین امر عامل مهمی در پذیرش ارزشهای رمزنگاری شده بوده است. انتقال رمزارز با کارمزد پایین، نبود واسطه در معامله و همچنین نبود محدودیت‌های موجود در سیستم سنتی از عوامل مهمی هستند که پذیرش ارزشهای رمزنگاری شده در تجارت بین شرکتی را تسریع نموده است. تجربه کمتر از یک دهه‌ای کاربرد این ارزها توسط شرکت‌های مختلف نیز نشان می‌دهد که بکارگیری رمزارزها به شکل قابل ملاحظه‌ای باعث تسهیل فرایندهای تجاری شده است. تسریع فرایندهای تجاری بین شرکتی و عدم تاثیر عوامل مداخله‌گر بیرونی-بعنوان مثال تحریم- از جمله نقاط مثبت استفاده از ارزشهای رمزنگاری شده در تجارت بین شرکتی به شمار می‌آید. یکی از ابعاد عصر اطلاعات، تغییرات عمیقی است که در روابط اقتصادی بین افراد، شرکت‌ها و دولت‌ها به وجود آمده، به طوری که پدیده‌ی جدیدی به نام کسب‌وکار الکترونیک و تجارت الکترونیک را مطرح ساخته و بسیاری از مفاهیم، اصول و تئوری‌های اقتصادی را دگرگون کرده است؛ تاجایی که واژه اقتصاد مبتنی بر اینترنت کم‌کم جایگزین واژه اقتصاد سنتی شده است. اینترنت عرصه نوینی را برای نشر، تبادل و ارائه اطلاعات، فراروی بشر قرار داده است که از بسیاری جهات یک انقلاب عمیق محسوب می‌شود. یکی از ویژگی‌های مهم استفاده از این فناوری، روان‌سازی روش‌های فعالیت و در نتیجه کاهش هزینه‌ها است. بدون تردید، بهره‌گیری خردمندانه از فناوری تجارت الکترونیک می‌تواند ما را در بهبود کارایی تجاری و حضور فعال‌تر در عرصه تجارت جهانی یاری داده و به تقویت جایگاه کشور در بازارهای منطقه‌ای و جهانی کمک کند. تحقیق حاضر، همچون هر تحقیق علمی دیگر با محدودیت‌هایی روبه‌رو بود. مانند سایر تحقیقات مبتنی بر نظریه داده بنیاد، یافته‌های این مطالعه با اتکا به دیدگاه و تجربیات افراد خبره نسبتاً محدود (۱۲ نفر) حاصل شده و این امر می‌تواند تعمیم‌پذیری یافته‌های تحقیق را با محدودیت مواجه کند. بنابراین پیشنهاد می‌گردد که در مطالعات بعدی، این موارد نیز در نظر گرفته شود. همچنین همزمان بودن دوران شیوع کرونا با مطالعه ما و وجود محدودیت‌های ناشی از آن احتمالاً می‌توانست اثرات منفی بر جمع‌آوری داده‌ها داشته باشد که جزو محدودیت‌های این مطالعه محسوب می‌گردد. در نهایت با توجه به یافته‌های کلی این مطالعه می‌توان ادعا کرد که پذیرش رمزارزها در تجارت بین موسسات مالی و شرکت‌ها یک پدیده اجتناب‌ناپذیر بوده، لذا مدیران و مسئولین دولتی و بنگاه‌های اقتصادی می‌توانند استفاده از این رمزارزها را قانونمند کرده و بر بستر قانون اساسی کشور آن را نظام‌مند نمایند تا افراد و شرکت‌ها بتوانند بدون هیچ محدودیت و موانع قانونی از آنها استفاده نموده و در جهت افزایش تولیدات داخلی و ارزآوری بیشتر، از این تکنولوژی استفاده بهینه نمایند.

تشکر و قدردانی

این مقاله حاصل بخشی از رساله دکترای مدیریت بازرگانی مصوب دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز می‌باشد. بدینوسیله از تمامی مدیران و اساتیدی که در انجام این پژوهش مشارکت داشتند، تشکر و قدردانی می‌گردد.

منابع فارسی

- * ایزدی، ز.، و ارزانیان، ن. (۱۳۹۸)، پیشگیری از پولشویی و جرایم کلاهبرداری در ارزهای دیجیتال جهانی رویکرد پیشگیری از جرم، (۱)۲، ۳۷-۵۶.
- * آقامحمدی، احمد؛ فریدون اوحدی، محسن صیقلی، بهمن بنی مهد. 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.
- * رحمانی خلیلی، علی؛ فلاح، میرفیض؛ غلامی جمکرانی، رضا؛ جهانگیرنیا، حسین (۱۴۰۱)، طراحی و اعتبارسنجی الگوی بکارگیری فناوری بلاک‌چین و ارزهای رمزنگاری شده در شرایط تحریم جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه جامعه‌شناسی سیاسی ایران، دوره: ۵، شماره: ۱۰.
- * رحیمی، ف.، و شریفیان، س. (۱۳۹۹)، وضعیت حقوقی ارزهای دیجیتال در سیستم‌های ملی و بین‌المللی حقوق قراردادها و فناوری‌های نوین، (۱)۱، ۱-۲۲.
- * سیدی، س.، درودی، ع. (۱۳۹۹)، طرح حفظ مشتری (مطالعه موردی برای یک شرکت مشاوره شغلی و کاریابی در دو زمینه خدمات B2B و B2C). مجله رویکردهای نوین پژوهشی در مدیریت و حسابداری، ۴ (۴۶)، ۳۷-۵۲.
- * صادقی نشاط، ع.، و باقری نیا، ح. (۱۳۹۸)، گسترش اعتبار اسنادی الکترونیکی در تجارت بین‌المللی: چالش‌ها و راه‌حل‌ها. بررسی حقوق تطبیقی، ۱۰ (۲)، ۵۲۷-۵۴۶.
- * قاسمی، ناصر (۱۴۰۰). فرصت‌ها و تهدیدات ارزهای دیجیتال؛ مطالعه موردی کشورهای منتخب شرق آسیا. سیاست جهانی، ۳۴، ۱۸۵-۲۱۸.
- * مددی، مهدی؛ قائمی خرق، محسن؛ شفیعی، قاسم. (۱۴۰۰). جستار فقهی حقوقی در مسئله قانونمندی‌سازی «ارزهای رمزنگاری شده». مجلس و راهبرد ۱۰۵. ۳۰۳-۳۳۴.
- * Allen, Franklin; Gu, Xian; Jagtiani, Julapa. (2022), Fintech, Cryptocurrencies, and CBDC: Financial Structural Transformation in China, *Journal of International Money and Finance, Volume 124*, June 2022, 102625
- * 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.
- * Bunjaku, F., Gjorgieva-Trajkovska, O., & Miteva-Kacarski, E. (2017). Cryptocurrencies—advantages and disadvantages. *Journal of Economics*, 2(1), 31-39.
- * Bouri, E., Shahzad, S. J. H., & Roubaud, D. (2019). Co-explosivity in the cryptocurrency market. *Finance Research Letters*, 29, 178-183.
- * Carson, B., Romanelli, G., Walsh, P., & Zhumaev, A. (2018). Blockchain beyond the hype: What is the strategic business value. *McKinsey & Company*, 1-13.
- * Cartwright, S., Liu, H., & Raddats, C. (2021). Strategic use of social media within business-to-business (B2B) marketing: A systematic literature review. *Industrial Marketing Management*, 97, 35-58.
- * Corbin, J., & Strauss, A. (2014). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for*

- developing grounded theory: Sage publications.
- * Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*: Sage publications.
 - * D'Alfonso, A., Langer, P., & Vandelis, Z. (2016). *The future of cryptocurrency*. Ryerson university, 1-25.
 - * Danaeefard, H., Alvani, M., & Azar, A. (2011). *Qualitative research methodology in management: A comprehensive approach*: Tehran: Eshraghi Press.
 - * Deloitte. (2015). *State-Sponsored Cryptocurrency: Adapting the Best of Bitcoin's Innovation to the Payments Ecosystem.*: Deloitte.
 - * Duffield, E., & Hagan, K. (2014). *Darkcoin: Peertopeer cryptocurrency with anonymous blockchain transactions and an improved proofofwork system*. bitpaper. info.
 - * Elo, S., Kääriäinen, M., Kanste, O., Pölkki, T., Utriainen, K., & Kyngäs, H. (2014). *Qualitative content analysis: A focus on trustworthiness*. SAGE open, 4(1), 2158244014522633.
 - * Exton, J., & Doidge, F. (2018). *Cracking the code on cryptocurrency*: ING.
 - * Ghaderi, H., Rezaei Dolatabadi, H., Ansari, A. (2022). *The impact of external social capital on export performance considering the mediating effect of dynamic capabilities*. Journal of International Business Administration, 5(1), 1-26.
 - * Gizzi, M. C., & Rädiker, S. (2021). *The Practice of Qualitative Data Analysis: Research Examples Using MAXQDA: BoD-Books on Demand*.
 - * Goel, S., & Mittal, H. (2020). *Economic, legal and financial perspectives on cryptocurrencies: a review on cryptocurrency growth, opportunities and future prospects*. World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development, 16(6), 611-623.
 - * Herbert, J., & Litchfield, A. (2015). *A novel method for decentralised peer-to-peer software license validation using cryptocurrency blockchain technology*. Paper presented at the Proceedings of the 38th Australasian computer science conference (ACSC 2015).
 - * Holub, M., & Johnson, J. (2018). *Bitcoin research across disciplines*. The information society, (2) 34, 126-114.
 - * Huang, Z., Su, X., Zhang, Y., Shi, C., Zhang, H., & Xie, L. (2017). *A decentralized solution for IoT data trusted exchange based-on blockchain*. Paper presented at the 2017 3rd IEEE International Conference on Computer and Communications (ICCC).
 - * Izadi, Z., & Arzani, N. (2019). *Prevention of Money Laundering and Fraud Crimes in the Global cryptocurrency*. Crime Prevention Approach, 2(1), 37-56.
 - * Judmayer, A., Stifter, N., Krombholz, K., & Weippl, E. (2017). *Blocks and chains: introduction to bitcoin, cryptocurrencies, and their consensus mechanisms*. Synthesis Lectures on Information Security, Privacy, & Trust, 9(1), 1-123.
 - * Khan, S. N. (2014). *Qualitative research method: Grounded theory*. International Journal of Business and Management, 9(11)224-233.
 - * Kumar, S., Lim, W. M., Pandey, N., & Westland, J. C. (2021). *20 years of Electronic Commerce Research*. Electronic Commerce Research, 21(1), 1-40.
 - * Lee, J.-H. (2019). *Rise of anonymous cryptocurrencies: Brief introduction*. IEEE Consumer

Electronics Magazine, 8(5), 20-25.

- * Li, Y., & Wang, C.-C. (2019). Cryptocurrency, Imperfect Information, and Fraud.
- * Natarajan, H., Krause, S., & Gradstein, H. (2017). Distributed ledger technology and blockchain.
- * Nian, L. P., & Chuen, D. L. K. (2015). A light touch of regulation for virtual currencies. In Handbook of Digital Currency (pp. 309-326): Elsevier.
- * Rahimi, F., & Sharifian, S. (2020). The Legal Status of the Cryptocurrencies in the National and International Systems. *Contracts and New Technologies Law*, 1(1), 22-1.
- * Sadeeq, M., Abdulla, A. I., Abdulraheem, A. S., & Ageed, Z. S. (2020). Impact of electronic commerce on enterprise business. *Technol. Rep. Kansai Univ*, 62(5), 2365-2378.
- * Sadeghi Neshat, A., & Bagherinia, H. (2019). The Expansion of Electronic Letters of Credit in International Trade: Challenges and Solutions. *Comparative Law Review*, 10(2), 527-546.
- * Schatsky, D., & Muraskin, C. (2015). Beyond Bitcoin: Blockchain is coming to disrupt your industry. *Deloitte Insights*.
- * Seyyedi, S., Doroudi, A (2020). Customer retention plan (a case study for a job counseling and job search company in two contexts of B2C and B2B services). *Journal of New Research Approaches in Management and Accounting*, 4 (46), 37-52.
- * Shorman, S. M., Allaymounq, M & ,Hamid, O. (2019). Developing the E-commerce model a consumer to consumer using blockchain network technique. *International Journal of Managing Information Technology (IJMIT) Vol*, 11.
- * Tiwary, N. K., Kumar, R. K., Sarraf, S., Kumar, P., & Rana, N. P. (2021). Impact assessment of social media usage in B2B marketing: A review of the literature and a way forward. *Journal of Business Research*, 131, 121-139.
- * Turner, A., & Irwin, A. S. M. (2018). Bitcoin transactions: a digital discovery of illicit activity on the blockchain. *Journal of Financial Crime*.
- * Wątopek, 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.
- * Wells, D. R. (2017). *The Federal Reserve System: A History*: McFarland.
- * Wokke, J., & Rodenrijs, N. (2018). Will social media make or break the acceptance in new technology?: A quantitative study of consumer acceptance in cryptocurrency.

Model of the process of accepting cryptocurrencies in intercompany trade in Iran

Maziar Fekri

PhD Student in Business Management, Department of Management, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran

Samad Alii

Department of Business Management, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran.

Morteza Mahmoodzadeh

Department of Management, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran.

Hakimeh Niki Sfahlan

Business Management, Hadishahr Branch, Islamic Azad University, Hadishahr, Iran.

Abstract

One of the important tools in banking and e-commerce field is electronic money and virtual money, which as a new monetary variable affects the money market and ultimately monetary policy. This study was conducted to determine the model of the process of accepting cryptocurrencies in intercompany trade in Iran. The present study is a qualitative study of data foundation theory that was conducted on 12 managers of commercial companies and university professors. Data collection tools were semi-structured and structured in-depth interviews. Data analysis was performed using the grounded theory approach and three steps of open, axial and selective coding were performed. Based on the content analysis three main categories of causal factors including organizational factors, individual factors and facilitating factors were obtained. Consequents included classes of material gain, organizational climate, and positive organizational consequences. The results showed that the process of acceptance of cryptocurrencies among communities and global trade is increasingly expanding, and there are several factors that play an important role and influence on the acceptance of cryptocurrencies in international trade and trade. Therefore, the signs and symptoms of public success and acceptance of cryptocurrencies due to their many benefits are becoming more apparent every day.

Keywords: Cryptocurrency, Electronic commerce, Trading Company, Qualitative study, Grounded theory, Iran.

