

تأثیر پذیرش کیف پول‌های دیجیتال بر رفتار مالی مصرف‌کنندگان: تحلیل نقش میانجی اعتماد و ریسک ادراک شده

نوع مقاله: پژوهشی

وحید دالوند^۱

میلاذ هوشمند چایجانی^۲

نرگس هزاری^۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۱/۳۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۱۰/۲۸

چکیده

در سال‌های اخیر، گسترش فناوری‌های مالی دیجیتال موجب تحول در شیوه انجام تراکنش‌ها و تغییر الگوهای رفتار مالی مصرف‌کنندگان شده است. کیف پول‌های دیجیتال به عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای پرداخت نوین، با فراهم کردن سهولت استفاده، سرعت بالاتر و کاهش وابستگی به پول نقد، نقش فزاینده‌ای در تصمیمات مالی کاربران ایفا می‌کنند. با این حال، پذیرش این ابزارها صرفاً یک فرایند فناورانه نیست، بلکه تحت تأثیر ادراک کاربران از اعتماد و ریسک‌های مرتبط با استفاده از این خدمات قرار دارد. از این رو، تبیین نقش اعتماد و ریسک ادراک‌شده در کنار پذیرش کیف پول‌های دیجیتال، برای درک بهتر رفتار مالی مصرف‌کنندگان ضروری به نظر می‌رسد. هدف این پژوهش بررسی تأثیرپذیرش کیف پول‌های دیجیتال بر رفتار مالی مصرف‌کنندگان با تأکید بر نقش میانجی اعتماد و ریسک ادراک‌شده است. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری شامل کاربران فعال کیف پول‌های دیجیتال در ایران است که حداقل سه ماه از این خدمات استفاده کرده‌اند. داده‌ها از طریق پرسش‌نامه استاندارد و به صورت آنلاین و از طریق بسترهای مالی و وبسایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی مرتبط با خدمات پرداخت دیجیتال گردآوری شد و با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری در نرم‌افزار اسمارت پی ال اس تحلیل گردید. نتایج نشان داد پذیرش کیف پول دیجیتال تأثیر مستقیم و معناداری بر اعتماد و ریسک ادراک‌شده دارد و هر دو متغیر نیز به طور مستقیم بر رفتار مالی کاربران اثرگذارند. همچنین، نقش میانجی ریسک ادراک‌شده در اثرگذاری پذیرش کیف پول دیجیتال بر رفتار مالی تأیید شد، درحالی‌که نقش میانجی اعتماد ادراک‌شده مورد تأیید قرار نگرفته است.

واژه‌های کلیدی: ریسک ادراک شده، اعتماد، رفتار مالی، کیف پول دیجیتال

طبقه‌بندی JEL: P40، K29، D81

۱ دانشجوی دکتری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه گیلان، رشت، ایران (نویسنده مسئول)

vahiddal13@webmail.guilan.ac.ir

۲ استادیار، گروه مدیریت دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه گیلان، رشت، ایران

miladhooshmand@guilan.ac.ir

۳ دانشجوی دکتری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه گیلان، رشت، ایران

Nargeshazari@msc.guilan.ac.ir

مقدمه

در سال‌های اخیر، فناوری‌های نوین مالی منجر به تغییرات قابل‌توجهی در رفتار مالی مصرف‌کنندگان شده‌اند. پذیرش کیف پول‌های دیجیتال، مانند پی‌تم^۱، کیف پول گوگل^۲، پرداخت اپل^۳، پی‌پال^۴ و تراست والت^۵ و... با فراهم‌آوردن سهولت دسترسی، مدیریت مالی بهتر و افزایش امنیت، به‌عنوان ابزاری کلیدی در اقتصاد دیجیتال شناخته می‌شوند. اهمیت این ابزارها از آنجا ناشی می‌شود که رفتار مالی افراد، همواره تحت‌تأثیر سهولت دسترسی، اعتماد و ریسک ادراک‌شده قرار دارد و پذیرش موفق فناوری‌های مالی مستلزم اقدامات گسترده‌ای در زمینه امنیت داده‌ها، ارتقای سواد مالی و ایجاد زیرساخت‌های حمایتی است (جلال‌زاده و همکاران، ۱۴۰۲).

متغیر وابسته در این پژوهش، رفتار مالی مصرف‌کنندگان است که تحت‌تأثیر پذیرش کیف پول‌های دیجیتال قرار دارد. اعتماد کاربران، شاخصی کلیدی برای پذیرش این فناوری‌ها محسوب می‌شود و می‌تواند از طریق کاهش ریسک ادراک‌شده، فرایندپذیرش را تسهیل کند. به بیان دیگر، اعتماد نقش میانجی مستقیم در رابطه بین پذیرش کیف پول‌های دیجیتال و رفتار مالی مصرف‌کنندگان ایفا می‌کند.

تئوری‌های مختلفی برای تحلیل‌پذیرش فناوری ارائه شده‌اند. بر اساس تئوری رفتار منطقی، نگرش و هنجار ذهنی بر تمایل رفتاری اثر می‌گذارند و دریافت سودمندی و آسانی استفاده بر نگرش فرد تأثیر می‌گذارد. مدل پذیرش فناوری^۶ (TAM) نیز با تمرکز بر قابلیت استفاده و فایده قابل‌درک، به پیش‌بینی رفتار کاربران در پذیرش فناوری‌های جدید کمک می‌کند (دیویس^۷، ۱۹۸۹).

مدل^۸ UTAUT تئوری یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری با ترکیب هشت مدل پیشین، عوامل اصلی مؤثر بر پذیرش و استفاده از فناوری را شامل انتظار عملکرد، انتظار تلاش، نفوذ اجتماعی و شرایط تسهیل‌کننده شناسایی کرده و متغیرهای سن، جنس، تجربه و اختیار انتخاب را به‌عنوان اثرگذار مستقیم یا غیرمستقیم بر تمایل رفتاری در نظر گرفته است (ونکاتش و همکاران^۹، ۲۰۱۲).

تئوری اعتماد فناوری^{۱۰} نیز تأکید دارد که اعتماد کاربران به فناوری، نقش قابل‌توجهی در پذیرش و استفاده از آن دارد و ابعاد مختلف اعتماد شامل تعریف، عوامل مؤثر و پیامدهای آن قابل‌بررسی هستند (ونکاتش و همکاران، ۲۰۰۳).

باتوجه به بررسی پیشینه پژوهش، بسیاری از مطالعات تغییرات رفتار مالی مصرف‌کنندگان با ظهور کیف پول‌های دیجیتال را تحلیل کرده‌اند و برخی دیگر به نقش اعتماد و ریسک

1 Paytm

2 Google Wallet

3 Apple Pay

4 PayPal

5 Trust Wallet

6 TAM: (Technology Acceptance Model)

7 Davis, F. D.

8 UTAUT: (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology)

9 Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D.

۱۰ تئوری اعتماد فناوری (Technology Trust Theory): نظریه‌ای که نقش اعتماد کاربران به فناوری را در پذیرش و استفاده از سیستم‌های اطلاعاتی تحلیل می‌کند

ادراک شده به صورت مجزا پرداخته اند. با این حال، پژوهش های جامع که رابطه میان کیف پول دیجیتال، اعتماد، ریسک ادراک شده و رفتار مالی مصرف کنندگان را به صورت یکپارچه بررسی کنند، محدود هستند.

هدف این مقاله تحلیل تأثیر پذیرش کیف پول های دیجیتال بر رفتار مالی مصرف کنندگان با تمرکز بر نقش حیاتی اعتماد و ریسک ادراک شده است. مطالعه حاضر به دنبال پاسخ به سؤال اصلی است که:

آیا پذیرش کیف پول های دیجیتال، از طریق اعتماد و کاهش ریسک ادراک شده، رفتار مالی مصرف کنندگان را تحت تأثیر قرار می دهد؟

در همین راستا، مطالعه حاضر قصد دارد:

۱. تغییرات رفتار های مالی مصرف کنندگان را در رابطه با کیف پول های دیجیتال تحلیل کند.
۲. عوامل مؤثر بر تسریع یا محدودیت پذیرش کیف پول های دیجیتال را شناسایی نماید.

۱. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۱-۱. کیف پول های دیجیتال به عنوان فناوری مالی نوین

در سال های اخیر، گسترش فناوری های مالی دیجیتال، به ویژه کیف پول های دیجیتال، نقش مهمی در تحول نظام های پرداخت و رفتار های مالی مصرف کنندگان ایفا کرده است. کیف پول های دیجیتال به عنوان ابزار هایی نرم افزاری، امکان نگهداری، مدیریت و انتقال وجوه را بدون نیاز به پول نقد یا ابزار های فیزیکی فراهم می کنند و به همین دلیل به یکی از اجزای کلیدی اقتصاد دیجیتال تبدیل شده اند (اگوستین و همکاران^۱، ۲۰۲۳).

در بستر اقتصاد دیجیتال، کیف پول های دیجیتال نه تنها فرایند انجام تراکنش های مالی را تسهیل کرده اند، بلکه با کاهش موانع دسترسی به خدمات مالی، به کاهش شکاف های مالی و تسهیل پرداخت های فرامرزی نیز کمک کرده اند. پژوهش ها نشان می دهد که عوامل متعددی بر پذیرش و استفاده از کیف پول های دیجیتال اثرگذار هستند؛ از جمله نگرش مصرف کنندگان نسبت به این ابزار ها، ادراک آن ها از مزایا و مخاطرات احتمالی، میزان سهولت استفاده و قابلیت اطمینان خدمات ارائه شده (احمدخان و زین عابدین^۲، ۲۰۲۳). این عوامل در مجموع می توانند منجر به تغییرات معنادار در الگوهای رفتار مالی مصرف کنندگان شوند.

در کنار مزایای کاربردی، مسئله امنیت یکی از مهم ترین دغدغه های کاربران کیف پول های دیجیتال به شمار می رود. هزینه های استفاده و نگهداری، سرعت و سهولت دسترسی، پشتیبانی از انواع مختلف دارایی های دیجیتال، و سازگاری با سیستم عامل های گوناگون از دیگر معیار هایی هستند که در انتخاب کیف پول دیجیتال مورد توجه مصرف کنندگان قرار می گیرند (بابک و همکاران، ۱۳۹۹). این ملاحظات نشان می دهد که پذیرش کیف پول دیجیتال صرفاً یک تصمیم فناورانه نیست، بلکه تصمیمی چندبعدی و مبتنی بر ارزیابی منافع و ریسک هاست. فناوری های مالی نوین، از جمله کیف پول های دیجیتال، علاوه بر تغییر شیوه های پرداخت سنتی، به شکل گیری الگوهای جدیدی از سبک زندگی مالی نیز منجر شده اند. ویژگی هایی نظیر سهولت استفاده، سرعت انجام تراکنش ها و امکان ردیابی هزینه ها، موجب شده است کیف

1 Agustin, et al

2 Khan, W. A., & Abideen, Z. U

پول‌های دیجیتال جایگاه قابل‌توجهی در میان مصرف‌کنندگان پیدا کنند (دانگیانگ و هیو^۱، ۲۰۲۴).

بررسی‌های انجام‌شده نشان می‌دهد که مجموعه‌ای از عوامل زمینه‌ای، پذیرش کیف پول‌های دیجیتال را به‌ویژه در سال‌های اخیر تسریع کرده‌اند؛ از جمله پیشرفت فناوری‌های پرداخت، گسترش استفاده از تلفن‌های هوشمند، گرایش به پرداخت‌های غیرتماسی و افزایش شفافیت مالی از طریق ثبت و ذخیره اطلاعات تراکنش‌ها. این ویژگی‌ها به کاربران امکان می‌دهد نظارت دقیق‌تری بر مخارج خود داشته باشند و تصمیم‌های مالی آگاهانه‌تری اتخاذ کنند.

از منظر رفتاری، پژوهش‌های پیشین نشان داده‌اند که ابزارهای پرداخت دیجیتال می‌توانند بر الگوهای هزینه‌کرد مصرف‌کنندگان اثرگذار باشند. فاینبرگ^۲ (۱۹۸۶) با معرفی مفهوم «اثر کارت اعتباری» نشان داد که استفاده از ابزارهای پرداخت غیرنقدی می‌تواند به کاهش «درد پرداخت» و در نتیجه افزایش تمایل به خرج‌کردن منجر شود. این یافته‌ها بعدها به حوزه کیف پول‌های دیجیتال تعمیم داده شد و مطالعاتی نظیر پژوهش براگا و همکاران نیز رابطه بین پرداخت‌های دیجیتال، کاهش سختی پرداخت و افزایش هزینه‌ها را تأیید کرده‌اند.

در سطح کلان، شواهد تجربی از کشورهایی مانند هند نشان می‌دهد که سیاست‌های پولی و نهادی نیز می‌توانند نقش مهمی در گسترش استفاده از کیف پول‌های دیجیتال ایفا کنند. برای مثال، اجرای سیاست پول‌زدایی در سال ۲۰۱۶ در هند موجب افزایش قابل‌توجه پذیرش ابزارهای پرداخت دیجیتال و رشد سریع صنعت پرداخت الکترونیکی شد. گزارش‌های بانک مرکزی هند حاکی از آن است که پرداخت‌های دیجیتال طی سال‌های پس از این سیاست با نرخ رشد بالایی افزایش یافته‌اند که نشان‌دهنده ظرفیت بالای این ابزارها در تغییر رفتارهای مالی مصرف‌کنندگان است.

۱-۲. رفتار مالی مصرف‌کنندگان در بستر پرداخت‌های دیجیتال

رفتار مالی مصرف‌کنندگان به مجموعه‌ای از تصمیم‌ها، نگرش‌ها و الگوهای عملی اطلاق می‌شود که افراد در مدیریت درآمد، هزینه، پس‌انداز و سرمایه‌گذاری از خود نشان می‌دهند. گسترش فناوری‌های مالی دیجیتال، به‌ویژه ابزارهایی مانند کیف پول‌های دیجیتال، موجب شده است این رفتارها دستخوش تغییرات بنیادین شوند. ابزارهای مالی دیجیتال با فراهم‌کردن امکان نظارت دقیق‌تر بر جریان‌های مالی، به مصرف‌کنندگان کمک می‌کنند تصمیم‌های آگاهانه‌تری اتخاذ کنند و کنترل بیشتری بر هزینه‌های خود داشته باشند.

اگرچه در دهه‌های گذشته پول نقد نقش غالبی در مبادلات روزمره داشته است، اما در سال‌های اخیر استفاده از روش‌های پرداخت غیرنقدی با سرعت قابل‌توجهی افزایش یافته است (آرانگو و همکاران^۳، ۲۰۱۵). بالین‌حال، پژوهش‌ها نشان می‌دهد که ترجیح استفاده از پول نقد همچنان در میان برخی مصرف‌کنندگان پابرجاست و عادت‌های پرداختی سنتی می‌تواند

1 Dongyang Liu & Siyang Hu

2 Finberg

3 Arango et al

مانعی برای پذیرش فعال ابزارهای پرداخت دیجیتال باشد (وندر کرویجسن و همکاران^۱، ۲۰۱۷). از این رو، درک عواملی که موجب تغییر این عادت‌ها می‌شوند، برای تحلیل رفتار مالی مصرف‌کنندگان ضروری است.

نوآوری‌های مالی نظیر کیف پول‌های دیجیتال تلفن همراه، با افزایش سهولت، سرعت و کارایی پرداخت‌ها، استفاده مکرر از ابزارهای غیرنقدی را تقویت می‌کنند (سمیروکاوا^۲، ۲۰۱۹). این ابزارها علاوه بر تسهیل پرداخت، با ثبت و نمایش سوابق تراکنش‌ها، امکان مدیریت بهتر بودجه را فراهم می‌کنند و به شکل‌گیری الگوهای مصرف آگاهانه‌تر کمک می‌کنند (لیبانا - کابانیلاس و سانچز - فرناندز، ۲۰۲۰).

در این چارچوب، **چهار عامل کلیدی** نقش مهمی در تسریع پذیرش کیف پول‌های دیجیتال و به تبع آن، تغییر رفتار مالی مصرف‌کنندگان ایفا کرده‌اند:

۱. **پیشرفت فناوری‌های پرداخت** که موجب افزایش سرعت، دقت و امنیت تراکنش‌ها شده است؛

۲. **گسترش استفاده از تلفن‌های هوشمند** که دسترسی گسترده‌تری به خدمات مالی دیجیتال فراهم کرده است؛

۳. **گرایش به پرداخت‌های غیرتماسی** به‌ویژه در دوران همه‌گیری کووید-۱۹ که مصرف‌کنندگان را به اجتناب از پول نقد و ابزارهای فیزیکی سوق داد؛

۴. **افزایش شفافیت مالی** از طریق ثبت و ذخیره اطلاعات تراکنش‌ها که امکان نظارت دقیق‌تر بر مخارج و تصمیم‌گیری مالی منطقی‌تر را فراهم می‌کند.

این عوامل در مجموع نشان می‌دهند که پذیرش کیف پول‌های دیجیتال صرفاً یک تغییر فناورانه نیست، بلکه فرایندی است که می‌تواند به بازتعریف الگوهای هزینه‌کرد، پس‌انداز و مدیریت مالی مصرف‌کنندگان منجر شود.

از منظر رفتاری، مطالعات پیشین به پدیده‌ای اشاره دارند که با عنوان «اثر پرداخت غیرملموس» یا «اثر کارت اعتباری» شناخته می‌شود. فاینبرگ (۱۹۸۶) نشان داد که استفاده از ابزارهای پرداخت غیرنقدی می‌تواند با کاهش احساس درد پرداخت، تمایل به خرج کردن را افزایش دهد. پژوهش‌های بعدی، از جمله مطالعات براگا و همکاران^۳ (۲۰۱۷)، این اثر را در زمینه پرداخت‌های دیجیتال نیز تأیید کرده‌اند؛ بنابراین، کیف پول‌های دیجیتال می‌توانند به طور هم‌زمان هم موجب افزایش آگاهی مالی شوند و هم در برخی شرایط، به افزایش هزینه‌های مصرف‌کننده منجر می‌شود.

در این پژوهش، رفتار مالی مصرف‌کنندگان شامل میزان استفاده از کیف پول دیجیتال، کاهش وابستگی به پول نقد، تغییر در الگوهای پس‌انداز یا سرمایه‌گذاری و واکنش به پیشنهادها مالی شخصی‌سازی‌شده در نظر گرفته می‌شود.

1 Van der Crujjsen et al

2 Semiro kava

3 Braga et al

۳-۱. اعتماد (Trust)

اعتماد در حوزه فناوری‌های مالی دیجیتال به میزان اطمینانی اشاره دارد که کاربران نسبت به ایمنی، قابلیت اتکا و حسن‌نیت ارائه‌دهندگان خدمات مالی مبتنی بر فناوری دارند. در فضای خدمات مالی که کاربران اطلاعات حساس و منابع مالی خود را در اختیار سامانه‌های دیجیتال قرار می‌دهند، اعتماد به‌عنوان یکی از پیش‌نیازهای اساسی پذیرش فناوری شناخته می‌شود. برخلاف بسیاری از فناوری‌های عمومی، در فناوری‌های مالی دیجیتال، عدم قطعیت ناشی از ریسک‌های امنیتی، نقض حریم خصوصی و سوءاستفاده احتمالی از داده‌ها، نقش اعتماد را پررنگ‌تر می‌سازد. از این‌رو، اعتماد کاربران نه تنها به خود فناوری، بلکه به نهادهای ارائه‌دهنده خدمت، زیرساخت‌های فنی و چارچوب‌های نظارتی حاکم بر آن شکل می‌گیرد. مطالعات نظری نشان می‌دهند که زمانی که کاربران باور داشته باشند ارائه‌دهنده خدمت توان فنی لازم، تعهد اخلاقی و شفافیت عملکردی را داراست، تمایل آن‌ها به استفاده از خدمات مالی دیجیتال افزایش می‌یابد. در این چارچوب، اعتماد می‌تواند نگرانی‌های ناشی از پیچیدگی فناوری و عدم آشنایی کاربران را تعدیل کند. در پژوهش حاضر، اعتماد به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی مستقل در نظر گرفته شده است که انتظار می‌رود اثر مستقیمی بر نگرش کاربران نسبت به فناوری‌های مالی دیجیتال داشته باشد. به بیان دیگر، هرچه سطح اعتماد کاربران بالاتر باشد، نگرش مثبت‌تری نسبت به استفاده از این فناوری‌ها شکل می‌گیرد و زمینه پذیرش آن‌ها فراهم می‌شود.

۴-۱. ریسک ادراک‌شده (Perceived Risk)

ریسک ادراک‌شده به نگرانی‌های کاربران درباره پیامدهای منفی احتمالی استفاده از فناوری‌های مالی دیجیتال اشاره دارد. در حوزه خدمات مالی، این ریسک می‌تواند شامل مواردی همچون سرقت داده‌ها، کلاهبرداری، خطاهای تراکنشی، نقض حریم خصوصی و سوءاستفاده مالی باشد. ادراک ریسک نقش بازدارنده در پذیرش فناوری ایفا می‌کند و می‌تواند مانع تصمیم کاربران برای استفاده از کیف پول‌های دیجیتال شود. مطالعات نظری نشان می‌دهند که کاربران در مواجهه با فناوری‌های مالی نوین، سطح بالایی از عدم اطمینان را تجربه می‌کنند؛ به همین دلیل، ریسک ادراک‌شده تأثیر مستقیم بر نگرش و قصد استفاده آن‌ها دارد. زمانی که کاربران فناوری را پرریسک می‌دانند، حتی اگر مزایای آن قابل‌توجه باشد، احتمال پذیرش کاهش می‌یابد. از این منظر، ریسک ادراک‌شده نه تنها یک عامل محدودکننده مستقل است، بلکه با اعتماد کاربر نیز تعامل دارد. یعنی افزایش اعتماد می‌تواند اثر منفی ریسک را تعدیل کند و بالعکس، افزایش ریسک ادراک‌شده ممکن است حتی کاربران با اعتماد متوسط را نیز از استفاده بازدارد. در پژوهش حاضر، ریسک ادراک‌شده به‌عنوان یکی از متغیرهای کلیدی مستقل در نظر گرفته شده است که انتظار می‌رود اثر منفی آن بر نگرش کاربران نسبت به فناوری‌های مالی دیجیتال مشخص باشد. بررسی این متغیر به پژوهشگران و طراحان فناوری کمک می‌کند تا موانع روانی پذیرش را شناسایی و راهکارهای کاهش ریسک را ارائه دهند.

۱-۵. نقش میانجی نگرش کاربر

در پژوهش حاضر، نگرش کاربر نسبت به فناوری‌های مالی دیجیتال به عنوان متغیر میانجی در نظر گرفته شده است. نگرش، بازتاب ارزیابی کلی فرد از مطلوبیت یا نامطلوبیت استفاده از فناوری است و مکانیسمی است که اثر عوامل مستقل، یعنی اعتماد و ریسک ادراک شده، را به پذیرش فناوری منتقل می‌کند.

به عبارتی دیگر:

- اعتماد بالا → نگرش مثبت → افزایش احتمال پذیرش
 - ریسک ادراک شده بالا → نگرش منفی → کاهش احتمال پذیرش
- این رابطه نشان می‌دهد که نگرش کاربر نه تنها یک واسطه آماری است، بلکه فرایند روانی تصمیم‌گیری مصرف‌کننده را نیز مدل می‌کند. به همین دلیل، بررسی نگرش به عنوان میانجی، به درک بهتر چگونگی تأثیر عوامل ادراکی بر رفتار واقعی مالی کمک می‌کند.

باتوجه به مطالب ارائه شده، می‌توان استدلال کرد که:

۱. پذیرش فناوری‌های مالی دیجیتال به عنوان متغیر وابسته، نتیجه تعامل عوامل ادراکی (سودمندی، سهولت استفاده)، رفتاری (نگرش) و روانی - امنیتی (اعتماد و ریسک ادراک شده) است.
 ۲. اعتماد موجب افزایش نگرش مثبت و کاهش تأثیر منفی ریسک می‌شود.
 ۳. ریسک ادراک شده عامل بازدارنده است که نگرش و پذیرش فناوری را تحت تأثیر قرار می‌دهد.
 ۴. نگرش کاربر نقش میانجی را ایفا می‌کند و مسیر اثرگذاری عوامل مستقل بر پذیرش فناوری را تسهیل می‌نماید.
- براین اساس، پژوهش حاضر با تمرکز بر چهار عامل کلیدی (سودمندی ادراک شده، سهولت استفاده، اعتماد و ریسک ادراک شده) و نقش میانجی نگرش کاربر، سعی دارد اثرات پذیرش کیف پول‌های دیجیتال بر رفتار مالی مصرف‌کنندگان را به طور دقیق تحلیل کند.

۲. روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش کاربران فعال کیف پول‌های دیجیتال در ایران است که حداقل ۳ ماه از این خدمات استفاده نموده‌اند. جامعه هدف پژوهش کاربران بالای ۱۸ سال (دارای حق تصمیم‌گیری مالی مستقل) کیف پول‌هایی مانند؛ پی‌پینگ، زرین‌پال، بیت‌بین، نوبیتکس یا رمزارزها و غیره، است. از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی در دسترس برای جمع‌آوری اطلاعات پژوهش استفاده گردید. لینک پرسش‌نامه آنلاین از طریق؛ شبکه‌های اجتماعی مانند تلگرام (با کاربران کانال‌های تلگرامی رمزارزها)، اینستاگرام (فالوورهای پیج‌های رمزارز) و وبسایت‌های مالی به کاربران فعال کیف پول‌های دیجیتال ارسال گردید. همچنین در این راستا با همکاری کارکنان بانک سپه و بانک ملت برای دسترسی به کاربران واقعی استفاده شد و تعداد ۳۰۰ پاسخ جمع‌آوری گردید.

به منظور جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های موردنیاز، پرسشنامه پژوهش حاوی ۴۶ سوال در دو بخش تنظیم گردیده است. که بخش اول شامل اطلاعات عمومی و جمعیت‌شناختی مربوط به پاسخ‌دهندگان شامل جنسیت، سن و تحصیلات است و بخش دوم متشکل از ۵۰ سوال مربوط به متغیرهای مورد سنجش پژوهش است که از میان آن‌ها سوالات مرتبط با پذیرش کیف پول دیجیتال^۱ (جانتانگ و دیگران، ۲۰۲۲) که شامل ۴ سوال سودمندی درک شده، ۴ سوال سهولت استفاده درک شده، ۴ سوال امنیت و حریم خصوصی درک شده، ۳ سوال سازگاری، ۶ سوال مرتبط با اعتماد ادراک شده (گومز و دیگران، ۲۰۲۴)^۲، ۶ سوال مرتبط با ریسک ادراک شده (گومز و دیگران، ۲۰۲۴) و رفتار مالی (محمود القیضاوی و دیگران^۳) که شامل ۳ سوال میزان استفاده از کیف پول دیجیتال، ۳ سوال تمایل به کاهش استفاده از پول نقد و انتقال به پرداخت‌های الکترونیکی، ۳ سوال تغییر در الگوهای پس‌انداز و سرمایه‌گذاری و ۳ سوال واکنش به پیشنهاد های مالی شخصی شده است که همگی دارای طیف هفت‌درجه‌ای لیکرت به‌شدت مخالف (۱) تا به‌شدت موافقم (۷) هستند، است. از آنجایی‌که سوالات پرسشنامه استاندارد هستند، پرسشنامه از روایی محتوای برخوردار است. به منظور روایی صوری نیز، پرسشنامه با استفاده از نظر اساتید، خبرگان و محققین مورد تأیید و اصلاح قرار گرفت. روایی سازه نیز توسط نرم‌افزار آمورد تأیید قرار گرفت. همچنین پایایی پرسش‌نامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی تأیید شد.

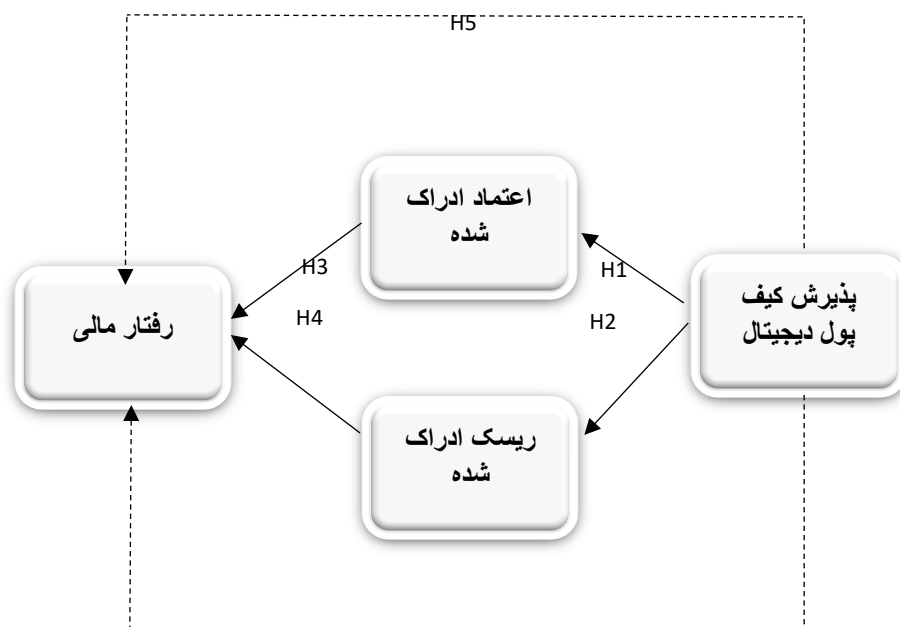
فرضیه‌های پژوهش

۱. پذیرش کیف پول دیجیتال و اعتماد ادراک‌شده
 - فرضیه اول: «پذیرش کیف پول دیجیتال توسط کاربران، اعتماد ادراک‌شده آن‌ها را افزایش می‌دهد».
۲. پذیرش کیف پول دیجیتال و ریسک ادراک‌شده
 - فرضیه دوم: «پذیرش کیف پول دیجیتال توسط کاربران، ریسک ادراک‌شده آن‌ها را کاهش می‌دهد».
۳. اعتماد ادراک‌شده و رفتار مالی
 - فرضیه سوم: «اعتماد ادراک‌شده کاربران به کیف پول دیجیتال، رفتار مالی مثبت آن‌ها را افزایش می‌دهد».
۴. ریسک ادراک‌شده و رفتار مالی
 - فرضیه چهارم: «ریسک ادراک‌شده کاربران از کیف پول دیجیتال، رفتار مالی مثبت آن‌ها را کاهش می‌دهد».
۵. نقش میانجی اعتماد ادراک‌شده
 - فرضیه پنجم: «اعتماد ادراک‌شده نقش میانجی در رابطه بین پذیرش کیف پول دیجیتال و رفتار مالی کاربران دارد».
۶. نقش میانجی ریسک ادراک‌شده
 - فرضیه ششم: «ریسک ادراک‌شده نقش میانجی در رابطه بین پذیرش کیف پول دیجیتال و رفتار مالی کاربران دارد».

1 Janteng & Dino

2 Gómez-Hurtado et al

3 Alghizzaw et al



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

منبع: یافته‌های پژوهش

۳. تحلیل داده‌ها و یافته‌ها

اطلاعات جمعیت‌شناختی شرکت‌کنندگان از جمله جنسیت، تحصیلات، شبکه اجتماعی محبوب و میزان فعالیت در جدول ۱ نشان داده شده است. در این مطالعه اکثر شرکت‌کنندگان مرد (۷۵۸ درصد) و بیشترین میزان تحصیلات کارشناسی ارشد (۶۰ درصد) هستند. سن اکثر کاربران هم در بازه ۳۰ الی ۴۰ سال (۳۴۳ درصد) است. در ادامه، نتایج آزمون مدل اندازه‌گیری و ساختاری گزارش شده است.

جدول ۱: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و سوالات توصیفی

ویژگی	ابعاد	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۱۷۶	۵۸.۷
	زن	۱۲۴	۴۱.۳
تحصیلات	کارشناسی	۸۵	۲۸.۳
	کارشناسی ارشد	۱۸۰	۶۰
	دکتری و بالاتر	۳۵	۱۱.۷
سن	۲۰ الی ۳۰ سال	۶۰	۲۰
	۳۰ الی ۴۰ سال	۱۳۰	۴۳.۳
	۴۰ الی ۵۰ سال	۶۳	۲۱
	۵۰ سال و بیشتر	۴۷	۱۵.۷

منبع: یافته‌های پژوهش

بررسی و آزمون مدل اندازه‌گیری

برای تعیین پایایی مدل از سه معیار پایایی ترکیبی، آلفای کرونباخ، بارهای عاملی و تعیین روایی با معیارهای روایی همگرا و واگرا استفاده شد. نتایج در جدول ۲ نشان داده شده است. همان‌طور که در جدول ۲ نشان داده شده است، تمامی شاخص‌های مربوط به متغیرهای اصلی تحقیق بیش از ۰.۴ است که نشان‌دهنده مناسب بودن ضرایب بار عاملی سوال‌ها است. نتایج محاسبه شده برای هر یک از ابعاد تحقیق نشان می‌دهد که پرسشنامه از روایی کافی برخوردار است. به منظور محاسبه پایایی معیار دیگری نیز وجود دارد که برتری‌هایی را نسبت به روش سنتی محاسبه آن به وسیله آلفا کرونباخ را به همراه دارد و به آن پایایی ترکیبی (CR)^۱ گفته می‌شود. همچنین برای محاسبه آن شاخص‌های بار عاملی بیشتر، اهمیت زیادی دارند. در نتیجه برای سنجش بهتر پایایی، هر دوی این معیارها استفاده می‌شوند. طبق گفته (اوزر، اوزر و کوکک^۲، ۲۰۲۰)، روایی همگرا معیار دیگری است که برای برازش مدل‌های اندازه‌گیری در روش مدل‌سازی معادلات ساختاری بکار برده می‌شود. فورنل و لارکر^۳ (۱۹۸۱) استفاده از متوسط واریانس استخراج شده^۴ را به عنوان معیاری برای اعتبار همگرا پیشنهاد کرده‌اند. معیاری که برای مطلوب بودن AVE نمایش داده می‌شود، مساوی و بالاتر از ۰/۵ می‌باشد. همان‌طور که ملاحظه می‌گردد نتایج نمایانگر مناسب بودن معیار روایی همگرا می‌باشند. که نتایج آن در جدول ۲ نشان داده شده است.

1 Composite Reliability (CR)

2 Ozer, Ozer & Kocak

3 Fornell & Larcker (FL)

4 Average Variance Extracted (AVE)

جدول ۲: روایی همگرا و پایایی پرسشنامه

متغیر	بار عاملی	روایی همگرا	الفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
پذیرش کیف پول دیجیتال	۰.۶۶۳ A1	۰.۵۲۸	۰.۹۴۷	۰.۹۴۸
	۰.۶۹۳ A2			
	۰.۶۴۵ A3			
	۰.۶۹۸ A4			
	۰.۶۳۸ A5			
	۰.۷۶۶ A6			
	۰.۷۱۹ A7			
	۰.۷۱۷ A8			
	۰.۶۹۲ A9			
	۰.۶۹۷ A10			
	۰.۷۰۲ A11			
	۰.۷۴۶ A12			
	۰.۷۳۴ A13			
	۰.۸۳۴ A14			
	۰.۸۸۹ A15			
	۰.۷۰۰ A16			
	۰.۷۱۴ A17			
اعتماد ادراک شده	۰.۸۲۶ T1	۰.۶۷۴	۰.۹۲۵	۰.۹۲۶
	۰.۸۱۹ T2			
	۰.۸۳۸ T3			
	۰.۸۵۱ T4			
	۰.۷۹۵ T5			
	۰.۷۹۵ T6			
ریسک ادراک شده	۰.۷۷۴ R1	۰.۶۹۰	۰.۹۳۰	۰.۹۳۲
	۰.۸۱۰ R2			
	۰.۸۴۸ R3			
	۰.۸۶۷ R4			
	۰.۸۶۱ R5			
	۰.۸۲۲ R6			
رفتار مالی	۰.۸۶۴ B1	۰.۷۱۴	۰.۹۶۸	۰.۹۶۹
	۰.۸۰۷ B2			
	۰.۸۴۰ B3			
	۰.۸۴۵ B4			
	۰.۸۷۰ B5			
	۰.۸۵۶ B6			
	۰.۸۴۰ B7			
	۰.۸۵۹ B8			
	۰.۸۳۲ B9			
	۰.۸۱۹ B10			
	۰.۸۲۲ B11			
	۰.۸۰۶ B12			

منبع: یافته‌های پژوهش

جهت بررسی روایی و اگرایی مدل اندازه‌گیری، از معیار فورنل لارکر استفاده گردیده است. بر اساس این معیار، روایی و اگرایی قابل قبول یک مدل حاکی از آن است که یک سازه در مدل، نسبت به سازه‌های دیگر تعامل بیشتری با شاخص‌هایش دارد. فورنل و لارکر (۱۹۸۱) بیان می‌کنند؛ روایی و اگرایی وقتی در سطح قابل قبولی است که میزان متوسط واریانس استخراج شده برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه‌های دیگر در مدل باشد. در نرم افزار اسمارت پی ال اس بررسی این امر به وسیله ماتریسی حاصل می‌شود (جدول ۳) که خانه‌های این ماتریس حاوی مقادیر ضرایب همبستگی بین سازه‌ها و جذر مقادیر AVE مربوط به هر سازه است. بنابراین می‌توان بیان کرد که در پژوهش حاضر سازه‌ها (متغیرهای پنهان) در مدل نسبت به سایر ساختارها تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارند. به عبارت دیگر، اعتبار مدل مناسب است.

جدول ۳: بررسی روایی و اگرایی

اعتماد ادراک شده	رفتار مالی	ریسک ادراک شده	پذیرش کیف پول دیجیتال
۰/۹۰۹			
۰/۸۹۳	۰/۹۱۲		
۰/۸۳۲	۰/۸۹۰	۰/۸۹۲	
۰/۸۲۱	۰/۸۴۵	۰/۸۳۱	۰/۷۲۷

منبع: یافته‌های پژوهش

بررسی و آزمون مدل ساختاری

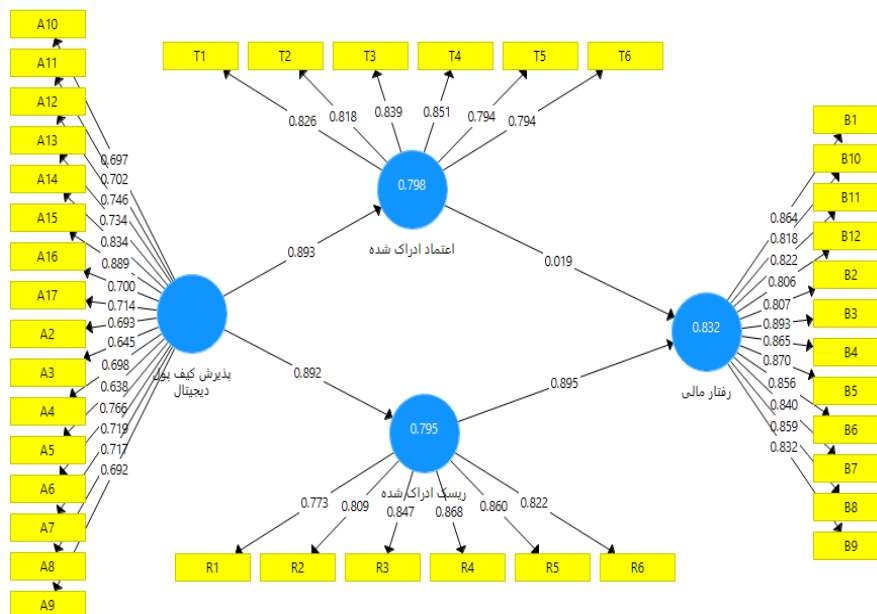
اولین و ابتدایی‌ترین معیار برای سنجش رابطه بین سازه‌ها در مدل (بخش ساختاری)، اعداد معناداری T-values است. در صورتی که مقدار این اعداد از ۱/۹۶ بیشتر شود، نشان از صحت رابطه بین سازه‌ها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان ۹۵٪ است. با توجه به اینکه همه روابط بین مؤلفه‌های پژوهش بزرگتر از ۱/۹۶ است، این معناداری حاکی از پیش‌بینی صحیح روابط مدل پژوهشی است. همچنین از معیار ضریب تعیین (R^2) برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدلسازی معادلات ساختاری به کار می‌رود و حاکی از تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا می‌باشد. است. میزان R^2 صفر تا یک متغیر است و نشان دهنده برازش مدل ساختاری در سه سطح ضعیف (۰/۱۹)، متوسط (۰/۳۳) و قوی (۰/۶۷) است. با توجه به نتایج جدول ۴ و شکل ۲ برازش مدل ساختاری در حد بسیار قوی می‌باشد.

جدول ۴: بررسی فرضیه‌ها مستقیم پژوهش

رابطه	ضرایب مسیر	آماره t	نتیجه	R^2
پذیرش کیف پول دیجیتال--> اعتماد ادراک شده	۰/۸۹۳	۵۱/۷۶۷	پذیرش فرضیه	۰/۷۹۸
پذیرش کیف پول دیجیتال--> ریسک ادراک شده	۰/۸۹۲	۴۰/۸۷۴	پذیرش فرضیه	۰/۷۹۵
اعتماد ادراک شده--> رفتار مالی	۰/۰۱۹	۳/۱۵۶	پذیرش فرضیه	۰/۸۳۲
ریسک ادراک شده--> رفتار مالی	۰/۸۹۵	۱۱/۸۷۶	پذیرش فرضیه	

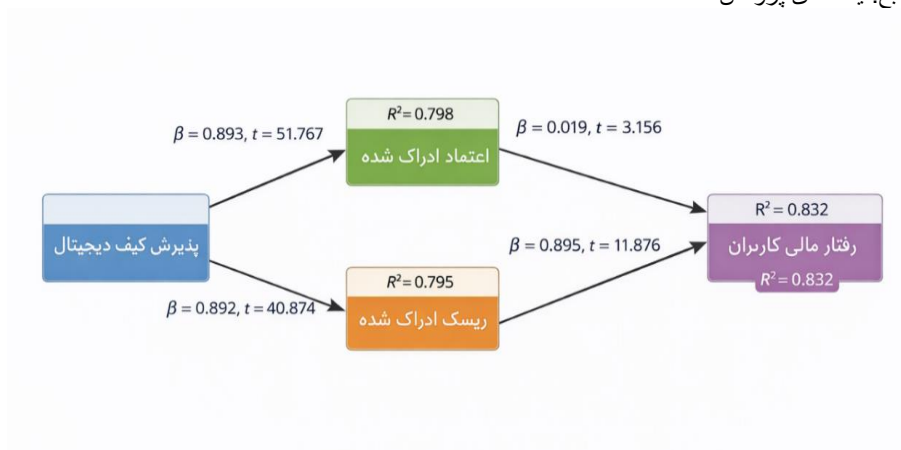
P<01

منبع: یافته‌های پژوهش



شکل ۲: ضرایب مسیر و ضرایب تعیین

منبع: یافته‌های پژوهش



شکل ۳: آماره تی

منبع: یافته‌های پژوهش

به منظور بررسی نقش میانجی آگاهی از برند و احساسات کاربران در رابطه میان ویژگی مسابقات اینستاگرامی و مشارکت کاربران از آزمون سوبل^۱ و برای تعیین شدت اثر غیرمستقیم از طریق متغیر میانجی از آماره^۲ VAF استفاده می‌گردد. در آزمون سوبل یک مقدار Z-value بدست می‌آید که در صورت بیشتر شدن این مقدار از ۱/۹۶، می‌توان در سطح اطمینان ۰/۹۵ معنادار بودن تأثیر میانجی یک متغیر را تأیید نمود.

$$z - \text{value} = \frac{a \times b}{\sqrt{(b^2 \times s_a^2) + (a^2 \times s_b^2) + (s_a^2 \times s_b^2)}}$$

a: مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی

b: مقدار ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته

s_a^2 : خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر مستقل و میانجی

s_b^2 : خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر میانجی و وابسته

مقدار z-value برای رابطه میانجی اعتماد ادراک شده برابر با ۲۸۳/۰ و برای ریسک ادراک شده برابر با ۰/۱۴ می‌باشد. در نتیجه نقش میانجی ریسک ادراک شده در فرضیه ۶ تأیید و نقش میانجی اعتماد ادراک شده در فرضیه ۵ تأیید نمی‌گردد.

برازش کلی مدل: ریشه میانگین مربعات باقیمانده استاندارد (SRMR)

شاخص SRMR به عنوان تفاوت بین همبستگی مشاهده شده و ماتریس همبستگی ضمنی مدل تعریف می‌شود. این شاخص امکان ارزیابی میانگین بزرگی اختلافات بین همبستگی‌های مشاهده شده و مورد انتظار را به عنوان معیار مطلق معیار برازش (مدل) فراهم می‌کند. اگر مقدار شاخص SRMR از ۱/۰ کمتر باشد نشان از برازش مطلوب است. ریشه میانگین مربعات باقیمانده استاندارد در این پژوهش برابر با ۰/۵۱ است که نشان از مطلوب بودن برازش کلی مدل است.

۴. نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش نشان داد که پذیرش کیف پول دیجیتال توسط کاربران تأثیر مستقیم و قابل توجهی بر اعتماد ادراک‌شده و ریسک ادراک‌شده دارد. به‌طور خاص، افزایش پذیرش کیف پول دیجیتال موجب افزایش اعتماد و کاهش ریسک ادراک‌شده می‌شود، که این یافته‌ها تأکیدی بر اهمیت پذیرش فناوری در شکل‌دهی نگرش‌ها و تصمیمات مالی کاربران است.

بر اساس تحلیل آماری، فرضیه اول (تأثیر پذیرش کیف پول دیجیتال بر اعتماد ادراک‌شده) تأیید شد. (B=0.893, T-value=51.767) این یافته با تئوری‌های پذیرش فناوری دیجیتال مانند TAM، UTAUT و تئوری اعتماد فناوری همخوانی دارد. تحلیل دقیق‌تر نشان می‌دهد که

1 Sobel Test

2 Variance Accounted For

افزایش اعتماد کاربران به کیف پول‌های دیجیتال، ناشی از ادراک امنیت، قابلیت اطمینان، شفافیت تراکنش‌ها و حفظ حریم خصوصی است. مطالعات داخلی و خارجی نیز چنین نتایجی را تأیید می‌کنند؛ برای مثال، لی و یون (۲۰۲۴) نشان دادند که رفع نگرانی‌های امنیتی و حفظ حریم خصوصی به طور مستقیم اعتماد کاربران را افزایش می‌دهد، و یافته‌های پژوهش حاضر این مکانیسم را به وضوح تأیید می‌کند.

فرضیه دوم و سوم نشان دادند که پذیرش کیف پول دیجیتال و اعتماد ادراک‌شده به طور مستقیم رفتار مالی کاربران را افزایش می‌دهند. این یافته با چارچوب نظری **تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده (TPB)** همسو است، که بر نقش نگرش و کنترل رفتاری ادراک‌شده در تصمیمات مالی تأکید دارد. علاوه بر این، پژوهش‌های خارجی مانند تیان و همکاران^۱ (۲۰۲۳) و کیلالی و همکاران^۲ (۲۰۲۳) نشان دادند که اعتماد به فناوری‌های مالی دیجیتال پیش‌بینی‌کننده قوی رفتار مالی مثبت کاربران است. تحلیل مقایسه‌ای این پژوهش‌ها با نتایج حاضر نشان می‌دهد که دلیل همسو بودن نتایج، نقش کلیدی امنیت، شفافیت و سهولت استفاده در شکل‌دهی نگرش مثبت کاربران است.

ریسک ادراک‌شده نیز نقش مهمی ایفا می‌کند و تأثیر منفی بر رفتار مالی دارد. این یافته با مطالعات لی و یون^۳ (۲۰۲۴) و چونگ و وونگ^۴ (۲۰۲۵) همسو است که نشان داده‌اند نگرانی‌های مالی و امنیتی ادراک‌شده می‌تواند منجر به کاهش نیت رفتاری کاربران شود. تحلیل ما نشان می‌دهد که کاهش ریسک ادراک‌شده از طریق طراحی امن و ساده کیف پول دیجیتال و ارتقاء قابلیت اطمینان سیستم، می‌تواند به طور مستقیم رفتار مالی کاربران را بهبود بخشد و پذیرش فناوری را تسهیل کند.

در زمینه نقش میانجی، یافته‌ها نشان دادند که **ریسک ادراک‌شده نقش میانجی معناداری** در رابطه بین پذیرش کیف پول دیجیتال و رفتار مالی دارد، در حالی که **اعتماد ادراک‌شده نقش میانجی نداشت**. این تفاوت می‌تواند ناشی از تجارب متنوع کاربران باشد: برخی کاربران به دلیل تجربه‌های مثبت، اعتماد بالایی دارند، در حالی که برخی دیگر به دلیل مشکلات فنی یا پیچیدگی استفاده از کیف پول‌ها، اعتماد کمتری دارند. تحلیل پژوهش‌های داخلی و خارجی نشان می‌دهد که این نتایج با مطالعه لیو و ژانگ^۵ (۲۰۲۳) و چونگ و لی^۶ (۲۰۲۲) همخوانی نسبی دارد و تفاوت‌ها می‌تواند به تفاوت‌های فرهنگی، سطح آگاهی و تجربه کاربران مرتبط باشد.

1 Tian et al

2 Kilali et al

3 Li & Yuan

4 Cheung & Wong

5 Liu, Y., & Zhang

6 Chung, N., & Lee

- به طور کلی، پژوهش حاضر نشان داد که برای افزایش رفتار مالی مثبت کاربران و پذیرش مؤثر کیف پول دیجیتال، لازم است اقدامات عملی و امنیتی زیر مورد توجه قرار گیرد:
۱. ارتقاء امنیت سیستم‌ها و استفاده از فناوری‌های رمزنگاری قوی و احراز هویت دو مرحله‌ای.
 ۲. شفافیت تراکنش‌ها و اطلاع‌رسانی دقیق به کاربران در مورد هزینه‌ها و زمان‌بندی پرداخت‌ها.
 ۳. طراحی کاربرپسند و ساده کیف پول‌های دیجیتال برای کاهش ریسک ادراک‌شده و افزایش اعتماد کاربران.
- در نهایت، یافته‌ها تأکید می‌کنند که پذیرش کیف پول دیجیتال می‌تواند بهبود قابل توجهی در رفتار مالی و اعتماد کاربران ایجاد کند و کاهش ریسک ادراک‌شده نقش میانجی مهمی در این فرآیند ایفا می‌کند. این نتایج می‌توانند برای پژوهشگران، ارائه‌دهندگان خدمات مالی دیجیتال و سیاست‌گذاران به عنوان راهنمای عملی جهت افزایش استفاده ایمن و مؤثر از فناوری‌های مالی نوین مورد استفاده قرار گیرند.

منابع

۱. بابک، م. س.، سعادتمند، ا. م. و مرادی، م. ر. (۱۳۹۹). ذخیره‌سازی و نگهداری رمز پول‌ها با کیف‌های دیجیتال. فصلنامه اقتصاد دفاع و توسعه پایدار، ۵(۱۸)، ۸۱-۱۰۳. <https://www.magiran.com/paper/22886971>
۲. جلالزاده، ر.، دانشور، م. و رفیعی، ن. (۱۴۰۲). بررسی عوامل مقاومت مشتریان در پذیرش و استفاده از خدمات بانک‌های تمام دیجیتال (مورد مطالعه: شعب شهر تهران بانک پاسارگاد). نشریه اقتصاد و بانکداری اسلامی، ۱۲(۴۵)، ۱۰۳-۱۲۴. <https://mieaoi.ir/article-1385-fa.html>
۳. مسعودی‌پور، س. و صادقی، م. (۱۴۰۴). بررسی اثر ادراک از بانکداری اسلامی و صداقت برند بر اعتماد به بانک اسلامی با در نظر گرفتن نقش میانجی ارزش درک‌شده و رضایت مشتری (مورد مطالعه: بانک قرض‌الحسنه مهر ایران). نشریه اقتصاد و بانکداری اسلامی، ۱۴(۵۱)، ۲۳۷-۲۶۷. <https://ensani.ir/fa/article/615118267-237>
۴. اعظمی، س. و ورزی، م. (۱۳۹۹). عوامل مؤثر بر پذیرش کیف پول دیجیتال در صنعت بانکداری ایران. هفتمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری. <https://civilica.com/doc/1146991>
۵. ملایی، ه.، ایرانپور، م. و کریمی چرمهینی، ی. (۱۴۰۴). بررسی تاثیر بانکداری الکترونیک، همراه بانک و کیف پول الکترونیک بر پذیرش پرداخت الکترونیکی با نقش میانجی اعتماد مشتریان بانک کشاورزی شهرستان زرین‌شهر. هجدهمین کنفرانس ملی پژوهش‌های نوین در <https://civilica.com/doc/2289440>
۶. شناسایی و تعیین عوامل مؤثر بر پذیرش و کاربرد کیف پول الکترونیکی. (۱۴۰۱). مجله علمی پژوهشی مدیریت فناوری اطلاعات و سیستم‌های اطلاعاتی. <https://www.magiran.com/paper/1588012>
7. Agustin, A., Marvella, D., & Devarti, H. (2023). The impact of e-wallet towards consumer behavior in Indonesia moderated by consumers aged 15-30. E3S Web of Conferences, 426, 01048.
8. Chen, J., & Zhang, W. (2023). Factors influencing digital wallet adoption: A meta-analysis. Journal of Financial Technology and Innovation, 12(3), 245-263.
9. Chung, N., & Lee, S. (2022). Factors affecting consumers' impulsive buying behavior in tourism mobile commerce using SEM and fsQCA. The Journal of Vacation Marketing (JVM)
10. Dinda Maharani Hermawan, Filiya Shaviliya, Siska Ernawati Fatimah. (2024) Perceived Usefulness and Perceived Risk on Customer Satisfaction in Using Digital Wallets. Journal of Innovative Technologies in Social Science. 2(42).
11. Zhang (2024). The role of technology belief, perceived risk and initial trust in users' acceptance of urban air mobility: An empirical case in China. Journal of Multimodal Transportation, Volume ۳, Issue ۴,

12. Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
13. Kaakandikar, R., Lembhe, Y., & John Jiby, B. (2024). Unlocking spending trends: The behavioural impact of digital wallets on modern consumers. *Journal of Economic Sciences*, 20(1), 127-143.
14. Khan, W. A., & Abideen, Z. U. (2023). Effects of behavioural intention on usage behaviour of digital wallet: the mediating role of perceived risk and moderating role of perceived service quality and perceived trust. *Future Business Journal*, 9(1), 73.
15. Kilali, A., Al-Bataineh, A., & Al-Rawashdeh, S. (2023). Factors influencing the continuous use of digital wallets: An extended UTAUT^v approach. *Future Business Journal*, 10(2), 114-128.
16. Kim, S., Park, H., & Lee, J. (2025). Trust in digital financial services: A systematic review and future directions. *Journal of Digital Business Research*, 18(1), 102-119.
17. Kraiwanit, T., Limna, P., & Wattanasin, P. (2024). Digital wallet dynamics: Perspectives on potential Worldcoin adoption factors in a developing country's FinTech sector. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(2), 100287.
18. Kumar, A., & Ranjan, J. (2020). Digital Finance: The Future of Financial Management. *International Journal of Business and Management Invention*, 9(5), 55-61.
19. Li, J., Wu, W., & Li, H. (2021). Dimensions of trust in mobile payment services: The role of service providers, devices, and merchants. *Journal of Telematics and Informatics*, 58, 101546.
20. Li, Y., & Yuan, X. (2024). Security and privacy concerns in digital wallets: An empirical analysis. *Journal of Information Systems Management*, 35(2), 89-103.
21. Liébana-Cabanillas, F., & Sánchez-Fernández, J. (2020). The impact of digital wallets on consumer financial behavior: A study of the adoption of mobile payment systems in Spain. In A. B. Author (Ed.) , *Advances in digital finance* (pp. 45-67). New York: Finance Publishers.
22. Lornage, J., & Coulibaly, A. (2019). The influence of financial technology on consumer behaviors. *Journal of Innovative Economics and Business*, 2(1), 20-???
23. McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). Developing and validating trust measures for e-commerce: An integrative typology. *Information Systems Research*, 13(3), 334-359.

-
24. Veronica Grosu, Cristina Gabriela Cosmulese, Marian Socoliuc, Marius-Sorin Ciubotariu, Svetlana Mihaila, (2023). Testing accountants' perceptions of the digitization of the profession and profiling the future professional, *Journal of Technological Forecasting and Social Change*, Volume 193.
 25. Sarna, I. S. (2021). Impact of digital wallets on consumer behavior in India. *International Journal of Advanced Research*, 9(09), 220-236.
 26. Soodan, V., & Rana, A. (2020). Integrating the adapted UTAUT model with moral obligation, trust, and perceived risk to analyze the usage intention of e-wallets in developing countries. *Journal of Systems and Information*