



The Ontological Nature of Ponzi in the Emergence of Opportunistic Accounting Practices: Presenting a Paradigmatic Phenomenological Model

Nasibeh Shafakheibari¹

Department of Accounting, Zah.C.,
Islamic Azad University, Zahedan, Iran

Alireza Hirad^{*2}

Department of Accounting, Khas.C.,
Islamic Azad University, Khash, Iran

Mohammadreza Abdoli³

Department of Accounting, Sha.C.,
Islamic Azad University, Shahrood, Iran

Reza Sotudeh⁴

Department of Financial and
Accounting, Faculty of Humanities,
Meybod University, Meybod, Iran

Abstract

This study, through paradigmatic phenomenology, seeks to present a model for understanding the influential nature of Ponzi schemes in the formation of opportunistic accounting practices. In this study, in the first step, an attempt was made to identify the propositional themes of the Ponzi phenomenon in the formation of opportunistic accounting practices through interviews with 20 actors with lived experience, using open-ended questions and codes derived from the Ponzi phenomenon. Then, by creating a researcher-made checklist rated on the "+8"; "0" and "-8" scales, the study's third stage of data collection methods sought to separate the propositions into more general categories of concepts, according to the focus group scores, in order to provide a paradigmatic model by categorizing propositional themes. The results of the study, after identifying "371" open codes from 20 interviews conducted, indicate the identification of "50" propositional themes in the form of a researcher-made scoring checklist, which, by assigning focal points to each of the actors separated in the specified evaluation panels, ultimately led to the presentation of a paradigmatic model with the identification of 10 categories in 5 dimensions.

Keywords: Ponzi Scheme, Opportunistic Accounting, Paradigmatic Phenomenology

¹0000-0002-2134-1182

²0000-0002-5365-7052

³0000-0002-8927-1231

⁴0000-0002-9143-1820



1. Introduction

The majority of research on the causes and consequences of accounting fraud has been conducted by comparing fraudulent companies to other companies, and the results presented in this regard, although important, have not been able to reduce its effects on investment mindsets in the market. In other words, in the study of fraudulent companies, to a large extent, the relationship between accounting violations and business and legal anomalies (such as long-term appointment of managers; lawsuits and falling stock prices) is evident, one of the possible consequences of which is the emergence of financial distortions through accounting tools that have been repeatedly challenged in the past. In contrast to these studies, the present study focuses on one of the most emerging opportunistic processes of companies that can also be implemented through accounting procedures in the present era.

2. Literature Review

The Ponzi scheme, which is one of the most well-known concepts in the world's financial economy, refers to planned methods of fraud and distortion through which the income payable to previous investors is provided by attracting cash capital from new investors. Therefore, companies that take advantage of this phenomenon for greater profits, secure their interests solely from the intermediary financial flows created and, without any activity leading to income and profit, often obtain certain benefits by luring investors. The historical development of the use of this scheme indicates that the focus on this method of distortion and fraud procedures has a long history, dating back to the 1920s and the widespread fraud of "Charles Ponzi", who was able to victimize Italian immigrants for his own interests. Although a review of this historical process shows that focusing on investment experiences and financial crises can be considered an informative tool in this area, today's companies often continue to exploit the potential of this method for greater profit-seeking, in light of the weaknesses of regulatory mechanisms.

3. Methodology

Research that is conducted with the idea of paradigm building should be categorized as studies that seek abstractions from the context under study. This is because past research probably did not consider the external and internal influencing currents on a cognitive phenomenon that has the potential to be subjectivized. Therefore, presenting a paradigmatic model helps to understand the phenomenon in the context of the study. This introduction describes the nature of the methodology of the present study in terms of the basis of paradigmatic phenomenology. Accordingly, during the interviewing processes with experienced actors in the context of the study, the contexts that can be effective in line with the five paradigmatic conditions [causal

conditions; contextual, intervening; strategies and consequences] are first identified so that, through the open coding, the next steps can be taken to reach the final paradigmatic model. Therefore, the tool of this study is, on the one hand, an interview to reach the context of the phenomenon under study based on open coding, and on the other hand, checklist scoring scales to evaluate the emerged contexts to reach paradigmatic categories. In these explanations, the present study should be described as exploratory in terms of its purpose, which, given the novelty of the Ponzi phenomenon, is justified in identifying the influential contexts emphasized in the first research question. Because conducting interviews with people with knowledge-enhancing and experimental qualifications, like puzzle pieces, reveals scientific unknowns of the phenomenon under study in the context of the study. In terms of the result, in another methodological dimension, the present study is considered developmental. Because conducting this study due to the lack of reliable cognitive approaches to the Ponzi phenomenon in accounting procedures, can lead to a clearer gray area of understanding financial distortions and frauds. Finally, in terms of data collection, this study is classified as qualitative research and inductive philosophy.

4. Result

This study began by selecting 20 actors with lived experience to determine the propositional themes that indicate, through interviews with open-ended questions and codes derived from the Ponzi phenomenon, which indicate which areas of this phenomenon can be effective in the formation of opportunistic accounting practices. Therefore, with the identification of "371" open codes from the 20 interviews conducted, "50" propositional themes were evaluated in the form of a researcher-made scoring checklist in the form of focus groups, which ultimately led to the above table and the final paradigmatic model, leading the study.

5. Discussion

Paradigmatic phenomenology is known as a sociological science in the theoretical and applied fields that is based on areas of humanities knowledge that, due to the newness of the central phenomenon in question, there is no coherent understanding of it in the context of the study. Therefore, in this study, with the aim of ontology of the Ponzi phenomenon in the formation of opportunistic accounting procedures of commercial companies, paradigmatic phenomenology has been used. Because this phenomenon, as one of the fields of financial distortion and fraud in commercial companies, has the functions of influencing the emergence of opportunistic accounting as a hidden tool of many companies in competitive financial markets, it is known, and because of its novelty, it does not have sufficient cognitive coherence. For this reason, by going through the analytical stages of the paradigmatic phenomenological process, an attempt has been made to present a model as an ultimate goal to

explore the influential aspects of the Ponzi phenomenon in the emergence of opportunistic accounting practices.

6. Conclusion

The results obtained from the final paradigmatic model in the ontology of the Ponzi phenomenon in the emergence of opportunistic accounting practices were actually a background for the conceptual and abstract understanding of this phenomenon in the context of commercial companies. Because the lack of previous research on the theoretical and applied understanding of the existential philosophy of the Ponzi phenomenon had caused the connection of this phenomenon with accounting practices as its implementation tool at the level of commercial companies to not be considered. For this reason, the various angles of the occurrence of such a problem in accounting practices were among the main objectives of this study. A basis in which companies in charge of implementing the Ponzi phenomenon or the so-called scammers (primary project designers), based on the profit from luring secondary investors, while creating an unknown financial cycle to provide the expected income of primary investors, try to realize their interests opportunistically from a set of inefficient market conditions through tools such as accounting.

Keywords: Ponzi Scheme, Opportunistic Accounting, Paradigmatic Phenomenology

هستی‌شناسی ماهیت پانزی در بروز رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه: ارائه الگوی پدیدارشناسی پارادایمی

نصیبه شفاخیری^۱ | گروه حسابداری، واحد زاهدان، دانشگاه آزاد اسلامی، زاهدان، ایران

علیرضا هیراد^{۲*} | گروه حسابداری، واحد خاش، دانشگاه آزاد اسلامی، خاش، ایران

محمدرضا عبدلی^۳ | گروه حسابداری، واحد شاهرود، دانشگاه آزاد اسلامی، شاهرود، ایران

رضا ستوده^۴ | گروه مالی و حسابداری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه میبد، میبد، ایران

چکیده

این مطالعه از طریق پدیدارشناسی پارادایمی، به دنبال ارائه الگویی از شناخت ماهیت تأثیرگذار پانزی در شکل‌گیری رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه می‌باشد. در این مطالعه که از نظر هدف اکتشافی و از نظر نتیجه توسعه‌ای است، در گام اول از طریق مصاحبه با ۲۰ کنشگر دارای تجربه‌زیسته، تلاش شد تا طی مصاحبه‌هایی با طرح سوالات باز و کدهای برآمده از پدیده‌ی پانزی، مضامین گزاره‌ای پدیده‌ی پانزی در شکل‌گیری رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه شناسایی گردد. سپس از طریق ایجاد یک چک‌لیست محقق ساخت امتیازبندی شده براساس مقیاس‌های «+۸»؛ «۰» و «-۸» مطالعه در مرحله سوم روش‌های جمع‌آوری داده‌ها، به دنبال تفکیک گزاره‌ها به دسته‌های کلی‌تر از مفاهیم، طبق امتیازهای گروه کانونی بود تا با مقوله‌بندی مضامین گزاره‌ای، امکان ارائه الگوی پارادایمی مهیا گردد. نتایج مطالعه پس از مشخص شدن «۳۷۱» کد باز از ۲۰ مصاحبه انجام شده، حکایت از شناسایی «۵۰» مضمون گزاره‌ای در قالب یک چک‌لیست امتیازبندی محقق ساخت، دارد که با اختصاص امتیازهای کانونی هریک از کنشگران تفکیک شده در پانل‌های مشخص شده ارزیابی، در نهایت منجر به ارائه الگوی پارادایمی با شناسایی ۱۰ مقوله در ۵ بعد شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، استراتژی‌ها و پیامدها شد.

کلیدواژه‌ها: پدیده‌ی پانزی، حسابداری فرصت‌طلبانه، پدیدارشناسی پارادایمی

مقدمه

سیطره‌ی پژوهشی درباره عوامل و پیامدهای تقلب در رویه‌های حسابداری، اغلب با مقایسه‌ی شرکت‌های متقلب از سایر شرکت‌ها انجام شده است و نتایجی در این رابطه ارائه گردیده‌اند که اگرچه مهم هستند، اما نتوانسته‌اند تأثیرات آن را بر ذهنیت‌های سرمایه‌گذاری در بازار تقلیل دهند (Dechow et al., 2010). به عبارت دیگر، در بررسی شرکت‌های متقلبان، به میزان زیادی، ارتباط بین تخلف‌های حسابداری با ناهنجاری‌های تجاری و قانونی (مانند انتصاب بلندمدت مدیران؛ دعاوی حقوقی و سقوط قیمت سهام) محرز می‌باشد که یکی از پیامدهای محتمل آن ظهور تحریف‌های مالی توسط ابزار حسابداری است که در گذشته بارها به چالش کشیده شده است (du Toit, 2024). در تفاوت با این پژوهش‌ها، مطالعه‌ی حاضر بر روی یکی از نوظهورترین فرآیندهای فرصت‌طلبانه‌ی شرکت‌ها که از طریق رویه‌های حسابداری نیز در عصر حاضر قابل پیاده‌سازی می‌باشد، متمرکز است.

این پدیده با عنوان «طرح پانزی» که در ۱۹۲۰ توسط «چارلز پانزی [Charles Ponzi]» مطرح شد، مبنایی برای کلاهبرداری تلقی می‌شود که شرکت‌ها با گردش نقدینگی می‌توانند به منافع پنهانی دست یابند که الزاماً سرمایه‌گذاران به دلیل برآورده شدن بازده‌های مورد انتظارشان از آن مطلع نیستند و می‌تواند به عنوان مبنایی برای سفته‌بازی به ویژه در شرایط متورم اقتصادی کشورهای در حال توسعه قلمداد گردد (Barlevy and Xavier, 2025). لذا پدیده‌ی پانزی را باید ترفندی از مدیریت منابع مالی، توسط نگاه‌های تجاری تعریف نمود که بازده‌هایی را از محل سرمایه‌گذاری‌های ثانویه به سرمایه‌گذاران اولیه پرداخت می‌کند تا از طریق چرخه‌ی نقدینگی ایجاد شده بتوانند، اهداف تجاری پنهان خود را همچون سفته‌بازی تأمین نماید (Cortés et al., 2016). به عبارت دیگر شرکت‌هایی که از چنین ظرفیتی مجهولی بهره می‌برند، به جای اینکه عایدات حاصل از مدت زمان دریافت سرمایه‌های دیگران را از بازده‌های کسب شده‌ی سود عملیات تجاری/مالی پرداخت نمایند، از طریق گردش نقدینگی تأمین می‌کنند، به طوریکه سرمایه‌گذاران اولیه، عایدات خود را از تأمین نقدی سرمایه‌گذاران ثانویه دریافت می‌دارند و سرمایه‌گذاران ثانویه در چرخه‌ی ایجاد شده، منافعشان از محل آورده‌های نقدی سرمایه‌گذاران تازه وارد، تأمین می‌گردد (Song and Kong, 2022). زیرا ترفند پانزی معمولاً سرمایه‌گذاران جدید را با ارائه عایدی‌هایی که دیگر سرمایه‌گذاری‌ها نمی‌توانند تضمین کنند، اغواء می‌نماید (Sadiraj & Schram, 2018). ادامه چنین فرآیندی در عرصه‌های بازار، مشروط به دائمی بودن بازده‌هایی است، که مجری ترفند پانزی بتواند از طریق تبلیغ در ابزارهای رسانه‌ای، اعتماد سرمایه‌گذاران را جلب نماید تا از این طریق سیستم اجراکننده‌ی این طرح، منافع خود را تأمین نماید. حال سوالی که مطرح می‌باشد این است که اساساً نقش حسابداری در سیکل ایجاد شده‌ی ناشی از پدیده پانزی کجاست؟

در پاسخ به این سوال باید به نقش اجرایی حسابداری ارجاع گردد، زیرا تحت تأثیر و نفوذ تصمیم‌گیرندگان شرکت، این حرفه با افشاء گزینشی اطلاعات مبتنی بر اخبار مثبت می‌تواند زمینه را برای تحریک انگیزه‌های سرمایه‌گذاری در بازارهای مالی ایجاد کند و به جریان‌سازی سیکل حاصل از گردش نقدینگی برای تأمین منافع دارای اولویت صاحبان شرکت اقدام نماید. از طرف دیگر، پس از شکل‌گیری اهداف پانزی، حسابداری با جذب سرمایه‌های نقدی دارای هزینه‌های پایین‌تر، سود حاصل از عایدات چرخه‌ی تأمین منابع ایجاد شده را در اهدافی غیر از توسعه طرح‌ها و پروژه‌های شرکت برای کسب منافع بالاتر خرج می‌کند و از این طریق، فرصت‌های سرمایه‌گذاری ایجاد شده در بازارهای پولی را به ویژه در نظام اقتصادی کشورهای در حال توسعه‌ای همچون ایران که با چالش‌های تغییرات مداوم ارز و طلا مواجه

است، غنیمت می‌شمارد. لذا پیاده‌سازی حسابداری مبتنی بر پانزی، این امکان را به شرکت‌ها می‌دهد تا برای بدست آوردن سودهای اختصاصی در بازار، صرفاً اطلاعاتی که مبتنی بر تحریک انگیزه‌های سرمایه‌گذاری باشد را از طریق فعالیت‌های رسانه‌ای مدنظر قرار دهند (Constantino et al., 2024).

در این فرآیندهای مالی، معمولاً متصدیان امر تلاش می‌کنند تا با پنهان نمودن شواهد وقایع مالی، در مسیر تقلب ابزاری از حسابداری گام بردارند تا بتوانند با گمراه نمودن سرمایه‌گذاران، صرفاً آن دست از منافع مالی که برایشان حائز اهمیت است را کسب کنند (طاهری، ۱۳۹۸). بنابراین داده‌ها برای اندازه‌گیری سود اقتصادی معمولاً به صورت پراکنده در اختیار استفاده‌کنندگان از اطلاعات قرار می‌گیرد و سرمایه‌گذاران تحت تأثیر اخبار رسانه‌ای شرکت‌ها، تلاش می‌کنند بازده‌های نمایشی را به عنوان مبنای تصمیم خود قرار دهند، غافل از اینکه در آینده به دلیل انباشت اخبار منفی توسط شرکت‌ها، احتمالاً با وقایعی همچون ریسک سقوط قیمت سهام مواجه خواهند شد (Singh and Misra, 2023).

سازوکار بکارگیری طرح‌های پانزی در رویه‌های حسابداری توسط کمیسیون بورس و اوراق بهادار (Securities and Exchange Commission [SEC]) در طبقه‌بندی شیوه‌های عملکرد متقلبانه قرار گرفته‌اند و معمولاً به دو صورت اجرا می‌شوند. اول اینکه این دست از شرکت‌ها غالباً داده‌ها و بیانیه‌های مالی براساس رویدادهای جعلی یا غیر موجود به اطلاع ذینفعان می‌رسانند و دوم اینکه با نفوذ بر حساب‌های مستقل و تحریک انگیزه‌های مالی در آنان، گزارش‌های حسابرسی را به نفع خود منتشر می‌کنند (Mohd Sulaiman et al., 2015). بنابراین حرفه حسابداری تحت تأثیر پدیده‌ی پانزی، اقدام به ارائه‌ی اطلاعات محدودی درباره نحوه سرمایه‌گذاری به دیگران می‌کند تا با جذب سرمایه‌های نقدی آن‌ها، زمینه برای تضییع حقوق ذینفعان را به طور عمیق‌تری به وجود آورد (Markopolos, 2010; Zuckoff, 2006; Henriques, 2012). لذا ارائه‌ی گزارش‌های کمیسیون بورس و اوراق بهادار (SEC) رخداد پدیده‌ی پانزی را ابزاری متقلبانه برای کسب منافع بیشتر از سرمایه‌گذاران ناآگاه تعریف می‌کند که بدون اتکاء به تحلیل‌های بنیادی و تکنیکال، صرفاً به دنبال استفاده از بازده‌های ناشی از سرمایه‌های راكد خود در یک نظام اقتصادی ناپویا می‌باشد (Securities and Exchange Commission^{a,b}, 2013). اگرچه این کمیسیون تلاش نموده تا ظرفیت‌های نظارتی بر پیاده‌سازی رویه‌های حسابداری را به سمت الزامات بیشتر نهادی هدایت کند، اما مرور پژوهش‌های انجام شده‌ای همچون (Ullah et al., 2022) و (Bosley and Knorr, 2018) نشان می‌دهد، ورود پدیده‌ی پانزی به حیطه‌ی عملیاتی رویه‌های حسابداری، فراتر از کارکردهای گذشته، کماکان از سرمایه‌های آورده شده، منافع عظیمی را برای متصدیان آن به همراه داشته است و عملاً شکاف‌های قانونی و علی‌الخصوص فقدان یک شناخت ریشه‌ای از این پدیده باعث شده است تا حتی در عصر حاضر، کماکان شاهد وقوع ابزارهای متقلبانه‌ی این چنینی بود. زیرا حتی در صورت وجود استانداردها، شرکت‌های متصدی پیاده‌سازی این نوع از رویه‌های حسابداری، با ارائه‌ی ادله‌هایی از سیاست‌های مالی شرکت توانسته‌اند در دادگاه‌های مرتبط با پرونده‌های قضایی، به دلیل ضعف قوانین و سازوکارهای ضعف نظارتی، جان سالم به در ببرند. در یکی از محدود پژوهش‌های انجام شده، (Deason et al., 2021) با استناد به نتایج بررسی ۳۷۶ طرح پانزی در بین سال‌های ۱۹۸۸ تا ۲۰۱۲ نتیجه‌گیری می‌کنند که اساساً بکارگیری این پدیده توسط شرکت‌ها، نامشهود و پنهان است و معمولاً آزمون‌های اطمینان و ریسک حسابرسی نیز نتوانسته‌اند، تأثیر آن بر سرمایه‌های جذب شده را مورد اثبات قرار دهند. زیرا با اعلام ورشکستگی به دلیل قوانین تجاری و نوع شرکت‌های ثبت شده، قربانیان اصلی این طرح، سرمایه‌گذارانی هستند که بدلیل ضعف‌های نهادی، در بازارها و مبادلات تجاری با شرکت‌ها و صنایع، سرمایه‌های خود را از دست داده‌اند. لذا همانطور که از بیان

اهمیت توجه به رشد روزافزون پدیده پانزی در نظام‌های مالی علی‌الخصوص در شرایط ناکارآمد نظارتی بازارهای سرمایه‌ای مثل ایران بر می‌آید، برخی از شرکت‌ها باهدف کسب منافع بالاتر، از طرح پیاده‌سازی پانزی در رویه‌های حسابداری نهایت بهره‌برداری را می‌نمایند. زیرا فقدان اثربخشی نظارت‌های منسجم در این حوزه، به وقوع ریسک‌های مالی در راستای تضییع حقوق ذینفعان منجر گردیده است. به همین دلیل ارائه الگویی پارادایمی با تمرکز بر شرایط محیطی ایران می‌تواند به عنوان یک مبنای شناختی، جنبه‌های ناهنجار این پدیده پنهان در بازار سرمایه را عیان نماید و به سیاستگذاری‌های مستمرتر در این حوزه کمک شایان توجهی نماید. بنابراین انجام این مطالعه می‌تواند از دو منظر دانش افزایی و کاربردی دارای اهمیت باشد.

اولاً به لحاظ دانش‌افزایی، عدم وجود پژوهش‌های مرتبط با ماهیت پدیده‌ی مورد بررسی این مطالعه نشان دهد، تاجه اندازه ضعف شناختی از کارکردهای پانزی، توانسته به سیر تقلب در افشاء اطلاعات تحریف گونه‌ی شرکت‌ها به ویژه شرکت‌های تجاری منجر شود و زمینه برای بروز نابرابری در افشاء اطلاعات بین سرمایه‌گذاران عمده با سرمایه‌گذاران خرد را ایجاد نماید. ثانیاً نتایج این مطالعه به سیاستگذاران و تدوین‌کنندگان استانداردهای حسابداری کمک می‌کند تا ضمن ارتقاء شناخت بیشتر از ماهیت‌های تخریبی بکارگیری این پدیده در بسترهای بازار مالی، فراتر از اصلاح یا تغییر قوانین، به فکر ترویج ارزش‌های هنجاری باشند تا بتوانند کارکردهای شفاف‌تر شرکت‌ها را متناسب با انتظارات ذینفعان توسعه بخشند. براین اساس این مطالعه، تلاش دارد تا به دلیل عدم شناخت کافی از نحوه‌ی شکل‌گیری پدیده‌ی پانزی، جنبه‌هایی که در قالب یک چارچوب پارادایمی، وقوع این پدیده را در عرصه رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه محتمل می‌نماید را از طریق پدیدارشناسی، مورد کنکاش قرار دهد.

مبانی نظری

پدیده پانزی که یکی از مفاهیم ریشه‌دار در نظام اقتصاد مالی دنیا شناخته می‌شود، به روش‌های برنامه‌ریزی شده‌ای برای تقلب و تحریف اشاره دارد که از طریق آن عایدات قابل پرداخت به سرمایه‌گذاران قبلی از محل جذب سرمایه‌های نقدی سرمایه‌گذاران تازه وارد تأمین می‌گردد (Uppiah, 2018). لذا شرکت‌هایی که از این پدیده برای سود بیشتر بهره می‌برند، منافع خود را صرفاً از جریان‌های مالی واسطه‌ای ایجاد شده، تأمین می‌نمایند و بدون هیچ فعالیت منجر به درآمد و سودی، غالباً با اغوا سرمایه‌گذاران، منافع مشخصی را کسب می‌کنند (کاظمی‌فروشانی و قدیر، ۱۳۹۹). تطوّر تاریخی استفاده از این طرح، گویای این موضوع می‌باشد که تمرکز بر این شیوه از رویه‌های تحریف و تقلب، دارای سابقه‌ی طولانی است که عقبه‌ی آن به سال ۱۹۲۰ و تقلب گسترده‌ی «چالز پانزی» بر می‌گردد که توانست مهاجران ایتالیایی را قربانی منافع خود نماید (Eisenberg and Quesenberry, 2014). مرور این سیر تاریخی اگرچه نشان دهنده‌ی این موضوع است که تمرکز بر تجارب سرمایه‌گذاری و بحران‌های مالی می‌تواند به عنوان یک آگاهی‌دهنده در این حوزه تلقی شود (کابلی و همکاران، ۱۳۹۹)، اما غالباً شرکت‌های امروزی در سایه‌ی ضعف‌های سازوکارهای نظارتی، کماکان از ظرفیت‌های این شیوه برای منفعت‌طلبی بیشتر بهره می‌برند. در یکی از معدود پژوهش‌های انجام شده Jory and Perry (۲۰۱۱) نحوه عملکرد پدیده پانزی را به صورت یک چارچوب قابل تفسیر در شکل (۱) ارائه دادند که در آن از طریق تحریک انگیزه‌های سرمایه‌گذاری و محرک‌های جانبی برای حفظ تبادل مالی متداوم‌تر با سرمایه‌گذاران، تلاش می‌کنند تا با ایجاد چرخه نقدینگی حاصل از جذب سرمایه‌های دوره‌ای، منافع حاصل از واسطه‌گری مالی را تأمین نمایند.

شکل (۱) نحوه عملکرد پدیده پانزی



همانطور که به صورت چرخشی این چارچوب ارائه شده است، مشخص می گردد، متصدیان اجرای طرح پانزی در بُعد اول یعنی [سودهای اولیه جذاب] با تحریک انگیزه های کسب بازده های مورد انتظار در سرمایه گذاری، افراد را برای جذب منابع نقد، اغوا می کنند تا امکان پرداخت بازده های وعده داده شده به سرمایه گذاران قبلی، در این مسیر محقق گردد. در بُعد دوم این چرخه، [افزایش اولیه سرمایه] کارکرد دیگری است که با پرداخت به موقع بازده های مورد انتظار به سرمایه گذاران تازه وارد، اعتماد آنان را جلب می نمایند تا بتوان با تحریک احساسات، از طریق راه کارهایی مثل تخصیص سود به عنوان سهام جدید یا تحریک سرمایه گذاری بیشتر با بازده های دریافتی بالاتر، سعی نمایند تا حجم نقدینگی خود را فزاینده تر کنند. در بُعد سوم نیز، هدف از اجرای پدیده پانزی، [استمرار جذب سرمایه] برای تداوم حکمرانی مالی شرکت های اجرا کننده در بازار برای کسب منافع فرصت طلبانه ی بالاتر می باشد. به طوریکه تلاش می شود تا از طریق ابزارهای رسانه ای و تبلیغات مالی اثرگذار بر سرمایه گذاران، سرمایه های بیشتری را وارد این چرخه نمایند. زیرا به سرمایه گذاران القاء می شود که سرمایه گذاری های به صرفه ی آنان می تواند، عایدات مالی بالاتری از بهره های سرمایه گذاری رایج در بازارهای دیگر را برایشان به همراه داشته باشد. در بُعد آخر سیکل پانزی، [نقطه بحرانی] اشاره به اشباع چرخش نقدینگی به دلیل مشکلات اقتصادی و یا ریسک فاکتورهای بیرونی مثل حساسیت نهادهای نظارتی دارد که به دلیل عدم تحقق تعهدات مرجع تضمین کننده، سیستم دچار نقص می شود و بازار با واکنش سریع به چنین چالشی، زمینه ساز بروز رفتارهای توده وار سرمایه گذاران، می گردد. لذا شرکت اجرا کننده ی پدیده پانزی، در این مرحله، سرمایه گذاران جدید را از دست می دهد و باز پرداخت سود وعده داده شده به سرمایه گذاران قبلی، نیز به تعویق می افتد که این مسئله به افزایش آنومی (ناهنجاری) بازار منجر می گردد. از طرف دیگر (Deason et al. (2021 با ارائه جدول (۱) نسبت به بیان تفاوت های منجر به تحریف و تقلب از طریق پدیده پانزی با روش های دیگر اقدام نمودند که به ترتیب زیر ارائه شده است.

جدول (۱) تفاوت پدیده پانزی با روش های دیگر منجر به تحریف و تقلب

ویژگی	پدیده پانزی	سایر روش های تحریف و تقلب
-------	-------------	---------------------------

[۱] منبع فعالیت	سرمایه گذاری های جدید	کسب درآمد مبتنی بر تقلب یا تحریف از فعالیت هایی مثل مدیریت سود
[۲] فرآیند فعالیت	غالباً ثابت و مبتنی بر اغواء به سرمایه گذاری های جدید سرمایه گذاران قبلی و جدید	غالباً متغیر و وابسته به شرایط بازار و اقتصادی
[۳] ماهیت فعالیت	غالباً فریبنده و متمرکز بر تحقق بازده های مورد انتظار در سرمایه گذاری	غالباً فریبنده و متمرکز بر فعالیت های غیر واقعی در تحریک سرمایه گذاری
[۴] استمرار فعالیت	غالباً کوتاه مدت و تا زمان حفظ چرخه نقدینگی	غالباً میان مدت و تا زمان پنهان ماندن فعالیت های دستکاری سود
[۵] آفق فعالیت	سرمایه گذاران سفته باز	سهامداران، نهادها و سازمان سرمایه گذار

اگرچه می توان معیارهای گسترده تری از نظر تفاوت پدیده پانزی با سایر روش های دیگر تحریف و تقلب ارائه نمود، اما مشخصاً ۵ ویژگی منحصر بفردی که می تواند منشأ تفاوت تلقی شود، در جدول (۱) بر شمرده شده اند. به عنوان مثال در ویژگی منبع فعالیت، پدیده پانزی با تأمین منابع از محل سرمایه گذاری های جدید اقدام به اجرای اهداف تحریف و تقلب می نماید، در حالیکه در روش های دیگر، غالباً شرکت ها از محل سودهای ناشی از دستکاری فعالیت های واقعی یا مصنوعی، اهداف منفعت طلبانه خود را تأمین می نمایند (Dechow et al., 2010). یا در ویژگی فرآیند فعالیت، پدیده پانزی به طور ثابت از ابزارهای اغواگرانه ای جلب اعتماد سرمایه گذاران جدید و قدیمی بهره می برد، در حالیکه، سایر روش های تحریف و تقلب، به صورت متغیر و با در نظر گرفتن شرایط بازار و اقتصادی شرکت، اقدام به فعالیت های منفعت طلبانه می نمایند (Conarck, 2015). لذا این پنج ویژگی مؤید این مسئله است که هنوز پدیده پانزی به دلیل پیچیدگی هایی که منبع تغذیه آن بر مبنای ذهنیت سفته بازی در بازار بنا شده است، از شناخت کافی برای ادراک بیشتر به دلیل نوظهور بودن این مفهوم، برخوردار نیست.

در ادامه (Deason et al. (2021 و برای تبیین بهتر تأثیر گذاری رویه های حسابداری در پیاده سازی پدیده ی پانزی، ۴ مکانیزم هشدار دهنده را برای شناخت بهتر در قالب شکل (۲) ارائه دادند. این مکانیزم های هشدار به عنوان ابزارهای سرمایه گذاری توصیه شده است تا بتواند از وقوع تحریف های پیچیده مالی جلوگیری نماید.

شکل (۲) مکانیزم های هشدار دهنده پیاده سازی پدیده پانزی از طریق رویه های حسابداری



طبق این الگو، اولین مکانیزم هشدار، مرتبط به «افزایش کاذب حساب های بانکی» می باشد که غالباً در بخش دارایی های جاری ترازنامه و سایر گزارش های مالی شرکت های مرجع پدیده پانزی، از طریق مقایسه ی عملکردهای فصلی

یا سالیانه یک شرکت و حتی به صورت مقایسه منابع مالی دو شرکت رقیب، قابل رویت می‌باشد (Al Maalouf et al., ۲۰۲۳). زیرا این دست از شرکت‌ها با حساب‌سازی‌های ساختگی مبنی بر افزایش اهرم مالی، تلاش می‌کنند سود قابل انتظار سرمایه‌گذاران را متناسب با بازده‌های مصنوعی شرکت در آینده، افزایش دهند. از طرف دیگر، دومین مکانیزم هشدار، مرتبط به «پنهان‌سازی اخبار تنش‌زا» یا اصطلاحاً حذف اطلاعات مهم مالی می‌باشد که غالباً شرکت‌های مرجع پدیده پانزی، با پنهان نمودن منابع درآمدی، هزینه‌ای و فعالیت‌های واقعی خود، تلاش می‌کنند تا تداوم چرخش نقدینگی را از آورده‌های سرمایه‌گذاران، سرپا نگه دارند (Amoah, 2018). این مسیر صرفاً براساس تحلیل‌های «تکنیکال آنالیز» از رویه‌های حسابداری در گزارش‌های حساب‌برسان مستقل قابل دستیابی می‌باشد. زیرا حساب‌برسان با انجام آزمون‌های مختلفی، می‌توانند، پنهان‌سازی اطلاعات مهم مالی برای دستیابی به اهداف پانزی را تاحدی تقلیل دهند (Kassem, 2024). سومین مکانیزم هشدار «افزایش درآمدهای ظاهری» که شرکت‌های مرجع پدیده پانزی، باهدف حجیم ساختن عملیات منتج به درآمد شرکت، در پی بازنمایی مثبتی از وضعیت مالی شرکت در آینده هستند. لذا مبنای تشخیص چنین فرآیند نامشهودی می‌تواند ارزیابی روند درآمدی شرکت براساس نسبت‌های مالی مثل بازده دارایی‌ها تلقی گردد (Artzrouni, 2009). آخرین مکانیزم هشدار نیز مرتبط با «طرح‌های تشویق به سرمایه‌گذاری» محسوب می‌شود که غالباً شرکت‌های مرجع پدیده پانزی براساس آن در پی افزایش تأمین منابع مالی از سرمایه‌گذاران می‌باشند. مبنای تشخیص این فرآیند نیز می‌تواند ارزیابی نسبت‌های حق تقدمی و یا تغییر درصد نرخ سود قابل تخصیص به سهامداران در تصمیم‌های مجمع شرکت باشد (Deason et al., 2021).

براین اساس رویه‌های حسابداری، صرفاً ابزاری برای توجیه، پدیده پانزی می‌تواند قلمداد گردد که با ایجاد ساختارهای مالی ناکارآمد و غیرواقعی، به دنبال اهداف فرصت‌طلبانه‌ای باشد که در شرایط برابر و رقابتی بازارها، عموماً شرکت‌ها به دلیل محدودیت‌هایی که در تأمین منابع دارند، امکان بهره‌مندی از منافع بالاتر برایشان میسر نیست. لذا براساس رویکرد این مطالعه که به دنبال هستی‌شناسی پدیده پانزی در بروز رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه می‌باشد، می‌تواند سوال‌های پژوهشی زیر را مطرح نمود.

[۱] سوال اول پژوهش: زمینه‌های پدیده‌ی پانزی مؤثر در بروز رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه کدامند؟

[۲] سوال دوم پژوهش: مقوله‌های زمینه‌ای پدیده‌ی پانزی در بروز رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه در الگوی

پارادیمی کدامند؟

از آنجاییکه روش پدیدارشناسی پارادایمی مبنایی از ۵ بعد شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، استراتژی‌ها و پیامدها برای ارائه یک الگوی شناختی تلقی می‌شود، از طریق ترکیب مصاحبه با کنشگران دارای تجربه زیسته و چک‌لیست‌های مقیاس‌بندی شده امتیازی محقق ساخت، سوال‌های پژوهشی مطرح شده مورد کنکاش قرار می‌گیرد.

روش‌شناسی

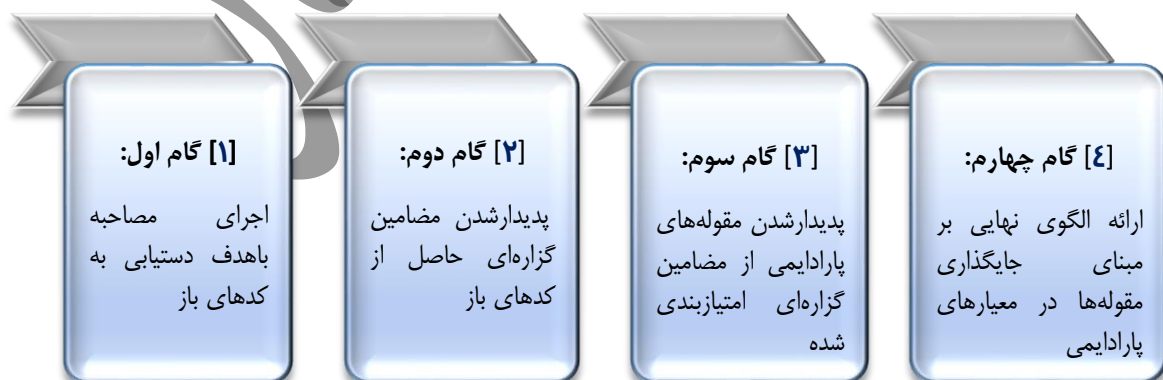
پژوهش‌هایی که با طرح ایده پارادایم‌سازی اجرا می‌شوند را باید در زمره مطالعه‌هایی دسته‌بندی نمود، به دنبال انتزاعاتی از بستر مورد بررسی می‌باشند. زیرا احتمالاً پژوهش‌های گذشته، جریان‌های اثرگذار بیرونی و درونی را بر یک پدیده شناختی که قابلیت ذهنی‌سازی دارد را، مورد توجه قرار نداده‌اند. لذا ارائه یک الگوی پارادایمی به شناخت از پدیده در بستر مطالعه کمک می‌کند. این مقدمه توصیف‌کننده ماهیت روش‌شناسی مطالعه حاضر از نظر مبنای پدیدارشناسی پارادایمی تلقی می‌گردد. براین اساس طی فرآیندهای مصاحبه‌گری با کنشگران دارای تجربه در بستر مطالعه، ابتدا

زمینه‌هایی که در راستای شرایط ۵ گانه‌ی پارادایمی [شرایط علی؛ زمینه‌ای، مداخله‌گر؛ استراتژی‌ها و پیامدها] می‌تواند اثرگذار باشد، شناسایی می‌شوند تا به واسطه‌ی کدگذاری‌های باز انجام شده بتوان، نسبت به اجرای گام‌های بعدی تا رسیدن به الگوی نهایی پارادایمی اقدام نمود. لذا ابزار این مطالعه، از یک سو مصاحبه جهت دستیابی به زمینه‌های پدیده مورد بررسی بر مبنای کدگذاری باز و از سوی دیگر، مقیاس‌های امتیازبندی چک‌لیستی برای ارزیابی زمینه‌های پدیدار شده جهت رسیدن به مقوله‌های پارادایمی می‌باشد. طی این توضیح‌ها، مطالعه حاضر را به لحاظ هدف انجام، باید اکتشافی توصیف نمود، که باتوجه بدیع‌بودن پدیده‌ی پانزی، شناسایی زمینه‌های اثرگذار مورد تأکید در سوال اول پژوهش برای این اساس قابل توجه است. زیرا انجام مصاحبه با افراد دارای صلاحیت دانش‌افزا و تجربی، همچون تکه‌های پازل، ناشناخته‌هایی علمی از پدیده مورد بررسی را در بستر مطالعه، هویدا می‌نماید. به لحاظ نتیجه در بُعد دیگر روش‌شناسی، مطالعه‌ی حاضر توسعه‌ای تلقی می‌شود. زیرا انجام این مطالعه به دلیل فقدان رویکردهای شناختی قابل انکاء از پدیده‌ی پانزی در رویه‌های حسابداری، به شفاف‌تر نمودن مرز خاکستری شناخت از تحریف و تقلب‌های مالی می‌تواند منجر گردد. در نهایت به لحاظ جمع‌آوری داده، این مطالعه در زمره پژوهش‌های کیفی و فلسفه‌ی استقرائی جایگذاری می‌شود. زیرا در این مطالعه در نهایت، الگویی از پارادایم‌های هستی‌شناسی پدیده پانزی در رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه ارائه می‌شود که می‌تواند مبنای پژوهش‌های آتی در دانش مالی و حسابداری تلقی گردد. رویکرد نرم‌افزاری اولیه در کدگذاری باز، تمرکز بر استفاده از انویوو (NVivo) می‌باشد و در فرآیند جمع‌آوری داده‌های چک‌لیست محقق ساخته، نیز به صورت دستی و با استفاده از شاخص «مد» نسبت به مقوله‌یابی اقدام شده است.

روش‌های اجرای پدیدارشناسی پارادایمی

پدیدارشناسی پارادایمی مبنایی از ترکیب مجموعه‌ای از روش‌های جمع‌آوری داده‌ها برای رسیدن به یک چارچوب نهایی مبتنی بر شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، استراتژی‌ها و پیامدها می‌باشد (Irrarázaval, ۲۰۲۰). به همین دلیل این شیوه از اجراء را اصطلاحاً «ترکیب روش‌ها [Multi Methods]» معرفی می‌دارند. لذا در این بخش از مطالعه، مراحل اجرایی پدیدارشناسی پارادایمی تا رسیدن به الگوی نهایی توضیح داده می‌شود تا به ادراک منسجم‌تر از ماهیت تحلیل کمک نماید. لذا در شکل (۳) الگوی خلاصه‌ای از مراحل اجرا ارائه شده است.

شکل (۳) مراحل اجرای پدیدارشناسی پارادایمی



طبق شکل (۳) در ادامه مسیر ارائه شیوه‌های اجرای پدیدارشناسی پارادایمی، به تفکیک هریک از گام‌ها توضیح داده می‌شود.

مرحله اول - جمع آوری داده‌های مصاحبه

در این شیوه تحلیل، ابتدا باید از طریق مصاحبه با کنشگران دارای تجربه، زمینه‌هایی که در شناخت هستی‌شناسی پدیده‌ی پانزی مؤثر است که می‌تواند منجر به رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه گردد، شناسایی شوند. این زمینه‌ها براساس رویه‌ی کدگذاری باز در شیوه‌های مشابه انجام تحلیل در بخش کیفی تعیین می‌گردند، به طوریکه پس از هر مصاحبه، مصاحبه‌کننده با تعیین سرفصل‌های مورد مباحثه در جریان رفت و برگشت سوالات باز، اقدام به اختصاص کدهای برای آن می‌کند. لذا برخی از پُر تکرارترین سوالات مصاحبه به ترتیب زیر ارائه شده است:

۱] ✓ چه جریان‌هایی از سازوکارهای مالی می‌تواند در وقع پدیده پانزی، منجر به تحریک بهره برداری

از حسابداری گردد؟

۲] ✓ چه محرک‌های بیرون از ساختار فنی در حسابداری وجود دارد که شکل‌گیری پدیده پانزی را

تسریع می‌کند؟

۳] ✓ چه جنبه‌هایی از کارکردهای اطلاعاتی در تسهیل توسعه حسابداری پانزی می‌تواند مؤثر باشد؟

۴] ✓ راهبردهای عملیاتی حسابداری در پیشبرد اهداف پانزی چه حوزه‌هایی را می‌تواند در بر گیرد؟

۵] ✓ نقش نظارت‌های نهادی و الگوهای استاندارد در اثرگذاری در شکل‌گیری پدیده پانزی در

حسابداری را چطور ارزیابی می‌کنید؟

۶] ✓ بی‌توجهی ساختاری به توسعه پدیده پانزی در رویه‌های مالی و حسابداری می‌تواند در برگیرنده‌ی

چه تبعاتی برای شرکت‌ها باشد؟

۷] ✓ چه جنبه‌هایی از ویژگی‌های عملکردی شرکت‌ها در زمینه‌سازی پدیده پانزی از طریق حسابداری

می‌تواند مؤثر باشد؟

۸] ✓ چه فاکتورهایی به لحاظ سیاستگذاری‌های نظام مالی و اقتصادی می‌تواند اهرمی برای پدیداری

حسابداری پانزی تلقی گردد؟

حائز اهمیت است که اشاره گردد، با ارجاع به ادبیات نظری و ماهیت پدیده محوری از منظر کارکردهایی که در حسابداری دارد نسبت به تدوین سوالات مصاحبه اقدام شد. این سوالات به صورت مقتضی و در جریان مصاحبه بسته به مباحث مورد بحث، جرح و تعدیل می‌شد تا به ایجاد ادراک مشخصی بین مصاحبه‌شونده با مصاحبه‌کنندگان منجر شود. مهمترین نکته در پیاده‌سازی مرحله اول بر مبنای انجام مصاحبه با کنشگران دارای تجربه زیسته، تعیین نقطه اشباع تئوریک برای اتمام مصاحبه‌ها و مشخص نمودن کدهای باز نهایی برای ورود به مرحله دوم شیوه تحلیل پدیدارشناسی پارادایمی می‌باشد. در واقع هرچه از مصاحبه اول به سمت مصاحبه‌های بعدی فاصله گرفته می‌شود، مجموعه‌ای از کدهای باز ایجاد می‌گردد که الزاماً بدیع بودن اولیه را ندارد و با چاشنی تکرار کدهای قبلی عجین شده است. به همین دلیل وقتی اطمینان حاصل شد که مصاحبه‌های بیشتر منتج به کدهای جدیدتر نمی‌گردد، در آن زمان، اشباع نظری حاصل شده است. در این مطالعه ۲۰ مصاحبه انجام شد که از درون این مصاحبه‌ها تعداد «۳۷۱» کدباز حاصل گردید.

مرحله دوم - پدیدارشدن مضامین گزاره‌ای

با تعیین کدهای باز حاصل از مرحله اول، محقق برای مشخص نمودن مضامین گزاره‌ای، اقدام به تطبیق معنایی کدهای باز از نظر مشابهت می‌نماید تا با دسته‌بندی نمودن آن‌ها، مشخص گردد چه تعداد مضامین گزاره‌ای پس از کدهای

باز، از احتمال پدیدارشدن برخوردار هستند. استراتژی مرتبط با این مرحله، ذهن آگاهی تفسیرگرایانه‌ی محقق می‌باشد تا بتواند با تمیز قائل شدن بین کدهای باز هم‌معنا، اصطلاحاً «هرس کردن [Pruning]» را تا آنجا ادامه دهد که مضامین گزاره‌ای منحصربفردی در راستای مسئله اصلی مطالعه، پدیدار گردند. به عبارت دیگر، محقق باید با قراردادن کدهای باز مشابه به لحاظ مفهومی، مجموعه‌ای از زمینه‌های گزاره‌ای که، از قابلیت لازم برای فهم بیشتر در راستای معنابخشی به هستی‌شناسی پدیده‌ی پانزی در شکل‌گیری حسابداری فرصت‌طلبانه برخوردار هستند را تعیین نماید. به عنوان مثال ممکن است یک مفهوم در بازه‌های مختلف انجام مصاحبه با کنشگران دارای تجربه‌زیسته، به انحاء مختلف در راستای هستی‌شناسی پارادایمی به پدیده محوری ظهور یافته باشند که باید با حذف آن‌ها صرفاً یک مفهوم مشخص (مضمون گزاره‌ای) از آن کد باز ایجاد نمود.

مرحله سوم - پدیدارشدن مقوله‌های پارادایمی

مرحله سوم فرآیند اجرای پدیدارشناسی پارادایمی مرتبط با تفکیک مقوله‌های پارادایمی از طریق دسته‌بندی مضامین گزاره‌ای هم معنا می‌باشد. برای این منظور باید به تعداد مضامین گزاره‌ای برآمده از مرحله دوم فرآیند اجرای پدیدارشناسی پارادایمی، چک‌لیست محقق ساختی را به صورت امتیازی ایجاد نمود تا با قراردادن هر مضمون گزاره‌ای در یک خانه مشخص مطابق با جدول (۲)، یک مقوله مشخص پدیدار گردد. فلسفه‌ی ساخت چک‌لیست مقیاس‌بندی امتیازی، تعیین مقوله‌های قابل جایگذاری در الگوی نهایی پارادایمی می‌باشد (قرائی‌پور و همکاران، ۱۴۰۳). غالباً این چک‌لیست به دلیل توالی امتیازی در طیفی از مقیاس‌های لیکرت از کاملاً موافق، موافق، خنثی، مخالف و کاملاً مخالف، باید به صورت سلسله‌مراتبی تدوین گردد تا مشخص‌کننده‌ی مضامین گزاره‌ای تشکیل‌دهنده‌ی یک مقوله برپایه امتیازهای بالاتر نسبت به سایر مضامین گزاره‌ای خنثی و بی‌تأثیر باشد (شیرخانی و همکاران، ۱۴۰۳). لذا جدول (۲) ارائه شده در بخش زیر، براساس تعداد مضامین گزاره‌ای برآمده از کدهای باز حاصل از مصاحبه، ارائه شده است تا کنشگران پس از تشکیل پانل‌های کانونی بتوانند، امتیازهای لازم را به آن اختصاص دهند.

جدول (۲) چک‌لیست مقیاس‌بندی امتیازی به صورت سلسله‌مراتبی

کاملاً موافق	+۸	+۷	+۶	+۵	+۴	+۳	+۲	+۱	۰	موافق
[۱]	[۲]	[۳]	[۴]	[۵]	[۶]	[۷]	[۸]	[۹]	[۱۰]	
	[۱۰]	[۱۱]	[۱۲]	[۱۳]	[۱۴]	[۱۵]	[۱۶]	[۱۷]	[۱۸]	
		[۱۷]	[۱۸]	[۱۹]	[۲۰]	[۲۱]	[۲۲]	[۲۳]	[۲۴]	
			[۲۲]	[۲۳]	[۲۴]	[۲۵]	[۲۶]	[۲۷]	[۲۸]	
				[۲۵]	[۲۶]	[۲۷]	[۲۸]	[۲۹]	[۳۰]	
					[۳۱]	[۳۲]	[۳۳]	[۳۴]	[۳۵]	
					[۳۶]	[۳۷]	[۳۸]	[۳۹]	[۴۰]	
					[۴۱]	[۴۲]	[۴۳]	[۴۴]	[۴۵]	
						[۴۶]	[۴۷]	[۴۸]	[۴۹]	
							[۵۰]	[۵۱]	[۵۲]	
										کاملاً مخالف
										-۸
										-۷
										-۶
										-۵
										-۴
										-۳
										-۲
										-۱
										۰
										مخالف

نکته مهم در مرحله سوم، تشکیل اعضای پانل و تعیین تعداد مقوله‌های قابل پدیدارشدن براساس فرآیندهای آماری همچون واریماکس^۱ یا چرخش متعامد^۲ می‌باشد. به طوریکه برای تعیین تعداد مقوله‌ها امتیازهای بارعاملی براساس چک‌لیست ارائه شده در جدول (۲) مشخص می‌گردد، سپس از طریق محاسبه‌ی قدرت مطلق معناداری $Sign = \left| \frac{1/96}{\sqrt{n}} \right|$

^۱Varimax

^۲Orthogonal Matrix

تعیین می‌گردد هریک از کنشگران تجربی در کدام پانل قرار می‌گیرند که در جریان گام به گام تحلیل، توضیح‌های تکمیلی ارائه می‌شود.

مرحله چهارم - ارائه الگوی نهایی

در مرحله چهارم به عنوان آخرین بخش اجرای این شیوه از تحلیل و پس از تعیین جایگاه هر مقوله براساس ایجاد یک چک‌لیست ۱۰ امتیازی (به تعداد مقوله‌های شناسایی شده)، مدل نهایی الگوی پارادایمی که شامل ۵ بعد اصلی «شرایط علی»، «شرایط زمینه‌ای»، «شرایط مداخله‌گر»، «استراتژی‌ها» و «پیامدها» می‌باشد، ارائه می‌گردد تا مبنای شناخت از پدیده پانزی در شکل‌گیری رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه تلقی گردد. مشارکت در این بخش نیز از طریق اعضای پانل‌های کانونی انجام می‌گیرد. این الگو منطبق بر ساختار رویکرد تحلیلی گردند تئوری می‌باشد، با این تفاوت که در پدیدارشناسی پارادایمی، کنشگران دارای تجربه‌زیسته، براساس ترکیب مصاحبه و اختصاص امتیازهای مقیاس‌بندی شده، مشارکت می‌نمایند و فرآیند اجرایی آن متفاوت با روش یاد شده می‌باشد.

براین اساس طی مراحل اول تا چهارم تلاش خواهد شد تا هریک از اجزای الگوی نهایی پدیدارشناسی پارادایمی مشخص‌کننده‌ی هستی‌شناسی پدیده‌ی پانزی در شکل‌گیری رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه در سطح شرکت‌های تجاری باشد.

کنشگران مطالعه

واژه مشارکت‌کننده در پژوهش‌های پدیدارشناسی به کنشگرانی که از تجربه‌زیسته برخوردار هستند، تغییر می‌کند، زیرا پدیدارشناسی اساساً مبنای از سلسله تفکرات بین‌الذهانی می‌باشد که به واسطه زیستن در بستر مطالعه، می‌تواند در هستی‌شناسی پدیده مورد بررسی مؤثر باشد که اصطلاحاً به عنوان پدیدارشناسی هرمنوتیک نیز گفته می‌شود (لشگری تفرشی، ۱۴۰۰). زیرا برای هستی‌شناسی فلسفی به یک پدیده جهت‌پایده‌سازی رویه‌های مرتبط با آن، نیاز به آگاهی‌های دانش‌افزایانه و تجربه‌گرایانه‌ای است که هریک از افراد کنشگران انتخاب شده در این مطالعه می‌تواند از خود نشان دهند (اصغری، ۱۳۹۶). لذا کنشگران این مطالعه را طیف از حسابداران رسمی، سیاستگذاران مالی عمومی و اعضای کمیته‌های استاندارد‌گذاری گزارشگری مالی در ایران تشکیل می‌دهند که به واسطه‌ی شناخت ترکیبی که از زمینه‌های اقتصادی، مالی و بازار سرمایه دارند، می‌توانند در سه مرحله یعنی مصاحبه برای شناسایی کدهای باز (مرحله اول)؛ امتیازدهی به مضامین گزاره‌ای در قالب چک‌لیست‌های مقیاس‌بندی شده‌ی محقق ساخت در شاکله گروه کانونی (مرحله سوم) و تفکیک مقوله‌ها برای قرار گرفتن در الگوی نهایی پارادایمی (مرحله چهارم) مشارکت فعال داشته باشند. نکته حائز اهمیت این است که برای حفظ هم‌افزایی بالاتر در جریان مصاحبه‌ها، سوالات به صورت باز و اصطلاحاً «پینک‌پنگی» مطرح می‌شد تا ضمن کنترل جریان مصاحبه، عمق مصاحبه برای رسیدن به کدهای باز اثربخش‌تر، حفظ گردد. فرآیند انتخاب این افراد، نمونه‌گیری گلوله برفی و باتوجه به معیارهای انتخابی اولیه می‌باشد.

❖ [اولاً] کنشگران باید دارای سابقه‌ی حداقل ۸ سال تجربه در حوزه‌های تخصصی مورد تأکید در این مطالعه باشند.

❖ [ثانیاً] کنشگران باید حداقل ۳۰ ساعت کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی ویژه تدوین استانداردهای حسابداری، شناخت شیوه‌های تحریف مالی و سیاستگذاری‌های مرتبط با رعایت حقوق ذینفعان را گذرانده باشند.

❖ [ثالثاً] کنشگران باید از تحصیلات عالی به عنوان مصاحبه‌شونده جهت قدرت افتراق از مبانی مدنظر این مطالعه برخوردار باشند و براساس شناخت نسبی از آن پدیده، اقدام به ارائه نظرات تخصصی نمایند.

به این طریق که با انتخاب نفرات اول تحت سه معیار فوق، مصاحبه‌ها آغاز می‌شود و با شناخت کلی از فضای مصاحبه‌های انجام شده، پیشنهادهای بعدی برای انتخاب مصاحبه‌شوندگان دیگر ارائه می‌گردد، تا در نهایت براساس حد اشباع تئوریک نسبت به انتخاب افراد با تجربه دیگر در جمع‌آوری داده‌های مصاحبه، اقدام لازم صورت گیرد. حائز اهمیت است که اذعان گردد، انتخاب معیارها برای انتخاب مشارکت‌کنندگان برحسب ماهیت پدیدارشناسی و شناخت نسبی محققان این مطالعه از مسئله پژوهش به واسطه مرور مبانی نظری در گذشته، صورت گرفته است.

یافته‌های پژوهش

پس از ارائه مبانی اجرایی روش پدیدارشناسی پارادایمی منحصر به اهداف این مطالعه، به طور خلاصه یافته‌های کسب شده برای ارائه الگوی نهایی به تفکیک هر مرحله بیان می‌شود. در مرحله اول و با انجام مصاحبه با ۲۰ کنشگر تعیین شده برای انجام مصاحبه، یافته‌های پژوهش حکایت از شناسایی «۳۷۱» کد باز حکایت دارد. این کدها برای ورود به مرحله دوم مورد بازبینی و اصطلاحاً «هرس کردن» نظری قرار گرفتند، تا بتوان با تطبیق کدهای باز هم معنا و مشابه، امکان پدیدارشدن مضامین گزاره‌ای را مهیا نمود. لذا با طی این مرحله طبق جدول (۳) نسبت به شناسایی مضامین گزاره‌ای نهایی اقدام می‌شود.

جدول (۳) مضامین گزاره‌ای پدیدار شده از کدهای باز

شماره	گزاره‌های پدیدار شده	اختصاص کدهای اختصاری	تعداد تکرار	توزیع فراوانی
۱	عدم توانایی مدیریت در ساختار اداره منابع مالی شرکت	W_1	۵	۱,۳۴٪
۲	انتصاب‌های وابسته در هیئت‌مدیره	W_2	۶	۱,۶۱٪
۳	احتمال بروز رفتارهای توده‌وار در بازار	W_3	۷	۱,۸۸٪
۴	بی‌ثباتی مالی شرکت	W_4	۸	۲,۱۵٪
۵	ارزش‌های استغفای نامحسوس سازمانی ^۱	W_5	۸	۲,۱۵٪
۶	پایین بودن سواد سرمایه‌گذاری	W_6	۹	۲,۴۲٪
۷	استفاده از ابزارهای مشتقه مانند اختیار معامله برای پنهان کردن وضعیت واقعی مالی	W_7	۱۰	۲,۶۹٪
۸	استفاده از لحن مثبت در تدوین گزارش‌های مالی	W_8	۵	۱,۳۴٪
۹	ابهام در قوانین و مقررات نظارت تجاری	W_9	۶	۱,۶۱٪
۱۰	انتقال دارایی‌ها و بدهی‌ها به شرکت‌های وابسته	W_{10}	۷	۱,۸۸٪
۱۱	انگیزه‌های حفظ رشد کاذب	W_{11}	۶	۱,۶۱٪
۱۲	آسیب‌پذیری شهرت حرفه‌ای متصدیان و شرکت	W_{12}	۸	۲,۱۵٪
۱۳	بیش اطمینانی مدیریتی ^۲	W_{13}	۶	۱,۶۱٪
۱۴	بی‌اعتباری اطلاعات و صورت‌های مالی	W_{14}	۷	۱,۸۸٪
۱۵	ترویج ارزش‌های سکوت سازمانی	W_{15}	۹	۲,۴۲٪
۱۶	به تعویق انداختن شناسایی هزینه‌ها	W_{16}	۶	۱,۶۱٪
۱۷	پایین آمدن کیفیت محیط اطلاعاتی	W_{17}	۷	۱,۸۸٪
۱۸	ارزیابی بیش از حد دارایی‌ها	W_{18}	۷	۱,۸۸٪
۱۹	پنهان‌سازی اخبار بد و منفی	W_{19}	۷	۱,۸۸٪
۲۰	پیچیدگی‌های سیستم‌های اطلاعاتی	W_{20}	۸	۲,۱۵٪
۲۱	ترکیب غیرمستقل هیئت‌مدیره	W_{21}	۶	۱,۶۱٪
۲۲	احتمال ورشکستگی	W_{22}	۵	۱,۳۴٪
۲۳	ترویج آوای مطیع در ساختارهای سازمانی ^۳	W_{23}	۹	۲,۴۲٪
۲۴	تمرکز سیستم‌های فناوری تحت اختیار مدیران ارشد	W_{24}	۱۰	۲,۶۹٪
۲۵	عدم توان نقدینگی	W_{25}	۱۱	۲,۹۶٪

^۱ به وضعیتی اطلاق می‌شود که کارمندان به‌طور آشکار سازمان را ترک نمی‌کنند، اما به طور فزاینده‌ای از نظر تعامل، تعهد و بهر موری کاهش می‌یابند. در واقع، آنها در سازمان حضور دارند اما از نظر روحی و روانی از آن جدا شده‌اند و به عملکرد کامل خود نمی‌رسند.

^۲ اشاره به تمایل مدیران به داشتن اعتماد بیش از حد به توانایی‌ها و قضاوت‌های خود اشاره دارد.

^۳ اشاره به پیوندزدن نظرات منابع انسانی با نظرات مدیران بالادستی در سازمان دارد.

۲۶	شناسایی درآمد از معاملات صورتی یا غیرواقعی	W_{26}	۷	۱,۸۸٪
۲۷	سنگربندی مدیریتی در حفظ تصدی سمت مدیرعاملی	W_{27}	۶	۱,۶۱٪
۲۸	سیاسی بودن نظام راهبری شرکتی	W_{28}	۸	۲,۱۵٪
۲۹	شدت رقابت ناشی از فشار بیرونی برای افزایش سهم بیشتر از بازار	W_{29}	۹	۲,۴۲٪
۳۰	شرایط اقتصادی نامتوازن	W_{30}	۱۰	۲,۶۹٪
۳۱	شناسایی درآمد از قراردادهای بلندمدت	W_{31}	۱۰	۲,۶۹٪
۳۲	فقدان فناوری‌های سیستمی پیشرفته مالی	W_{32}	۶	۱,۶۱٪
۳۳	شناسایی زود هنگام درآمدهای محقق نشده	W_{33}	۷	۱,۸۸٪
۳۴	ضعف در استانداردهای حسابداری	W_{34}	۷	۱,۸۸٪
۳۵	ضعف در کنترل‌های داخلی و نظارت مدیریت	W_{35}	۸	۲,۱۵٪
۳۶	عدم بهره‌مندی از قابلیت‌های مقایسه‌پذیری صورت‌های مالی در بازار	W_{36}	۱۰	۲,۶۹٪
۳۷	ثبت هزینه‌ها به شکل سرمایه‌ای	W_{37}	۹	۲,۴۲٪
۳۸	نبود نظارت‌های بیرونی بر سیستم‌های اطلاعات مدیریت	W_{38}	۷	۱,۸۸٪
۳۹	محدودیت‌های تأمین منابع مالی	W_{39}	۹	۲,۴۲٪
۴۰	عمیق‌تر شدن شکاف بازده مورد انتظار با بازده واقعی	W_{40}	۷	۱,۸۸٪
۴۱	فرآیندگی سکوت تدافعی در سازمان	W_{41}	۶	۱,۶۱٪
۴۲	فقدان ارزش‌های سوت زنی سازمانی	W_{42}	۹	۲,۴۲٪
۴۳	سقوط قیمت سهام	W_{43}	۷	۱,۸۸٪
۴۴	کوته‌بینی مدیریتی	W_{44}	۵	۱,۳۴٪
۴۵	محدودیت‌های اعتباری	W_{45}	۵	۱,۳۴٪
۴۶	عدم کنترل و دسترسی به جریان آزاد اطلاعات	W_{46}	۷	۱,۸۸٪
۴۷	نبود تنوع تخصص در هیئت‌مدیره	W_{47}	۶	۱,۶۱٪
۴۸	نبود کمیته‌های تخصصی	W_{48}	۸	۲,۱۵٪
۴۹	عدم رتبه‌بندی اعتباری شرکت‌ها	W_{49}	۷	۱,۸۸٪
۵۰	وقوع بحران مالی	W_{50}	۸	۲,۱۵٪
تعداد کدهای باز مبنای پدیدار نمودن مضامین گزاره‌ای				۳۷۱

همانطور که در جدول (۳) مشخص شده است، «۵۰» مضمون گزاره‌ای از «۳۷۱» کد باز پدیدار شدند که طی ۲۰ مصاحبه انجام شده مبنای رسیدن به مقوله‌های پژوهش در مرحله سوم اجرای پدیدارشناسی پارادایمی باید قرار گیرد. نکته‌ای که تکرار فراوانی هر مضمون گزاره‌ای قابل استنباط است این می‌باشد که حداقل در ۲۰ مصاحبه انجام شده، ۵ مفهوم مشترک از کدهای باز وجود داشته‌اند که در شکل‌گیری مضامین گزاره‌ای نقش ایفا می‌نمودند. در ادامه باهدف به سرانجام رسیدن مرحله سوم اجرای پدیدارشناسی پارادایمی، مضامین گزاره‌ای را به باید هر مقوله نسبت داد. برای اجرای صحیح این فرآیند باید مجموعه روش‌های تحلیلی از فرآیند واریماکس یا ماتریس متعامد تا ساخت پانل‌های کانونی و چک‌لیست مقیاس‌بندی امتیازی را مدنظر قرار داد. لذا طبق فرآیند توضیح داده شده، مجذور هریک از امتیازهای داده شده‌ی توسط کنشگران به ۵۰ گزاره برآورد می‌گردد تا درصد همفکری اعضای پانل در ایجاد تعداد مقوله‌های الگوی پارادایمی مشخص شود.

جدول (۴) فرآیند واریماکس برای تعیین تعداد مقوله‌های الگوی پارادایمی

تعداد الگوهای تفسیری تعیین‌کننده شاخص مقوله‌ها												
معیارهای ارزیابی	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد واریانس تجمعی	[۱]	[۲]	[۳]	[۴]	[۵]	[۶]	[۷]	[۸]	[۹]
				۱۲/۵۶	۱۱/۲۱	۹/۴۳	۸/۰۳	۶/۹۱	۵/۱۱	۳/۰۱	۲/۸۶	۱/۰۵
				۱۸/۳۸	۱۶/۲۶	۱۴/۶۰	۱۲/۴۸	۱۰/۱۵	۷/۳۰	۵/۲۹	۴/۱۸	۳/۹۰
				۱۸/۳۸	۳۴/۶۴	۴۹/۲۴	۶۱/۸۲	۷۱/۸۷	۷۹/۱۷	۸۴/۴۶	۸۸/۶۴	۹۲/۵۴
				۱۰۰/۰	۹۸/۸۱	۹۷/۳۸						

مقدار ویژه	۱۰/۹	۱۲/۰	۱۰/۲	۸/۷	۶/۸	۵/۹	۳/۳	۲/۷	۱/۷
	۱۹/۱۰	۱۶/۸۵	۱۴/۹۹	۱۲/۷۱	۱۰/۷۱	۸/۰	۶/۶	۴/۴	۲/۴۹
	۱۹/۱۰	۳۵/۹۵	۵۰/۹۵	۶۸/۹۵	۷۶/۵۵	۸۱/۵۷	۸۸/۶۸	۹۲/۹۵	۹۷/۱۰

طبق یافته‌های جدول (۴)، ماتریس متعامد بدست آمده از مجموع «۱۳» الگوی تفسیری تعیین کننده مقوله‌ها براساس «۵۰» مضمون گزاره‌ای، تعداد «۱۰» مقوله را می‌توان مبنای ارائه الگوی نهایی پارادایمی در نظر گرفت. در ادامه ۲۰ کنشگر این مطالعه را در پانل‌های کانونی تفکیک می‌شوند تا نسبت به اختصاص هر مضمون گزاره‌ای به یکی از ۱۰ مقوله شناسایی شده با یکدیگر مباحثه و تفکر بین‌الذهانی داشته باشند. به همین دلیل از قدر مطلق $\left| \frac{1/96}{\sqrt{n}} \right|$ باید جایگذاری هر کنشگر در طبقه‌های پانل‌بندی شده‌ای مشخص شده، تعیین گردد. در واقع $\sqrt{n}$ اشاره به گزاره‌ها شناسایی شده دارد. بر این اساس محاسبه زیر انجام می‌شود:

$$\text{Sign} = \left| \frac{1/96}{\sqrt{50}} \right| = 0.277$$

(۱) رابطه

شاخص معناداری تفکیک کنشگران در پانل‌های امتیازی، «۰/۲۷۷» می‌باشد که محاسبه امتیازهای ارائه شده هر کنشگر می‌تواند برحسب شاخص معناداری تعیین شده، مبنای قرار گرفتن یک کنشگر در یک پانل کانونی باشد. لذا کنشگرانی که ضریب قدرمطلق آن برابر با ۰/۲۷۷ باشند، در دسته‌ی مورد نظر قرار می‌گیرند. در ادامه طبق رابطه (۲)، تعداد پانل‌های قابل تشکیل تعیین می‌شود.

$$X = \frac{N - \delta_n}{r}$$

(۲) رابطه

N نشان دهنده تعداد کنشگران و δ_n نشان دهنده تعداد مقوله‌هایی که گزاره‌ها مطالعه، از قابلیت تبدیل شدن به آن‌ها برخوردار می‌باشد. لذا با انجام این معادله به ترتیب زیر مشخص می‌شود با ۲۰ کنشگر و ۱۰ مقوله قابل تفکیک از مجموع گزاره‌ها، ۵ پانل قابل تشکیل شدن می‌باشد.

$$X = \frac{20 - 10}{r} = 5$$

(۳) رابطه

لذا باید براساس ۲۰ کنشگر و برحسب تعداد مقوله‌های قابل تفکیک، ۵ پانل امتیازی تشکیل شود تا امکان سیزژی کارکردهای گروه کانونی برای مشارکت ممکن باشد. به عبارت دیگر براساس حد پایین تعیین شده یعنی میزان «۰/۲۷۷» باید مشخص گردد، هر کنشگر در کدام طبقه از پانل قرار می‌گیرد. نتایج مقایسه شاخص معناداری طبق جدول (۵) تعیین کننده تعداد و شماره کنشگران در هر پانل می‌باشد.

جدول (۵) تشکیل تعداد کنشگران قرار گرفته در پانل

شماره کنشگران	شماره پانل	حد نصاب شاخص معناداری	شماره کنشگران	شماره پانل	حد نصاب شاخص معناداری
کنشگر شماره «۱»	مشارکت در پانل شماره چهار	[۰/۳۱۹]	کنشگر شماره «۱۱»	مشارکت در پانل شماره پنج	[۰/۳۰۵]
کنشگر شماره «۲»	مشارکت در پانل شماره یک	[۰/۲۸۳]	کنشگر شماره «۱۲»	مشارکت در پانل شماره یک	[۰/۳۲۳]
کنشگر شماره «۳»	مشارکت در پانل شماره پنج	[۰/۲۹۵]	کنشگر شماره «۱۳»	مشارکت در پانل شماره دو	[۰/۳۱۷]
کنشگر شماره «۴»	مشارکت در پانل شماره سه	[۰/۳۰۷]	کنشگر شماره «۱۴»	مشارکت در پانل شماره چهار	[۰/۲۷۹]
کنشگر شماره «۵»	مشارکت در پانل شماره چهار	[۰/۴۱۰]	کنشگر شماره «۱۵»	مشارکت در پانل شماره یک	[۰/۳۴۱]
کنشگر شماره «۶»	مشارکت در پانل شماره دو	[۰/۳۱۲]	کنشگر شماره «۱۶»	مشارکت در پانل شماره چهار	[۰/۲۸۳]
کنشگر شماره «۷»	مشارکت در پانل شماره سه	[۰/۲۸۴]	کنشگر شماره «۱۷»	مشارکت در پانل شماره دو	[۰/۳۲۸]
کنشگر شماره «۸»	مشارکت در پانل شماره سه	[۰/۳۰۱]	کنشگر شماره «۱۸»	مشارکت در پانل شماره یک	[۰/۳۵۶]
کنشگر شماره «۹»	مشارکت در پانل شماره پنج	[۰/۲۸۹]	کنشگر شماره «۱۹»	مشارکت در پانل شماره پنج	[۰/۲۸۷]
کنشگر شماره «۱۰»	مشارکت در پانل شماره دو	[۰/۲۹۱]	کنشگر شماره «۲۰»	مشارکت در پانل شماره سه	[۰/۳۳۸]

لذا برای افزایش آگاهی بیشتر می‌توان طبق جدول (۶) خلاصه‌ی تفکیک هر کنشگر در هریک از گروه‌های پانل را به تفکیک نشان داد.

جدول (۵) شماره پانل‌های تعیین شده

شماره پانل	شماره کنشگر	ضریب میانگین شاخص معناداری
پانل اول	کنشگر شماره ۲؛ کنشگر شماره ۱۲؛ کنشگر شماره ۱۵؛ و کنشگر شماره ۱۸	۰/۳۲۵
پانل دوم	کنشگر شماره ۶؛ کنشگر شماره ۱۰؛ کنشگر شماره ۱۳؛ و کنشگر شماره ۱۷	۰/۳۱۲
پانل سوم	کنشگر شماره ۴؛ کنشگر شماره ۷؛ کنشگر شماره ۸؛ و کنشگر شماره ۲۰	۰/۳۰۷
پانل چهارم	کنشگر شماره ۱؛ کنشگر شماره ۵؛ کنشگر شماره ۱۴؛ و کنشگر شماره ۱۶	۰/۳۲۲
پانل پنجم	کنشگر شماره ۳؛ کنشگر شماره ۷؛ کنشگر شماره ۸؛ و کنشگر شماره ۱۱	۰/۲۹۴

در ادامه نیز جهت مقوله‌بندی گزاره‌ها با تعیین پانل‌های قانونی اقدام لازم صورت می‌گیرد. بدین منظور مضامین گزاره‌ای کدگذاری شده از $[W_1]$ تا $[W_5]$ طبق چک‌لیست ارائه شده در جدول (۳) باید در یک مقوله جایگذاری گردند. بنابراین، در این مرحله، براساس امتیازات هر پانل عبارات به دسته‌های مشخصی تفکیک می‌شوند تا مقوله‌های پارادایمی مشخص شود. به این ترتیب که هریک از پانل‌ها به صورت قانونی باهم در مورد مشابهت مجموعه‌ای از زمینه‌های گزاره‌ای برای قرار گرفتن در یک مقوله مشخص برای ارائه الگوی نهایی پارادایمی اقدام به امتیازدهی می‌نمایند. اما نکته مهم و قابل توجه نحوه تعیین گزاره‌ها در یک مقوله است. لذا برای این منظور طبق امتیازهای پانل‌ها باید، جهت رتبه‌بندی هریک از گزاره‌ها براساس نحوه‌ی چیدن کارت‌ها توسط کنشگران به رابطه (۴) توجه گردد.

$$\sigma(s) = \sum_{n=1}^k \frac{n}{X}$$

رابطه (۴)

در این معادله، $\sigma(s)$ نشان دهنده‌ی تعداد گزاره‌ها پدیدار شده می‌باشد. k برابر با خوشه‌های قابل تفکیک مجموع گزاره‌ها به مقوله‌ها می‌باشد. n نشان دهنده‌ی قرار گرفتن هر یک گزاره در یک مقوله است. X تعداد پانل‌های تعیین شده می‌باشد. n تعداد کل گزاره‌ها تأیید شده از گام‌های قبلی است. لذا می‌توان از طریق رابطه (۵) تعداد هر گزاره که به طور متوسط می‌تواند در هر مولفه قرار گیرد را مشخص نمود.

$$\sigma(s) = \sum_{n=1}^k \frac{n}{X} = 5$$

رابطه (۵)

لذا همانطور که مشاهده می‌شود، به طور میانگین در هر مقوله، ۵ گزاره مورد تأیید است که طبق جدول (۱) خانه‌های «+۴ to +۸» که هاشور خورده‌اند، مبنای تفکیک مقوله‌ها تلقی می‌شوند.

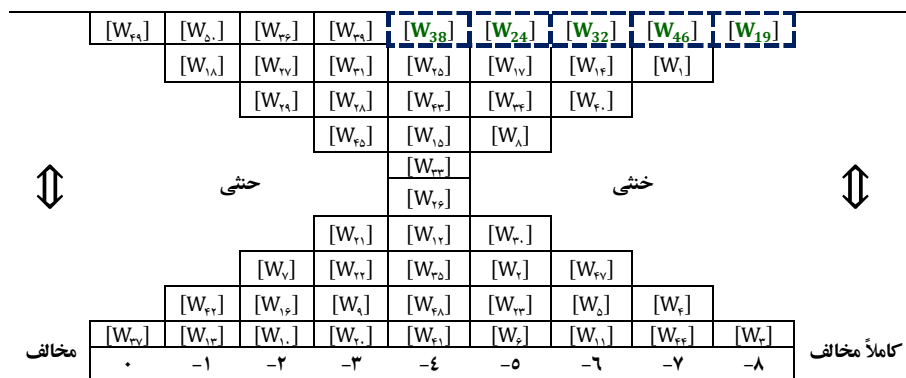
تعیین مقوله‌ها

با ارائه توضیح‌های مشخص در خصوص تعیین کدهای باز، مضامین پدیدار شده، تشکیل اعضای پانل و تعیین تعداد مقوله‌های قابل پدیدار شدن، در این مرحله با دسته‌بندی مضامین گزاره‌ای هم معنا، نسبت به ساخت مقوله‌های مرتبط با هستی‌شناسی پدیده‌ی پانزی در شکل‌گیری رویه‌های حسابداری فرصت طلبانه، اقدام می‌شود. براین اساس طی جدول (۶) نحوه‌ی تعیین مقوله اول ارائه می‌گردد و برای مابقی نیز در یک جدول کلی، با تفکیک گزاره‌ها به مقوله‌های تعریف شده، تلاش می‌شود تا چابکی مطالعه حاضر حفظ گردد.

در تعیین مقوله اول اعضای پانل‌های تشکیل شده برحسب مباحث در مورد قابلیت تفکیک گزاره‌ها به مقوله مشخص، امتیازهایی را ارائه دادند تا طبق جدول (۶) اولین مقوله از پدیده محوری، قابل بازآرایی باشد. لذا همانطور که تشریح شد، قرار گرفتن مضامین هم معنا از «+۱» تا «+۴» نشان دهنده مقوله اول می‌باشند.

جدول (۶) اختصاص مضامین گزاره به مقوله اول

کاملاً موافق	+۸	+۷	+۶	+۵	+۴	+۳	+۲	+۱	۰	موافق
--------------	----	----	----	----	----	----	----	----	---	-------



ملاحظه‌ی یافته‌های جدول (۶) حکایت از این دارد که ۵ زمینه گزاره‌ای یکدست شده می‌بایست طبق جدول (۷) براساس براساس اختصار کدها، باز تعریف شوند.

جدول (۷) معرفی گزاره‌ها یکدست شده اول

کد اختصار یافته	گزاره‌ها
[W19]	پیچیدگی‌های سیستم‌های اطلاعاتی
[W46]	عدم کنترل و دسترسی به جریان آزاد اطلاعات
[W32]	فقدان فناوری‌های سیستمی پیشرفته مالی
[W24]	تمرکز سیستم‌های فناوری تحت اختیار مدیران ارشد
[W38]	نبود نظارت‌های بیرونی بر سیستم‌های اطلاعات مدیریت

باتوجه به مشابهت جنبه‌های مضمونی قرار گرفته در کنار هم برای توصیف مقوله اول نام گذاری شده، می‌توان از عنوان «ضعف سیستم‌های فناوری اطلاعات» برای این مجموعه زمینه‌های گزاره‌ای انتخاب گردد تا در ساختار الگوی نهایی، نقش این مقوله بر پدیده‌ی پانزی در شکل‌گیری رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه مشخص گردد. در ادامه و با هدف ادغام فرآیندهای اجرای پدیدارشناسی پارادایمی، طبق جدول (۸) نسبت به یکدست کردن مجموع گزاره‌ها در قالب مقوله‌های پدیدار شده اقدام می‌گردد.

جدول (۸) یکدست کردن مجموع گزاره‌های مقوله‌بندی شده

مقوله‌های محوری	مضامین مفهومی	نمادهای اختصاری
ضعف سیستم‌های فناوری اطلاعات	پیچیدگی‌های سیستم‌های اطلاعاتی	[W20]
	عدم کنترل و دسترسی به جریان آزاد اطلاعات	[W46]
	فقدان فناوری‌های سیستمی پیشرفته مالی	[W32]
	تمرکز سیستم‌های فناوری تحت اختیار مدیران ارشد	[W24]
	نبود نظارت‌های بیرونی بر سیستم‌های اطلاعات مدیریت	[W38]
فشارهای درون ساختاری	عدم توانایی مدیریت در ساختار اداره منابع مالی شرکت	[W1]
	ضعف در کنترل‌های داخلی و نظارت مدیریت	[W35]
	سنگربندی مدیریتی در حفظ تصدی سمت مدیرعاملی	[W27]
	کوته‌بینی مدیریتی	[W44]
	بیش اطمینانی مدیریتی	[W13]
ریسک‌های رقابتی	سقوط قیمت سهام	[W43]
	وقوع بحران مالی	[W50]
	احتمال ورشکستگی	[W22]
	محدودیت‌های اعتباری	[W45]
	عدم توان نقدینگی	[W25]
استراتژی‌های تحریفی اطلاعات	شناسایی زود هنگام درآمدهای محقق نشده	[W33]
	ثبت هزینه‌ها به شکل سرمایه‌ای	[W37]
	شناسایی درآمد از قراردادهای بلندمدت	[W31]
	به تعویق انداختن شناسایی هزینه‌ها	[W16]

[W ₃₀]		شرایط اقتضای نامتناهی	فقدان اثربخشی محیط تجاری
[W ₃₉]		محدودیت‌های تأمین منابع مالی	
[W ₉]		ابهام در قوانین و مقررات نظارت تجاری	
[W ₄₉]		عدم رتبه‌بندی اعتباری شرکت‌ها	
[W ₆]		پایین بودن سواد سرمایه‌گذاری	
[W ₁₄]		بی‌اعتباری اطلاعات و صورت‌های مالی	ریسک‌های اعتباری
[W ₄]		بی‌ثباتی مالی شرکت	
[W ₁₂]		آسیب‌پذیری شهرت حرفه‌ای متصدیان و شرکت	
[W ₁₇]		پایین آمدن کیفیت محوط اطلاعاتی	
[W ₃₆]		عدم بهره‌مندی از قابلیت‌های مقایسه‌پذیری صورت‌های مالی در بازار	
[W ₂₃]		ترویج آوای مطیع در ساختارهای سازمانی	ضعف ارزش‌های فرهنگ مسئولیت‌پذیری
[W ₁₅]		ترویج ارزش‌های سکوت سازمانی	
[W ₄₂]		فقدان ارزش‌های سوت زنی سازمانی	
[W ₄₁]		فرآیندگی سکوت تدافعی در سازمان	
[W ₅]		ارزش‌های استغفای نامحسوس سازمانی	
[W ₂₁]		ترکیب غیرمستقل هیئت‌مدیره	فقدان حاکمیت شرکتی یکپارچه
[W ₄₇]		نبود تنوع تخصص در هیئت‌مدیره	
[W ₄₈]		نبود کمیته‌های تخصصی	
[W ₂₈]		سیاسی بودن نظام راهبری شرکتی	
[W ₂]		انتصاب‌های وابسته در هیئت‌مدیره	

لذا برای رسیدن به قرار دادن هریک از این مقوله‌ها در شرایط پارادایمی الگوی نهایی می‌بایست چک‌لیستی به ب زیر تدوین شود تا مشخص گردد هر مقوله در کدام یک از ۵ بخش از الگوی پارادایمی شامل «شرایط علی»؛ «شرایط زمینه‌ای»؛ «شرایط مداخله‌گر»؛ «استراتژی‌ها» و «پیامدها» قرار می‌گیرد. برای این منظور از مقیاس «۱» تا «۱۰» استفاده بود. به طوریکه از طیف امتیازی «۱» به «۱۰» به ترتیب «شرایط علی»؛ «شرایط مداخله‌گر»؛ «شرایط زمینه‌ای»؛

لذا برای رسیدن به قرار دادن هریک از این مقوله‌ها در شرایط پارادایمی الگوی نهایی می‌بایست چک‌لیستی به ترتیب زیر تدوین شود تا مشخص گردد هر مقوله در کدام یک از ۵ بخش از الگوی پارادایمی شامل «شرایط علی»؛ «شرایط مداخله‌گر»؛ «شرایط زمینه‌ای»؛ «استراتژی‌ها» و «پیامدها» قرار می‌گیرد. برای این منظور از مقیاس «۱» تا «۱۰» استفاده می‌شود. به طوریکه از طیف امتیازی «۱» به «۱۰» به ترتیب «شرایط علی»؛ «شرایط مداخله‌گر»؛ «شرایط زمینه‌ای»؛ «استراتژی‌ها» و «پیامدها» از یکدیگر تفکیک می‌شوند. به عنوان مثال امتیازهای «۱» و «۲» داده شده توسط پانل‌های مشارکتی براساس شاخص «مد» به عنوان بالاترین توزیع فراوانی وضعیت پارامی در نظر گرفته می‌شود.

جدول (۹) تفکیک هریک از مقوله‌های پدیدار شده در الگوی پارادایمی

[illegible]

استراتژی‌های اطلاعاتی نامتقارن	-	-	-	-	-	⑦	-	-	-	استراتژی [گرید دوم]
فقدان اثربخشی محیط تجاری	-	-	-	-	-	⑤	-	-	-	شرایط زمینه‌ای [گرید اول]
ریسک‌های اعتباری	-	-	-	-	-	-	-	-	-	پیامدها [گرید اول]
ضعف ارزش‌های فرهنگ مسئولیت‌پذیری	-	-	-	-	-	④	-	-	-	شرایط مداخله‌گر [گرید دوم]
فقدان حاکمیت شرکتی یکپارچه	-	-	-	-	-	-	-	-	-	شرایط زمینه‌ای [گرید دوم]

در ادامه جهت اعتبارسنجی مدل از دو مبنای نسبت روایی سازه (CVI) و فرآیند دلفی بهره برده می‌شود تا امکان توسعه‌ی چنین رویکرد نظری بتواند ظرفیت‌های دانش مالی را توسعه بخشد. لذا به منظور سنجش روایی از نسبت روایی سازه (CVI) استفاده می‌شود. در این روش محورهای شناسایی شده از مصاحبه‌های بخش کیفی، مطابق جدول (۱۰) در اختیار خبرگان قرار می‌گیرد و از آن‌ها خواسته می‌شود تا با توجه به هدف پژوهش، براساس سه شاخص مرتبط بودن؛ واضح بودن و ساده بودن، نسبت به ارزیابی محورهای شناسایی شده اقدام نمایند.

جدول (۱۰) تعیین روایی سازه

محورهای شناسایی شده	مرتبط بودن محور				واضح بودن محور				ساده بودن محور			
	نامرتبط بودن	نیاز به تغییر زیاد	نیاز به تغییر کم	کاملاً مرتبط	مهم	نیاز به تغییر زیاد	نیاز به تغییر کم	کاملاً واضح	غیر قابل فهم	نیاز به تغییر زیاد	نیاز به تغییر کم	کاملاً قابل فهم
	۱	۲	۳	۴	۱	۲	۳	۴	۱	۲	۳	۴
مقوله‌های پدیدار شده	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

پس از جمع‌آوری داده‌ها باید طبق محاسبه رابطه (۶) مشخص شود، چه تعداد از مقوله‌ها و مضامین مرتبط با آن از روایی مناسبی برخوردار هستند.

$$CVI = \frac{n_e - \frac{N}{2}}{\frac{N}{2}} \quad \text{رابطه (۶)}$$

در این رابطه n_e تعداد متخصصانی است که به گزینه‌ی «ضروری» پاسخ داده‌اند؛ N تعداد کل متخصصان مشارکت‌کننده در این روایی می‌باشد. طبق رابطه (۶) اولاً اگر گزاره‌ها در هر مقوله امتیاز «۲» یا «۱» را بگیرند از ورود به سنجش پایایی حذف می‌شوند. ثانیاً مجموع محاسبه «CVI» هر مقوله در صورتی تأیید کننده روایی است که امتیاز نهایی بالاتر از «۵۰٪» را کسب نمایند. لذا طبق جدول (۱۱) اقدام به سنجش «CVI» می‌شود.

جدول (۱۱) نسبت روایی سازه

مقوله‌های پدیدار شده	مضامین	مرتبط بودن محور				واضح بودن محور				ساده بودن محور				نتیجه
		نامرتبط بودن	نیاز به تغییر زیاد	نیاز به تغییر کم	کاملاً مرتبط	مهم	نیاز به تغییر زیاد	نیاز به تغییر کم	کاملاً واضح	غیر قابل فهم	نیاز به تغییر زیاد	نیاز به تغییر کم	کاملاً قابل فهم	
ضعف سیستم‌های فناوری اطلاعات	$[W_{r1}]$	-	-	-	☒	-	-	-	☒	-	-	-	☒	تأیید
	$[W_{r2}]$	-	-	-	☒	-	-	-	☒	-	-	-	☒	تأیید
	$[W_{r3}]$	-	-	☒	-	-	-	-	☒	-	-	-	☒	تأیید
	$[W_{r4}]$	-	-	-	☒	-	-	-	☒	-	-	-	☒	تأیید
	$[W_{r5}]$	-	-	-	☒	-	-	-	☒	-	-	-	☒	تأیید
فشارهای درون ساختاری	$[W_{r1}]$	-	-	-	☒	-	-	-	☒	-	-	-	☒	تأیید
	$[W_{r2}]$	-	-	☒	-	-	-	-	☒	-	-	-	☒	تأیید
	$[W_{r3}]$	-	-	☒	-	-	-	-	☒	-	-	-	☒	تأیید

	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	[W _{۴۴}]	
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	☒	-	-	-	[W _{۴۳}]	
۰/۸۰	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	[W _{۴۳}]	ریسک‌های رقابتی
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	[W _{۵۰}]	
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	☒	-	-	-	[W _{۴۲}]	
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	[W _{۴۵}]	
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	☒	-	-	-	[W _{۵۵}]	
۰/۷۳	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	[W _{۴۳}]	استراتژی‌های تحریفی اطلاعات
	-	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	☒	-	-	-	[W _{۴۷}]	
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	☒	-	-	-	[W _{۴۱}]	
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	☒	-	-	-	[W _{۴۶}]	
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	☒	-	-	-	[W _{۴۶}]	
۰/۷۶	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	☒	-	-	-	[W _{۴۴}]	فشارهای برون ساختاری
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	[W _{۴۱}]	
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	[W _{۴۰}]	
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	☒	-	-	-	[W _{۴۰}]	
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	☒	-	-	-	[W _{۴۴}]	
۰/۷۸	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	☒	-	-	-	[W _{۴۰}]	استراتژی‌های اطلاعاتی نامتقارن
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	[W _{۴۸}]	
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	[W _{۴۹}]	
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	☒	-	-	-	[W _{۴۸}]	
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	[W _{۴۰}]	
۰/۸۰	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	[W _{۴۰}]	فقدان اثربخشی محیط تجاری
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	[W _{۴۹}]	
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	[W _{۴۰}]	
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	☒	-	-	-	[W _{۴۹}]	
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	☒	-	-	-	[W _{۴۰}]	
۰/۷۱	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	☒	-	-	-	[W _{۴۴}]	ریسک‌های اعتباری
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	☒	-	-	-	[W _{۴۰}]	
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	[W _{۴۲}]	
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	☒	-	-	-	[W _{۴۷}]	
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	☒	-	-	-	[W _{۴۶}]	
۰/۹۱	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	[W _{۴۳}]	ضعف ارزش‌های فرهنگی مسئولیت‌پذیری
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	[W _{۵۰}]	
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	☒	-	-	-	[W _{۴۲}]	
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	[W _{۴۱}]	
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	[W _{۵۰}]	
۰/۸۰	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	☒	-	-	-	[W _{۴۱}]	فقدان حاکمیت شرکتی یکپارچه
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	[W _{۴۷}]	
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	☒	-	-	-	[W _{۴۸}]	
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	[W _{۴۸}]	
	تأیید	☒	-	-	-	☒	-	-	-	☒	-	-	-	-	[W _{۴۰}]	

براساس نتایج کسب‌شده مشخص گردید، تمامی مضامین گزاره‌ای تشکیل دهنده‌ی مقوله‌های محوری در بازه ۰/۷ طبق رابطه (۶) مورد تأیید می‌باشند. لذا براساس این نتیجه در ادامه می‌بایست [۵۰] مضمون گزاره‌ای در قالب ده مقوله از طریق تحلیل دلفی و مبتنی بر دو معیار میانگین و ضریب توافق مورد بررسی قرار گیرند که نتایج آن در جدول (۱۲) ارائه شده است.

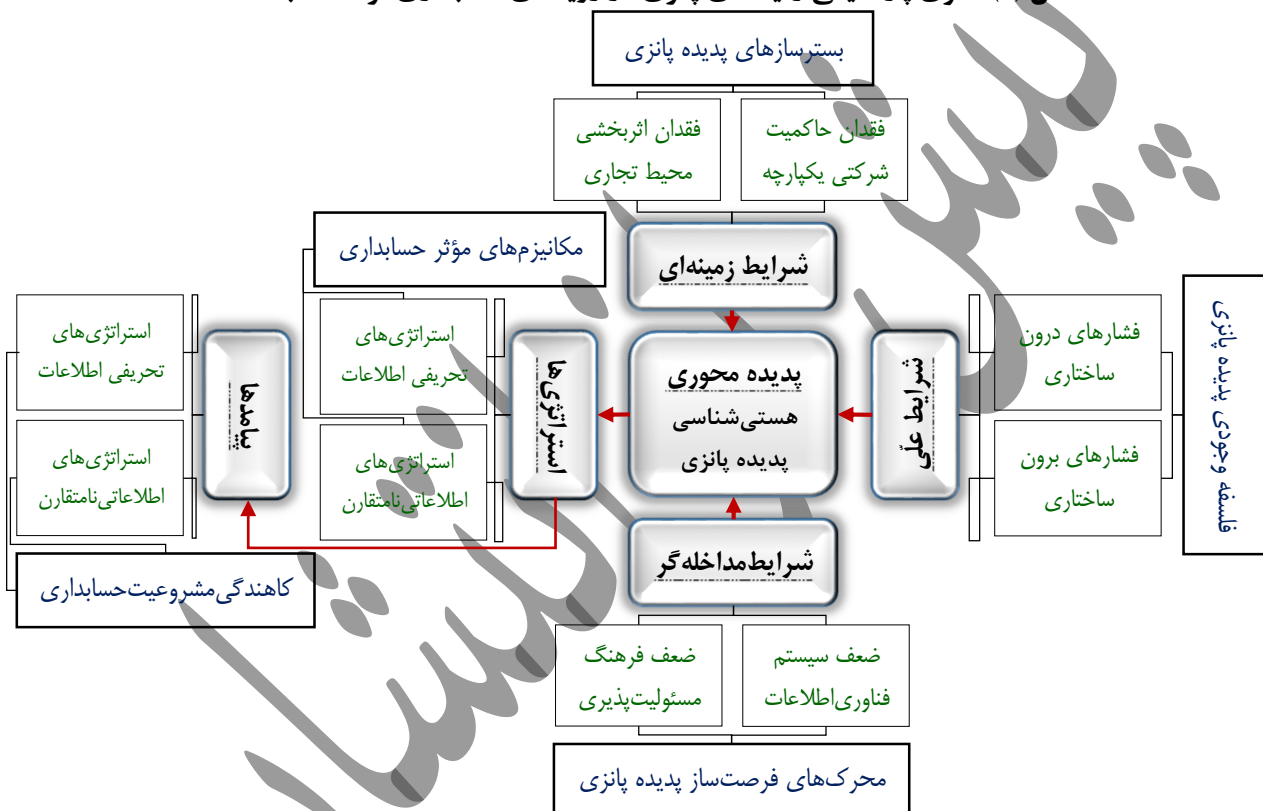
جدول (۱۲) فرآیند تحلیل دلفی برای تعیین اجماع نظر خبرگان

مقوله	مضامین گزاره‌ای تأیید شده از روایی	دور اول دلفی	دور دوم دلفی	تأیید
ضعف سیستم‌های فناوری اطلاعات	پیچیدگی‌های سیستم‌های اطلاعاتی	۶/۰۰	۰/۸۰	۶/۲۰
	عدم کنترل و دسترسی به جریان آزاد اطلاعات	۶/۱۰	۰/۸۲	۶/۳۰
	فقدان فناوری‌های سیستمی پیشرفته مالی	۵/۱۵	۰/۵۸	۵/۳۵
	تمرکز سیستم‌های فناوری تحت اختیار مدیران ارشد	۵/۱۰	۰/۵۵	۵/۴۰
	نبود نظارت‌های بیرونی بر سیستم‌های اطلاعات مدیریت	۵/۶۵	۰/۷۷	۶/۱۰
فشارهای درون ساختاری	عدم توانایی مدیریت در ساختار اداره منابع مالی شرکت	۵/۰۰	۰/۵۰	۵/۱۰
	ضعف در کنترل‌های داخلی و نظارت مدیریت	۵/۴۰	۰/۶۸	۵/۶۵
	سنگربندی مدیریتی در حفظ تصدی سمت مدیرعاملی	۵/۰۰	۰/۵۰	۵/۳۰
	کوته‌بینی مدیریتی	۶/۰۵	۰/۸۱	۶/۲۰
	بیش اطمینانی مدیریتی	۵/۲۰	۰/۶۴	۵/۴۰
ریسک‌های رقابتی	سقوط قیمت سهام	۵/۱۵	۰/۵۸	۵/۳۵
	وفاغ بحران مالی	۵/۴۰	۰/۶۸	۵/۶۵
	احتمال ورشکستگی	۵/۳۰	۰/۶۵	۵/۴۵
	محدودیت‌های اعتباری	۵/۵۰	۰/۷۰	۶/۱۰
	عدم توان نقدینگی	۶/۲۰	۰/۸۵	۶/۳۰
استراتژی‌های تحریفی اطلاعات	شناسایی زودهنگام درآمدهای محقق نشده	۵/۰۰	۰/۵۰	۵/۳۰
	ثبت هزینه‌ها به شکل سرمایه‌ای	۵/۲۰	۰/۶۴	۵/۴۰
	شناسایی در آمد از قراردادهای بلندمدت	۵/۳۰	۰/۶۶	۵/۱۵
	به تعویق انداختن شناسایی هزینه‌ها	۶/۰۰	۰/۸۰	۶/۲۰
	شناسایی در آمد از معاملات صوری یا غیرواقعی	۵/۵۰	۰/۷۰	۶/۱۰
فشارهای برون ساختاری	ضعف در استانداردهای حسابداری	۵/۴۰	۰/۶۸	۵/۶۵
	انگیزه‌های حفظ رشد کاذب	۵/۴۰	۰/۶۸	۵/۶۵
	احتمال بروز رفتارهای توده‌وار در بازار	۵/۳۰	۰/۶۵	۵/۴۵
	عمیق تر شدن شکاف بازده مورد انتظار با بازده واقعی	۵/۲۰	۰/۶۴	۵/۴۰
	شدت رقابت ناشی از فشار بیرونی برای افزایش سهم بیشتر از بازار	۶/۰۵	۰/۸۱	۶/۲۰
استراتژی‌های اطلاعاتی نامتقارن	انتقال دارایی‌ها و بدهی‌ها به شرکت‌های وابسته	۵/۱۵	۰/۵۸	۵/۳۵
	ارزیابی بیش از حد دارایی‌ها	۶/۱۰	۰/۸۲	۶/۳۰
	پنهان‌سازی اخبار بد و منفی			
	استفاده از لحن مثبت در تدوین گزارش‌های مالی	۵/۲۰	۰/۶۴	۵/۴۰
	استفاده از ابزارهای مشتقه مانند اختیار معامله برای پنهان کردن وضعیت واقعی مالی	۵/۱۵	۰/۵۸	۵/۳۵
فقدان اثربخشی محیط تجاری	شرایط اقتصادی نامتوازن	۶/۰۰	۰/۸۰	۶/۲۰
	محدودیت‌های تأمین منابع مالی	۵/۳۰	۰/۶۶	۵/۱۵
	ابهام در قوانین و مقررات نظارت تجاری	۵/۴۰	۰/۶۸	۵/۶۵
	عدم رتبه‌بندی اعتباری شرکت‌ها	۵/۱۵	۰/۵۸	۵/۳۵
	پایین بودن سواد سرمایه‌گذاری	۶/۱۰	۰/۸۲	۶/۳۰
ریسک‌های اعتباری	بی‌اعتباری اطلاعات و صورت‌های مالی	۶/۰۰	۰/۸۰	۶/۲۰
	بی‌ثباتی مالی شرکت	۶/۱۰	۰/۸۲	۶/۳۰
	آسیب‌پذیری شهرت حرفه‌ای متصدیان و شرکت	۵/۱۵	۰/۵۸	۵/۳۵
	پایین آمدن کیفیت محیط اطلاعاتی	۶/۲۰	۰/۸۵	۶/۳۰
	عدم بهره‌مندی از قابلیت‌های مقایسه‌پذیری صورت‌های مالی در بازار	۵/۵۰	۰/۷۰	۶/۱۰
ریسک‌های اعتباری	بی‌اعتباری اطلاعات و صورت‌های مالی	۵/۴۰	۰/۶۸	۵/۶۵
	بی‌ثباتی مالی شرکت	۵/۲۰	۰/۶۴	۵/۴۰
	آسیب‌پذیری شهرت حرفه‌ای متصدیان و شرکت	۵/۵۰	۰/۷۰	۶/۱۰
	پایین آمدن کیفیت محیط اطلاعاتی	۵/۰۰	۰/۵۰	۵/۳۰
	عدم بهره‌مندی از قابلیت‌های مقایسه‌پذیری صورت‌های مالی در بازار	۵/۳۰	۰/۶۶	۵/۱۵

تأیید	۰/۸۵	۶/۲۰	۰/۸۱	۶/۰۵	[W _{۳۳}]	ترویج آوای مطیع در ساختارهای سازمانی	ضعف ارزش‌های فرهنگ مسئولیت‌پذیری
تأیید	۰/۶۸	۵/۴۰	۰/۵۵	۵/۱۰	[W _{۱۵}]	ترویج ارزش‌های سکوت سازمانی	
تأیید	۰/۶۸	۵/۴۰	۰/۶۴	۵/۲۰	[W _{۴۴}]	فقدان ارزش‌های سوت زنی سازمانی	
تأیید	۰/۸۵	۶/۳۰	۰/۸۲	۶/۱۰	[W _{۴۱}]	فرآیندگی سکوت تدافعی در سازمان	
تأیید	۰/۸۴	۶/۲۰	۰/۸۰	۶/۰۰	[W _{۱۴}]	بی‌اعتباری اطلاعات و صورت‌های مالی	

با ارجاع به نتایج ارائه شده تحلیل دلفی، مشخص می‌شود، تمامی مضامین گزاره‌ای در راستای مقوله‌های پدیدار شده از قابلیت پایایی لازم برای قرار گرفتن در قرار گرفتن در قالب الگوی نهایی پژوهش برخوردار هستند. لذا براساس نتایج ناشی از تفکیک هریک از مقوله‌های پدیدار شده در الگوی پارادایمی، می‌توان طبق شکل (۴) نسبت به ترسیم آن در راستای ایجاد یک فهم مشترک از پدیدارشدن زمینه‌های پانزی در رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه به ترتیب زیر اقدام نمود.

شکل (۴) الگوی پارادایمی زمینه‌های پانزی در رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه



بحث و نتیجه‌گیری

پدیدارشناسی پارادایمی به عنوان یک علم جامعه‌شناختی در حوزه نظری و کاربردی شناخته می‌شود که بر حوزه‌هایی از دانش علوم انسانی بنا نهاده شده است که به دلیل نوظهور بودن پدیده‌ی محوری مورد نظر، ادراک منسجمی از آن در بستر مورد مطالعه وجود ندارد. لذا در این مطالعه باهدف هستی‌شناسی پدیده‌ی پانزی در شکل‌گیری رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه شرکت‌های تجاری، از پدیدارشناسی پارادایمی بهره‌برده شده است. زیرا این پدیده به عنوان یکی از زمینه‌های تحریف و تقلب مالی در شرکت‌های تجاری از کارکردهای تأثیرگذاری بر بروز حسابداری فرصت‌طلبانه به عنوان ابزار پنهان بسیاری از شرکت‌های در شرایط رقابتی بازهای مالی برخوردار است، شناخته می‌شود و به دلیل بدیع بودن آن، از انسجام شناختی کافی برخوردار نمی‌باشد. به همین دلیل با طی مراحل تحلیلی فرآیند پدیدارشناسی پارادایمی، تلاش شده است تا به عنوان یک هدف غایی، الگویی را ارائه دهد تا جنبه‌های اثرگذار پدیده‌ی پانزی در بروز رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه را مورد کنکاش قرار دهد. لذا از آنجاییکه ارائه الگوی پارادایمی مبتنی بر ۵ جنبه از شرایط علی؛

شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله گر، استراتژی‌ها و پیامدها، می‌باشد، نتایج کسب شده علاوه بر شکل (۴) به طور خلاصه‌تری در جدول (۱۰) ارائه گردیده است.

جدول (۱۰) زمینه‌های مقوله‌بندی شده پدیده‌ی پانزی در شکل‌گیری رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه

فرآیند کدگذاری			شرایط پارادایمی
مضامین مفهومی	مقوله‌های انتخابی	شرح مقوله	
عدم توانایی مدیریت در ساختار اداره منابع مالی شرکت ضعف در کنترل‌های داخلی و نظارت مدیریت سنگربندی مدیریتی در حفظ تصدی سمت مدیرعاملی کوته‌بینی مدیریتی بیش اطمینانی مدیریتی	فشارهای درون ساختاری	فلسفه وجودی پدیده پانزی	شرایط علی رخداد پدیده پانزی
ضعف در استانداردهای حسابداری انگیزه‌های حفظ رشد کاذب احتمال بروز رفتارهای توده‌وار در بازار عمیق تر شدن شکاف بازده مورد انتظار با بازده واقعی شدت رقابت ناشی از فشار بیرونی برای افزایش سهم بیشتر از بازار	فشارهای برون ساختاری		
پیچیدگی‌های سیستم‌های اطلاعاتی عدم کنترل و دسترسی به جریان آزاد اطلاعات فقدان فناوری‌های سیستمی پیشرفته مالی تمرکز سیستم‌های فناوری تحت اختیار مدیران ارشد نبود نظارت‌های بیرونی بر سیستم‌های اطلاعات مدیریت	ضعف سیستم‌های فناوری اطلاعات	پانزی	شرایط مداخله گر اثرگذار بر ظهور رخداد پدیده پانزی
ترویج آوای مطیع در ساختارهای سازمانی ترویج ارزش‌های سکوت سازمانی فقدان ارزش‌های سوت زنی سازمانی فرآیندگی سکوت تدافعی در سازمان ارزش‌های استعفای نامحسوس سازمانی	ضعف ارزش‌های فرهنگی مسئولیت‌پذیری	محرک‌های فرصت‌ساز بروز پدیده پانزی	
شرایط اقتصادی نامتوازن محدودیت‌های تأمین منابع مالی ابهام در قوانین و مقررات نظارت تجاری عدم رتبه‌بندی اعتباری شرکت‌ها پایین بودن سواد سرمایه‌گذاری	فقدان اثربخشی محیط تجاری	بسترهای پدیده پانزی	شرایط زمینه‌ای بسط رخداد پدیده پانزی
ترکیب غیرمستقل هیئت‌مدیره نبود تنوع تخصص در هیئت‌مدیره نبود کمیته‌های تخصصی سیاسی بودن نظام راهبری شرکتی انتصاب‌های وابسته در هیئت‌مدیره	فقدان حاکمیت شرکتی یکپارچه		
شناسایی زود هنگام درآمدهای محقق نشده ثبت هزینه‌ها به شکل سرمایه‌ای شناسایی درآمد از قراردادهای بلندمدت به تعویق انداختن شناسایی هزینه‌ها شناسایی درآمد از معاملات صوری یا غیر واقعی	استراتژی‌های تحریفی اطلاعات	پدیده پانزی	استراتژی‌های حسابداری در استفاده از پدیده پانزی
انتقال دارایی‌ها و بدهی‌ها به شرکت‌های وابسته ارزیابی بیش از حد دارایی‌ها پنهان‌سازی اخبار بد و منفی	استراتژی‌های اطلاعاتی نامتقارن	مکانیزم‌های حسابداری در ظهور پدیده پانزی	

			پیامدهای ناشی از وقوع رخدادهای پدیده بانزی در رویه های حسابداری
		کاهش شریعت حسابداری از پروتادهای پدیده بانزی	
استفاده از لحن مثبت در تدوین گزارش های مالی	ریسک های اعتباری		
استفاده از ابزارهای مشتقه مانند اختیار معامله برای پنهان کردن وضعیت واقعی مالی			
بی اعتباری اطلاعات و صورت های مالی			
بی ثباتی مالی شرکت			
آسیب پذیری شهرت حرفه ای متصدیان و شرکت			
پایین آمدن کیفیت محیط اطلاعاتی	ریسک های رقابتی		
عدم بهره مندی از قابلیت های مقایسه پذیری صورت های مالی در بازار			
سقوط قیمت سهام			
وقوع بحران مالی			
احتمال ورشکستگی			
محدودیت های اعتباری			
عدم توان نقدینگی			

در واقع روند انجام این مطالعه، با انتخاب ۲۰ کنشگر دارای تجربه زیسته آغاز شد تا طی مصاحبه هایی با طرح سوالات باز و کدهای برآمده از پدیده ی پانزی بتواند، تعیین کننده ی مضامین گزاره ای باشد که نشان می دهد، چه زمینه هایی از این پدیده می تواند در شکل گیری رویه های حسابداری فرصت طلبانه مؤثر باشد. لذا با مشخص شدن «۳۷۱» کد باز از ۲۰ مصاحبه انجام شده، «۵۰» مضمون گزاره ای در قالب یک چک لیست امتیازبندی محقق ساخت در قالب گروه های کانونی مورد ارزیابی قرار گرفتند تا در نهایت به جدول فوق و الگوی نهایی پارادایمی، مطالعه را رهسپار نماید. لذا در این بخش به تفکیک هر یک از اجزاء الگوی پارادایمی ارائه شده، تلاش خواهد شد تا نسبت به تفسیر نتایج کسب شده اقدام گردد.

۳-۱-۱ [شرایط علی اثرگذار رخداد پدیده پانزی]

شرایط علی در الگوی پارادایمی ارائه شده پدیده ی پانزی، نشان دهنده ی دو مقوله ی شناسایی شده ی «فشارهای درون ساختاری» و «فشارهای برون ساختاری» مؤثر بر شکل گیری رویه های حسابداری فرصت طلبانه می باشد. در مقوله ی فشارهای درون ساختاری، غالباً پدیده ی پانزی به این دلیل می تواند رویه های حسابداری فرصت طلبانه را تقویت کند که ضعف در توانایی های مدیریتی شرکت، باعث می گردد تا احتمالاً اثربخشی کنترل های داخلی کاهش یابد و مدیران برای تحقق اهداف منفعت طلبانه ای که دارند، سنگرایی را برای حفظ تصدی خود در جایگاه شرکت ایجاد نمایند و از طریق تصمیم های کم چالش کوتاه بینانه، تلاش نمایند تا بدون توجه به پیامدهای بلندمدت، صرفاً سودهای کوتاه مدتی که برای خودش دارای منفعت است را پیگیری کنند. تحت این شرایط احتمالاً پدیده ی پانزی برای تحریف واقعیت های عملکرد مالی شرکت، به دلیل نفوذ مدیریت، کارکردهای حسابداری را در مسیر خواستگاه های فردی یا گروهی از صاحبان قدرت قرار می دهد. از طرف دیگر، مجموعه فشارهای برون ساختاری همچون ضعف در استانداردهای نظارتی حسابداری، اجتناب از بروز رفتارهای توده وار و یا شدت رقابت در بازارهای مالی، باعث می گردد تا پدیده ی پانزی به بخشی از بدنه ی عملکردی شرکت ها در افشاء اطلاعات از طریق رویه های حسابداری بدل گردد. لذا مهمترین علتی که می تواند زمینه ساز بروز حسابداری فرصت طلبانه از طریق پدیده ی پانزی گردد، عدم شناخت فلسفه ی وجودی این پدیده است که باعث می شود تا با تحریک انگیزه های حفظ رشد کاذب، شرکت ها تلاش نمایند، اطلاعاتی را به ذینفعان مخابره کنند که از پشتوانه پانزی شدن برخوردار است. لذا با عدم شفاف بودن کارکردهای منفی این پدیده، حسابداری می تواند بدون نقض استانداردهای موجود و صرفاً به دلیل ضعف های ساختاری که وجود دارد، مسیر تحریف گونه ای از افشاء عملکردهای

مالی را دنبال نماید. لذا مجموعه شرایط علی اشاره شده در ظهور پدیده‌ی پانزی نشان می‌دهد که مقوله‌ها و مضامین ساختاری شناسایی شده، می‌توانند به صورت مجزا یا ترکیبی با یکدیگر عمل نمایند و از این طریق رویه‌های حسابداری شرکت‌های تجاری را از نظر کارکردهای فرصت‌طلبانه تحت تأثیر قرار دهد.

□ [شرایط مداخله‌گر اثرگذار بر ظهور رُخداد پدیده پانزی]

شرایط مداخله‌گر به عنوان یکی از جنبه‌های پارادایمی، با تقویت کارکردهای اشاره شده در شرایط علی، همواره نقش محرک را در وقوع یک پدیده محوری ایفا می‌نماید. در این مطالعه دو مقوله‌ی شناسایی شده با عناوین «ضعف سیستم‌های فناوری اطلاعات» و «ضعف ارزش‌های فرهنگ مسئولیت‌پذیری» می‌تواند به عنوان شرایط مداخله‌گر، سطح تأثیر تعارض گونه‌ی پدیده‌ی پانزی در رخداد‌های حسابداری فرصت‌طلبانه را تقویت نماید. به طوریکه غالباً ناهنجاری‌های ناشی از ضعف سیستم‌های فناوری اطلاعات در شرکت‌ها باعث می‌شود تا کاربران بیرونی سیستم، از قابلیت‌های کافی برای نظارت بر عملکردهای مالی شرکت‌ها برخوردار نباشند. لذا تحت عدم دسترسی به جریان آزاد اطلاعات و تمرکز سیستم‌های فناوری مالی در رأس هرم ساختاری شرکت‌ها، وقوع پدیده‌ی پانزی در کارکردهای حسابداری فرصت‌طلبانه محتمل‌تر بنظر می‌رسد. از سوی دیگر، در شرایطی که، ارزش‌های پاسخگویی و تعهد به رعایت حقوق ذینفعان در شرکت وجود ندارد، شکل‌گیری خرده فرهنگ‌هایی از بی‌تفاوتی سازمانی یا اصطلاحاً «سکوت سازمانی»، سبب خاموشی آوای متصدیان اجرایی حسابداری در افشاء فراگیرتر اطلاعات می‌گردد. لذا در این اتمسفر، شرکت اهداف پانزی را برای کسب منافع بالاتر خود می‌تواند به اجرا در بیاورد و سطحی از تحریف و تقلب‌های مالی که نظارت بیرونی منسجمی بر آن وجود ندارد، را از خود به نمایش بگذارد. بر این اساس با اجرای پروژه‌های جذب سرمایه‌گذاران بیشتر با وعده‌های برآورده‌سازی بازده‌های مورد انتظار، اهداف منفعت‌طلبانه‌ی خود را از طریق عادی نشان دادن توان مالی شرکت در کارکردهای حسابداری، دنبال می‌نمایند.

□ [شرایط زمینه‌ای بسط رُخداد پدیده پانزی]

شرایط زمینه‌ای در الگوی پارادایمی، به عنوان یک تسهیل‌گر وقوع پدیده محوری شناخته می‌شود که به دلیل محرک‌های زمینه‌ای مؤثر بر آن پدیده، می‌تواند سرعت تأثیرگذاری بر ارکان بستر را تقویت کند. لذا از آنجاییکه مقوله‌های شرایط علی شناسایی شده در وقوع پدیده‌ی پانزی به خودی خود، حاصل نمی‌شوند و تحت تأثیر زمینه‌هایی مثل «فقدان اثربخشی محیط تجاری» و «فقدان حاکمیت شرکتی یکپارچه» می‌باشد، می‌توان بسط رُخداد این پدیده محوری در شکل‌گیری رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه را توجیه نمود. به طوریکه در شرایط فقدان اثربخشی محیط تجاری، محدودیت‌های تأمین منابع باعث می‌گردد تا شرکت‌ها رو به شیوه‌های تعارض آمیزی همچون پانزی‌سازی تحریک به سرمایه‌گذاری بیشتر بیاورند که در این صورت باعث می‌شود تا رویه‌های حسابداری نیز از فرصت‌های ایجاد شده برای کسب منافع بالاتر شرکت نهایت بهره را ببرند. به ویژه اینکه ساختار نظام راهبری شرکت نیز به دلیل عدم استقلال کافی یا ترکیب تخصصی، از یکپارچگی اثرگذاری بر توسعه راهبردهای منفعت‌طلبانه‌ی مالی برخوردار نمی‌باشد. از طرف دیگر، در شرایط اقتصادی نامتوازن و ابهام‌های فرآینده در قوانین و مقررات تجاری، وقوع پدیده‌ی پانزی می‌تواند در کنار پایین بودن سطح سواد سرمایه‌گذاران از یک سو و عدم رتبه‌بندی‌های اعتباری شرکت‌ها از سوی دیگر، کارکردهای حسابداری فرصت‌طلبانه را تحریک نماید. لذا تحریف‌های مالی امکان شکل‌گیری را بدست می‌آورند که در سایه‌ی ضعف راهبری شرکتی باعث می‌گردد تا منافع ذینفعان تضییع گردد و زمینه‌های اولویت بخشیدن به منافع فرصت‌طلبانه‌ی شرکت‌ها تقویت

گردد. به همین دلیل شرایط زمینه‌ای بسط رُخداد پدیده پانزی، بستری را فراهم می‌کنند که در آن عوامل علی مانند فشار برای حفظ رشد سود، ضعف در کنترل‌های داخلی و فرصت برای دستکاری حساب‌ها می‌توانند به طور مؤثری رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه را شکل دهند.

□ [استراتژی‌های حسابداری در استفاده از پدیده پانزی]

استراتژی‌ها در الگوی پارادایمی را می‌بایست سازوکارهای اجرایی یک پدیده محوری در نظر گرفت که با ارائه‌ی شیوه‌های بسته به ماهیت مثبت یا منفی بودن پدیده محوری، می‌تواند زمینه وقوع پیامدهایی را در بستر مطالعه محرز نماید. در این مطالعه دو راهبرد «استراتژی‌های تحریفی اطلاعات» و «استراتژی‌های اطلاعاتی نامتقارن» به عنوان کارکردهایی از رویه‌های حسابداری شناخته می‌شود که تحت تأثیر پدیده پانزی، باعث وقوع فرصت‌طلبی‌های مالی شرکت‌ها می‌گردد. لذا حسابداری در قالب رویه‌های استراتژیک تحریفی اطلاعات تلاش می‌کند تا با افشاء زودتر از موعد محقق شدن درآمدها و ثبت هزینه‌ها به صورت سرمایه‌ای، شرایط مالی شرکت در کسب بازده‌های مورد انتظار سرمایه‌گذاران را مطلوب نشان دهد و با به تعویق انداختن شناسایی هزینه‌ها، سطح اعتماد سرمایه‌گذاران را برای تحقق اهداف فرصت‌طلبانه‌ای از طریق پدیده پانزی، تقویت نماید. از طرف دیگر، حسابداری در قالب رویه‌های استراتژیک اطلاعاتی نامتقارن، با پنهان‌سازی اخبار منفی عملکردهای مالی از یک سو و استفاده از لحن مثبت در تدوین گزارش‌های مالی خود از سوی دیگر، تلاش دارد تا اجرای اهداف پدیده پانزی را تسهیل کند. همچنین حسابداری در این راهبردها، از ظرفیت‌های دیگری مثل انتقال دارایی‌ها و بدهی به شرکت‌ها وابسته برای افزایش اهرم مالی، ارزیابی بیش از حد دارایی‌ها و استفاده از ابزارهای مالی مشتقه، اصطلاحاً معاملات فردایی را به بخشی از اهداف سودآوری خود بدل می‌کند تا کارکردهای پدیده پانزی برای جذب نقدینگی بالاتر از سرمایه‌گذاران بالفعل و بالقوه، را به شیوه‌ای منفعت‌طلبانه برای تحقق اهداف خود اجرا کند. در واقع این استراتژی‌ها می‌توانند به صورت مجزا یا ترکیبی با یکدیگر مورد استفاده قرار گیرند و هدف آن‌ها ایجاد ظاهری سودآور و پایدار برای شرکت است، در حالیکه در واقعیت، شرکت در حال انجام فعالیت‌های متقلبانه است و سرمایه‌گذاران را فریب می‌دهد.

□ [پیامدهای ناشی از وقوع رُخداد پدیده پانزی]

پیامدها در الگوی پارادایمی نشان دهنده مجموعه برآیندهایی است که براساس کارکردهای منفی یا مثبت یک پدیده محوری در بستر مطالعه، قابل انتظار می‌باشد. در این مطالعه دو مقوله‌ی «ریسک‌های اعتباری» و «ریسک‌های رقابتی» به عنوان پیامدهای متعارض بسط پدیده پانزی در رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه شناخته شده است که باعث ایجاد سیکلی از گردش نقدینگی فریکارانه‌ی شرکت در برابر تحریک سرمایه‌گذاران می‌گردد. زیرا پدیده پانزی بر مدار منابعی از وجوه مالی جذب شده بنا می‌شود که سرمایه‌های ورودی اولیه به سیستم مالی شرکت، تأمین‌کننده عایدات تبلیغ شده برای سرمایه‌گذاران قبلی به حساب می‌آید. تداوم این چرخه برحسب ارزش زمانی پول سبب می‌شود تا در کارکردهای مالی شرکت در آینده، ریسک‌هایی همچون ریسک رقابتی و ریسک اعتباری برای شرکت‌ها محتمل گردد. به طوریکه در ریسک اعتباری، کارکردهای پدیده پانزی با تحت تأثیر قرار دادن مشروعیت حسابداری، سطحی از بی‌اعتباری اطلاعات افشاء شده در قالب صورت‌های مالی را به وجود می‌آورد و باعث بی‌ثباتی مالی شرکت و در نتیجه پایین آمدن کیفیت محیط اطلاعاتی می‌گردد که در نتیجه‌ی آن قابلیت‌های مقایسه‌پذیری صورت‌های مالی شرکت کاهش می‌یابد و این مسئله می‌تواند اعتبار شرکت را به ویژه در تأمین منابع مالی مورد نیاز در آینده با چالش مواجه کند. از سویی

دیگر کارکردهای پدیده‌ی پانزی، احتمال ریسک‌های رقابتی شرکت، به ویژه از منظر سقوط قیمت سهام شرکت‌های متصدی اجرای این پدیده را فزاینده‌تر می‌نماید و به تدریج با وقوع بحران‌های مالی شرایط را برای ورشکستگی شرکت آماده می‌کند. زیرا ریزش قیمت سهام در شرایطی که مشروعیت رویه‌های حسابداری به دلیل پنهان نمودن واقعیت‌ها افزایش می‌یابد، قابلیت‌های اهرمی شرکت برای پاسخگویی به تعهدات مالی وعده داده شده در رویکردهای پانزی به سرمایه‌گذاران، حالت کاهنده می‌گیرد و شرکت را به ورطه‌ی سقوط هدایت می‌کند. به عبارت دیگر باید بیان گردد، وقوع چنین پیامدهایی نه تنها اعتبار و شفافیت گزارش‌های مالی را زیر سوال می‌برند، بلکه می‌توانند منجر به فروپاشی مالی شرکت و آسیب‌های جدی به ذینفعان شوند.

نتایج بدست آمده از الگوی نهایی پارادایمی در هستی‌شناسی پدیده‌ی پانزی در بروز رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه در واقع پیش زمینه‌ای از شناخت مفهومی و انتزاعی این پدیده در بستر شرکت‌های تجاری بود. زیرا فقدان پژوهش‌های گذشته در باب شناخت نظری و کاربردی از فلسفه‌ی وجودی پدیده‌ی پانزی، باعث شده بود تا پیوند این پدیده با رویه‌های حسابداری به عنوان ابزار اجرایی آن در سطح شرکت‌های تجاری مورد توجه قرار نگیرد. به همین دلیل زوایایی مختلف به وقوع پیوستن چنین عارضه‌ای در رویه‌های حسابداری از جمله اهداف اصلی این مطالعه بود. مبنایی که غالباً در آن شرکت‌های متصدی اجرای پدیده‌ی پانزی یا اصطلاحاً اسکمرها^۱ (طراحان اولیه پروژه)، بر مبنای سود حاصل از اغوای سرمایه‌گذاران ثانویه، ضمن ایجاد یک سیکل مالی مجهول برای تأمین عایدات مورد انتظار سرمایه‌گذاران اولیه، تلاش دارند تا از طریق ابزارهایی همچون حسابداری، منافع خود را به شکل فرصت‌طلبانه‌ای از مجموعه شرایط ناکارآمد بازار، محقق نمایند. لذا طی این پدیده، سیستم‌های مالی چرخشی، آن قدر از نظر تعهدات مالی به دلیل جذب نقدینگی بیش از اندازه، حجیم می‌شوند که به دلیل پنهان‌سازی عملکردهای منفعت‌طلبانه‌ی متصدیانشان، توده‌ای از اخبار بد را به وجود می‌آورند که همچون یک فتر فشرده شده در نهایت آزاد می‌گردد و زنجیره ایجاد شده نقدینگی متقلبانه و تحریف گونه را به معضلی برای شرکت ایجاد می‌کند. این نتیجه در تطبیق با پژوهش‌های مشابه خود ناتوان است، زیرا توالی تحلیلی و رویکرد پژوهشی مورد استفاده در هیچ پژوهش مشابه دیگری، پدیده‌ی پانزی را از منظر اثرگذاری بر شکل‌گیری رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه مورد بررسی قرار نداده است. اما می‌توان به لحاظ بسط تشابه زمینه‌های پانزی در حسابداری، نتایج کلی این مطالعه را با پژوهش دیسون و همکاران (۲۰۲۱) تطبیق داد، زیرا نقطه اشتراک هر دو مطالعه شناسایی زمینه‌هایی است که سبب می‌گردد تا پدیده‌ی پانزی، رویه‌های حسابداری را به سمت پنهان‌سازی واقعیت‌های عملکردی در آینده سوق دهد.

باتوجه به تفاسیر ارائه شده در شکل یابی الگوی پارادایمی پدیده محوری مطالعه، حائز اهمیت است که پیشنهادهای کاربردی به ترتیب زیر ارائه گردد.

از آنجاییکه مسئله پانزی از موجودیت مشخصی در مراحل اولیه ایجاد سیکل‌های نقدینگی باهدف تحقق منافع منفعت‌طلبانه شرکت‌ها از طریق رویه‌های حسابداری، برخوردار نیست، لزوم نظارت‌های نهادی گسترده‌تر بر تبلیغات رسانه‌ای شرکت‌ها برای جذب سرمایه‌های توأم با اغوای سرمایه‌گذاران از نظر هزینه فرصت کمتر نسبت به سایر مسیرهای سرمایه‌گذاری در بازارهای دیگر، ضروری بنظر می‌رسد. زیرا اساساً پدیده‌ی پانزی با الگوهای عقلانیت در نظریه‌های کلاسیک مالی مبنی بر تخصیص منابع کمتر در یک سرمایه‌گذاری برای کسب بازده‌های مورد انتظار بالاتر از شرایط فعلی

^۱Scammer's

بازار، دارای تطبیق می‌باشد و سرمایه‌گذاران در یک ارزیابی هزینه-منفعت، تحت تأثیر محرک‌های اغواء کننده‌ی شرکت‌ها، سطح تمایل بالاتری به گسیل نمودن منابع سرمایه‌شان به شرکت‌های منفعت‌طلب دارند. از سوی دیگر، به سرمایه‌گذاران و تصمیم‌گیرندگان مالی توصیه می‌شود تا با ارتقاء دانش فنی خود برای سرمایه‌گذاری در شرکت‌ها و احتمالاً تشکیل پرتفولیو، به طور مستمر گزارش‌های مالی شرکت‌ها را به منظور شناسایی رشد غیرعادی درآمدها، نسبت‌های مالی غیرعادی، تغییرات یکباره و غیرقابل توضیح در رویه‌های حسابداری و از همه مهمتر اظهارنظرهای مشروط حسابرسان مستقل، مطالعه نمایند تا سیگنال‌های تحلیلی که حکایت از پنهان‌سازی عملکردهای مالی واقعی شرکت‌ها دارد را دریافت نمایند و تحت تأثیر هژمونی وسیع تبلیغات اسکمرها برای اجرای پدیده‌های پانزی قرار نگیرند. از طرف دیگر سیاستگذاران در نهادهای ناظر بر رویه‌های حسابداری نیز می‌بایست با مرور روند تغییرات مالی شرکت‌ها، جنبه‌های راهبردی آنان همچون دلایل عدم تمرکز سرمایه در یک شرکت یا صنعت (سرمایه‌گذاری در شرکت‌های وابسته یا هلدینگ‌های زیر مجموعه شرکت) و سرمایه‌گذاری شرکت در انواع دارایی‌ها (مثل سهام، اوراق قرضه، املاک و مستغلات، ارز و طلا) را مورد بررسی قرار دهد و سیاست‌هایی را برای هشدار به تصمیم‌گیرندگان مالی اتخاذ نمایند تا از این طریق مانع تضییع منافع سرمایه‌گذاران اغواء شده، گردند.

در نهایت در خصوص محدودیت‌های قابل ذکر در این مطالعه می‌بایست اولاً به این نکته اشاره شود که کارکردهای پدیده‌ی پانزی به عنوان یک پدیده بدیع و نوظهور در این مطالعه به صورت انتزاعی با تمرکز بر پیش‌زمینه‌های تجربی شناسایی شده است که احتمال عدم پوشش فراگیر جنبه‌های دیگر این پدیده، نمی‌تواند دور از ذهن باشد. هر چند ترکیب فرآیندهای مصاحبه و تشکیل گروه کانونی این محدودیت را نسبت به سایر تحلیل‌های مشابه همچون گزند تئوری تا حدی کاهش می‌دهد. ثانیاً محدودیت دیگر قابل ذکر در این مطالعه، تعداد پایین مشارکت‌کنندگان می‌باشد که قابلیت تعمیم‌پذیری را به سایر بسترهای مطالعه ممکن است تحت تأثیر قرار دهد. اگرچه این محدودیت به ذات تحلیلی پدیدار شناسی مرتبط می‌باشد اما سینرژی ناشی از مباحثه بین اعضای پانل تاحدی در کاهش این محدودیت می‌تواند مؤثر عمل نماید.

تعارض منافع

این مطالعه فاقد هرگونه تعارض منافع می‌باشد.

ORCID

Nasibeh Shafakheibari

Alireza Hirad

Mohammadreza Abdoli

Reza Sotudeh

 <https://orcid.org/0000-0002-2134-1182>

 <https://orcid.org/0000-0002-5365-7052>

 <https://orcid.org/0000-0002-8927-1231>

 <https://orcid.org/0000-0002-9143-1820>

منابع

- اصغری، محمد. (۱۳۹۶). «هستی‌شناسی» در کانون پدیدارشناسی رومن اینگاردن، پژوهش‌های هستی‌شناختی، ۶(۱۲): ۳۹-۵۵.
https://orj.sru.ac.ir/article_710.html
 بورساعدی، مرضیه، همت فر، محمود، علوی، سیدعنایت‌اله، نصیرزاده، رویا. (۱۴۰۴). الگوی تشخیص تقلب مالی تحت اجرای ارزیابی الگوریتم‌های مطلوبیت شبکه عصبی مصنوعی، مطالعات تجربی حسابداری مالی، ۲۲(۸۷): ۸۳-۱۳۴.
<https://doi.org/10.22054/qjma.2025.82826.2632>
 شیرخانی، بهروز، عبدلی، محمدرضا، ولیان، حسن و شهری، مریم. (۱۴۰۳). تبارشناسی زمینه‌های پدیدارشدن دارایی‌های سمی در شرکت‌های بازار سرمایه: کاربست چارچوب پارادایمی، چشم‌انداز مدیریت مالی، ۱۴(۴۶): ۹۳-۱۳۱.
<https://doi.org/10.48308/jfmp.2024.105029>

- طاهری، مسعود. (۱۳۹۸). مقایسه مدل‌های مثلث، دیاموند و پنتاگون قلب در ارزیابی ریسک قلب، نشریه حسابداری ارزشی و رفتاری، ۴(۸): ۳۳۹-۳۶۹. <http://aapc.khu.ac.ir/article-1-686-fa.html>
- قرائی‌پور، مهدی، عبدلی، محمدرضا، شهری، مریم و ولیان، حسن. (۱۴۰۳). رویکرد پدیدارشناسی پارادایم‌های تحول‌گرایی ساختاری در حرفه حسابداری: برآیندی از مشروعیت حرفه حسابداری، پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۱۴(۴): ۲۸۰-۲۲۷. <https://doi.org/10.22051/jera.2024.47598.3266>
- کاظمی‌فروشان، حسین، قدیر، محسن. (۱۳۹۹). بایسته‌های نظری قلب نسبت به قانون از منظر حقوق ایران، نشریه تحقیقات حقوق خصوصی و کیفری، ۱۶(۳): ۶۷-۸۵. <https://sanad.iau.ir/fa/Article/799773?FullText=FullText>
- لشگری‌تفرشی، احسان. (۱۴۰۰). پیامدهای تئوریک خوانش بازیگران سیاسی از فضای جغرافیایی در چارچوب دیدگاه پدیدارشناسی هرمنوتیک، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۵۳(۱۱۷): ۸۸۷-۹۰۱. <https://doi.org/10.22059/jhgr.2020.299524.1008095>
- کابلی، مونسادات، رحمانی، علی، نیکومرام، هاشم، رهنمای‌رودپشتی، فریدون. (۱۳۹۹). اثربخشی ارزش‌های انگیزشی شوآرتز و اخلاق حرفه‌ای حسابداری بر گزارشگری مالی متقلبان، مطالعات تجربی حسابداری مالی، ۱۷(۶۶): ۲۷-۵۰. <https://doi.org/10.22054/qjma.2019.45619.2042>
- Al Maalouf, N. J., Sawaya, Ch., Elia, J. and Toros, E. (2023). Lebanese Banking System: Ponzi or Not?, September 2023 Journal of Law and Sustainable Development, 11(6): 12-34. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i6.1204>
- Amoah, B. (2018). Mr Ponzi with Fraud Scheme Is Knocking: Investors Who May Open, Global Business Review, 19(5): 1115-1128. <https://doi.org/10.1177/0972150918788625>
- Artzrouni, M. (2009). The mathematics of Ponzi schemes, Mathematical Social Sciences, 58(2): 190-201. <https://doi.org/10.1016/j.mathsocsci.2009.05.003>
- Barlevy, G. and Xavier, I. (2025). A Model of Charles Ponzi, Finance and Economics Discussion Series 2025-020, Washington: Board of Governors of the Federal Reserve System, <https://doi.org/10.17016/FEDS.2025.020>
- Bosley, S. and Knorr, M. (2018). Pyramids, Ponzis and fraud prevention: lessons from a case study, Journal of Financial Crime, 25(1): 81-94. <https://doi.org/10.1108/JFC-10-2016-0062>
- Conarck, B. (2015). BDO To Pay \$40M To Put Stanford Ponzi Suit In Rearview. Law 360.
- Constantino, T.D.S.T., Da Silva, A.C.M. and Constantino, M.A.M.D.O. (2024). Ponzi schemes in Brazil: what leads people to still invest in this fraud?, Journal of Financial Crime, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JFC-10-2023-0262>
- Cortés, D., Santamaría, J. and Vargas, J, F. (2016). Economic shocks and crime: Evidence from the crash of Ponzi schemes, Journal of Economic Behavior & Organization, 131(2): 263-275. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2016.07.024>
- Deason, S., Rajgopal, Sh., Waymire, G, B. and White, R, M. (2021). The Role of Accounting in Ponzi Schemes, Accounting Horizons, 35(1): 29-46. <https://doi.org/10.2308/HORIZONS-19-016>
- Dechow, P, M., Ge, W. Larson, Ch, R. and Sloan, R, G. (2010). Predicting Material Accounting Misstatements, Contemporary Accounting Research, 28(1): 17-82. <https://doi.org/10.1111/j.1911-3846.2010.01041.x>
- du Toit, E. (2024). The red flags of financial statement fraud: a case study, Journal of Financial Crime, 31(2): 311-321. <https://doi.org/10.1108/JFC-02-2023-0028>
- Eisenberg, D. T. and Quesenberry, N, W. (2014). Ponzi Schemes in Bankruptcy. Touro Law Review, 30(3): 38-55. <https://digitalcommons.tourolaw.edu/lawreview/vol30/iss3/3>
- Henriques, D. B. (2012). The Wizard of Lies: Bernie Madoff and the Death of Trust. Revised, Updated edition. New York: St. Martin's Griffin.
- Irrarrázaval, L. (2020) A Phenomenological Paradigm for Empirical Research in Psychiatry and Psychology: Open Questions, Front: Psychology, 11(2):13-49. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01399>
- Jory, S. and Perry, M, J. (2011). Ponzi Schemes: A Critical Analysis, Journal of Financial Planning, 4(1): 87-101. <https://ssrn.com/abstract=1894206>

- Kassem, R. (2024). External auditors' use and perceptions of fraud factors in assessing fraudulent financial reporting risk (FFRR): Implications for audit policy and practice. *Security Journal*, 37(2): 875–902 <https://doi.org/10.1057/s41284-023-00399-w>
- Markopolos, H. (2010). *No One Would Listen: A True Financial Thriller*. 1st edition. Hoboken, N.J: Wiley.
- Mohd Sulaiman, A.N., Moideen, A.I. and Moreira, S.D. (2015). Of Ponzi schemes and investment scams: A case study of enforcement actions in Malaysia, *Journal of Financial Crime*, 23(1): 231-243. <https://doi.org/10.1108/JFC-05-2014-0021>
- Sadiraj, K., Schram, A. (2018). Inside information in Ponzi schemes, *Journal of the Economic Science Association*, 4(2): 29-45. <https://doi.org/10.1007/s40881-018-0047-4>
- SEC. (2013^a). Ponzi Schemes. Fast Answers. Washington, DC: Securities and Exchange Commission.
- SEC. (2013^b). Affinity Fraud: How to Avoid Investment Scams That Target Group. Investor Publications. Washington, DC: Securities and Exchange Commission
- Singh, K.N. and Misra, G. (2023). Victimisation of investors from fraudulent investment schemes and their protection through financial education, *Journal of Financial Crime*, 30(5): 1305-1322. <https://doi.org/10.1108/JFC-07-2022-0167>
- Song, L. and Kong, X. (2022). A Study on Characteristics and Identification of Smart Ponzi Schemes, *IEEE Access*, 10(2): 100-121. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2022.3178747>
- Ullah, I., Ahmad, W. and Ali, A. (2022). Determinants of investment decision in a Ponzi scheme: Investors' perspective on the Modaraba scam, *Journal of Financial Crime*, 29(4): 1172-1190. <https://doi.org/10.1108/JFC-02-2020-0027>
- Uppiah, V. (2018). A critical examination of the regulation of Ponzi scheme in Mauritius, *International Journal of Law and Management*, 60(6): 1393-1400. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-08-2017-0201>
- Zuckoff, M. (2006). *Ponzi's Scheme: The True Story of a Financial Legend*. Reprint edition. New York; Westminster: Random House Trade Paperbacks.

References [In Persian]

- Asghari, M. (2017). Ontology in the Core of Roman Ingarden's Phenomenology. *Journal of Ontological Researches*, 6(12): 39-55. [In Persian]. https://orj.sru.ac.ir/article_710.html
- Gharaeepour, M. , Abdoli, M. , Shahri, M. and Valiyan, H. (2024). The Phenomenological Approach of Structural Transformation Paradigms in The Accounting Profession: The Accounting Profession Legitimacy. *Empirical Research in Accounting*, 14(4): 227-280. [In Persian]. <https://doi.org/10.22051/jera.2024.47598.3266>
- Kaboli, M. S. , Rahmani, A. , Nikoomaram, H. and RahnamayRoodposhti, F. (2020). Effectiveness of Schwartz's Motivational Values and Accounting Code of Ethics on Fraudulent Financial Reporting. *Empirical Studies in Financial Accounting*, 17(66), 27-50. <https://doi.org/10.22054/qjma.2019.45619.2042>
- Kazemi Furooshani, H. and Ghadir, M. (2020). Theoretical requirements of fraud in relation to the law from the perspective of Iranian law, *Journal of Private and Criminal Law Research*, 16(3): 67-85. [In Persian]. <https://sanad.iau.ir/fa/Article/799773?FullText=FullText>
- Lashgari, E. (2021). Theoretical consequences of political Decision makers from geographic space within the hermeneutic phenomenology approach. *Human Geography Research*, 53(3): 887-901. [In Persian]. <https://doi.org/10.22059/jhgr.2020.299524.1008095>
- Poursaedi, M. , Hematfar, M. , Alavi, S. E. and Nasirzadeh, R. (2025). Modeling the Detection of Firms Financial Fraud under the Implementation of Artificial Neural Network Evaluation Algorithms. *Empirical Studies in Financial Accounting*, 22(87): 83-134. [In Persian]. <https://doi.org/10.22054/qjma.2025.82826.2632>
- Shirkhani, B. , Abdoli, M. , Valiyan, H. and Shahri, M. (2024). The Contexts Genealogy of the Toxic Assets Emergence in Capital Market Companies: The Application of a Paradigmatic Framework. *Financial Management Perspective*, 14(46): 93-131. [In Persian]. <https://doi.org/10.48308/jfmp.2024.105029>
- Taheri M. A (2020). Comparison of Triangle, Diamond and Pentagon Fraud Models in Fraud Risk Assessment, *Journal of Value & Behavioral Accounting*, 4(8): 339-369. [In Persian]. <http://aapc.khu.ac.ir/article-1-686-fa.html>

پیش از انتشار