



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

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

**Alireza Hiran** \* Department of Accounting, Khas.C., Islamic Azad University, Khash, Iran

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

**Reza Sotudeh**  Department of Financial and Accounting, Faculty of Humanities, Meybod University, Meybod, Iran

### Abstract

This study, through a paradigmatic phenomenological approach, seeks to present a model for understanding the influential role of Ponzi schemes in the formation of opportunistic accounting practices. In the first stage, an attempt was made to identify the propositional themes of the Ponzi phenomenon in the formation of opportunistic accounting practices through interviews with 20 participants with lived experience, using open-ended questions and codes derived from the Ponzi phenomenon. Subsequently, by creating a researcher-developed checklist rated on the "+8," "0," and "-8" scales, the third stage of data collection sought to classify the propositions into more general conceptual categories, based on focus group scores, in order to develop a paradigmatic model through the categorization of propositional themes. The results of the study, after identifying 371

\* Corresponding Author: dr.hiran@iau.ac.ir

**How to Cite:** Shafakheibari, N., Hiran, A., Abdoli, M., Sotudeh, R. (2026). The Ontological Nature of Ponzi in the Emergence of Opportunistic Accounting Practices: Presenting a Paradigmatic Phenomenological Model, *Empirical Studies in Financial Accounting*, 22(88), 219-280. DOI: 10.22054/qjma.2025.86793.2691

open codes from the 20 interviews conducted, indicate the identification of 50 propositional themes in the form of a researcher-developed scoring checklist. By assigning focal points to each participant within the specified evaluation panels, the analysis ultimately led to the presentation of a paradigmatic model consisting of 10 categories across five dimensions.

**Keywords:** Opportunistic accounting, Paradigmatic phenomenology, Ponzi scheme.

### **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 significantly reduce their effects on investment perceptions in the market. In other words, in the study of fraudulent companies, the relationship between accounting violations and business and legal anomalies, such as long-term appointment of managers, lawsuits, and declining stock prices, is, to a large extent, evident, one possible consequence of which is the emergence of financial distortions through accounting tools that have been repeatedly challenged in prior research. In contrast to these studies, the present study focuses on one of the most emerging opportunistic processes in companies, which can also be implemented through accounting procedures in the contemporary business environment.

### **2. Literature Review**

The Ponzi scheme, one of the most well-known concepts in the global financial economy, refers to a planned method of fraud and distortion in which income payable to previous investors is generated by attracting capital from new investors. Companies that take advantage of this phenomenon for greater profits secure their returns solely from these intermediary financial flows and, without engaging in any activity that produces real income or profit, often obtain benefits by luring investors. The historical development of this scheme indicates that the use of such methods of distortion and fraud 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 personal gain.

Although a review of this historical process shows that analyzing investment experiences and financial crises provides useful insights in this area, today's companies often continue to exploit the potential of this method for profit-seeking purposes, particularly in light of weaknesses in regulatory mechanisms.

### **3. Methodology**

Research conducted with the aim of paradigm building should be categorized as studies that seek abstractions from the context under study. This is because past research likely did not fully consider the external and internal influences on a cognitive phenomenon, which may be subjectivized. Therefore, presenting a paradigmatic model helps to understand the phenomenon within the context of the study. This section describes the nature of the methodology of the present study based on the principles of paradigmatic phenomenology. Accordingly, during the interview process with experienced actors in the context of the study, the contexts that can influence the phenomenon in line with the five paradigmatic conditions, causal conditions, contextual, intervening, strategies, and consequences, are first identified, so that, through open coding, the subsequent steps can be taken to develop the final paradigmatic model. Therefore, the study employs two primary tools: (1) interviews to explore the context of the phenomenon based on open coding, and (2) checklist scoring scales to evaluate the emerged contexts and classify them into paradigmatic categories. In these explanations, the present study can 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. Conducting interviews with participants who have knowledge and experiential expertise, like puzzle pieces, reveals scientific unknowns of the phenomenon under study. In terms of outcomes, from another methodological perspective, the present study can also be considered developmental, as it addresses the lack of reliable cognitive approaches to the Ponzi phenomenon in accounting procedures and contributes to a clearer understanding of financial distortions and frauds. Finally, in terms of data collection, this study is classified as qualitative research with an inductive approach.

#### **4. Result**

This study began by selecting 20 participants with lived experience to identify the propositional themes that, through interviews with open-ended questions and codes derived from the Ponzi phenomenon, indicate the areas of this phenomenon that can influence the formation of opportunistic accounting practices. From the 20 interviews conducted, 371 open codes were identified, which were grouped into 50 propositional themes. These themes were evaluated using a researcher-developed scoring checklist within focus groups, which ultimately informed the final paradigmatic model.

#### **5. Discussion**

Paradigmatic phenomenology is recognized as a sociological approach within both theoretical and applied fields, drawing on areas of humanities knowledge where, due to the novelty of the central phenomenon, there is no coherent understanding within the context of the study. Accordingly, this study employs paradigmatic phenomenology with the aim of exploring the ontology of the Ponzi phenomenon in the formation of opportunistic accounting procedures in commercial companies. This phenomenon, as one of the domains of financial distortion and fraud in commercial companies, influences the emergence of opportunistic accounting as a hidden tool used by many companies in competitive financial markets. Due to its novelty, it lacks sufficient cognitive coherence in existing literature. For this reason, by following the analytical stages of the paradigmatic phenomenological process, the study aims to develop a model as the ultimate goal, in order 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 regarding the ontology of the Ponzi phenomenon in the emergence of opportunistic accounting practices provide a foundation for the conceptual and abstract understanding of this phenomenon within the context of commercial companies. The lack of previous research on the theoretical and applied understanding of the existential philosophy of the Ponzi phenomenon has resulted in the connection between this phenomenon and accounting practices, as its implementation tool at the company level, being largely overlooked. For this reason,


exploring the various dimensions of the occurrence of such a problem in accounting practices was among the main objectives of this study. This framework demonstrates how companies involved in implementing the Ponzi phenomenon, or so-called scammers (primary project designers), based on the profit obtained from attracting secondary investors, create an opaque financial cycle to provide the expected returns for primary investors. In doing so, they opportunistically pursue their interests using tools such as accounting, often within a set of inefficient market conditions.







## هستی‌شناسی ماهیت پانزی در بروز رویه‌های حسابداری فرصت طلبانه: ارائه الگوی پدیدارشناسی پارادایمی

نصیبه شفاخیبری  گروه حسابداری، واحد زاهدان، دانشگاه آزاد اسلامی، زاهدان، ایران

علیرضا هیراد \* گروه حسابداری، واحد خاش، دانشگاه آزاد اسلامی، خاش، ایران

محمد رضا عبدلی  گروه حسابداری، واحد شاهرود، دانشگاه آزاد اسلامی، شاهرود، ایران

رضا ستوده  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 تجربه زیسته، تلاش شد تا طی مصاحبه‌هایی با طرح سؤالات 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 بر اساس مقیاس‌های «+۸»؛ «۰» و «-۸» مطالعه در مرحله سوم روش‌های جمع‌آوری داده‌ها، به دنبال تفکیک گزاره‌ها به دسته‌های کلی‌تر از مفاهیم، طبق امتیازهای گروه‌کانونی بود تا با مقوله‌بندی مضامین گزاره‌ای، امکان ارائه الگوی پارادایمی مهیا گردد. نتایج مطالعه پس از مشخص شدن «۳۷۱» کد باز از ۲۰ مصاحبه انجام‌شده، حکایت از شناسایی «۵۰» مضمون گزاره‌ای در قالب یک چک‌لیست امتیازبندی محقق ساخت، دارد که با اختصاص امتیازهای کانونی هریک از کنشگران تفکیک‌شده 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 متقلبانه، 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 بانزی» که در ۱۹۲۰ توسط «چارلز بانزی 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 & Xavier, 2025). لذا پدیده‌ی بانزی را باید ترفندی از مدیریت منابع مالی، توسط بنگاه‌های 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 مدت‌زمان دریافت سرمایه‌های دیگران را از بازده‌های کسب‌شده‌ی سود عملیات تجاری/مالی پرداخت نمایند، از طریق گردش نقدینگی تأمین می‌کنند، به طوری که سرمایه‌گذاران اولیه،

عایدات خود را از تأمین نقدی سرمایه‌گذاران ثانویه دریافت می‌دارند و سرمایه‌گذاران ثانویه در چرخه‌ی ایجادشده، منافعی از محل آورده‌های نقدی سرمایه‌گذاران تازه‌وارد، تأمین می‌گردد (Song & 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 سؤالی که مطرح می‌باشد این است که اساساً نقش حسابداری در سیکل ایجادشده‌ی ناشی از پدیده پانزی کجاست؟

در پاسخ به این سؤال 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 ایجادشده را در اهدافی غیر از توسعه طرح‌ها و پروژه‌های شرکت برای کسب منافع بالاتر خرج می‌کند و از این طریق، فرصت‌های سرمایه‌گذاری ایجادشده در بازارهای پولی را به‌ویژه 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 به دست 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 & Misra, 2023).

سازوکار به کارگیری 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 بیانیتهای مالی بر اساس رویدادهای جعلی یا غیر موجود به اطلاع ذینفعان می‌رسانند و دوم اینکه با نفوذ بر حساب‌رسان 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 تضييع حقوق ذینفعان را به‌طور عمیق‌تری به وجود آورند (Markopolos, 2010; Zuckoff, 2006; Henriques, 2012). لذا ارائه‌ی گزارش‌های کمیسیون بورس و اوراق بهادار (SEC) رُخداد پدیده‌ی پانزی را ابزار متقلبانه برای کسب منافع بیشتر از سرمایه‌گذاران ناآگاه تعریف می‌کند که بدون اتکا به تحلیل‌های بنیادی و تکنیکال، صرفاً به دنبال استفاده از بازده‌های ناشی از سرمایه‌های راکد خود در یک نظام اقتصادی ناپویا می‌باشد (Securities and Exchange Commission<sup>a,b</sup>, 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 این‌چنینی 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 معدود پژوهش‌های انجام‌شده، Deason et al. (2021) با استناد به نتایج بررسی ۳۷۶ طرح پانزی در بین سال‌های ۱۹۸۸ تا ۲۰۱۲ نتیجه‌گیری می‌کنند که اساساً به کارگیری این پدیده توسط شرکت‌ها، نامشهود و پنهان است و معمولاً آزمون‌های اطمینان و ریسک حسابرسی نیز نتوانسته‌اند، تأثیر آن بر سرمایه‌های جذب‌شده را مورد اثبات قرار دهند؛ زیرا با اعلام ورشکستگی به دلیل قوانین تجاری و نوع شرکت‌های ثبت‌شده، قربانیان اصلی این طرح، سرمایه‌گذارانی هستند که به دلیل 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 برمی‌آید، 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 تضييع حقوق ذینفعان منجر گردیده است. به همین دلیل ارائه الگویی پارادایمی با تمرکز بر شرایط محیطی ایران می‌تواند به‌عنوان یک مبنای شناختی، جنبه‌های ناهنجار این پدیده‌ی 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 دانش‌افزایی و کاربردی دارای اهمیت باشد.

اولاً به لحاظ دانش‌افزایی، عدم وجود پژوهش‌های مرتبط با ماهیت پدیده‌ی موردبررسی این مطالعه نشان دهد، تا چه اندازه ضعف شناختی از کارکردهای پانزی،

توانسته به سیر تقلب در افشاء اطلاعات تحریف‌گونه‌ی شرکت‌ها به‌ویژه 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 تجربی به‌کارگیری 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 برنامه‌ریزی‌شده‌ای برای تقلب و تحریف اشاره دارد که از طریق آن عایدات قابل پرداخت به سرمایه‌گذاران قبلی از محل جذب سرمایه‌های نقدی سرمایه‌گذاران تازه‌وارد تأمین می‌گردد (Uppiah, 2018). لذا شرکت‌هایی که از این پدیده برای سود بیشتر بهره می‌برند، منافع خود را صرفاً از جریان‌های مالی واسطه‌ای ایجادشده، تأمین می‌نمایند و بدون هیچ فعالیت منجر به درآمد و سودی، غالباً با اغوا سرمایه‌گذاران، منافع مشخصی را کسب می‌کنند (کاظمی‌فروشانی و قدیر، ۱۳۹۹). تطور 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» برمی‌گردد که توانست مهاجران ایتالیایی را قربانی منافع خود نماید (Eisenberg & Quesenberry, 2014). مرور این سیر تاریخی اگرچه نشان‌دهنده‌ی این موضوع است که تمرکز بر تجارب سرمایه‌گذاری و بحران‌های مالی می‌تواند به‌عنوان 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 انجام‌شده (Jory and Perry (2011) 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 می‌گردد، متصدیان اجرای طرح پانزی در بُعد اول یعنی [سودهای اولیه جذاب] با تحریک انگیزه‌های کسب بازده‌های مورد انتظار در سرمایه‌گذاری، افراد را برای جذب منابع نقد، اغوا می‌کنند تا امکان پرداخت بازده‌های وعده داده‌شده به سرمایه‌گذاران قبلی، در این

مسیر محقق گردد. در بُعد دوم این چرخه، [افزایش اولیه سرمایه [کارکرد دیگری است که با پرداخت به موقع بازده‌های مورد انتظار به سرمایه‌گذاران تازه‌وارد، اعتماد آنان را جلب می‌نماید تا بتوان با تحریک احساسات، از طریق راه‌کارهایی مثل تخصیص سود به‌عنوان سهام جدید یا تحریک سرمایه‌گذاری بیشتر با بازده‌های دریافتی بالاتر، سعی نمایند تا حجم نقدینگی خود را فزاینده‌تر کنند. در بُعد سوم نیز، هدف از اجرای پدیده پانزی، [استمرار جذب سرمایه [برای تداوم حکمرانی مالی شرکت‌های اجراکننده در بازار برای کسب منافع فرصت‌طلبانه‌ی بالاتر می‌باشد. به‌طوری‌که تلاش می‌شود تا از طریق ابزارهای رسانه‌ای و تبلیغات مالی اثرگذار بر سرمایه‌گذاران، سرمایه‌های بیشتری را وارد این چرخه نمایند؛ زیرا به سرمایه‌گذاران القاء می‌شود که سرمایه‌گذاری‌های به‌صرفه‌ی آنان می‌تواند، عایدات مالی بالاتری از بهره‌های سرمایه‌گذاری 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 تضمین‌کننده، سیستم دچار نقص می‌شود و بازار با واکنش سریع به چنین چالشی، زمینه‌ساز بروز رفتارهای توده‌وار سرمایه‌گذاران، می‌گردد. لذا شرکت اجراکننده‌ی پدیده پانزی، در این مرحله، سرمایه‌گذاران جدید را از دست می‌دهد و باز پرداخت سود وعده داده‌شده به سرمایه‌گذاران قبلی، نیز به تعویق می‌افتد که این مسئله به افزایش آنومی (ناهنجاری) بازار منجر می‌گردد. از طرف دیگر (Deason et al. (2021 با ارائه جدول (۱) نسبت به بیان تفاوت‌های منجر به تحریف و تقلب از طریق پدیده پانزی با روش‌های دیگر اقدام نمودند که به ترتیب زیر ارائه شده است.

جدول ۱. تفاوت پدیده پانزی با روش‌های دیگر منجر به تحریف و تقلب

ویژگی	پدیده پانزی	سایر روش‌های تحریف و تقلب
[۱] منبع فعالیت	سرمایه‌گذاری‌های جدید	کسب درآمد مبتنی بر تقلب یا تحریف از فعالیت‌هایی مثل مدیریت سود
[۲] فرآیند	غالباً ثابت و مبتنی بر اغواء به	غالباً متغیر و وابسته به شرایط بازار و اقتصادی

ویژگی	پدیده پانزی	سایر روش‌های تحریف و تقلب
فعالیت	سرمایه‌گذاری‌های جدید سرمایه‌گذاران قبلی و جدید	
[۳] ماهیت فعالیت	غالباً فریبنده و متمرکز بر تحقق بازده‌های مورد انتظار در سرمایه‌گذاری	غالباً فریبنده و متمرکز بر فعالیت‌های غیرواقعی در تحریک سرمایه‌گذاری
[۴] استمرار فعالیت	غالباً کوتاه‌مدت و تا زمان حفظ چرخه نقدینگی	غالباً میان‌مدت و تا زمان پنهان ماندن فعالیت‌های دستکاری سود
[۵] آفق فعالیت	سرمایه‌گذاران سفته‌باز	سهامداران، نهادها و سازمان سرمایه‌گذار

اگرچه می‌توان معیارهای گسترده‌تری از نظر تفاوت پدیده پانزی با سایر روش‌های دیگر تحریف و تقلب ارائه نمود، اما مشخصاً ۵ ویژگی منحصر به فردی که می‌تواند منشأ تفاوت تلقی شود، در جدول (۱) بر شمرده شده‌اند. به‌عنوان مثال در ویژگی منبع فعالیت، پدیده پانزی با تأمین منابع از محل سرمایه‌گذاری‌های جدید اقدام به اجرای اهداف تحریف و تقلب می‌نماید، در حالی که در روش‌های دیگر، غالباً شرکت‌ها از محل سودهای ناشی از دستکاری فعالیت‌های واقعی یا مصنوعی، اهداف منفعت‌طلبانه خود را تأمین می‌نمایند (Dechow et al., 2010). یا در ویژگی فرآیند فعالیت، پدیده پانزی به‌طور ثابت از ابزارهای اغواگریانه‌ی جلب اعتماد سرمایه‌گذاران جدید و قدیمی بهره می‌برد، در حالی که، سایر روش‌های تحریف و تقلب، به‌صورت متغیر و با در نظر گرفتن شرایط بازار و اقتصادی شرکت، اقدام به فعالیت‌های منفعت‌طلبانه می‌نمایند (Conarck, 2015). لذا این پنج ویژگی مؤید این مسئله است که هنوز پدیده پانزی به دلیل پیچیدگی‌هایی که منبع تغذیه آن بر مبنای ذهنیت سفته‌بازی 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 رویه‌های حسابداری در پیاده‌سازی پدیده‌ی پانزی، ۴ مکانیزم هشداردهنده را برای شناخت بهتر در قالب شکل (۲) ارائه دادند. این مکانیزم‌های هشدار به‌عنوان ابزارهای سرمایه‌گذاری توصیه شده است تا بتواند از وقوع تحریف‌های پیچیده مالی جلوگیری نماید.

شکل ۲. مکانیزم‌های هشداردهنده پیاده‌سازی پدیده بانزی از طریق رویه‌های حسابداری



طبق این الگو، اولین مکانیزم هشدار، مرتبط به «افزایش کاذب حساب‌های بانکی» می‌باشد که غالباً در بخش دارایی‌های جاری ترازنامه و سایر گزارش‌های مالی شرکت‌های مرجع پدیده بانزی، از طریق مقایسه‌ی عملکردهای فصلی یا سالیانه یک شرکت و حتی به صورت مقایسه منابع مالی دو شرکت رقیب، قابل رؤیت می‌باشد (Al Maalouf et al., 2023)؛ 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 بانزی، 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 بر اساس تحلیل‌های «تکنیکال آنالیز» از رویه‌های حسابداری در گزارش‌های حساب‌برسان مستقل قابل‌دستیابی 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 بر اساس 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 بر اساس 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 بر اساس رویکرد این مطالعه که به دنبال هستی‌شناسی پدیده پانزی در بروز رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه می‌باشد، می‌تواند سؤال‌های پژوهشی زیر را مطرح نمود.

۱. سؤال اول پژوهش: زمینه‌های پدیده پانزی مؤثر در بروز رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه کدامند؟

۲. سؤال دوم پژوهش: مقوله‌های زمینه‌ای پدیده پانزی در بروز رویه‌های

حسابداری فرصت‌طلبانه در الگوی پارادایمی کدامند؟

از آنجایی که 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، سؤال‌های پژوهشی مطرح‌شده 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 موردبررسی 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 انجام‌شده بتوان، نسبت به اجرای گام‌های بعدی تا رسیدن به الگوی نهایی پارادایمی اقدام نمود. لذا ابزار این مطالعه، از یک‌سو مصاحبه جهت دستیابی به زمینه‌های پدیده موردبررسی بر مبنای کدگذاری باز و از سوی دیگر، مقیاس‌های امتیازبندی چک‌لیستی برای ارزیابی زمینه‌های پدیدارشده جهت رسیدن به مقوله‌های پارادایمی می‌باشد. طی این توضیح‌ها، مطالعه حاضر را به لحاظ هدف انجام، باید اکتشافی توصیف نمود که با توجه بدیع بودن پدیده‌ی پانزی، شناسایی زمینه‌های اثرگذار مورد تأکید در سؤال اول پژوهش براین اساس قابل توجیه است؛ زیرا انجام مصاحبه با افراد دارای صلاحیت دانش‌افزا و تجربی، همچون تکه‌های پازل، ناشناخته‌هایی علمی از پدیده موردبررسی 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 قابل‌اتکا از پدیده‌ی پانزی در رویه‌های حسابداری، به شفاف‌تر نمودن مرز خاکستری شناخت از تحریف و تقلب‌های مالی می‌تواند منجر گردد. درنهایت به لحاظ جمع‌آوری داده، این مطالعه در

زمره پژوهش‌های کیفی و فلسفه‌ی استقرائی جایگذاری می‌شود؛ زیرا در این مطالعه درنهایت، 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, 2020). به همین دلیل این شیوه از اجرا 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 هر یک از گام‌ها توضیح داده می‌شود.

### مرحله اول- جمع‌آوری 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 بر اساس رویه‌ی کدگذاری باز در شیوه‌های مشابه انجام تحلیل در بخش کیفی تعیین می‌گردند، به طوری که پس از هر مصاحبه، مصاحبه‌کننده با تعیین سرفصل‌های مورد مباحثه در جریان رفت‌و برگشت سؤالات باز، اقدام به اختصاص کدهای برای آن می‌کند. لذا برخی از پرتکرارترین سؤالات مصاحبه به ترتیب زیر ارائه شده است:

۱. چه جریان‌هایی از سازوکارهای مالی می‌تواند در وقوع پدیده پانزی، منجر به تحریک بهره‌برداری 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 دربرگیرنده‌ی 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 سؤالات مصاحبه اقدام شد. این سؤالات به صورت مقتضی و در جریان مصاحبه بسته به مباحث مورد بحث، جرح و تعدیل می شد تا به ایجاد ادراک مشخصی بین مصاحبه شونده با مصاحبه کنندگان منجر شود. مهم ترین نکته در پیاده سازی مرحله اول بر مبنای انجام مصاحبه با کنشگران دارای تجربه زیسته، تعیین نقطه اشباع تئوریک برای اتمام مصاحبه ها و مشخص نمودن کدهای باز نهایی برای ورود به مرحله دوم شیوه تحلیل پدیدارشناسی پارادایمی می باشد. در واقع هرچه از مصاحبه اول به سمت مصاحبه های بعدی فاصله گرفته می شود، مجموعه ای از کدهای باز ایجاد می گردد که الزاماً بدیع بودن اولیه را ندارد و با چاشنی تکرار کدهای قبلی عجین شده است. به همین دلیل وقتی اطمینان حاصل شد که مصاحبه های بیشتر منتج به کدهای جدیدتر نمی گردد، در آن زمان، اشباع نظری حاصل شده است. در این مطالعه ۲۰ مصاحبه انجام شد که از درون این مصاحبه ها تعداد «۳۷۱» کد باز حاصل گردید.

### مرحله دوم - پدیدارشدن مضامین گزاره ای

با تعیین کدهای باز حاصل از مرحله اول، محقق برای مشخص نمودن مضامین گزاره ای، اقدام به تطبیق معنایی کدهای باز از نظر مشابهت می نماید تا با دسته بندی نمودن آن ها، مشخص گردد چه تعداد مضامین گزاره ای پس از کدهای باز، از احتمال پدیدارشدن برخوردار هستند. استراتژی مرتبط با این مرحله، ذهن آگاهی تفسیر گرایانه ی محقق می باشد تا بتواند با تمیز قائل شدن بین کدهای باز هم معنا، اصطلاحاً «هرس کردن [Pruning]» را تا آنجا ادامه دهد که مضامین گزاره ای منحصر به فردی در راستای مسئله اصلی مطالعه، پدیدار گردند؛ به عبارت دیگر، محقق باید با قراردادن کدهای باز مشابه به لحاظ مفهومی، مجموعه ای از زمینه های گزاره ای که از قابلیت لازم برای فهم بیشتر در راستای معنابخشی به هستی شناسی پدیده ی پانزی

در شکل‌گیری حسابداری فرصت‌طلبانه برخوردار هستند را تعیین نماید. به‌عنوان مثال ممکن است یک مفهوم در بازه‌های مختلف انجام مصاحبه با کنشگران دارای تجربه‌زیسته، به‌انحاء مختلف در راستای هستی‌شناسی پارادایمی به پدیده محوری ظهور یافته باشند که باید با حذف آن‌ها صرفاً یک مفهوم مشخص (مضمون گزاره‌ای) از آن کدباز ایجاد نمود.

### مرحله سوم - پدیدارشدن مقوله‌های پارادایمی

مرحله سوم فرآیند اجرای پدیدارشناسی پارادایمی مرتبط با تفکیک مقوله‌های پارادایمی از طریق دسته‌بندی مضامین گزاره‌ای هم‌معنا می‌باشد. برای این منظور باید به تعداد مضامین گزاره‌ای برآمده از مرحله دوم فرآیند اجرای پدیدارشناسی پارادایمی، چک‌لیست محقق‌ساختی را به‌صورت 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 به‌صورت سلسله‌مراتبی تدوین گردد تا مشخص‌کننده‌ی مضامین گزاره‌ای تشکیل‌دهنده‌ی یک مقوله بر پایه امتیازهای بالاتر نسبت به سایر مضامین گزاره‌ای خنثی و بی‌تأثیر باشد (شیرخانی و همکاران، ۱۴۰۳). لذا جدول (۲) ارائه‌شده در بخش زیر، بر اساس 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 مقیاس بندی امتیازی به صورت سلسله مراتبی

موافق	۰	+۱	+۲	+۳	+۴	+۵	+۶	+۷	+۸	کاملاً موافق																		
	[۹]	[۸]	[۷]	[۶]	[۵]	[۴]	[۳]	[۲]	[۱]																			
		[۱۶]	[۱۵]	[۱۴]	[۱۳]	[۱۲]	[۱۱]	[۱۰]																				
			[۲۱]	[۲۰]	[۱۹]	[۱۸]	[۱۷]																					
				[۲۴]	[۲۳]	[۲۲]																						
					[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]
مخالف	۰	-۱	-۲	-۳	-۴	-۵	-۶	-۷	-۸	کاملاً مخالف																		

نکته مهم در مرحله سوم، تشکیل اعضای پانل و تعیین تعداد مقوله‌های قابل پدیدار شدن بر اساس فرآیندهای آماری همچون واریماکس<sup>۱</sup> یا چرخش متعامد<sup>۲</sup> می‌باشد. به طوری که برای تعیین تعداد مقوله‌ها امتیازهای بارعاملی بر اساس چک‌لیست ارائه شده در جدول (۲) مشخص می‌گردد، سپس از طریق محاسبه قدرت مطلق معناداری  $Sign = \left| \frac{1/96}{\sqrt{n}} \right|$  تعیین می‌گردد هر یک 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 بر اساس 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

1 Varimax

2 Orthogonal Matrix

پدیده بانزی 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 گرنند تئوری می‌باشد، با این تفاوت که در پدیدارشناسی پارادایمی، کنشگران دارای تجربه‌زیسته، بر اساس ترکیب مصاحبه و اختصاص امتیازهای مقیاس‌بندی شده، مشارکت می‌نمایند و فرآیند اجرایی آن متفاوت با روش یادشده می‌باشد. براین اساس طی مراحل اول تا چهارم تلاش خواهد شد تا هر یک از اجزای الگوی نهایی پدیدارشناسی پارادایمی مشخص‌کننده هستی‌شناسی پدیده بانزی 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 موردبررسی مؤثر باشد که به واسطه زیستن در بستر مطالعه، می‌تواند در هستی‌شناسی پدیده موردبررسی مؤثر باشد که اصطلاحاً به‌عنوان پدیدارشناسی هرمنوتیک نیز گفته می‌شود (لشگری تفرشی، ۱۴۰۰)؛ زیرا برای هستی‌شناسی فلسفی به یک پدیده جهت‌پایه‌سازی رویه‌های مرتبط با آن، نیاز به آگاهی‌های دانش‌افزایانه و تجربه‌گرایانه‌ای است که هر یک از افراد کنشگران انتخاب‌شده در این مطالعه می‌تواند از خود نشان دهند (اصغری، ۱۳۹۶). لذا کنشگران این مطالعه را طیف از حسابداران رسمی، سیاست‌گذاران مالیه 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، سؤالات به‌صورت 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 با توجه 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 به‌عنوان مصاحبه‌شونده جهت قدرت افتراق از مبانی مدنظر این مطالعه برخوردار باشند و بر اساس 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 انجام‌شده، پیشنهادهای بعدی برای انتخاب مصاحبه‌شوندگان دیگر ارائه می‌گردد تا درنهایت بر اساس 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 به‌واسطه مرور مبانی نظری در گذشته، صورت گرفته است.

### یافته‌های پژوهش

پس از ارائه مبانی اجرایی روش پدیدارشناسی پارادایمی منحصر به اهداف این مطالعه، به‌طور خلاصه یافته‌های کسب‌شده برای ارائه الگوی نهایی به تفکیک هر مرحله بیان می‌شود. در مرحله اول و با انجام مصاحبه با ۲۰ کنشگر تعیین‌شده برای انجام مصاحبه، یافته‌های پژوهش حکایت از شناسایی «۳۷۱» کدباز 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 استعقای نامحسوس سازمانی <sup>۱</sup>	$W_5$	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 <sup>۲</sup>	$W_{13}$	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 بیش‌ازحد دارایی‌ها	$W_{18}$	۷	٪۱,۸۸

۱. به وضعیتی اطلاق می‌شود که کارمندان به‌طور آشکار سازمان را ترک نمی‌کنند، اما به‌طور فزاینده‌ای از نظر تعامل، تعهد و بهره‌وری 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.

شماره	گزاره‌های پدیدار شده	اختصاص کدهای اختصاری	تعداد تکرار	توزیع فراوانی
۱۹	پنهان‌سازی اخبار بد و منفی	W <sub>19</sub>	۷	٪۱,۸۸
۲۰	پیچیدگی‌های سیستم‌های اطلاعاتی	W <sub>20</sub>	۸	٪۲,۱۵
۲۱	ترکیب غیرمستقل هیئت‌مدیره	W <sub>21</sub>	۶	٪۱,۶۱
۲۲	احتمال ورشکستگی	W <sub>22</sub>	۵	٪۱,۳۴
۲۳	ترویج آوای مطیع در ساختارهای سازمانی <sup>۱</sup>	W <sub>23</sub>	۹	٪۲,۴۲
۲۴	تمرکز سیستم‌های فناوری تحت اختیار مدیران ارشد	W <sub>24</sub>	۱۰	٪۲,۶۹
۲۵	عدم توان نقدینگی	W <sub>25</sub>	۱۱	٪۲,۹۶
۲۶	شناسایی درآمد از معاملات صوری یا غیرواقعی	W <sub>26</sub>	۷	٪۱,۸۸
۲۷	سنگربندی مدیریتی در حفظ تصدی سمت مدیرعاملی	W <sub>27</sub>	۶	٪۱,۶۱
۲۸	سیاسی بودن نظام راهبری شرکتی	W <sub>28</sub>	۸	٪۲,۱۵
۲۹	شدت رقابت ناشی از فشار بیرونی برای افزایش سهم بیشتر از بازار	W <sub>29</sub>	۹	٪۲,۴۲
۳۰	شرایط اقتصادی نامتوازن	W <sub>30</sub>	۱۰	٪۲,۶۹
۳۱	شناسایی درآمد از قراردادهای بلندمدت	W <sub>31</sub>	۱۰	٪۲,۶۹
۳۲	فقدان فناوری‌های سیستمی پیشرفته مالی	W <sub>32</sub>	۶	٪۱,۶۱
۳۳	شناسایی زود هنگام درآمدهای محقق نشده	W <sub>33</sub>	۷	٪۱,۸۸
۳۴	ضعف در استانداردهای حسابداری	W <sub>34</sub>	۷	٪۱,۸۸
۳۵	ضعف در کنترل‌های داخلی و نظارت مدیریت	W <sub>35</sub>	۸	٪۲,۱۵
۳۶	عدم بهره‌مندی از قابلیت‌های مقایسه‌پذیری صورت‌های مالی در بازار	W <sub>36</sub>	۱۰	٪۲,۶۹
۳۷	ثبت هزینه‌ها به شکل سرمایه‌ای	W <sub>37</sub>	۹	٪۲,۴۲
۳۸	نبود نظارت‌های بیرونی بر سیستم‌های اطلاعات مدیریت	W <sub>38</sub>	۷	٪۱,۸۸
۳۹	محدودیت‌های تأمین منابع مالی	W <sub>39</sub>	۹	٪۲,۴۲
۴۰	عمیق‌تر شدن شکاف بازده مورد انتظار با بازده	W <sub>40</sub>	۷	٪۱,۸۸

۱. اشاره به پیوند زدن نظرات منابع انسانی با نظرات مدیران بالادستی در سازمان دارد.

شماره	گزاره‌های پدیدار شده	اختصاص کدهای اختصاری	تعداد تکرار	توزیع فراوانی
	واقعی			
۴۱	فزاینده‌گی سکوت تدافعی در سازمان	W <sub>41</sub>	۶	٪۱,۶۱
۴۲	فقدان ارزش‌های سوت زنی سازمانی	W <sub>42</sub>	۹	٪۲,۴۲
۴۳	سقوط قیمت سهام	W <sub>43</sub>	۷	٪۱,۸۸
۴۴	کوته‌بینی مدیریتی	W <sub>44</sub>	۵	٪۱,۳۴
۴۵	محدودیت‌های اعتباری	W <sub>45</sub>	۵	٪۱,۳۴
۴۶	عدم کنترل و دسترسی به جریان آزاد اطلاعات	W <sub>46</sub>	۷	٪۱,۸۸
۴۷	نبود تنوع تخصص در هیئت‌مدیره	W <sub>47</sub>	۶	٪۱,۶۱
۴۸	نبود کمیته‌های تخصصی	W <sub>48</sub>	۸	٪۲,۱۵
۴۹	عدم رتبه‌بندی اعتباری شرکت‌ها	W <sub>49</sub>	۷	٪۱,۸۸
۵۰	وقوع بحران مالی	W <sub>50</sub>	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 انجام‌شده 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 انجام‌شده، 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 داده‌شده، مجذور هر یک از امتیازهای داده‌شده 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 تعیین کننده شاخص مقوله‌ها													معیارهای ارزیابی	مقادیر شاخص اولیه
[۱۳]	[۱۲]	[۱۱]	[۱۰]	[۹]	[۸]	[۷]	[۶]	[۵]	[۴]	[۳]	[۲]	[۱]		
۰/۰۲۹	۰/۰۴۵	۰/۰۸۴	۱/۰۳	۱/۶۵	۲/۲۶	۳/۰۱	۵/۱۱	۶/۹۱	۸/۰۳	۹/۴۳	۱۱/۲۱	۱۲/۵۶	مقدار ویژه	
۱/۱۹	۱/۴۳	۲/۳۵	۲/۴۹	۳/۹۰	۴/۱۸	۵/۲۹	۷/۳۰	۱۰/۱۵	۱۲/۴۸	۱۴/۶۰	۱۶/۲۶	۱۸/۳۸	درصد واریانس	
۱۰۰/۰	۹۸/۸۱	۹۷/۳۸	۹۵/۰۳	۹۲/۵۴	۸۸/۶۴	۸۴/۴۶	۷۹/۱۷	۷۱/۸۷	۶۱/۷۲	۴۹/۲۴	۳۴/۶۴	۱۸/۳۸	درصد واریانس	
													تجمعی	
													مقدار ویژه	
													درصد واریانس	
													درصد واریانس	
													تجمعی	

طبق یافته‌های جدول (۴)، ماتریس متعامد به دست آمده از مجموع «۱۳» الگوی تفسیری تعیین کننده مقوله‌ها بر اساس «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 پانل بندی شده‌ای مشخص شده، تعیین گردد. در واقع  $\sqrt{n}$  اشاره به گزاره‌ها شناسایی شده دارد. بر این اساس محاسبه زیر انجام می‌شود:

$$\text{Sign} = \left| \frac{1/96}{\sqrt{50}} \right| = 0/277 \quad \text{رابطه (۱)}$$

شاخص معناداری تفکیک کنشگران در پانل‌های امتیازی، «۰/۲۷۷» می‌باشد که محاسبه امتیازهای ارائه شده هر کنشگر می‌تواند بر حسب 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 موردنظر قرار می‌گیرند. در ادامه طبق رابطه (۲)، تعداد پانل‌های قابل تشکیل تعیین می‌شود.

$$X = \frac{N - \delta_n}{2} \quad \text{رابطه (۲)}$$

$N$  نشان‌دهنده تعداد کنشگران و  $\delta_n$  نشان‌دهنده 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.

$$X = \frac{20 - 10}{2} = 5 \quad \text{رابطه (۳)}$$

لذا باید بر اساس ۲۰ کنشگر و برحسب تعداد مقوله‌های قابل تفکیک، ۵ پانل امتیازی تشکیل شود تا امکان سینرژي کارکردهای گروه کانونی برای مشارکت ممکن باشد؛ به عبارت دیگر بر اساس 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) تعیین‌کننده تعداد و شماره کنشگران در هر پانل می‌باشد.

جدول ۵. تشکیل تعداد کنشگران قرارگرفته در پانل

شماره کنشگران	شماره پانل	حدنصاب شاخص معناداری	شماره پانل	شماره کنشگران	حدنصاب 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	مشارکت در پانل	[۰/۴۱۰]	کنشگر	مشارکت در پانل	[۰/۳۴۱]

شماره کنشگران	شماره پانل	حدنصاب شاخص معناداری	شماره کنشگران	شماره پانل	حدنصاب شاخص معناداری
شماره «۵»	شماره چهار		شماره «۱۵»	شماره یک	
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 کانونی اقدام لازم صورت می‌گیرد. بدین منظور مضامین گزاره‌ای کدگذاری شده از  $[W_1]$  تا  $[W_{50}]$  طبق چک‌لیست ارائه‌شده در جدول (۳) باید در یک مقوله جایگذاری گردند؛ بنابراین، در این مرحله، بر اساس امتیازات هر پانل عبارات به دسته‌های مشخصی تفکیک می‌شوند تا مقوله‌های پارادایمی مشخص شود. به این ترتیب که هر یک از پانل‌ها به صورت کانونی 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 هر یک از گزاره‌ها بر اساس نحوه‌ی چین کارت‌ها توسط کنشگران به رابطه (۴) توجه گردد.

$$\sigma(s) = \sum_{n=1}^k \frac{n}{X} \quad \text{رابطه (۴)}$$

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

$$\sigma(s) = \sum_{n=1}^k \frac{50}{10} = 5 \quad \text{رابطه (۵)}$$

لذا همان‌طور که مشاهده می‌شود، به‌طور میانگین در هر مقوله، ۵ گزاره مورد تأیید است که طبق جدول (۱) خانه‌های « $+4$  to « $+8$ » 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 هم‌معنا، نسبت به ساخت مقوله‌های مرتبط با هستی‌شناسی پدیده‌ی پانزی در



جدول ۷. معرفی گزاره‌ها یکدست شده اول

کد اختصاص یافته	گزاره‌ها
[W <sub>19</sub> ]	پیچیدگی‌های سیستم‌های اطلاعاتی
[W <sub>46</sub> ]	عدم کنترل و دسترسی به جریان آزاد اطلاعات
[W <sub>32</sub> ]	فقدان فناوری‌های سیستمی پیشرفته مالی
[W <sub>24</sub> ]	تمرکز سیستم‌های فناوری تحت اختیار مدیران ارشد
[W <sub>38</sub> ]	نبود نظارت‌های بیرونی بر سیستم‌های اطلاعات مدیریت

باتوجه به مشابهت جنبه‌های مضمونی قرار گرفته در کنار هم برای توصیف مقوله اول نام‌گذاری شده، می‌توان از عنوان «ضعف سیستم‌های فناوری اطلاعات» برای این مجموعه زمینه‌های گزاره‌ای انتخاب گردد تا در ساختار الگوی نهایی، نقش این مقوله بر پدیده بانزی در شکل‌گیری رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه مشخص گردد. در ادامه و باهدف 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

نمادهای اختصاری	مضامین مفهومی	مقوله‌های محوری
[W <sub>20</sub> ]	پیچیدگی‌های سیستم‌های اطلاعاتی	ضعف سیستم‌های فناوری اطلاعات
[W <sub>46</sub> ]	عدم کنترل و دسترسی به جریان آزاد اطلاعات	
[W <sub>32</sub> ]	فقدان فناوری‌های سیستمی پیشرفته مالی	
[W <sub>24</sub> ]	تمرکز سیستم‌های فناوری تحت اختیار مدیران ارشد	
[W <sub>38</sub> ]	نبود نظارت‌های بیرونی بر سیستم‌های اطلاعات مدیریت	
[W <sub>1</sub> ]	عدم توانایی مدیریت در ساختار اداره منابع مالی شرکت	فشارهای درون ساختاری
[W <sub>35</sub> ]	ضعف در کنترل‌های داخلی و نظارت مدیریت	
[W <sub>27</sub> ]	سنگربندی مدیریتی در حفظ تصدی سمت مدیرعاملی	
[W <sub>44</sub> ]	کوته‌بینی مدیریتی	
[W <sub>13</sub> ]	بیش اطمینانی مدیریتی	ریسک‌های رقابتی
[W <sub>43</sub> ]	سقوط قیمت سهام	

نمادهای اختصاری	مضامین مفهومی	مقوله‌های محوری
[W <sub>50</sub> ]	وقوع بحران مالی	
[W <sub>22</sub> ]	احتمال ورشکستگی	
[W <sub>45</sub> ]	محدودیت‌های اعتباری	
[W <sub>25</sub> ]	عدم توان نقدینگی	
[W <sub>33</sub> ]	شناسایی زود هنگام درآمدهای محقق نشده	استراتژی‌های تحریفی اطلاعات
[W <sub>37</sub> ]	ثبت هزینه‌ها به شکل سرمایه‌ای	
[W <sub>31</sub> ]	شناسایی درآمد از قراردادهای بلندمدت	
[W <sub>16</sub> ]	به تعویق انداختن شناسایی هزینه‌ها	
[W <sub>26</sub> ]	شناسایی درآمد از معاملات صوری یا غیر واقعی	
[W <sub>34</sub> ]	ضعف در استانداردهای حسابداری	فشارهای برون ساختاری
[W <sub>11</sub> ]	انگیزه‌های حفظ رشد کاذب	
[W <sub>3</sub> ]	احتمال بروز رفتارهای توده‌وار در بازار	
[W <sub>40</sub> ]	عمیق‌تر شدن شکاف بازده مورد انتظار با بازده واقعی	
[W <sub>29</sub> ]	شدت رقابت ناشی از فشار بیرونی برای افزایش سهم بیشتر از بازار	
[W <sub>10</sub> ]	انتقال دارایی‌ها و بدهی‌ها به شرکت‌های وابسته	استراتژی‌های اطلاعاتی نامتقارن
[W <sub>18</sub> ]	ارزیابی بیش از حد دارایی‌ها	
[W <sub>19</sub> ]	پنهان‌سازی اخبار بد و منفی	
[W <sub>8</sub> ]	استفاده از لحن مثبت در تدوین گزارش‌های مالی	
[W <sub>7</sub> ]	استفاده از ابزارهای مشتقه مانند اختیار معامله برای پنهان کردن وضعیت واقعی مالی	
[W <sub>30</sub> ]	شرایط اقتصادی نامتوازن	فقدان اثربخشی محیط تجاری
[W <sub>39</sub> ]	محدودیت‌های تأمین منابع مالی	
[W <sub>9</sub> ]	ابهام در قوانین و مقررات نظارت تجاری	
[W <sub>49</sub> ]	عدم رتبه‌بندی اعتباری شرکت‌ها	
[W <sub>6</sub> ]	پایین بودن سواد سرمایه‌گذاری	
[W <sub>14</sub> ]	بی‌اعتباری اطلاعات و صورت‌های مالی	ریسک‌های اعتباری
[W <sub>4</sub> ]	بی‌ثباتی مالی شرکت	

نمادهای اختصاری	مضامین مفهومی	مقوله‌های محوری
[W <sub>12</sub> ]	آسیب‌پذیری شهرت حرفه‌ای متصدیان و شرکت	
[W <sub>17</sub> ]	پایین آمدن کیفیت محیط اطلاعاتی	
[W <sub>36</sub> ]	عدم بهره‌مندی از قابلیت‌های مقایسه‌پذیری صورت‌های مالی در بازار	
[W <sub>23</sub> ]	ترویج آوای مطیع در ساختارهای سازمانی	ضعف ارزش‌های فرهنگ مسئولیت‌پذیری
[W <sub>15</sub> ]	ترویج ارزش‌های سکوت سازمانی	
[W <sub>42</sub> ]	فقدان ارزش‌های سوت زنی سازمانی	
[W <sub>41</sub> ]	فزآیندگی سکوت تدافعی در سازمان	
[W <sub>5</sub> ]	ارزش‌های استعفای نامحسوس سازمانی	
[W <sub>21</sub> ]	ترکیب غیرمستقل هیئت‌مدیره	فقدان حاکمیت شرکتی یکپارچه
[W <sub>47</sub> ]	نبود تنوع تخصص در هیئت‌مدیره	
[W <sub>48</sub> ]	نبود کمیته‌های تخصصی	
[W <sub>28</sub> ]	سیاسی بودن نظام راهبری شرکتی	
[W <sub>2</sub> ]	انتصاب‌های وابسته در هیئت‌مدیره	

لذا برای رسیدن به قرار دادن هر یک 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 طوری که 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 بر اساس شاخص «مد» به عنوان بالاترین توزیع فراوانی وضعیت پارادایمی در نظر گرفته می‌شود.

جدول ۹. تفکیک هریک از مقوله‌های پدیدار شده در الگوی پارادایمی

جایگاه در الگوی پارادایمی	⑩		⑨		⑧		⑦		⑥		⑤		④		③		②		①		مقوله‌های پدیدار شده
	پیامدها		استراتژی‌ها		شرایط زمینه‌ای		شرایط مداخله‌گر		شرایط علی												
شرایط مداخله‌گر [گزید اول]	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	③	-	-	-	-	-	-	-	ضعف سیستم‌های فناوری اطلاعات
شرایط علی [گزید اول]	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	①	-	فشارهای درون ساختاری
پیامدها [گزید دوم]	⑩	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	ریسک‌های رقابتی
استراتژی [گزید اول]	-	-	-	-	⑦	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	استراتژی‌های تحریفی اطلاعات
شرایط علی [گزید دوم]	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	②	-	-	فشارهای برون ساختاری
استراتژی [گزید دوم]	-	-	-	⑦	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	استراتژی‌های اطلاعاتی نامتقارن
شرایط زمینه‌ای [گزید اول]	-	-	-	-	-	-	-	-	⑤	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	فقدان اثربخشی محیط تجاری
پیامدها [گزید اول]	-	⑩	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	ریسک‌های اعتباری
شرایط مداخله‌گر [گزید دوم]	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	④	-	-	-	-	-	-	-	ضعف ارزش‌های فرهنگ مسئولیت‌پذیری
شرایط زمینه‌ای [گزید دوم]	-	-	-	-	-	-	-	-	⑥	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	فقدان حاکمیت شرکتی یکپارچه

در ادامه جهت اعتبارسنجی مدل از دو مبنای نسبت روایی سازه<sup>۱</sup> (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، بر اساس سه شاخص مرتبط بودن؛ واضح بودن و ساده بودن، نسبت به ارزیابی محورهای شناسایی شده اقدام نمایند.

1 Content Validity Index

جدول ۱۰. تعیین روایی سازه

مقوله‌های شناسایی شده	مرتبط بودن محور				واضح بودن محور				ساده بودن محور			
	نامرتب بودن	نیاز به تغییر کم	نیاز به تغییر زیاد	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
مقوله‌های پدیدار شده	۱	۲	۳	۴	۱	۲	۳	۴	۱	۲	۳	۴
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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 تأییدکننده روایی است که امتیاز نهایی بالاتر از «۰.۵۰٪» را کسب نمایند. لذا طبق جدول (۱۱) اقدام به سنجش «CVI» می‌شود.

جدول ۱۱. نسبت روایی سازه

نتیجه	تأیید/حذف	ساده بودن محور				واضح بودن محور				مرتبط بودن محور				مضامین	مقوله‌های پدیدار شده
		کاملاً قابل فهم	نیاز به تغییر کم	نیاز به تغییر زیاد	غیر قابل فهم	کاملاً واضح	نیاز به تغییر کم	نیاز به تغییر زیاد	مهم	کاملاً مرتبط	نیاز به تغییر کم	نیاز به تغییر زیاد	نامرتب بودن		
۰/۹۱	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	[W <sub>20</sub> ]	ضعف
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	[W <sub>46</sub> ]	سیستم‌های
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	[W <sub>32</sub> ]	فناوری

نتیجه	تأیید/حذف	ساده بودن محور				واضح بودن محور				مرتبط بودن محور				مضامین	مقوله‌های پدیدار شده
		کاملاً قابل فهم	نیاز به تغییر کم	نیاز به تغییر زیاد	غیر قابل فهم	کاملاً واضح	نیاز به تغییر کم	نیاز به تغییر زیاد	مبهم	کاملاً مرتبط	نیاز به تغییر کم	نیاز به تغییر زیاد	نامرتبط بودن		
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	[W <sub>24</sub> ]	اطلاعات
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	[W <sub>38</sub> ]	
۰/۷۶	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	[W <sub>1</sub> ]	فشارهای درون ساختاری
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	[W <sub>35</sub> ]	
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	[W <sub>27</sub> ]	
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	[W <sub>44</sub> ]	
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	[W <sub>13</sub> ]	
۰/۸۰	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	[W <sub>43</sub> ]	ریسک‌های رقابتی
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	[W <sub>50</sub> ]	
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	[W <sub>22</sub> ]	
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	[W <sub>45</sub> ]	
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	[W <sub>25</sub> ]	
۰/۷۳	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	[W <sub>33</sub> ]	استراتژی‌های تحریفی اطلاعات
	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	[W <sub>37</sub> ]	
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	[W <sub>31</sub> ]	
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	[W <sub>16</sub> ]	
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	[W <sub>26</sub> ]	
۰/۷۶	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	[W <sub>34</sub> ]	فشارهای برون ساختاری
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	[W <sub>11</sub> ]	
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	[W <sub>3</sub> ]	
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	[W <sub>40</sub> ]	
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	[W <sub>29</sub> ]	
۰/۷۸	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	[W <sub>10</sub> ]	استراتژی‌های
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	[W <sub>18</sub> ]	اطلاعاتی
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	[W <sub>19</sub> ]	نامتقارن

نتیجه	تأیید/حذف	ساده بودن محور				واضح بودن محور				مرتبط بودن محور				مضامین	مقوله‌های پدیدار شده
		کاملاً قابل فهم	نیاز به تغییر کم	نیاز به تغییر زیاد	غیر قابل فهم	کاملاً واضح	نیاز به تغییر کم	نیاز به تغییر زیاد	مبهم	کاملاً مرتبط	نیاز به تغییر کم	نیاز به تغییر زیاد	نامرتب بودن		
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	[W <sub>8</sub> ]	
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	[W <sub>7</sub> ]	
۰/۸۰	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	[W <sub>30</sub> ]	فقدان اثربخشی محیط تجاری
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	[W <sub>39</sub> ]	
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	[W <sub>9</sub> ]	
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	[W <sub>49</sub> ]	
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	[W <sub>6</sub> ]	
۰/۷۱	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	[W <sub>14</sub> ]	ریسک‌های اعتباری
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	[W <sub>4</sub> ]	
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	[W <sub>12</sub> ]	
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	[W <sub>17</sub> ]	
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	[W <sub>36</sub> ]	
۰/۹۱	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	[W <sub>23</sub> ]	ضعف ارزش‌های فرهنگ مسئولیت‌پذیری
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	[W <sub>15</sub> ]	
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	[W <sub>42</sub> ]	
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	[W <sub>41</sub> ]	
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	[W <sub>5</sub> ]	
۰/۸۰	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	[W <sub>21</sub> ]	فقدان حاکمیت شرکتی یکپارچه
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	[W <sub>47</sub> ]	
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	[W <sub>48</sub> ]	
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	[W <sub>28</sub> ]	
	تأیید	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	[W <sub>2</sub> ]	

براساس نتایج کسب‌شده مشخص گردید، تمامی مضامین گزاره‌ای تشکیل دهنده‌ی مقوله‌های محوری در بازه ۰/۷۱ 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

تأیید/رد	دور دوم دلفی		دور اول دلفی		اختصار	مضامین گزاره‌ای تأیید شده از روایی	مقوله
	ضریب توافق	میانگین	ضریب توافق	میانگین			
تأیید	۰/۸۴	۶/۲۰	۰/۸۰	۶/۰۰	[W <sub>20</sub> ]	پیچیدگی‌های سیستم‌های اطلاعاتی	ضعف سیستم‌های فناوری اطلاعات
تأیید	۰/۸۵	۶/۳۰	۰/۸۲	۶/۱۰	[W <sub>46</sub> ]	عدم کنترل و دسترسی به جریان آزاد اطلاعات	
تأیید	۰/۶۸	۵/۳۵	۰/۵۸	۵/۱۵	[W <sub>32</sub> ]	فقدان فناوری‌های سیستمی پیشرفته مالی	
تأیید	۰/۶۸	۵/۴۰	۰/۵۵	۵/۱۰	[W <sub>24</sub> ]	تمرکز سیستم‌های فناوری تحت اختیار مدیران ارشد	
تأیید	۰/۸۰	۶/۰۰	۰/۷۷	۵/۶۵	[W <sub>38</sub> ]	نبود نظارت‌های بیرونی بر سیستم‌های اطلاعات مدیریت	
تأیید	۰/۵۵	۵/۱۰	۰/۵۰	۵/۰۰	[W <sub>1</sub> ]	عدم توانایی مدیریت در ساختار اداره منابع مالی شرکت	
تأیید	۰/۷۷	۵/۶۵	۰/۶۸	۵/۴۰	[W <sub>35</sub> ]	ضعف در کنترل‌های داخلی و نظارت مدیریت	
تأیید	۰/۶۵	۵/۳۰	۰/۵۰	۵/۰۰	[W <sub>27</sub> ]	سنگربندی مدیریتی در حفظ تصدی سمت مدیرعاملی	

مقوله	مضمین گزاره‌ای تأیید شده از روایی	انحصار	دور اول دلفی		دور دوم دلفی		تأیید / رد
			میانگین	ضریب توافق	میانگین	ضریب توافق	
	کوته‌بینی مدیریتی	[W <sub>44</sub> ]	۶/۰۵	۰/۸۱	۶/۲۰	۰/۸۵	تأیید
	بیش اطمینانی مدیریتی	[W <sub>13</sub> ]	۵/۲۰	۰/۶۴	۵/۴۰	۰/۶۸	تأیید
ریسک‌های رقابتی	سقوط قیمت سهام	[W <sub>43</sub> ]	۵/۱۵	۰/۵۸	۵/۳۵	۰/۶۸	تأیید
	وقوع بحران مالی	[W <sub>50</sub> ]	۵/۴۰	۰/۶۸	۵/۶۵	۰/۷۷	تأیید
	احتمال ورشکستگی	[W <sub>22</sub> ]	۵/۳۰	۰/۶۵	۵/۴۵	۰/۶۸	تأیید
	محدودیت‌های اعتباری	[W <sub>45</sub> ]	۵/۵۰	۰/۷۰	۶/۱۰	۰/۸۲	تأیید
	عدم توان نقدینگی	[W <sub>25</sub> ]	۶/۲۰	۰/۸۵	۶/۳۰	۰/۸۸	تأیید
استراتژی‌های تحریفی اطلاعات	شناسایی زود هنگام درآمدهای محقق نشده	[W <sub>33</sub> ]	۵/۰۰	۰/۵۰	۵/۳۰	۰/۶۵	تأیید
	ثبت هزینه‌ها به شکل سرمایه‌ای	[W <sub>37</sub> ]	۵/۲۰	۰/۶۴	۵/۴۰	۰/۶۸	تأیید
	شناسایی درآمد از قراردادهای بلندمدت	[W <sub>31</sub> ]	۵/۳۰	۰/۶۶	۵/۱۵	۰/۵۸	تأیید
	به تعویق انداختن شناسایی هزینه‌ها	[W <sub>16</sub> ]	۶/۰۰	۰/۸۰	۶/۲۰	۰/۸۴	تأیید
	شناسایی درآمد از معاملات صوری یا غیرواقعی	[W <sub>26</sub> ]	۵/۵۰	۰/۷۰	۶/۱۰	۰/۸۲	تأیید
فشارهای برون ساختاری	ضعف در استانداردهای حسابداری	[W <sub>34</sub> ]	۵/۴۰	۰/۶۸	۵/۶۵	۰/۷۷	تأیید
	انگیزه‌های حفظ رشد کاذب	[W <sub>11</sub> ]	۵/۴۰	۰/۶۸	۵/۶۵	۰/۷۷	تأیید
	احتمال بروز رفتارهای توده‌وار در بازار	[W <sub>3</sub> ]	۵/۳۰	۰/۶۵	۵/۴۵	۰/۶۸	تأیید
	عمیق‌تر شدن شکاف بازده مورد انتظار با	[W <sub>40</sub> ]	۵/۲۰	۰/۶۴	۵/۴۰	۰/۶۸	تأیید

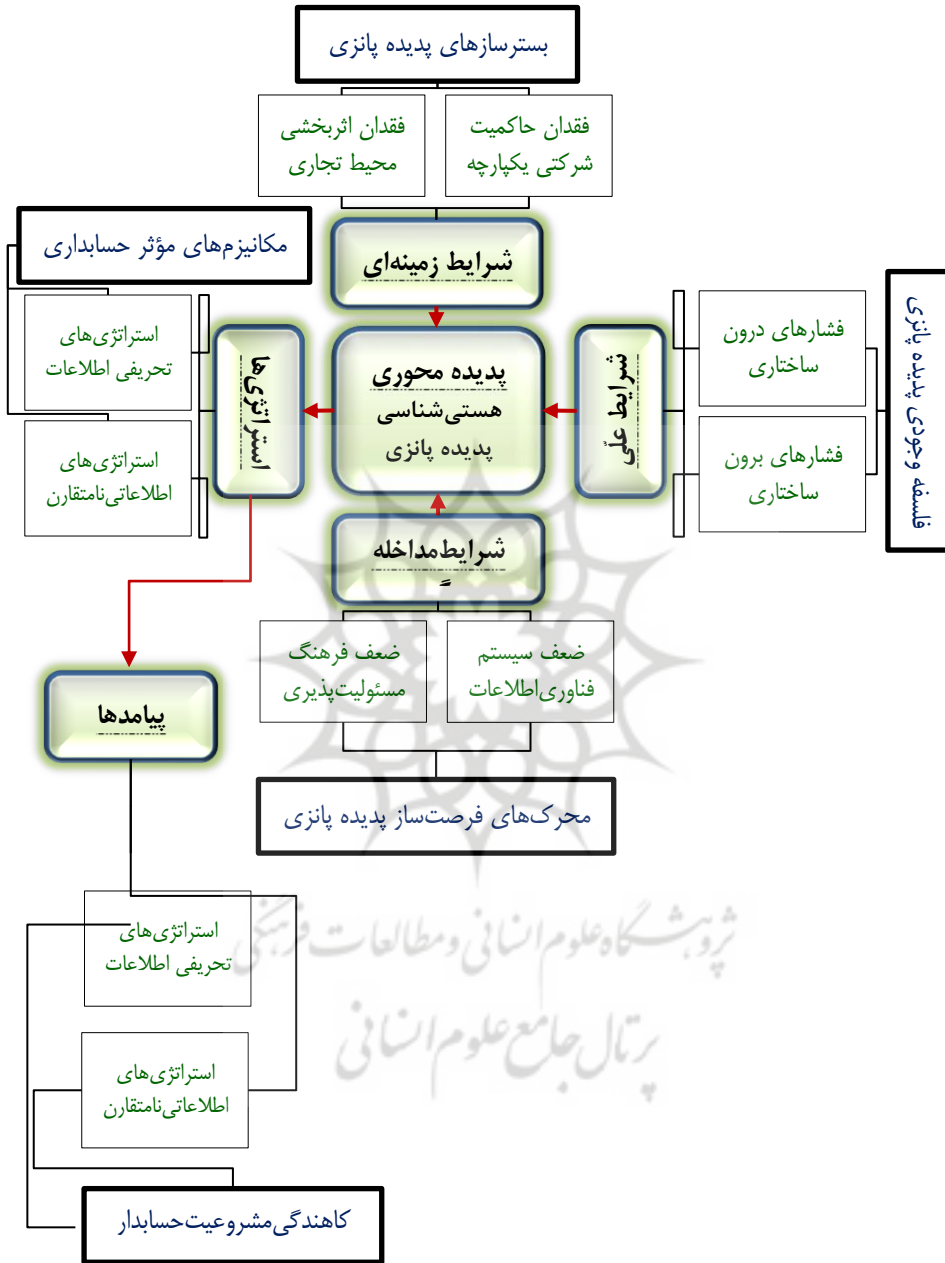
پیدا/حذف	دور دوم دلفی		دور اول دلفی		اختصار	مضامین گزاره‌ای تأیید شده از روایی	مقوله
	ضریب توافق	میانگین	ضریب توافق	میانگین			
						بازده واقعی	
تأیید	۰/۸۵	۶/۲۰	۰/۸۱	۶/۰۵	[W <sub>29</sub> ]	شدت رقابت ناشی از فشار بیرونی برای افزایش سهم بیشتر از بازار	
تأیید	۰/۶۸	۵/۳۵	۰/۵۸	۵/۱۵	[W <sub>10</sub> ]	انتقال دارایی‌ها و بدهی‌ها به شرکت‌های وابسته	استراتژی‌های اطلاعاتی نامتقارن
تأیید	۰/۸۵	۶/۳۰	۰/۸۲	۶/۱۰	[W <sub>18</sub> ]	ارزیابی بیش از حد دارایی‌ها	
					[W <sub>19</sub> ]	پنهان‌سازی اخبار بد و منفی	
تأیید	۰/۶۸	۵/۴۰	۰/۶۴	۵/۲۰	[W <sub>8</sub> ]	استفاده از لحن مثبت در تدوین گزارش‌های مالی	
تأیید	۰/۶۸	۵/۳۵	۰/۵۸	۵/۱۵	[W <sub>7</sub> ]	استفاده از ابزارهای مشتقه مانند اختیار معامله برای پنهان کردن وضعیت واقعی مالی	
تأیید	۰/۸۴	۶/۲۰	۰/۸۰	۶/۰۰	[W <sub>30</sub> ]	شرایط اقتصادی نامتوازن	فقدان اثربخشی محیط تجاری
تأیید	۰/۵۸	۵/۱۵	۰/۶۶	۵/۳۰	[W <sub>39</sub> ]	محدودیت‌های تأمین منابع مالی	
تأیید	۰/۷۷	۵/۶۵	۰/۶۸	۵/۴۰	[W <sub>9</sub> ]	ابهام در قوانین و مقررات نظارت تجاری	
تأیید	۰/۶۸	۵/۳۵	۰/۵۸	۵/۱۵	[W <sub>49</sub> ]	عدم رتبه‌بندی اعتباری	

مقوله	مضمین گزاره‌ای تأیید شده از روایی	اختصار	دور اول دلفی		دور دوم دلفی		تأیید/رد
			میانگین	ضریب توافق	میانگین	ضریب توافق	
	شرکت‌ها						
	پایین بودن سواد سرمایه‌گذاری	[W <sub>6</sub> ]	۶/۱۰	۰/۸۲	۶/۳۰	۰/۸۵	تأیید
ریسک‌های اعتباری	بی‌اعتباری اطلاعات و صورت‌های مالی	[W <sub>14</sub> ]	۶/۰۰	۰/۸۰	۶/۲۰	۰/۸۴	تأیید
	بی‌ثباتی مالی شرکت	[W <sub>4</sub> ]	۶/۱۰	۰/۸۲	۶/۳۰	۰/۸۵	تأیید
	آسیب‌پذیری شهرت حرفه‌ای متصدیان و شرکت	[W <sub>12</sub> ]	۵/۱۵	۰/۵۸	۵/۳۵	۰/۶۸	تأیید
	پایین آمدن کیفیت محیط اطلاعاتی	[W <sub>17</sub> ]	۶/۲۰	۰/۸۵	۶/۳۰	۰/۸۸	تأیید
	عدم بهره‌مندی از قابلیت‌های مقایسه‌پذیری صورت‌های مالی در بازار	[W <sub>36</sub> ]	۵/۵۰	۰/۷۰	۶/۱۰	۰/۸۲	تأیید
ریسک‌های اعتباری	بی‌اعتباری اطلاعات و صورت‌های مالی	[W <sub>14</sub> ]	۵/۴۰	۰/۶۸	۵/۶۵	۰/۷۷	تأیید
	بی‌ثباتی مالی شرکت	[W <sub>4</sub> ]	۵/۲۰	۰/۶۴	۵/۴۰	۰/۶۸	تأیید
	آسیب‌پذیری شهرت حرفه‌ای متصدیان و شرکت	[W <sub>12</sub> ]	۵/۵۰	۰/۷۰	۶/۱۰	۰/۸۲	تأیید
	پایین آمدن کیفیت محیط اطلاعاتی	[W <sub>17</sub> ]	۵/۰۰	۰/۵۰	۵/۳۰	۰/۶۵	تأیید
	عدم بهره‌مندی از قابلیت‌های مقایسه‌پذیری صورت‌های مالی در	[W <sub>36</sub> ]	۵/۳۰	۰/۶۶	۵/۱۵	۰/۵۸	تأیید

پدیده/هدف	دور دوم دلفی		دور اول دلفی		اختصار	مضامین گزاره‌ای تأیید شده از روایی	مقوله
	ضریب توافق	میانگین	ضریب توافق	میانگین			
						بازار	
تأیید	۰/۸۵	۶/۲۰	۰/۸۱	۶/۰۵	[W <sub>23</sub> ]	ترویج آوای مطیع در ساختارهای سازمانی	ضعف ارزش‌های فرهنگ مسئولیت‌پذیری
تأیید	۰/۶۸	۵/۴۰	۰/۵۵	۵/۱۰	[W <sub>15</sub> ]	ترویج ارزش‌های سکوت سازمانی	
تأیید	۰/۶۸	۵/۴۰	۰/۶۴	۵/۲۰	[W <sub>42</sub> ]	فقدان ارزش‌های سوت زنی سازمانی	
تأیید	۰/۸۵	۶/۳۰	۰/۸۲	۶/۱۰	[W <sub>41</sub> ]	فرآیندگی سکوت تدافعی در سازمان	
تأیید	۰/۸۴	۶/۲۰	۰/۸۰	۶/۰۰	[W <sub>14</sub> ]	بی‌اعتباری اطلاعات و صورت‌های مالی	

با ارجاع به نتایج ارائه‌شده 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 بر اساس 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 پدیدار شدن زمینه‌های پانزی در رویه‌های حسابداری فرصت طلبانه به ترتیب زیر اقدام نمود.

شکل ۴. الگوی پارادایمی زمینه‌های پانزی در رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه



## بحث و نتیجه‌گیری

پدیدارشناسی پارادایمی به‌عنوان 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 موردنظر، 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 بهره برده شده است. زیرا این پدیده به‌عنوان یکی از زمینه‌های تحریف و تقلب مالی در شرکت‌های تجاری از کارکردهای تأثیرگذاری بر بروز حسابداری فرصت‌طلبانه به‌عنوان ا بزار 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 به‌عنوان یک هدف غایی، الگویی را ارائه دهد تا جنبه‌های اثرگذار پدیده‌ی پانزی در بروز رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه را مورد کنکاش قرار دهد. لذا از آنجایی که ارائه الگوی پارادایمی مبتنی بر ۵ جنبه از شرایط علی؛ شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، 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	فشارهای درون ساختاری	فلسفه وجودی پدیده پانزی	شرایط علی رخداد پدیده پانزی
ضعف در کنترل‌های داخلی و نظارت مدیریت			
سنگربندی مدیریتی در حفظ تصدی سمت مدیرعاملی			

فرآیند کدگذاری			شرایط پارادایمی
مضامین مفهومی	مقوله‌های انتخابی	شرح مقوله	
کوته‌بینی مدیریتی	<b>فشارهای برون ساختاری</b>		
بیش اطمینانی مدیریتی			
ضعف در استانداردهای حسابداری			
انگیزه‌های حفظ رشد کاذب			
احتمال بروز رفتارهای توده‌وار در بازار			
عمیق‌تر شدن شکاف بازده مورد انتظار با بازده واقعی			
شدت رقابت ناشی از فشار بیرونی برای افزایش سهم بیشتر از بازار			
پیچیدگی‌های سیستم‌های اطلاعاتی	<b>ضعف سیستم‌های فناوری اطلاعات</b>	محرك‌های فرصت‌ساز بروز پدیده پانزی	شرایط مداخله‌گر اثرگذار بر ظهور رُخداد پدیده پانزی
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 مدیریتی			
ترویج آوای مطیع در ساختارهای سازمانی			
ترویج ارزش‌های سکوت سازمانی	<b>ضعف ارزش‌های فرهنگی مسئولیت‌پذیری</b>		
فقدان ارزش‌های سوت زنی سازمانی			
فزاینده‌گی سکوت تدافعی در سازمان			
ارزش‌های استعفای نامحسوس سازمانی			
شرایط اقتصادی نامتوازن	<b>فقدان اثربخشی محیط تجاری</b>	بسترسازهای پدیده پانزی	شرایط زمینه‌ای بسط رُخداد پدیده پانزی
محدودیت‌های تأمین منابع مالی			
ابهام در قوانین و مقررات نظارت			

فرآیند کدگذاری			شرایط پارادایمی
مضامین مفهومی	مقوله های انتخابی	شرح مقوله	
تجاری	فقدان حاکمیت شرکتی یکپارچه		
عدم رتبه بندی اعتباری شرکت ها			
پایین بودن سواد سرمایه گذاری			
ترکیب غیرمستقل هیئت مدیره			
نبود تنوع تخصص در هیئت مدیره			
نبود کمیته های تخصصی			
سیاسی بودن نظام راهبری شرکتی			
انتصاب های وابسته در هیئت مدیره			
شناسایی زود هنگام درآمدهای محقق نشده	استراتژی های تحریفی اطلاعات	مکانیزم های حسابداری در ظهور پدیده پانزی	استراتژی های حسابداری در استفاده از پدیده پانزی
ثبت هزینه ها به شکل سرمایه ای			
شناسایی درآمد از قراردادهای بلندمدت			
به تعویق انداختن شناسایی هزینه ها			
شناسایی درآمد از معاملات صوری یا غیرواقعی			
انتقال دارایی ها و بدهی ها به شرکت های وابسته	استراتژی های اطلاعاتی نامتقارن		
ارزیابی بیش از حد دارایی ها			
پنهان سازی اخبار بد و منفی			
استفاده از لحن مثبت در تدوین گزارش های مالی			
استفاده از ابزارهای مشتقه مانند اختیار معامله برای پنهان کردن وضعیت واقعی مالی			
بی اعتباری اطلاعات و صورت های مالی	ریسک های اعتباری	کاهندگی مشروعیت حسابداری از برون داد پدیده پانزی	پیامدهای ناشی از وقوع رُخداد پدیده پانزی در رویه های حسابداری
بی ثباتی مالی شرکت			
آسیب پذیری شهرت حرفه ای			

فرآیند کدگذاری			شرایط پارادایمی
مضامین مفهومی	مقوله‌های انتخابی	شرح مقوله	
متصدیان و شرکت			
پایین آمدن کیفیت محیط اطلاعاتی			
عدم بهره‌مندی از قابلیت‌های مقایسه‌پذیری صورت‌های مالی در بازار			
سقوط قیمت سهام	ریسک‌های رقابتی		
وقوع بحران مالی			
احتمال ورشکستگی			
محدودیت‌های اعتباری			
عدم توان نقدینگی			

درواقع روند انجام این مطالعه، با انتخاب ۲۰ کنشگر دارای تجربه‌زیسته آغاز شد تا طی مصاحبه‌هایی با طرح سؤالات باز و کدهای برآمده از پدیده‌ی پانزی بتواند، تعیین‌کننده‌ی مضامین گزاره‌ای باشد که نشان می‌دهد، چه زمینه‌هایی از این پدیده می‌تواند در شکل‌گیری رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه مؤثر باشد. لذا با مشخص شدن «۳۷۱» کد باز از ۲۰ مصاحبه انجام‌شده، «۵۰» مضمون گزاره‌ای در قالب یک چک‌لیست امتیازبندی محقق ساخت در قالب گروه‌های 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 ارائه‌شده، تلاش خواهد شد تا نسبت به تفسیر نتایج کسب‌شده اقدام گردد.

### [شرایط علی اثرگذار رخداد پدیده پانزی]

شرایط علی در الگوی پارادایمی ارائه‌شده پدیده‌ی پانزی، نشان‌دهنده‌ی دو مقوله‌ی شناسایی‌شده‌ی «فشارهای درون ساختاری» و «فشارهای برون ساختاری» مؤثر بر شکل‌گیری رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه می‌باشد. در مقوله‌ی فشارهای درون ساختاری، غالباً پدیده‌ی پانزی به این دلیل می‌تواند رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه

را تقویت کند که ضعف در توانایی‌های مدیریتی شرکت، باعث می‌گردد تا احتمالاً اثربخشی کنترل‌های داخلی کاهش یابد و مدیران برای تحقق اهداف منفعت‌طلبانه‌ای که دارند، سنگرهایی را برای حفظ تصدی خود در جایگاه شرکت ایجاد نمایند و از طریق تصمیم‌های کم‌چالش کوتاه‌بینانه، تلاش نمایند تا بدون توجه به پیامدهای بلندمدت، صرفاً سودهای کوتاه‌مدتی که برای خودش دارای منفعت است را پیگیری کنند. تحت این شرایط احتمالاً پدیده‌ی پانزی برای تحریف واقعیت‌های عملکرد مالی شرکت، به دلیل نفوذ مدیریت، کارکردهای حسابداری را در مسیر خواستگاه‌های فردی یا گروهی از صاحبان قدرت قرار می‌دهد. از طرف دیگر، مجموعه فشارهای برون ساختاری همچون ضعف در استانداردهای نظارتی حسابداری، اجتناب از بروز رفتارهای توده‌وار و یا شدت رقابت در بازارهای مالی، باعث می‌گردد تا پدیده‌ی پانزی به بخشی از بدنه‌ی عملکردی شرکت‌ها در افشاء اطلاعات از طریق رویه‌های حسابداری بدل گردد. لذا مهم‌ترین علتی که می‌تواند زمینه‌ساز بروز حسابداری فرصت‌طلبانه از طریق پدیده‌ی پانزی گردد، عدم شناخت فلسفه‌ی وجودی این پدیده است که باعث می‌شود تا با تحریک انگیزه‌های حفظ رشد کاذب، شرکت‌ها 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 می‌تواند بدون نقض استانداردهای موجود و صرفاً به دلیل ضعف‌های ساختاری که وجود دارد، مسیر تحریف گونه‌ای از افشاء عملکردهای مالی را دنبال نماید. لذا مجموعه شرایط علی اشاره‌شده در ظهور پدیده‌ی پانزی نشان می‌دهد که مقوله‌ها و مضامین ساختاری شناسایی‌شده، 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 به‌عنوان 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 به‌عنوان شرایط مداخله‌گر، سطح تأثیر تعارض گونه‌ی پدیده‌ی پانزی در رخدادهای حسابداری فرصت‌طلبانه را تقویت نماید. به‌طوری‌که 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 به نظر می‌رسد. از سوی دیگر، در شرایطی که، ارزش‌های پاسخگویی و تعهد به رعایت حقوق ذینفعان در شرکت وجود ندارد، شکل‌گیری خرده‌فرهنگ‌هایی 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 می‌نماید.

### [شرایط زمینه‌ای بسط رُخداد پدیده پانزی]

شرایط زمینه‌ای در الگوی پارادایمی، به‌عنوان 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 آنجایی که مقوله‌های شرایط علی شناسایی شده در وقوع پدیده‌ی پانزی به‌خودی‌خود، 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 طوری که در شرایط فقدان اثربخشی محیط تجاری، محدودیت‌های تأمین منابع باعث می‌گردد تا شرکت‌ها رو به شیوه‌های تعارض‌آمیزی همچون پانزی‌سازی تحریک به سرمایه‌گذاری بیشتر بیاورند که در این صورت باعث می‌شود تا رویه‌های حسابداری نیز از فرصت‌های ایجادشده برای کسب منافع بالاتر شرکت نهایت بهره را ببرند. به‌ویژه 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 فزاینده در قوانین و مقررات تجاری، وقوع پدیده‌ی پانزی می‌تواند در کنار پایین بودن سطح سواد سرمایه‌گذاران از یک‌سو و عدم رتبه‌بندی‌های اعتباری شرکت‌ها از سوی دیگر، کارکردهای حسابداری فرصت‌طلبانه را تحریک نماید. لذا تحریف‌های مالی امکان شکل‌گیری را به دست می‌آورند که در سایه‌ی ضعف راهبری شرکتی باعث می‌گردد تا منافع ذینفعان تضییع گردد و زمینه‌های اولویت‌بخشیدن به منافع فرصت‌طلبانه‌ی شرکت‌ها تقویت گردد. به همین دلیل شرایط زمینه‌ای بسط رُخداد پدیده پانزی، بستری را فراهم می‌کنند که در آن عوامل علی‌مانند فشار برای حفظ رشد سود، ضعف در کنترل‌های داخلی و فرصت برای دستکاری حساب‌ها می‌توانند به‌طور 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» به‌عنوان کارکردهایی از رویه‌های حسابداری شناخته می‌شود که تحت تأثیر پدیده‌ی 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 پدیده‌ی 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 پدیده‌ی 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 بیش‌ازحد دارایی‌ها و استفاده از ابزارهای مالی مشتقه، اصطلاحاً معاملات فردایی را به بخشی از اهداف سودآوری خود بدل می‌کند تا کارکردهای پدیده‌ی 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، درحالی‌که 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 نشان‌دهنده مجموعه برآیندهایی است که بر اساس 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 پدیده‌ی پانزی در رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه شناخته شده است که باعث ایجاد سیکلی از گردش نقدینگی فریبکارانه‌ی شرکت در برابر تحریک سرمایه‌گذاران می‌گردد. زیرا پدیده‌ی پانزی بر مدار منابعی از وجوه مالی جذب‌شده بنا می‌شود که سرمایه‌های ورودی اولیه به سیستم مالی شرکت، تأمین‌کننده عایدات

تبلیغ شده برای سرمایه گذاران قبلی به حساب می آید. تداوم این چرخه برحسب ارزش زمانی پول سبب می شود تا در کارکردهای مالی شرکت در آینده، ریسک‌هایی همچون ریسک رقابتی و ریسک اعتباری برای شرکت‌ها محتمل گردد. به طوری که در ریسک اعتباری، کارکردهای پدیده‌ی پانزی با تحت تأثیر قرار دادن مشروعیت حسابداری، سطحی از بی اعتباری اطلاعات افشاء شده در قالب صورت‌های مالی را به وجود می آورد و باعث بی ثباتی مالی شرکت و در نتیجه پایین آمدن کیفیت محیط اطلاعاتی می گردد که در نتیجه‌ی آن قابلیت‌های مقایسه پذیری صورت‌های مالی شرکت کاهش می یابد و این مسئله می تواند 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 فزاینده تر می نماید و به تدریج با وقوع بحران‌های مالی شرایط را برای ورشکستگی شرکت آماده می کند. زیرا ریزش قیمت سهام در شرایطی که مشروعیت رویه‌های حسابداری به دلیل پنهان نمودن واقعیت‌ها افزایش می یابد، قابلیت‌های اهرمی شرکت برای پاسخگویی به تعهدات مالی وعده داده شده در رویکردهای پانزی به سرمایه گذاران، حالت کاهنده می گیرد و شرکت را به ورطه‌ی سقوط هدایت می کند. به عبارت دیگر باید بیان گردد، وقوع چنین پیامدهایی نه تنها اعتبار و شفافیت گزارش‌های مالی را زیر سؤال می برند، بلکه می توانند منجر به فروپاشی مالی شرکت و آسیب‌های جدی به ذینفعان شوند.

نتایج به دست آمده از الگوی نهایی پارادایمی در هستی شناسی پدیده‌ی پانزی در بروز رویه‌های حسابداری فرصت طلبانه 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<sup>۱</sup> (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، آن‌قدر از نظر تعهدات مالی به دلیل جذب نقدینگی بیش‌ازاندازه، حجیم می‌شوند که به دلیل پنهان‌سازی عملکردهای منفعت‌طلبانه‌ی متصدیانشان، توده‌ای از اخبار بد را به وجود می‌آورند که همچون یک فنر فشرده‌شده در نهایت آزاد می‌گردد و زنجیره ایجادشده نقدینگی متقلبانه و تحریف‌گونه 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 ارائه‌شده در شکل یابی الگوی پارادایمی پدیده محوری مطالعه، حائز اهمیت است که پیشنهادهای کاربردی به ترتیب زیر ارائه گردد.

از آنجایی که 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

---

1 Scammer's

مسیرهای سرمایه‌گذاری در بازارهای دیگر، ضروری به نظر 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 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 منفعت طلب 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، به‌طور مستمر گزارش‌های مالی شرکت‌ها را به‌منظور 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 زیرمجموعه 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 به‌عنوان یک پدیده بدیع و نوظهور در این مطالعه به‌صورت انتزاعی با تمرکز بر پیش‌زمینه‌های تجربی شناسایی شده است که احتمال عدم پوشش فراگیر جنبه‌های دیگر این پدیده، نمی‌تواند دور از ذهن باشد.

هرچند 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 پدیدارشناسی 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		<a href="http://orcid.org/0000-0002-2134-1182">http://orcid.org/0000-0002-2134-1182</a>
Alireza Hiraad		<a href="http://orcid.org/0000-0002-5365-7052">http://orcid.org/0000-0002-5365-7052</a>
Mohammadreza Abdoli		<a href="http://orcid.org/0000-0002-8927-1231">http://orcid.org/0000-0002-8927-1231</a>
Reza Sotudeh		<a href="http://orcid.org/0000-0002-9143-1820">http://orcid.org/0000-0002-9143-1820</a>

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

## منابع

- اصغری، محمد. (۱۳۹۶). «هستی‌شناسی» در کانون پدیدارشناسی رومن اینگاردن، پژوهش‌های هستی‌شناختی، ۶(۱۲): ۳۹-۵۵. [https://orj.sru.ac.ir/article\\_710.html](https://orj.sru.ac.ir/article_710.html)
- پورساعدی، مرضیه، همت فر، محمود، علوی، سیدعنایت‌اله، نصیرزاده، رؤیا. (۱۴۰۴). الگوی تشخیص‌تقلب مالی تحت‌اجرای 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 تقلب در ارزیابی ریسک تقلب، *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): ۲۲۷-۲۸۰. <https://doi.org/10.22051/jera.2024.47598.3266>
- کاظمی‌فروشانی، حسین، قدیر، محسن. (۱۳۹۹). بایسته‌های نظری تقلب نسبت به قانون از منظر حقوق ایران، *نشریه تحقیقات حقوق خصوصی و کیفی*، ۱۶(۳): ۶۷-۸۵. <https://sanad.iau.ir/fa/Article/799773?FullText=FullText>
- لشگری‌نفرشی، 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، موناسادات، رحمانی، علی، نیکومرام، هاشم، رهنمای‌رودپشتی، فریدون. (۱۳۹۹). اثربخشی ارزش‌های انگیزشی شوآرتز و اخلاق حرفه‌ای حسابداری بر گزارشگری مالی

متقلبانه، مطالعات تجربی حسابداری مالی، ۱۷(۶۶): ۲۷-۵۰. <https://doi.org/10.22054/qjima.2019.45619.2042>

## References

- Al Maalouf, N. J., Sawaya, Ch., Elia, J., & Toros, E. (2023). Lebanese Banking System: Ponzi or Not?. *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., & 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., & 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., & Constantino, M.A.M.D.O. (2024). Ponzi schemes in Brazil: what leads people to still invest in this fraud?. *Journal of Financial Crime*. <https://doi.org/10.1108/JFC-10-2023-0262>
- Cortés, D., Santamaría, J., & 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., & 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., & 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.
- Irarrázaval, L. (2020) A Phenomenological Paradigm for Empirical Research in Psychiatry and Psychology: Open Questions, *Frontiers in Psychology*, 11, 1399. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01399>
- Jory, S., & 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., & 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. (2013a). *Ponzi Schemes. Fast Answers*. Washington, DC: Securities and Exchange Commission.
- SEC. (2013b). *Affinity Fraud: How to Avoid Investment Scams That Target Group*. Investor Publications. Washington, DC: Securities and Exchange Commission
- Singh, K.N., & Misra, G. (2023). Victimization 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., & 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., & 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. [https://orj.sru.ac.ir/article\\_710.html](https://orj.sru.ac.ir/article_710.html) [In Persian]
- Gharaeepour, M., Abdoli, M., Shahri, M., & 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. <https://doi.org/10.22051/jera.2024.47598.3266> [In Persian]
- Kaboli, M. S., Rahmani, A., Nikoomaram, H., & 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> [In Persian]
- Kazemi Furooshani, H., & 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. <https://sanad.iau.ir/fa/Article/799773?FullText=FullText> [In Persian]
- Lashgari, E. (2021). Theoretical consequences of political Decision makers from geographic space within the hermeneutic phenomenology approach. *Human Geography Research*, 53(3), 887-901. <https://doi.org/10.22059/jhgr.2020.299524.1008095> [In Persian]
- Poursaedi, M., Hematfar, M., Alavi, S. E., & 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. <https://doi.org/10.22054/qjma.2025.82826.2632> [In Persian]
- Shirkhani, B., Abdoli, M., Valiyan, H., & 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. <https://doi.org/10.48308/jfmp.2024.105029> [In Persian]

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. <http://aapc.khu.ac.ir/article-1-686-fa.html> [In Persian]



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
رتال جامع علوم انسانی

**استناد به این مقاله:** شفاخیری، نصیبه، هیراد، علیرضا، عبدلی، محمدرضا، ستوده، رضا. (۱۴۰۴). هستی‌شناسی ماهیت پانزی در بروز رویه‌های حسابداری فرصت‌طلبانه: ارائه الگوی پدیدارشناسی پارادایمی، *مطالعات تجربی حسابداری مالی*، ۲۲(۸۸)، ۲۱۹-۲۸۰. DOI: 10.22054/qjma.2025.86793.2691



Empirical Studies in Financial Accounting is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.