

عنوان مقاله:

تاثیر ابعاد ارزش های فرهنگی بر چسبندگی هزینه ها

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی پژوهشهای کاربردی در مدیریت و حسابداری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

رویا اردشیر - گروه حسابداری، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

حسین کاظمی - استادیار گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی قزوین، قزوین، ایران

خلاصه مقاله:

در گذشته تصور می شد بین هزینه های عمومی، اداری و فروش و میزان فروش رابطه خطی برقرار است. به بیان دیگر، افزایش و یا کاهش میزان فروش، منجر به افزایش یا کاهش هزینه ها به همان نسبت می شود اما پژوهش های اخیر بیان می کنند که میزان کاهش هزینه ها در زمان کاهش فروش، کمتر از میزان افزایش آن در سال های بالا بودن مقدار فروش است. به این مفهوم، چسبندگی هزینه ها گفته می شود. هافستد در توضیح فرهنگ ملی، آن را به چهار بعد مختلف فردگرایی/جمع گرایی، مردمنشی/زن منشی، اطمینان طلبی و فاصله قدرت تقسیم می کند. هدف تحقیق حاضر، بررسی تاثیر ابعاد ارزش های فرهنگی بر چسبندگی هزینه ها در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد. این پژوهش، بر روی 30 شرکت در سال 1395 انجام شده است که در نهایت مشخص شد هیچ کدام از چهار بعد مذکور بر افزایش یا کاهش چسبندگی هزینه ها تاثیر معناداری ندارند.

کلمات کلیدی:

چسبندگی هزینه، رفتار هزینه، فرهنگ، پرسشنامه هافستد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/784962>

