



مروری بر عوامل فزاینده و کاهنده چسبندگی هزینه

هانی شیراوژن^۱، عاطفه فاضل دهکردی^۲

۱- دانشجوی دکتری حسابداری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

۲- دانشجوی دکتری حسابداری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

چکیده

چسبندگی هزینه یکی از موضوعات به روز در سطح شرکت های خدماتی و تولیدی می باشد. شرکت ها در جست و جوی راه حل هایی در جهت جلوگیری از چسبندگی هزینه می باشند. چسبندگی هزینه زمانی پدید می آید که علی رغم کاهش تولید همچنان هزینه ها افزایش می یابد. به صورت جامع می توان بیان کرد که چسبندگی هزینه با افزایش اعتماد به نفس مدیران به خصوص در شرایط رکود کشور سبب افزایش چسبندگی هزینه ها می گردد. اغلب پژوهش ها نشان دادند که چسبندگی هزینه در استراتژی تمایز می تواند افزایش یابد و همچنین با افزایش سهام شرکت های دولتی در دیگر شرکت ها به احتمال بسیار قوی چسبندگی هزینه را نسبت به حقوق صاحبان سهام که شرکت ها خصوص در دست دارند، افزایش می دهد. همچنین در اغلب پژوهش ها تحت محوریت اعتبار تجاری شرکت نشان دادند هر چه اعتبار تجاری یک شرکت افزایش یابد، مدیریت می تواند شاهد کاهش چسبندگی هزینه ها شود و به نحوی این اعتبارات به عنوان یک دارایی نامشهود به یاری دهنده سازمان در دوران رکود باشد. در نهایت سرمایه اجتماعی که این موضوع نیز همانند اعتبار تجاری یک دارایی نامشهود برای یک شرکت می تواند باشد. بدین منظور که هر چه سرمایه اجتماعی شرکت افزایش یابد، چسبندگی هزینه نیز کاهش می یابد.

واژگان کلیدی: اعتماد بیش تر از حد مدیرعامل، استراتژی کسب و کار و حقوق صاحبان سهام دولتی، اعتبار تجاری،

سرمایه اجتماعی، چسبندگی هزینه