

اثر مدیریت سود و انگیزه های مدیریتی بر چسبندگی هزینه ها

محمد حسین آقابابایی^۱، محمد اسمعیلی جمکرانی^۲، فرزین خوشکار^۳

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی ناصر خسرو ساوه ایران (نویسنده مسئول)

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی ناصر خسرو ساوه ایران

^۳ مدرس گروه حسابداری و حسابرسی، موسسه آموزش عالی ناصر خسرو ساوه ایران

چکیده

در پژوهش حاضر به بررسی اثر مدیریت سود و انگیزه های مدیریتی بر چسبندگی هزینه ها پرداخته می شود. یافته های اخیر درباره رفتار هزینه ها نشان داده است که هزینه ها متناسب با تغییرات فروش تغییر نمی کند. به عبارت دیگر، هزینه ها هنگام افزایش فروش، افزایش می یابد؛ اما در هنگام کاهش فروش، به همان میزان کاهش نمی یابد، این رفتار نامتقارن هزینه ها، چسبندگی هزینه نامیده می شود. مدیران شرکت با توجه به پیروی کردن اهدافی از سود(دوری کردن از زیان یا دوری کردن از کاهش سود)، با کاهش فروش اقدام به متعادل کردن منابع عملیاتی می کنند، که احتمالاً حذف سریع منابع را که به دنبال خواهد داشت، حتی اگر حدس آنها در مورد کاهش فروش، موقتی باشد. بنابراین تمایل به دستیابی به اهداف سود به احتمال زیاد منجر به کم شدن میزان چسبندگی هزینه ها خواهد شد. پژوهش پیش رو دوره زمانی از ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۷ شامل ۱۲۰ شرکت است. همچنین خوش گمانی (بدگمانی) مدیران می تواند عاملی مهم در افزایش (کاهش) چسبندگی هزینه ها تلقی شود. نتایج پژوهش حکایت از آن دارد که در صورت وجود انگیزه دستیابی به اهداف سود، از طریق متعادل کردن منابع چسبندگی هزینه ها کاهش یافته و با کاهش فروش، هزینه ها با شدت بیشتری کاهش می یابند. اما داشتن انگیزه در دوره های متوالی در مجموع اثر قابل توجهی بر چسبندگی هزینه ها نخواهد داشت. نتایج نشان می دهد مدیران هنگام کاهش فروش کنار گذاشتن منابع بدون استفاده را سرعت می دهند و منابع را به طور آگاهانه به تعادل میرسانند این تصمیم آگاهانه مدیریت، می تواند چسبندگی هزینه ها را نیز کاهش دهد.

واژه های کلیدی: چسبندگی هزینه، مدیریت سود، انگیزه های مدیریت