

# رفتار چسبندگی هزینه

تالیف: علی صدری





بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



# رفتار چسبندگی هزینہ

تالیف:

علی صدری



انتشارات موجک (ناشر دانشگاهی)



سرشناسه: صدری، علی، ۱۳۵۹-

عنوان و نام پدیدآور: رفتار چسبندگی هزینه/تالیف علی صدری.  
مشخصات نشر: تهران: انتشارات موجک (ناشر دانشگاهی)، ۱۴۰۱.  
مشخصات ظاهری: ۸۰ص.: مصور، جدول، نمودار.  
شابک: ۳-۴۸۷-۹۹۴-۶۰۰-۹۷۸، ۱۴۵۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: کتابنامه: ص. [۷۹] - ۸۰

موضوع: هزینه‌یابی بر مبنای فعالیت -- ایران -- نمونه پژوهی

موضوع: Activity-based costing -- Iran -- Case studies

موضوع: حسابداری قیمت تمام‌شده -- ایران -- نمونه پژوهی

موضوع: Cost accounting -- Iran -- Case studies

موضوع: حسابداری مدیریت -- نمونه پژوهی

موضوع: Managerial accounting -- Case studies

موضوع: شرکت‌ها -- ایران -- امور مالی -- نمونه پژوهی

موضوع: Corporations -- Iran -- Finance -- Case studies

موضوع: شرکت‌ها -- ایران -- امور مالی -- مدیریت -- نمونه پژوهی

موضوع: Corporations -- Iran -- Finance -- Management -- Case studies

رده بندی کنگره: HF۵۶۸۶

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۱۵۵۲

شماره کتابشناسی ملی: ۸۹۰۷۱۳۷

انتشارات موجک (ناشر دانشگاهی)

واتساپ: ۰۹۳۶۳۰۳۱۲۵۸ کانال: telegram.me/mojak1

تلفن مرکز پخش: ۰۲۶۳۲۷۰۵۳۱۸ - ۰۲۶۳۲۷۰۲۶۵۹ - ۰۲۱۶۶۱۲۷۵۹۳ - ۰۲۱۶۶۴۲۹۷۳۳

ایمیل: mojakpublication@yahoo.com

سایت: www.mojak.ir اینستاگرام: mojakpublication



عنوان: رفتار چسبندگی هزینه

تالیف: علی صدری

مشخصات ظاهری: ۸۰ صفحه، قطع وزیری

چاپ اول: بهار ۱۴۰۲، تیراژ: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۱۴۵۰۰۰۰ ریال، شابک: ۳-۴۸۷-۹۹۴-۶۰۰-۹۷۸

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر برای انتشارات موجک محفوظ است. هیچ شخص حقیقی و حقوقی حق چاپ و تکثیر این اثر را به هر شکل و صورت اعم از فتوکپی، چاپ کتاب و ... را ندارد. متخلفین به موجب بند ۵ ماده قانون حمایت از ناشرین تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.

# فهرست مطالب

صفحه

عنوان

پیش گفتار..... ۹

فصل اول: کلیات ..... ۱۱

۱-۱ تشریح موضوع کتاب ..... ۱۱

۲-۱ اهمیت موضوع ..... ۱۲

۳-۱ اهداف ..... ۱۵

۴-۱ واژه‌ها و اصطلاحات ..... ۱۵

فصل دوم: رفتار هزینه‌ها ..... ۱۷

۱-۲ مقدمه ..... ۱۷

۲-۲ مفهوم رفتار هزینه ..... ۱۷

۳-۲ انواع دیدگاه درباره رفتار هزینه ..... ۲۰

۴-۲ سیستم‌های هزینه‌یابی ..... ۲۱

۵-۲ هزینه‌یابی بر مبنای حجم ..... ۲۲

۶-۲ هزینه‌یابی بر مبنای فعالیت ..... ۲۲

۷-۲ تابع هزینه ..... ۲۴

فصل سوم: چسبندگی هزینه‌ها ..... ۲۷

- ۱-۳ مفهوم چسبندگی هزینه ..... ۲۷
- ۲-۳ دلایل چسبندگی هزینه ها ..... ۲۸
- ۳-۳ عوامل موثر بر چسبندگی هزینه ها ..... ۳۰
- ۴-۳ نظریه تصمیم آگاهانه ..... ۳۲
- ۵-۳ نظریه تأخیر در تعدیل هزینه ..... ۳۲

### فصل چهارم: تحقیقات مربوط به رفتار چسبندگی هزینه ..... ۳۵

- ۱-۴ تحقیقات خارجی ..... ۳۵
- ۲-۴ تحقیقات داخلی ..... ۴۰

### فصل پنجم: مطالعه موردی ..... ۴۵

- ۱-۵ روش تحقیق ..... ۴۵
- ۲-۵ روش اندازه گیری متغیرها ..... ۴۶
- ۳-۵ جامعه آماری ..... ۴۸
- ۴-۵ ابزار گردآوری اطلاعات ..... ۵۰
- ۵-۵ مدل های مورد استفاده ..... ۵۰
- ۶-۵ روش و ابزار آزمون فرضیه ها ..... ۵۲
- ۱-۶-۵ الگوی مقید ..... ۵۳
- ۲-۶-۵ الگوی اثرات ثابت ..... ۵۳
- ۳-۶-۵ الگوی اثرات تصادفی ..... ۵۳
- ۴-۶-۵ آزمون های انتخاب نوع الگو ..... ۵۴
- ۷-۵ پایایی متغیرها در داده های ترکیبی ..... ۵۵
- ۱-۷-۵ آزمون لوین و لین ..... ۵۶
- ۲-۷-۵ آزمون IPS ..... ۵۷
- ۳-۷-۵ آزمون الام بروش پاگان ..... ۵۸



- ۵۸-۸-۵ فروض مدل رگرسیون خطی کلاسیک ..... ۵۸
- ۵۸-۸-۵ هم خطی ..... ۵۸
- ۵۹-۸-۵ خود همبستگی ..... ۵۹
- ۶۰-۸-۵ روش ترسیمی ..... ۶۰
- ۶۰-۸-۵ آزمون دوربین واتسون ..... ۶۰

### فصل ششم: یافته‌ها ..... ۶۱

- ۶۱-۶ آماره‌های توصیفی ..... ۶۱
- ۶۲-۶ آزمون ضرایب همبستگی ..... ۶۲
- ۶۳-۶ آزمون ریشه واحد ..... ۶۳
- ۶۴-۶ مراحل تخمین مدل به وسیله داده‌های ترکیبی ..... ۶۴
- ۶۴-۶ تجزیه و تحلیل فرضیه‌ها با استفاده از داده‌های ترکیبی ..... ۶۴
- ۶۵-۶ آزمون فرضیه‌ها ..... ۶۵

### فصل هفتم: جمع‌بندی ..... ۷۵

- ۷۵-۷ نتیجه‌گیری ..... ۷۵
- ۷۸-۷ پیشنهادها ..... ۷۸

### منابع ..... ۷۹

- ۷۹-۷ منابع فارسی ..... ۷۹
- ۷۹-۷ منابع انگلیسی ..... ۷۹



## پیش‌گفتار

امروزه نقش کلیدی حسابداری مدیریت، در سازمان‌ها محسوس می‌باشد. حسابداری مدیریت فرآیند ایجاد و استفاده بهینه از هزینه، کیفیت و زمان بر مبنای اطلاعات است تا تصمیمات به صورت کارآمدتری در سازمان اتخاذ شود. بر خلاف حسابداری مالی، حسابداری مدیریت؛ آینده محور است، بدین معنا که کانون توجه حسابداری مدیریت، مدیران هستند (شباهنگ<sup>۱</sup>، ۱۳۸۴). آگاهی از چگونگی رفتار هزینه‌ها نسبت به تغییرات سطح فعالیت و یا سطح فروش از اطلاعات مهم برای تصمیم‌گیری مدیران در خصوص برنامه‌ریزی و بودجه بندی، قیمت‌گذاری محصولات، تعیین نقطه سر به سر و سایر موارد مدیریتی است (نمازی، ۱۳۷۷). در مدل‌های سنتی رفتار هزینه‌ها در حسابداری مدیریت، هزینه‌های متغیر نسبت به تغییرات حجم فعالیت به‌طور متناسب افزایش یا کاهش می‌یابند. به این معنا که بزرگی تغییرات در هزینه‌ها تنها به بزرگی تغییرات در حجم فعالیت وابسته است و جهت تغییرات افزایش یا کاهش در حجم فعالیت تأثیری روی بزرگی تغییرات در هزینه‌ها ندارد (هورنگرن و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۰۸). اما نتایج برخی از پژوهشگران (نورن و سودرستورم<sup>۳</sup>، ۱۹۹۷، کاپلن و کوپر<sup>۴</sup>، ۱۹۹۸) در سال‌های اخیر به این نتیجه دست یافته‌اند که میزان درصد افزایش هزینه‌ها با افزایش حجم فعالیت، بیش از میزان درصد کاهش هزینه‌ها در نتیجه کاهش همان حجم فعالیت است. این نوع رفتار هزینه‌ها توسط اندرسون و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۰۳) به "هزینه‌های چسبنده" یا "چسبندگی هزینه‌ها" معروف شدند. بر خلاف تغییرات کوچک در فعالیت، تغییرات بزرگ در فعالیت، مدیران را ناگزیر می‌سازد تا ساختار هزینه‌های شرکت را تغییر دهند که به نوبه‌ی خود منجر به تغییر خط هزینه کل خواهد شد. افزون بر آن، مدیران تمایل بیشتری به تغییر هزینه‌ها در زمان افزایش فعالیت دارند، نسبت به زمانی که فعالیت‌ها کاهش می‌یابند (کاپلن و کپلن، ۱۹۹۸، بالاکریشنان و همکاران، ۲۰۰۴).

<sup>۱</sup> شبهانگ، رضا، ۱۳۸۴، حسابداری مدیریت، انتشارات سازمان حسابرسی

<sup>۲</sup> Horngren C. T, Foster G, Datar S. M.

<sup>۳</sup> Noreen, E., & Soderstrom, N.

<sup>۴</sup> Cooper, R. & Kaplan, R. S. J.

<sup>۵</sup> Anderson, M. C., Banker, R., & Janakiraman, S

به منظور بررسی چسبندگی هزینه‌ها می‌توان، به عنوان نمونه، رفتار هزینه‌های اداری، عمومی و فروش نسبت به تغییرات سطح فروش را به طور معناداری بررسی و آزمون کرد؛ زیرا سطح فروش محرک هزینه بسیاری از اجزای هزینه‌های اداری، عمومی و فروش است (کوپر و کاپلن<sup>۱</sup>، ۱۹۹۸). بنابراین، با توجه به اهمیت هزینه‌های اداری، عمومی و فروش در ساختار هزینه‌های شرکت‌ها، این کتاب به بررسی و تحلیل عوامل موثر بر رفتار چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌پردازد. یافته‌های پژوهش‌های اخیر درباره رفتار هزینه‌ها نشان داده است که هزینه‌ها متناسب با تغییرات فروش تغییر نمی‌کند. به عبارت دیگر، هزینه‌ها به تناسب با افزایش در فروش افزایش می‌یابد، اما به تناسب کاهش در فروش، کاهش نمی‌یابد، این رفتار نامتناسب هزینه‌ها، چسبندگی هزینه نامیده می‌شود. نتایج این کتاب نشان می‌دهد در ازای یک درصد افزایش در سطح فروش، هزینه‌های اداری، عمومی و فروش ۶۶٪ افزایش می‌یابد؛ در حالیکه در ازای یک درصد کاهش در سطح فروش هزینه‌های اداری، عمومی و فروش ۳۴٪ کاهش می‌یابد. نتایج همچنین نشان داد شدت چسبندگی هزینه‌ها تحت تاثیر تعداد کارکنان، میزان دارایی‌های ثابت و میزان بدهی است.

شیوه سازماندهی کتاب حاضر به صورت زیر می‌باشد.

فصل اول: کلیات

فصل دوم: رفتار هزینه‌ها

فصل سوم: چسبندگی هزینه‌ها

فصل چهارم: تحقیقات مربوط به رفتار چسبندگی هزینه

فصل پنجم: مطالعه موردی

فصل ششم: یافته‌ها

فصل هفتم: جمع‌بندی

در پایان، بر خود لازم می‌دانم که از همه عزیزان و بزرگوارانانی که در مراحل گوناگون آماده سازی این کتاب من را یاری نموده‌اند، صمیمانه تقدیر و تشکر نمایم.

علی صدری، تابستان ۱۴۰۱

<sup>۱</sup> Cooper R, Kaplan R. S.

# Cost Stickiness Behavior

Ali Sadri

آگاهی از چگونگی رفتار هزینه‌ها نسبت به تغییرات سطح فعالیت و یا سطح فروش از اطلاعات مهم برای تصمیم‌گیری مدیران در خصوص برنامه‌ریزی و بودجه بندی، قیمت گذاری محصولات، تعیین نقطه سر به سر و سایر موارد مدیریتی است. در مدل‌های سنتی رفتار هزینه‌ها در حسابداری مدیریت، هزینه‌های متغیر نسبت به تغییرات حجم فعالیت به‌طور متناسب افزایش یا کاهش می‌یابند. به این معنا که بزرگی تغییرات در هزینه‌ها تنها به بزرگی تغییرات در حجم فعالیت وابسته است و جهت تغییرات افزایش یا کاهش در حجم فعالیت تأثیری روی بزرگی تغییرات در هزینه‌ها ندارد. اما نتایج برخی از پژوهشگران در سال‌های اخیر به این نتیجه دست یافته‌اند که میزان درصد افزایش هزینه‌ها با افزایش حجم فعالیت، بیش از میزان درصد کاهش هزینه‌ها در نتیجه کاهش همان حجم فعالیت است. این نوع رفتار هزینه‌ها توسط اندرسون و همکاران (۲۰۰۳) به "هزینه‌های چسبنده" یا "چسبندگی هزینه‌ها" معروف شدند. بر خلاف تغییرات کوچک در فعالیت، تغییرات بزرگ در فعالیت، مدیران را ناگزیر می‌سازد تا ساختار هزینه‌های شرکت را تغییر دهند که به نوبه‌ی خود منجر به تغییر خط هزینه کل خواهد شد. افزون بر آن، مدیران تمایل بیشتری به تغییر هزینه‌ها در زمان افزایش فعالیت دارند، نسبت به زمانی که فعالیت‌ها کاهش می‌یابند. به منظور بررسی چسبندگی هزینه‌ها می‌توان، به عنوان نمونه، رفتار هزینه‌های اداری، عمومی و فروش نسبت به تغییرات سطح فروش را به‌طور معناداری بررسی و آزمون کرد؛ زیرا سطح فروش محرک هزینه بسیاری از اجزای هزینه‌های اداری، عمومی و فروش است.