

بررسی رابطه حسابداری مدیریت استراتژیک با فرهنگ عامه (مطالعه موردی: تئاترهای تجاری)

عزیز گرد^۱، حسن جواد صوفی املشی^۲

^۱ استادیار حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

^۲ کارشناس ارشد حسابداری، مرکز تهران غرب دانشگاه پیام نور، کرج، ایران

چکیده

بررسی حسابداری و فرهنگ عامه، برنامه تحقیقاتی هیجان‌انگیزی برای حسابداری مدیریتی محسوب می‌گردد. استراتژی، اقدامی پیچیده و به‌طور کلی یک فرآیند اجتماعی است. تولیدکنندگان تئاتر مسیری را برای مذاکره با بازار اتخاذ می‌کنند که به‌واسطه تأیید سازمان‌های واسطه روی کار آمده و محصولات فرهنگی جدید را به‌واسطه فرآیندهای استراتژیکی پشتیبانی می‌کند. در مقاله حاضر رابطه حسابداری مدیریت استراتژیک با فرهنگ عامه مطالعه گردید. روش‌شناسی تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر نوع جمع‌آوری داده‌های تحقیق، توصیفی و پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق را تمام کارمندان و مدیران تئاترهای شهر تهران به تعداد ۷۰۰ نفر تشکیل داده است. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه محقق ساخته است. یافته‌ها با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون) مورد بررسی قرار گرفت و جهت انجام محاسبات آماری از برنامه SPSS استفاده گردید. نتایج حاصله نشان داد. تکنیک نظارت بر موقعیت رقابتی، تکنیک ارزش‌گذاری نشان تجاری، عملکرد تئاترهای تجاری، تکنیک تجزیه و تحلیل سودآوری مشتری و تکنیک ارزیابی عملکرد رقیبان بر عملکرد تئاترهای تجاری تأثیرگذار است.

واژه‌های کلیدی: حسابداری مدیریت استراتژیک، تکنیک نظارت بر موقعیت رقابتی، تکنیک ارزش‌گذاری نشان تجاری، تکنیک تجزیه و تحلیل سودآوری مشتری، تکنیک ارزیابی عملکرد رقیبان، عملکرد تئاترهای تجاری.

مطالعات اقتصاد، مدیریت مالی و حسابداری

دوره ۴، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۷، صفحات ۴۴-۵۲