**TÌM HIỂU VỀ PHÂN TÍCH MỐI QUAN HỆ CHI PHÍ – KHỐI LƯỢNG – LỢI NHUẬN CUNG CẤP THÔNG TIN TRONG VIỆC RA QUYẾT ĐỊNH SAU KHI QUÁ TRÌNH KINH DOANH KẾT THÚC**

 **Nguyễn Thị Hồng Sương**

*Kết thúc quá trình kinh doanh cũng là lúc doanh nghiệp nhận được kết quả từ
những quyết định kinh doanh đem lại. Để đánh giá hiệu quả của các quyết định kinh
doanh thì doanh nghiệp so sánh tình hình thực hiện với chỉ tiêu kế hoạch đề ra.Tuy
nhiên, trong quá trình thực hiện quyết định kinh doanh các yếu tố trong chi phí - sản lượng - lợi nhuận (CVP) bị thay đổi do đó kết quả thực hiện có thể không đúng như bản kế hoạch đã để ra. Bài viết này tác giả giới thiệu một số nội dung lý thuyết về phân tích* mối quan hệ chi phí – khối lượng – lợi nhuận cung cấp thông tin trong việc ra quyết định sau khi quá trình kinh doanh kết thúc.

Khi phân tích CVP xem xét sự biến động của các nhân tố trong mối quan hệ
CVP vì trong thực tế giá bán, chi phí biến đổi, chi phí cố định đều có thể thay đổi. Mỗi
sự thay đổi của các nhân tố trong mối quan hệ CVP là sự phản ánh linh hoạt của các
chính sách kinh doanh của doanh nghiệp trong kỳ. Nói một cách rộng hơn, phân tích
CVP cần phải tính đến ảnh hưởng của những thay đổi về giá bán, kết cấu hàng bán, chi
phí biến đổi, chi phí cố định qua đó cung cấp những báo cáo nhanh về tác động của
những thay đổi trên đối với doanh thu, doanh thu hoà vốn và lợi nhuận kinh doanh của
doanh nghiệp. Kỹ thuật này trong phân tích CVP được gọi là phân tích độ nhạy.

Jormakka, Koivusalo, Lappalainen, Niskanen (2015) cho rằng các nhà quản lý
có thể sử dụng phân tích độ nhạy để xác định xu hướng kinh doanh và dự đoán ảnh
hưởng của các thay đổi. Do đó, phân tích độ nhạy sẽ được thực hiện sau khi nhà quản trị đưa ra quyết định kinh doanh. Đây cũng là một công cụ để giúp doanh nghiệp đánh giá hiệu quả của các quyết định kinh doanh đã được thực hiện và đưa ra quy luật xu hướng kinh doanh. Gồm có 3 nội dung sau:

+ Phân tích độ nhạy về giá

+ Phân tích độ nhạy về chi phí biến đổi (biến phí)

+ Phân tích độ nhạy về chi phí cố định (định phí)

Thứ nhất, Phân tích độ nhạy về giá

Alhola và Lauslahti (2002) nghiên cứu tác động của sự thay đổi giá bán và ước
tính ảnh hưởng của nó đến lợi nhuận bằng cách sử dụng phân tích độ nhạy. Việc thay
đổi một hoặc nhiều yếu tố ảnh hưởng đến lợi nhuận cho thấy liệu sự thay đổi đó có tạo
ra lợi nhuận hay dẫn đến thua lỗ hay không.

Sự thay đổi về giá bán thường liên quan đến chính sách định giá bán của doanh
nghiệp để gia tăng thị phần hoặc khai thác năng lực kinh doanh còn nhàn rỗi trong
trường hợp hoạt động có tính thời vụ. Giảm giá bán sẽ làm giảm lợi nhuận góp đơn vị
hay giảm tỷ suất lợi nhuận nhưng ngược lại có thể làm tăng doanh thu nhiều hơn, góp
phần gia tăng lợi nhuận hơn nữa. Phân tích độ nhạy về giá cần xem xét về độ co giãn
của cầu theo giá, tính chất bổ sung hay thay thế của sản phẩm, vị trí của sản phẩm trên
thị trường, qua đó xác định các chỉ tiêu doanh thu, lợi nhuận để lựa chọn phương án
kinh doanh tốt nhất.

*Thứ hai,* Phân tích độ nhạy về chi phí biến đổi (biến phí)

Trong doanh nghiệp sản xuất, sự thay đổi chi phí biến đổi thường do thay đổi
công nghệ sản xuất, thay đổi cách bố trí lao động hoặc sử dụng các vật liệu thay thế
trong quá trình sản xuất. Sự thay đổi giá cả của vật liệu mua ngoài, tiền công cũng là
nhân tố ảnh hưởng đến chi phí biến đổi. Chi phí biến đổi thay đổi còn liên quan đến
các chương trình trong kế hoạch marketing của doanh nghiệp, như chính sách chiết
khấu thương mại, tặng kèm sản phẩm, hoa hồng bán hàng,....Như vậy, khi phân tích sự
thay đổi chi phí biến đổi đơn vị cần xem xét liệu có ảnh hưởng trực tiếp đến khối
lượng sản phẩm tiêu thụ hay không, hay chỉ tác động đối với lợi nhuận góp đơn vị.
Qua đó, phân tích CVP sẽ cung cấp thông tin về sự thay đổi của lợi nhuận, doanh thu
do các phương án thay đổi về chi phí biến đổi.

***Thứ ba,*** Phân tích độ nhạy về chi phí cố định (định phí)

Trong yếu tố chi phí cố định được chia thành 2 loại là chi phí cố định bắt buộc
và chi phí cố định tuỳ ý. Chi phí cố định bắt buộc khó có thể thay đổi trong ngắn hạn,
do nó liên quan đến quyết định về đầu tư mới, mở rộng quy mô nhà xưởng hay thanh
lý TSCĐ. Ngược lại, chi phí cố định tuỳ ý có thể tăng giảm mà có thể không ảnh
hưởng lâu dài đến kết quả kinh doanh. Trong bối cảnh đó, phân tích CVP cần xem xét đến các phương án có liên quan đến thay đổi chi phí cố định, hoặc tác động của thay
đổi chi phí cố định đối với chi phí biến đổi, hay đối với sản lượng sản phẩm tiêu thụ.
Nếu các yếu tố khác không đổi, chi phí cố định gia tăng sẽ làm sản lượng hoà vốn phải
gia tăng để bù đắp sự gia tăng về chi phí cố định. Do vậy, phân tích CVP cần xem xét
các khía cạnh này để có thể lựa chọn phương án kinh doanh tốt nhất.
Phân tích độ nhạy là một công cụ quan trọng khi tiến hành phân tích chi phí vì nó quan sát tác động của những thay đổi có thể có trong hoạt động.

Phân tích có thể được sử dụng để thay đổi dữ liệu từ việc tính toán lợi
nhuận góp, ví dụ như khối lượng bán hàng hoặc hỗ hợp bán hàng, vì thế xem xét tác
động của các thay đổi đến lợi nhuận đóng góp, lợi nhuận và các chỉ số quan trọng khác.

**Kết luận:** Phân tích mối quan hệ CVP cung cấp thông tin hữu ích giúp các nhà quản trị ra quyết định kinh doanh từ trước, trong và sau quá trình kinh doanh. Ở mỗi thời điểm của quá trình kinh doanh, các nhà quản trị cần những thông tin khác nhau. Phân tích
CVP sẽ cung cấp thông tin theo từng thời điểm của quá trình kinh doanh.

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Alhola, K. and Lauslahti, S. (2002), *Accounting and profitability management*, 1-
2th edition. Vantaa: Werner Soderstrom Limited Company.
2. Jormakka, R., Koivusalo, K., Lappalainen, J. & Niskanen, M. (2015),
*Accounting*, Edita Publishing Oy.

3. *Bộ Tài chính (2006), Thông tư 53/2006/TT-BTC hướng dẫn áp dụng kế toán quản trị trong các DN;*

4. Phạm Châu Thành, Phạm Xuân Thành (2012), *Kế toán quản trị,* Nhà xuất bản Phương Đông.