**THỰC TRẠNG CÔNG TÁC PHÂN TÍCH TRONG QUẢN LÝ GIÁ THÀNH TẠI CÁC DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT**

***Đinh Thị Thu Hiền, Khoa Kế toán, Đại học Duy Tân***

**Tóm tắt**

*Giá thành sản phẩm* là toàn bộ những chi phí tính bằng tiền để sản xuất và tiêu thụ một khối lượng sản phẩm hoặc dịch vụ nhất định. Hay nói cách khác, giá thành sản phẩm dịch vụ là hao phí về lao động sống và lao động vật hóa cho một đơn vị khối lượng sản phẩm hoặc lao vụ nhất định biểu hiện bằng tiền. Có thể nói giá thành là một chỉ tiêu phản ánh toàn diện chất lượng họat động của doanh nghiệp bao gồm các mặt: trình độ công nghệ, trình độ tổ chức sản xuất, trình độ quản trị v. v… Đặc biệt trong thời kỳ hội nhập khi nền kinh tế chuyển mình mạnh mẽ, các hoạt động phức tạp, sự giao thương trong và ngoài nước trở nên nhộn nhịp, đồng thời tồn tại nhiều rủi ro tiềm tang tác động đến sự tồn tại của doanh nghiệp đặc biệt là các doanh nghiệp sản xuất. Đứng trước những thay đổi đó đòi hỏi doanh nghiệp cần thực hiện các biện pháp quản lý chặt chẽ liên quan đến từng khâu hay toàn bộ quá trình kinh doanh trong đó việc quản lý giá thành đóng vai trò chủ chốt quyêt định đến vấn đề lãi lỗ hay quy mô của doanh nghiệp. Bài viết xin đề cập đến nhận thức về tầm quan trọng của giá thành, các nội dungphân tích giá thành từ đó đưa ra một số góp ý cho doanh nghiệp nhằm gia tăng hiệu quả trong quản lý giá thành

**Từ khoá**: Giá thành, phân tích gía thành…

Trong thời kỳ hội nhập , tham gia vào cuộc cách mạng Công nghệ số 4.0, đòi hỏi các doanh nghiệp cần phải thay đổi để phù hợp với xu thế của nền kinh tế. Các doanh nghiệp với nhiều loại hình kinh doanh, nhiều lĩnh vực hoạt động, nhiều quy mô vừa đến lớn đều cần nắm chắc việc quản lý trong doanh nghiệp. Phục vụ tốt hơn cho quá trình ra quyết định , tăng lợi nhuận, tăng sức cạnh tranh trên thị trường với thời đại 4.0. Đối với những doanh nghiệp lớn hoạt động phức tạp việc nhìn nhận về giá thành đối với những sản phẩm đã hoàn thành luôn được quan tâm và xem là nội dung quản lý có tầm quan trọng cao. Để có giá thành các doanh nghệp đã chi ra những khoản tiền dành cho các yếu tố sản xuất như nguyên vật liệu, nhân công và sản xuất chung, qua quá trình sản xuất hình thành ra những thành phẩm nhập kho, từ đó chi phí sản xuất chuyển một phần sang giá thành. Điểm chung giữa giá thành và chi phí sản xuất đều được xem là yếu tố đầu vào, do đó việc chi tiêu tiết kiệm đã trở thành mục đích lớn cho các doanh nghiệp với khẩu hiệu “***Tối đa hoá lơị nhuận, tối thiểu hoá chi phí***”. Giữa hai khái niệm chi phí sản xuất và giá thành sản phẩm có mối quan hệ rất mật thiết với nhau, vì nội dung cơ bản của chúng đều biểu hiện những chi phí doanh nghiệp đã bỏ ra cho hoạt động sản xuất kinh doanh. Chi phí sản xuất trong kỳ là cơ sở để tính giá thành sản phẩm, dịch vụ đã hoàn thành. Sự tiết kiệm hay lãng phí chi phí sản xuất kinh doanh có ảnh hưởng trực tiếp đến giá thành sản phẩm/dịch vụ. Vì vậy, quản trị giá thành phải gắn liền với quản trị chi phí sản xuất kinh doanh.  Mối doanh nghiệp khác nhau có cách quản lý về giá thành khác nhau, từ đơn gỉản đến chi tiết cụ thể. Doanh nghiệp thực hiện nhiều cách quản lý như phân chia thành nhiều loại giá thành như giá thành sản xuất bao gồm: Chi phí nguyên liệu trực tiếp, Chi phí nhân công trực tiếp  và chi phí sản xuất chung, tính cho những sản phẩm, công việc, lao vụ đã hoàn thành, giá thành phân xưởng, công xưởng, giá thành định mức, giá thành đơn vị và giá thành toàn bộ. Chi phí và giá thành sản phẩm là các chỉ tiêu quan trọng trong hệ thống các chỉ tiêu kinh tế phục vụ cho công tác quản lý doanh nghiệp và có mối quan hệ mật thiết với doanh thu, kết quả (lãi, lỗ) hoạt động sản xuất kinh doanh. Việc tổ chức kế toán chi phí, tính giá thành sản phẩm một cách khoa học, hợp lý và đúng đắn có ý nghĩa quan trọng góp phần tăng cường  quản lý tài sản vật tư lao động, tiền vốn một cách hiệu quả. Mặt khác tạo điều kiện tiết kiệm chi phí hạ thấp giá thành sản phẩm. Đó là một trong những yếu tố tăng lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp. Hơn thế nữa, giá thành sản phẩm còn là cơ sở để định giá bán sản phẩm, là cơ sở để đánh giá giá hạch toán kinh tế nội bộ, phân tích chi phí, đồng thời còn là căn cứ để xác kết quả kinh doanh. Như vậy kế toán chi phí và tính giá thành là khâu trung tâm của toàn bộ công tác kế toán của doanh nghiệp, chi phối đến chất lượng của các phần hành kế toán khác cũng như chất lượng và hiệu quả của công tác quản lý kinh tế của doanh nghiệp.

Từ những phân tích trên nhận thấy rằng giá thành đóng một vai trò hết sức quan trọng quyết định đến sự tồn tại và phát trển bền vững của doanh nghiệp, tăng tính cạnh tranh thu hút đầu tư trong và ngoài nước. Vậy làm sao để doanh nghiệp có được cách quản lý về giá thành là hiệu quả nhất? cùng tìm hiểu về cách để quản lý giá thành đối với các doanh nghiệp sản xuất

**Sử dụng các báo cáo kế toán quản trị**

Để theo dõi về giá trị của giá thành, doanh nghiệp có thể dựa vào số liệu trên các báo cáo tài chính, tuy nhiên các con số chưa được phản ánh chi tiết và cụ thể, do đó có sự kết hợp với các báo cáo về nội bộ bên trong doanh nghiệp, những con số chỉ phục vụ cho vấn đề quản lý và ra quyết định. Những báo cáo này thường thấy tại các doanh nghiệp sản xuất có quy mô lớn, các tập đoàn hoạt động kinh doanh đa lĩnh vực, vốn điều lệ lớn. Đối với các doanh nghiệp nhỏ thì việc quản lý giá thành thông qua các báo cáo kế toán quản trị còn hạn chế, nhiều doanh nghiệp chưa nhận thức rõ về tầm quan trọng của giá thành. Một số báo cáo kế toán quản trị được sử dụng như các dự toán về chi phí sản xuất, báo cáo về từng loại giá thành, báo cáo về gía thành đơn vị cho từng sản phẩm… từ đó giúp doanh nghiệp quản lý chặt chẽ và có hiệu quả cao.

**Sử dụng các công cụ phân tích trong quản lý giá thành**

Đối với công tác phân tích về giá thành, các doanh nghiệp được quyền lựa chọn những nọi dung phân tích sao cho phù hợp với cách quản lý về giá thành của từng doanh nghiệp. để thực hiện được cần sử dụng nguồn số liệu mang tính chất tin cậy cao như các báo cáo nội bộ.. phương pháp phân tích không sử dụng cố định mà có thể luân phiên kết hợp lẫn nhau để tăng độ chính xác trong nhận xét về giá thành. Có thể kể đến một số nội dung phân tích thường được sử dụng nhiều như:

***-Đánh gía chung về giá thành***

Đây là công việc đầu tiên trong đánh gía về giá thành, phương pháp này giúp doanh nghiệp nhận xét về tình hình tăng giảm của giá thành, nếu tỷ lệ % về giá thành là nhỏ chứng tỏ việc sử dụng chi phí là tiêt kiệm có hiệu qủa trong cách quản lý về giá thành. Việc đánh giá chung về giá thành được thực hiện dựa trên 2 nội dung: xem xét về tốc độ tăng trưởng và xem xét việc hoàn thành kế hoạch về giá thành. Nếu giá thành ở kỳ phân tích có tốc độ tăng cao hơn so với kỳ gốc, doanh nghiệp không hoàn thành kế hoạch về giá thành so với kế hoạch đề ra, doanh nghiệp đánh giá không tốt trong quá trình quản lý, làm gia tăng giá thành và ngược lại.

Trường hợp doanh nghiệp chỉ kinh doanh một loại sản phẩm thì toàn bộ giá thành của sản phẩm được đánh giá nhanh gọn ít sai sót tuy nhiên đối với các doanh nghiệp lớn thì việc sản xuất nhiều loại sản phẩm làm cho việc đánh giá cần được tính toán chi tiết và tỉ mỉ, từ đó doanh nghiệp đưa ra kết luận, các quyết định có hiệu quả hơn.

Doanh nghiệp có nhiều loại sản phẩm cần xem xét sử dụng phương pháp về nhiệm vụ hạ gía thành cho sản phẩm chính, các sản phẩm mang tính lâu đời để đánh giá và ngược lại nếu tỷ trọng các sản phẩm mới, sản phẩm thử nghiệm lớn hơn tỷ trọng các sản phẩm cũ thì cần sử dụng phương pháp phân tích khác.

***-Xem xét về nhiệm vụ hạ gía thành đối với sản phẩm so sánh được***

Được hiểu rằng sản phẩm so sánh được là những sản phẩm có đầy đủ số liệu từ năm trước đến năm nay, là sản phẩm chính lâu năm của doanh nghiệp, cần thiết phân tích về nhiệm vụ hạ giá thành đối với sản phẩm đó. Sử dụng chỉ tiêu mức hạ và tỷ lệ hạ để thực hiện. nếu mức hạ giảm, tỷ lệ hạ gảm tức là doanh nghiệp tực hiện tốt về hạ giá thành và ngược lại. Trong nội dung phân tích này thực hiện phức tạp hơn so với nội dung đánh giá tình hình chung về giá thành. Cần có thời gian và đội ngũ phân tích có kinh nghiệm vì khi xác định nhiệm vụ hạ giá thành doanh nghiệp cần thu thập số liệu qua nhiều kỳ, xác định các nhân tố tác động đến mức hạ và tỷ lệ hạ, đồng thời phải sử dụng kết hợp các phương pháp phân tích sao cho xác định được mức độ ảnh hưởng của nhân tố đến chỉ tiêu phân tích. Nhược điểm lớn của nội dung này đó là nếu doanh nghiệp có nhiều sản phẩm mới, sản phẩm thử nghiệm hơn so với sản phẩm chính thi việc sử dụng nội dung phân tích này thật sự không có hiệu quả.

***-Xem xét về chi phí 1000 đồng doanh thu tiêu thụ***

Để hạn chế nhược điểm của nội dung trên, trong trường hợp tỷ lệ sản phẩm mới nhiều hơn tỷ lệ sản phẩm cũ cần sử dụng phương pháp về chi phí 1000 đồng doanh thu tiêu thụ, cụ thể là xem xét mối quan hệ giữa giá thành và giá bán. Nếu trong 1000 đồng doanh thu thu được chi phí chiếm đa số chứng tỏ không hạ được giá thành. Và ngược lại. Việc xác định các nhân tố tác động cũng là yếu tố tác động tiêu cực làm kéo dài thời gian phân tích cũng như tính chính xác của kết quả.

***-Xem xét các nhân tố tác động đến giá thành***

Nhân tố được hiểu là các yếu tố bên trong tác động đến gía thành của sản phẩm. Khi các nhân tố tác động có thể làm hạ giá thành nhưng cũng có thể làm tăng giá thành, vịệc phân tích các nhân tố giúp doanh nghiệp tìm ra phương hướng giải quyết đối với gía thành. Thông thường có các nhân tố tác động như: nhân tố giá thành đơn vị, số lượng sản phẩm sản xuất, nhân tố kết cấu từng sản phẩm, đơn giá bán…đây đều là những yếu tố quan trọng trong quá trình sản xuất, từ đó doanh nghệp có cách để rút kinh nghiệm về nhân tố.

**Thực trạng việc quản lý giá thành trong doanh nghiệp sản xuất**

Trước tầm quan trọng của việc quản lý và phương pháp đánh giá giá thành trong doanh nghiệp, nhiều doanh nghiệp đã tiến hành các bước quản lý từ đơn giản đến phức tạp các nội dung đánh giá. Để thấy rõ thực trạng của việc quản lý giá thành, tiến hành phân tích cụ thể doanh nghiệp sản xuất giày dép, đây là một ngành xuất khẩu lớn thứ 3 với hơn 600 doanh nghiệp. Trước tầm quan trọng của ngành, thực tiễn đã cho thấy các doanh nghiệp trong ngành dày dép luôn quan tâm đến việc quản lý giá thành của từng sản phẩm, Hoạt động kinh doanh diễn ra phức tạp không chỉ trong nước mà cả nước ngoài do đó, việc sử dụng các phương pháp phân tích về giá thành không thể thiếu trong vấn đề quản lý của các nhà quản trị doanh nghiệp, góp phần đẩy mạnh lợi ích cho từng doanh nghiệp, từ đó hoàn thiện hơn quy trình kiểm soát các yếu tố đầu vào cũng như quá trình sản xuất và sử dụng có hiệu quả các nguồn lực của doanh nghiệp.

Để có được những đánh giá trên, cần dựa vào những nội dung phân tích và phương pháp phân tích về giá thành. Ví dụ minh họa sau về doanh nghiệp dày dép sẽ làm rõ những đánh giá trên.

Công ty TNHH Giày Việt Nam thành lập năm 2014, là một trong những công ty đi đầu trong lĩnh vực sản xuất, buôn bán các mặt hàng giày dép trong cả nước. Trải qua thời kỳ kinh doanh, công ty đã thực hiện các phương pháp và nội dung phân tích về giá thành trong 2 năm 2018 và 2019 để nâng cao hiệu quả trong quản lý, cụ thể ở nội dung phân tích như sau: (Đvt: Đồng)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Sản*** ***phẩm*** | ***Số lượng kế hoạch*** | ***Số lượng thực tế*** | ***Giá thành năm trước*** | ***Giá thành kế hoạch*** | ***Giá thành thực tế*** |
| Giày vải | 11.000 | 12.400 | 80.000 | 82.000 | 80.000 |
| Giày thể thao | 16.500 | 16.300 | 150.000 | 145.000 | 152.000 |
| Giày Bata | 12.000 | 11.000 | 165.000 | 150.000 | 130.000 |

*(Nguồn: Do tác giả tổng hợp)*

Dựa trên số liệu thu thập được qua 2 năm công ty thực hiện các nội dung phân tích nhằm quản lý giá thành như sau:

Để dễ dàng trong việc thể hiện nội dung phân tích, công ty tiến hành quy ước các chỉ tiêu như: Số lượng năm trước: Q0, Số lượng kế hoạch: Qk, Số lượng thực tế: Q1. Giá thành năm trước: z0, Giá thành kế hoạch: zk, Giá thành thực tế: z1.

* ***Đánh giá chung về giá thành***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Sản*** ***phẩm*** | ***Tốc độ tăng trưởng*** | ***Hoàn thành kế hoạch về giá thành*** |
| ***Q1z0*** | ***Q1z1*** | ***T(%)*** | ***Q1zk*** | ***Q1z1*** | ***T(%)*** |
| Giày vải | 992.000 | 992.000 | 100% | 1.016.800 | 992.000 | 97,56% |
| Giày thể thao | 2.445.000 | 2.477.600 | 101,33% | 2.363.500 | 2.477.600 | 104,83% |
| Giày Bata | 1.815.000 | 1.430.000 | 78,79% | 1.650.000 | 1.430.000 | 86,67% |
| ***Tổng*** | ***5.252.000*** | ***4.899.600*** | ***93,29%*** | ***5.030.300*** | ***4.899.600*** | ***97,4%*** |

*(Nguồn: Do tác giả tổng hợp)*

Qua phân tích ta thấy rằng, đối với tốc độ tăng trưởng đạt 93,29% <100 % do đó được xem là có hạ giá thành tuy nhiên khi đi sâu vào từng sản phẩm thì sản phẩm về Giày thể thao có tốc độ tăng trưởng vượt 100%, chứng tỏ giá thành tăng cao, không quản lý tốt về các yếu tố trong quá trình sản xuất đối với sản phẩm này. Đối với hoàn thành kế hoạch về giá thành chỉ có sản phẩm về Giày vải và Giày Bata là có tỷ lệ hoàn thành kế hoạch về giá thành nhỏ hơn 100%, công ty quản lý tốt về giá thành của 2 sản phẩm này, tuy nhiên với sản phẩm về Giày thể thao tỷ lệ hoàn thành kế hoạch này vượt 100%, chưa thể hoàn thành kế hoạch về giá thành.

* ***Xem xét về nhiệm vụ hạ giá thành***

Nhiệm vụ hạ giá thành được thực hiện tại công ty đối với 3 loại sản phẩm, cụ thể như sau: Công ty xác định kết quả hạ giá thành thông qua mức hạ ở thực tế so với mức hạ ở kế hoạch:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ***Sản*** ***phẩm*** | ***Mức hạ ở kế hoạch*** | ***Mức hạ ở thực tế*** | **Kết quả hạ giá thành** |
| ***Qkz0*** | ***Qkzk*** | ***Mức hạ*** | ***Q1z1*** | ***Q1z0*** | ***Mức hạ*** |
| Giày vải | 880.000 | 902.000 | 22.000 | 992.000 | 992.000 | 0 | (22.000) |
| Giày thể thao | 2.475.000 | 2.392.500 | (82.500) | 2.477.600 | 2.445.000 | 32.600 | 115.100 |
| Giày Bata | 1.980.000 | 1.800.000 | (180.000) | 1.430.000 | 1.815.000 | (385.000) | (205.000) |
| ***Tổng*** | ***5.335.000*** | ***5.094.500*** | ***(240.500)*** | ***4.899.600*** | ***5.252.000*** | ***(352.400)*** | ***(111.900)*** |

*(Nguồn: Do tác giả tổng hợp)*

Ta thấy, kết quả hạ giá thành ở thực tế so với kế hoạch thể hiện con số âm, chứng tỏ công ty đã hạ được giá thành với mức hạ là 111.900 (1.000đồng) tương ứng với tỷ lệ hạ là 2,2%. Thông qua bảng số liệu ta thấy công ty hoàn thành nhiệm vụ hạ giá thành do quản lý tốt các yếu tố sản xuất ở 2 sản phẩm là Giày vải và Giày Bata. Giày thể thao chưa hoàn thành được nhiệm vụ hạ giá thành, giá thành ở thực tế còn tăng so với kế hoạch là 115.100 (1.000đồng).

**Đánh giá thực trạng công tác quản lý giá thành thông qua các phương pháp**

Qua việc phân tích cụ thể ở 1 công ty, ta thấy rằng, công tác quản lý giá thành thật sự quan trọng trong hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp, các doanh nghiệp có quy mô lớn hay nhỏ cần thực hiện nhiệm vụ phân tích về giá thành nhằm đưa ra những đánh giá, nhận định, từ đó đưa ra những góp ý tích cực hơn cho quá trình sản xuất, gia tăng lợi nhuận. Tuy nhiên, quá trình sử dụng các phương pháp phân tích về giá thành cũng có những ưu và nhược điểm riêng, cụ thể như sau:

***Ưu điểm:***

-Các doanh nghiệp đã nhận thức được tầm quan trọng của việc quản lý giá thành trong sản xuất.

-Các nội dung phân tích về giá thành phong phú và đa dạng, tùy thuộc vào từng lĩnh vực hoạt động sản xuất để lựa chọn nội dung phân tích phù hợp và có hiệu quả hơn

-Các phương pháp phân tích đơn giản chủ yếu là phương pháp so sánh, không làm mất nhiều thời gian phân tích, đáp ứng kịp thời nhu cầu sử dụng thông tin của Nhà quản trị doanh nghiệp.

-Góp phần lớn trong việc đưa ra các biện pháp hữu hiệu, gắn liền với thực tế tại doanh nghiệp.

***Nhược điểm:***

**-**Các doanh nghiệp chủ yếu sử dụng phương pháp so sánh nên chỉ đưa ra những đánh giá, nhận xét ở mặt tổng quát về nội dung phân tích, không thể đánh giá ở mặt cụ thể, không xác định các nhân tố tác động đến nội dung phân tích. Do đó, không thể đưa ra những biện pháp khắc phục cho từng nhân tố tác động. Điều này làm giảm đi tác dụng của quá trình phân tích.

-Một số doanh nghiệp chưa chú trọng đến việc phân tích giá thành, công tác phân tích còn hạn chế, đôi khi việc phân tích còn sơ sài, đơn giản.

-Nguồn dữ liệu sử dụng trong quá trình phân tích chưa thật sự phong phú, chưa đi sâu vào từng sản phẩm.

***Dựa trên những nhược điểm của quá trình phân tích về giá thành, cần đưa ra những ý kiến góp ý như sau:***

-Doanh nghiệp cần nâng cao nhận thức về quá trình quản lý giá thành cho từng loại sản phẩm hay toàn bộ sản phẩm trong phân tích về giá thành. Cần thực hiện công tác phân tích giá thành theo thời gian quy định qua từng quý hoặc từng năm dựa vào quy mô sản xuất của doanh nghiệp.

-Cần đa dạng hơn về nội dung phân tích như: phân tích chi tiết từng yếu tố sản xuất: phân tích về chi phí nguyên vật liệu trực tiếp, chi phí nhân công trực tiếp và chi phí sản xuất chung cho từng loại sản phẩm, để xác định rõ ràng nhất việc hạ giá thành.

-Cần bổ sung thêm các phương pháp phân tích ngoài phương pháp so sánh, có thể sử dụng thêm phương pháp loại trừ, phương pháp liên hệ cân đối, phương pháp phân tích tương quan sao cho xác định được các nhân tố tác động đến giá thành của doanh nghiệp.

-Cần có sự kết hợp giữa các nguồn dữ liệu trong phân tích về giá thành như kết hợp nguồn dữ liệu từ báo cáo kế toán quản trị thông qua các dự toán về chi phí sản xuất, các báo cáo theo dõi về giá thành từng năm của từng loại sản phẩm và các dữ liệu từ báo cáo tài chính ở các chỉ tiêu về hàng tồn kho, thành phẩm, chi phí sản xuất kinh doanh dở dang.

**Kết luận**

Qua việc phân tích đánh giá cụ thể công tác quản lý giá thành thông qua các nội dung phân tích và phương pháp phân tích nhận thấy rằng đây là một nội dung rất quan trọng trong công tác quản lý của doanh nghiệp đặc biệt là doanh nghiệp sản xuất trong thời kỳ kinh tế hội nhập với thế giới. Việc hạ giá thành luôn là mục tiêu giúp doanh nghiệp tối thiểu chi phí và tối đa lợi nhuận mong muốn. Tùy thuộc vào quy mô, điều kiện và lĩnh vực kinh doanh để lựa chọn nội dung phân tích phù hợp cũng như phương pháp phân tích cụ thể, làm gia tăng hiệu quả trong đánh giá giá thành.

**Tài lỉệu tham khảo**

1. Phạm Văn Dược (2008), *Phân tích hoạt động kinh doanh*, NXB thống kê,Đại học kinh tế TP HCM
2. Đinh Thị Thu Hiền (2019), *Giá thành và phân tích giá thành trong ngành dệt may Việt nam,* Tạp chí Tài chính
3. Phạm Thị Vân Anh (2017), *Cắt giảm, quản lý chi phí trong doanh nghiệp: yếu tố quyết định đến hiệu quả sản xuất kinh doanh*, Tạp chí tài chính.
4. Số liệu của Cục Thống Kê về doanh nghiệp sản xuất