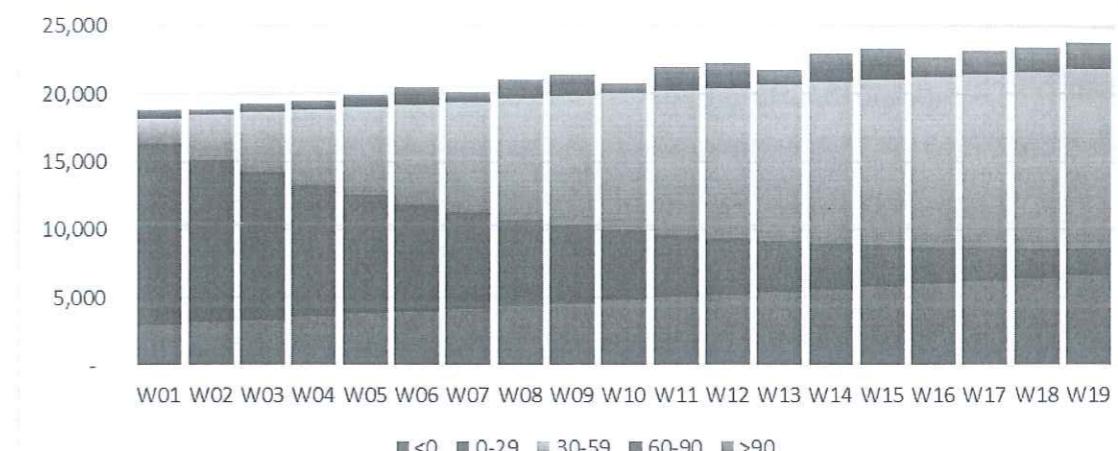


Một góc nhìn khác đối với khoản phải thu chính là đánh giá chất lượng khoản phải thu. Báo cáo này chia khoản phải thu theo tuổi nợ - 0-30; 30-60; 60-90 hoặc trên 90 ngày và chưa đến hạn. Mục đích của việc so sánh cách phân chia này qua nhiều kỳ là để xem sự chuyển dịch trong cấu trúc của khoản phải thu. Nếu những khoản phải thu thuộc 30-60 ngày mà liên tục không thu được trong một khoản thời gian từ 30 ngày. Chúng ta dễ dàng thấy được tổng khoản phải thu không đổi nhưng, khoản 30-60 chiếm cao của cột báo cáo sẽ nhỏ lại thay vào đó là 60-90 bị to ra. Thông điệp cho thấy chất lượng khoản phải thu giảm đi qua các kỳ báo cáo.

Đối với khoản phải thu nhìn theo xu hướng đã đề cập, thường nằm trong bộ báo cáo hàng tuần. Vì sẽ là quá trễ nếu báo cáo chất lượng khoản phải thu hàng tháng.

BÁO CÁO KHOẢN PHẢI THU THEO TUỔI NỢ

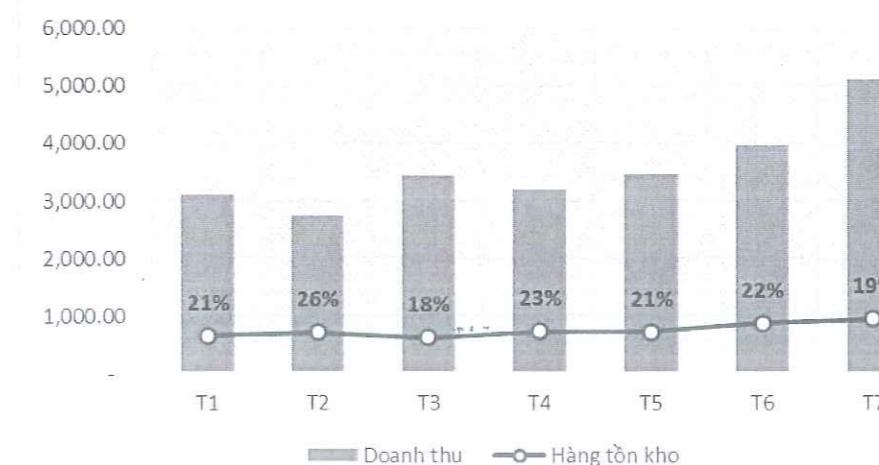


Xu hướng của tồn kho so với doanh thu

Tương tự như theo dõi khoản phải thu, chỉ tiêu tồn kho/ doanh thu cũng cho thấy việc doanh nghiệp “đánh cược” vào hàng tồn kho như thế nào. Bất kể khi nào tỷ lệ tồn kho/ doanh thu tăng thêm là lúc cần phải chú ý đến hàng tồn kho nếu không muốn đối mặt với dòng tiền.

Cắt giảm hàng tồn kho là một trong những công tác khó khăn nhất. Do vậy, cách tốt nhất là kiểm soát hàng tồn kho trước khi tình hình quá xấu

TỶ LỆ TỒN KHO/ DOANH THU



Lưu ý là báo cáo này nên lập theo từng nhóm sản phẩm và nên sử dụng sản lượng làm tiêu thức đo lường sẽ mang lại hiệu quả tốt hơn rất nhiều khi so sánh biến động ở các kỳ khác nhau.

Báo cáo dòng tiền tự do

Free cash flow (FCF) hay dòng tiền tự do là một thước đo phản ánh hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp trong việc sản sinh dòng tiền mặt. Dòng tiền tự do dùng để chỉ nguồn tiền mặt do doanh nghiệp tạo ra từ các hoạt động sản xuất và kinh doanh của mình, sau khi trừ đi các chi phí tài sản.

Không giống như thu nhập hoặc thu nhập ròng, dòng tiền tự do là thước đo khả năng sinh lời loại trừ các chi phí không bằng tiền trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh. Nói cách khác, dòng tiền tự do là số tiền còn lại của doanh nghiệp sau khi đã trừ đi các khoản chi phí.

Free cash flow còn được sử dụng để các nhà đầu tư nhìn thấy các tiềm năng về vốn của một doanh nghiệp. Dòng tiền tự do cao hoặc được cải thiện nhưng giá cổ phiếu chưa cao sẽ là "miếng bánh ngon" mà các nhà đầu tư luôn tìm kiếm. Bởi điều đó chứng tỏ doanh nghiệp đang có những tiềm năng chưa được khai thác và kỳ vọng vào sự tăng trưởng tốt có thể xảy ra trong tương lai.

Thậm chí, nhiều nhà đầu tư có sự tin tưởng cao hơn vào Free cash flow so với con số thu nhập. Những chuẩn mực trong thực hành kế toán có thể làm thay đổi thu nhập nhưng đối với dòng tiền tự do thì không. Chính vì thế mà các nhà đầu tư tin rằng tự do tiền mặt mới cho thấy một viễn cảnh rõ ràng và khả năng tạo ra lợi nhuận của doanh nghiệp.

BÁO CÁO DÒNG TIỀN TỰ DO

Khoản mục	Tháng hiện hành			Lũy kế		Ngân sách		Chênh lệch	
	Phát sinh	Kế hoạch	Năm trước	Phát sinh	Kế hoạch	NS Cập nhật	Kế hoạch	Giá trị	%
	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]	[8]	[9]	[10]
Lợi nhuận hoạt động kinh doanh									
Dòng tiền trước khi thay đổi VLĐ									
Thay đổi vốn lưu động									
+/- Khoản phải thu									
+/- Khoản phải trả									
+/- Hàng tồn kho									
Thay đổi thuần trong đầu tư									
Các khoản khác									
Dòng tiền tự do (FCF)									

Mặc dù là một chỉ tiêu quan trọng trong mắt nhà đầu tư cũng như các ông chủ thực sự của doanh nghiệp. Tuy nhiên, không có nhiều công ty trong quá trình chúng tôi tư vấn sử dụng báo cáo này trong bộ báo cáo quản trị. Lý do đơn giản là các ông

chủ trong năm, khi đệ trình kế hoạch ngân sách phê duyệt, thứ mà chủ đầu tư muốn các nhà quản lý điều hành doanh nghiệp cam kết chỉ là "doanh thu" và "lợi nhuận".

8. Báo cáo về chi tiêu vốn

Báo cáo về chi tiêu vốn so với kế hoạch cũng như tỷ lệ tái đầu tư của công ty so với tăng trưởng.



CAPEX (capital expenditure – chi tiêu vốn) là các khoản chi của doanh nghiệp để mua sắm, nâng cấp, sửa chữa các loại tài sản cố định (nhà xưởng, máy móc, thiết bị...). Đây là loại chi phí giúp doanh nghiệp có thể duy trì và mở rộng năng lực sản xuất, kinh doanh nhằm tạo ra tăng trưởng doanh thu, lợi nhuận trong tương lai.

CAPEX thường chiếm tỷ trọng lớn trong dòng tiền đầu tư của doanh nghiệp, nó cho ta biết doanh nghiệp đang đầu tư bao nhiêu tiền để duy trì và mở rộng năng lực sản xuất của mình

9. Báo cáo về thị phần và đối thủ cạnh tranh

Rủi ro kinh doanh là rủi ro tính từ cửa doanh nghiệp đi ra. Thị phần và thay đổi thứ tự dẫn đầu trong phân khúc doanh nghiệp kinh doanh là thứ mà nhà quản trị luôn phải theo dõi để có những quyết định đúng đắn.

Những thông tin về thị trường được thống kê khoa học và chính xác có thể đến từ báo cáo của các công ty nghiên cứu thị trường. Đã có rất nhiều doanh nghiệp mua những thông tin này và phân tích đối thủ, phân tích thị phần so với đối thủ... hàng tháng.

Đây là một trong những báo cáo ngành hàng café mà công ty nghiên cứu thị trường cung cấp hàng tháng



VINACFO- COFFEE - TOPLINE

COFFEE, Vietnam (MT Urban), Volume % Share, Period Ending: MAR19
Category: Total Coffee

	Latest 3 Months YA	Previous 3 Months	Latest 3 Months	YTD YA	YTD TY	MAT YA	MAT TY
Total Coffee	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Segment							
Total 2In1	8.3	8.5	7.8	8.3	7.8	9.0	8.5
Total 3in1	90.8	90.2	91.0	90.8	91.0	90.2	90.3
3In1 With Ice	10.3	11.1	10.6	10.3	10.6	10.6	10.9
3In1 Without Ice	80.5	79.1	80.3	80.5	80.3	79.7	79.3
Flavoured Instant/Specialty	0.8	1.0	1.1	0.8	1.1	0.6	1.0
Instant Pure	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Top 5 Companies							
Nestle	28.2	25.8	25.9	28.2	25.9	27.7	26.4
Masan	28.1	31.0	27.9	28.1	27.9	32.8	29.8
Trung Nguyen	20.8	15.8	20.9	20.8	20.9	17.0	16.9
Fes Viet Nam	8.1	10.1	9.4	8.1	9.4	8.4	9.6
Tran Quang	13.0	15.7	14.2	13.0	14.2	12.8	15.7



VINACFO- COFFEE - TOPLINE

COFFEE, Vietnam (MT Urban), Volume % Share, Period Ending: MAR19
Category: Total Coffee

	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP
Total Coffee	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Segment							
Total 2In1	8.6	9.5	9.1	9.0	9.1	8.9	8.5
Total 3in1	90.6	89.5	89.8	89.8	89.6	89.8	90.2
3In1 With Ice	10.2	10.6	10.6	11.2	11.3	11.3	11.0
3In1 Without Ice	80.3	78.9	79.2	78.6	78.3	78.5	79.3
Flavoured Instant/Specialty	0.7	0.9	0.8	0.9	1.0	1.1	1.1
Instant Pure	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2

BÀI ĐỌC: CẮT GIẢM CHI PHÍ

GIỚI THIỆU

Hầu hết những người dẫn thân vào con đường kinh doanh đều đồng ý và có niềm tin với câu nói: "Bạn phải tiêu tiền để kiếm tiền". Nhưng niềm tin này đúng như thế nào trong môi trường kinh doanh hiện tại?

Để duy trì hoạt động kinh doanh, mỗi doanh nghiệp đều phải duy trì các chi phí cố định – vấn đề sẽ thực sự trở nên nghiêm trọng khi doanh nghiệp mất kiểm soát và làm các chi phí này tăng theo thời gian. Các ông chủ/ người kinh doanh thành công là những người hiểu sâu sắc rằng việc bán được hàng trong thời gian sớm nhất chỉ là một phần của công việc kinh doanh.

Khía cạnh quan trọng không kém khác của việc điều hành thành công một doanh nghiệp là có thể kiểm soát hoàn toàn chi phí hoạt động của bạn, ở mọi giai đoạn trong chu kỳ sản xuất.

Nếu không làm tốt điều này thì không những dẫn đến hiệu quả thấp trong quản lý chi phí và sản xuất, mà thậm chí có thể dẫn đến việc doanh nghiệp phải chấm dứt hoạt động không đúng lúc. Nhưng nếu chỉ biết rằng việc quản lý chi phí là vô cùng quan trọng thì không giúp ích gì nhiều cho bạn. Bạn cũng không chỉ phải tìm hiểu thế nào là một chiến lược giảm chi phí hiệu quả mà còn phải tìm hiểu những cách hiệu quả nhất để áp dụng kỹ thuật này cho doanh nghiệp của bạn.

Tại đây, bạn sẽ tìm hiểu mọi thứ bạn cần biết để hoàn thành công việc liên quan đến việc hợp lý hóa hoạt động chi phí của công ty bạn trên tất cả các mặt chính và phụ

CÁC CHIẾN LƯỢC VÀ KỸ THUẬT CẮT GIẢM CHI PHÍ LÀ GÌ?



Nhiều chủ doanh nghiệp vừa và nhỏ không quan tâm nhiều đến quản lý chi phí và các chiến lược giảm chi phí ngoài những điều cơ bản. Nghĩa là, hầu hết mọi người chỉ chọn làm những việc đơn giản như làm sao để bán được hàng hóa, có lợi nhuận để trang trải cho các hoạt động của công ty, kiểm soát chống gian lận... Bên cạnh những biện pháp này, không có thêm nỗ lực nào được đưa vào.

Tuy nhiên, thực tế đã chứng minh rằng cần phải nỗ lực nhiều hơn nữa để quản lý các chi phí đi kèm với việc điều hành một doanh nghiệp – đây là điểm chung nhất của một doanh nghiệp thành công.

Thành công của “táo khuyết” – Apple thường được cho là thành quả từ Steve Jobs, người đã làm cách mạng với sản phẩm máy tính và điện thoại thông minh. Tuy nhiên, nếu là một nhà quản trị doanh nghiệp, người ta không thể không dành cho Tim Cook sự nể phục bởi chiến lược quản lý chuỗi cung ứng và xử lý hàng tồn kho. Chính điều này đã giúp Apple có thể sản xuất iPod, iPhone và iPad với số lượng cực lớn với chi phí tối ưu nhất.

Bây giờ, nếu bạn muốn đưa doanh nghiệp của mình đi đúng hướng, gia tăng lợi thế cạnh tranh và tránh những sai lầm nghiêm trọng trong hành động cắt giảm chi phí thì một trong những điều đầu tiên bạn phải tập trung vào là hiểu đầy đủ về khái niệm chi phí và thế nào là một chiến lược cắt giảm chi phí đúng đắn. Thông qua đó, bạn sẽ có thể cải thiện hiệu quả hoạt động của công ty mình và tăng cường các nguồn tài chính theo ý của bạn.

CẮT GIẢM CHI PHÍ LÀ GÌ?

Ở dạng cơ bản nhất, giảm chi phí chỉ đơn giản là hành động cắt bỏ các chi phí không thực sự cần thiết làm ảnh hưởng đến lợi nhuận của doanh nghiệp. Mặc dù cách tiếp cận để thực hiện điều này có thể khác nhau, tùy thuộc vào bản chất và cấu trúc của doanh nghiệp kinh doanh mà nó đang được áp dụng, có một điều không thay đổi là bất kỳ biện pháp giảm chi phí nào mà bạn sử dụng đều phải liên tục, năng động và trên hết là phải phù hợp với mục tiêu và chiến lược của doanh nghiệp bạn.

Các doanh nghiệp, về bản chất, là những không gian rất linh hoạt. Do đó, bất kỳ phương pháp nào bạn thực hiện để quản lý chi phí đều phải phản ánh đúng thực tế đó. Điều này rất quan trọng bởi vì, trong thế giới ngày nay, các nhà đầu tư thông minh chỉ cân nhắc đúng mức đối với các dự án kinh doanh cho thấy họ có năng lực và tiềm năng để duy trì mức tăng trưởng và lợi nhuận ổn định.

Đáng buồn thay, việc triển khai các chiến lược và kỹ thuật giảm chi phí trên quy mô có thể tạo ra sự khác biệt đáng kể trong doanh nghiệp của bạn không hề dễ dàng và đơn giản.

Một lý do chính cho điều này là việc quản lý chi phí phù hợp liên quan đến nhiều thứ hơn là chỉ tuân theo quy trình loại bỏ truyền thống. Có sáu phương pháp tiết kiệm chi phí cơ bản mà bạn cần ghi nhớ nếu bài tập này mang lại bất kỳ kết quả đáng giá nào cho bạn. Đó là:

- Phương pháp kết hợp: Trong lĩnh vực này, bạn phải giải quyết việc quản lý và thực hiện hàng hóa và dịch vụ một cách tập thể thay vì độc lập để tiết kiệm chi phí;
- Phương pháp tiếp cận thích ứng: Phương pháp này về cơ bản liên quan đến việc sử dụng các giải pháp tinh gọn hơn và chặt chẽ hơn để cấu trúc hoạt động kinh doanh của bạn theo nhu cầu của người tiêu dùng và thị trường;
- Phương pháp loại bỏ: Tại đây, bạn sẽ có một cái nhìn phân tích sâu và lâu dài về cấu trúc tổ chức của mình. Từ đây, trước tiên, bạn phải xác định và sau đó loại bỏ các lợi ích, sản phẩm, dịch vụ, quy trình công việc và quy trình đã được chứng minh là không hiệu quả hoặc dư thừa;
- Phương pháp thay thế: Điều này đơn giản liên quan đến việc lựa chọn các dịch vụ và sản phẩm rẻ hơn mà không ảnh hưởng đến chất lượng của hàng hóa và dịch vụ mà bạn cung cấp;
- Phương pháp tiếp cận tái sử dụng: Điều này đề cập đến việc tìm ra những cách thức mới và sáng tạo để áp dụng các quy trình, công cụ và công nghệ hiện có nhằm giải quyết hiệu quả hơn các điểm khó khăn hiện tại của bạn;
- Phương pháp tiếp cận tối ưu hóa: Tại đây, bạn triển khai các kỹ thuật giảm chi phí bằng cách tái cấu và hợp lý hóa quy trình và quy trình công việc của mình theo cách loại bỏ hoặc giảm bớt các điểm dư thừa và tắc nghẽn hiện có

Sử dụng một số hoặc tất cả các chiến thuật này được đảm bảo mang lại cho bạn kết quả cụ thể mà bạn muốn.

Chiến lược giảm chi phí

Việc tìm kiếm và sử dụng chiến lược giảm chi phí phù hợp với doanh nghiệp của bạn giúp bạn gia tăng lợi thế cạnh tranh, ngay cả khi bạn là một doanh nghiệp mới bước vào lĩnh vực kinh doanh này hay đã có kinh nghiệm – truyền thống lâu đời.

Vì mọi chiến lược giảm chi phí đều dựa trên nền tảng nâng cao và hợp lý hóa hiệu quả hoạt động, doanh nghiệp trở nên có vị trí hoàn hảo để tận dụng tốt nhất các nguồn lực như đầu tư và nhân viên của mình.

Những chiến lược này cũng góp phần cải thiện khả năng giám sát, điều có thể rất quan trọng để biến các doanh nghiệp không thành công trước đây thành những doanh nghiệp có năng suất cao. Có thể cho rằng, lợi ích lớn nhất của việc áp dụng các chiến lược

giảm chi phí vào mô hình kinh doanh của bạn là chúng giúp bạn làm được nhiều việc hơn với chi phí ít hơn.

Chúng giải phóng các cơ hội sao cho, với sự phân bổ nguồn lực chiến lược, bạn sẽ gặp khó khăn tối thiểu trong việc bao quát các khu đất rộng lớn mà không bị đứt bước.

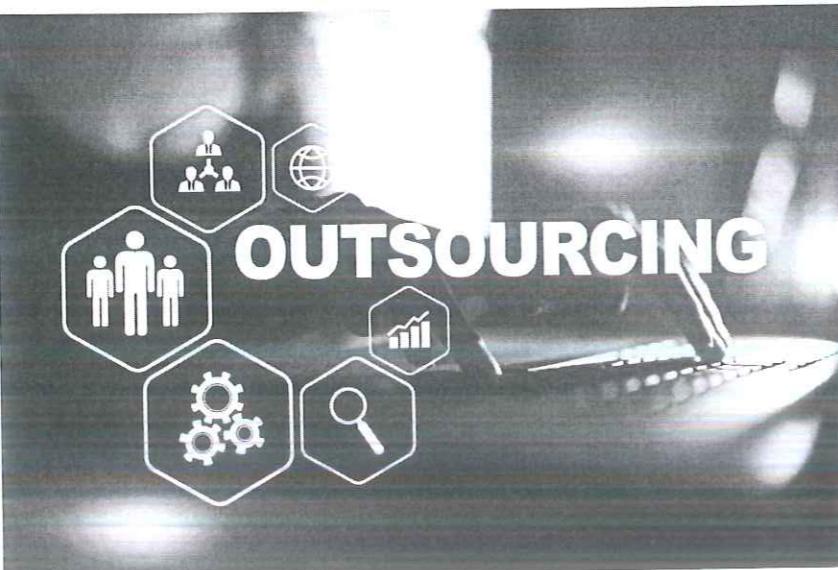
Vì các công cụ này buộc các tổ chức phải xem xét kỹ lưỡng tài sản của họ và xác định các cách họ có thể làm được nhiều hơn với các tài nguyên quý giá của mình, nên công cụ này giúp tăng lợi tức đầu tư (ROI) theo cách mà ít tài nguyên khác có thể làm được.

Từ việc khuyến khích phân bổ nguồn lực hợp lý đến khuyến khích sử dụng tốt hơn nguyên liệu thô và tài nguyên kỹ thuật số cũng như tối ưu hóa chuỗi cung ứng, việc giảm chi phí giúp loại bỏ các chi phí không mong muốn và không chính đáng một cách hiệu quả

Mặc dù hầu hết các tổ chức có xu hướng đợi cho đến khi họ gặp khó khăn về tài chính dưới hình thức này hay hình thức khác trước khi đưa ra các chiến lược giảm chi phí, nhưng bạn sẽ thấy rằng kết quả bạn nhận được khi thực hiện các biện pháp này ngay từ đầu sẽ thỏa đáng và bổ ích hơn nhiều.

Cho đến nay, người ta đã nói nhiều về những lợi ích khác nhau của việc biến các chiến lược giảm chi phí thành một phần không thể thiếu trong hoạt động kinh doanh của bạn. Nhưng điều này lại đặt ra một câu hỏi hết sức quan trọng là làm thế nào để thực hiện điều này trong thế kỷ 21. Nay giờ, chúng ta sẽ xem xét một số biện pháp giảm chi phí tốt nhất, đã được thử nghiệm và đáng tin cậy mà bạn có thể thực hiện ngay hôm nay.

1. Thuê ngoài các đơn vị gia công với chi phí thấp (có thể trong hoặc ngoài nước)



SƠN TRẦN, MBA - CPT | CÔNG TY CỔ PHẦN ĐÀO TẠO GIÁM ĐỐC TÀI CHÍNH CLEVERCFO

Thuê ngoài các đơn vị gia công (TNGC) với chi phí thấp thường được gọi là một chiến lược mua sắm cơ bản. Nó chỉ đơn giản liên quan đến việc di chuyển phần lớn các hoạt động sản xuất của bạn từ các quốc gia hoặc khu vực pháp lý có chi phí nguyên vật liệu và lao động cao hơn sang các khu vực có cùng chất lượng hàng hóa và dịch vụ với mức giá rẻ hơn đáng kể.

Kỹ thuật giảm chi phí cụ thể này đã thành công thu hút được nhiều sự chú ý trong những năm qua nhờ thực tế là nó giúp các công ty loại bỏ rủi ro đối với chuỗi cung ứng của họ, đồng thời cung cấp cho họ các nguồn lực cần thiết để đa dạng hóa cơ sở cung ứng của họ. Cụ thể hơn, theo phương pháp tiếp cận này cũng có thể giúp doanh nghiệp của bạn tiết kiệm tiền theo một số cách cụ thể.

Để bắt đầu, vì TNGC thường chỉ được thực hiện với các khu vực và cá nhân có nhiều kinh nghiệm trong khía cạnh cụ thể đó trong hoạt động kinh doanh của bạn, nên TNGC mang lại cho tổ chức những công cụ tốt nhất để nâng cao hiệu quả. Kết quả là, bạn không chỉ thực hiện được công việc cần thiết với giá rẻ hơn mà còn có thể nâng cao chất lượng của những sản phẩm này.

Tương tự như vậy, vì công ty của bạn sẽ không chịu trách nhiệm trực tiếp về quy trình sản xuất, nên bạn cũng có thể tiết kiệm cho mình những rắc rối và chi phí liên quan đến việc tuyển dụng và đào tạo mọi người để đáp ứng tiêu chuẩn sản xuất mà bạn muốn đạt được.

Ngoài việc chỉ tiết kiệm chi phí và công sức ở đây, bạn cũng sẽ tiết kiệm được một lượng thời gian đáng kể. Và cuối cùng, như chúng tôi đã xác định, vì bạn đang chuyển cơ sở hoạt động của mình đến một không gian nơi sẽ dễ dàng hơn và tiết kiệm chi phí hơn để đảm bảo các dịch vụ và tài liệu bạn cần, về cơ bản, bạn sẽ tiết kiệm được tiền trong mỗi bước của con đường với cách tiếp cận này.

2. Thư mời thầu – yêu cầu báo giá

Yêu cầu báo giá cũng có thể được gọi là thư mời thầu (TMT). Bất kể thuật ngữ được sử dụng là gì, đây là một quy trình mà các công ty có thể áp dụng để thu hút tốt hơn các nhà thầu và nhà cung cấp cụ thể. Một thư mời thầu cũng có thể được gửi cùng với yêu cầu đề xuất hoặc yêu cầu báo giá để bạn có được bức tranh rõ ràng và chi tiết hơn về những gì mỗi nhóm nhà cung cấp dịch vụ sẽ mang đến cho bạn.

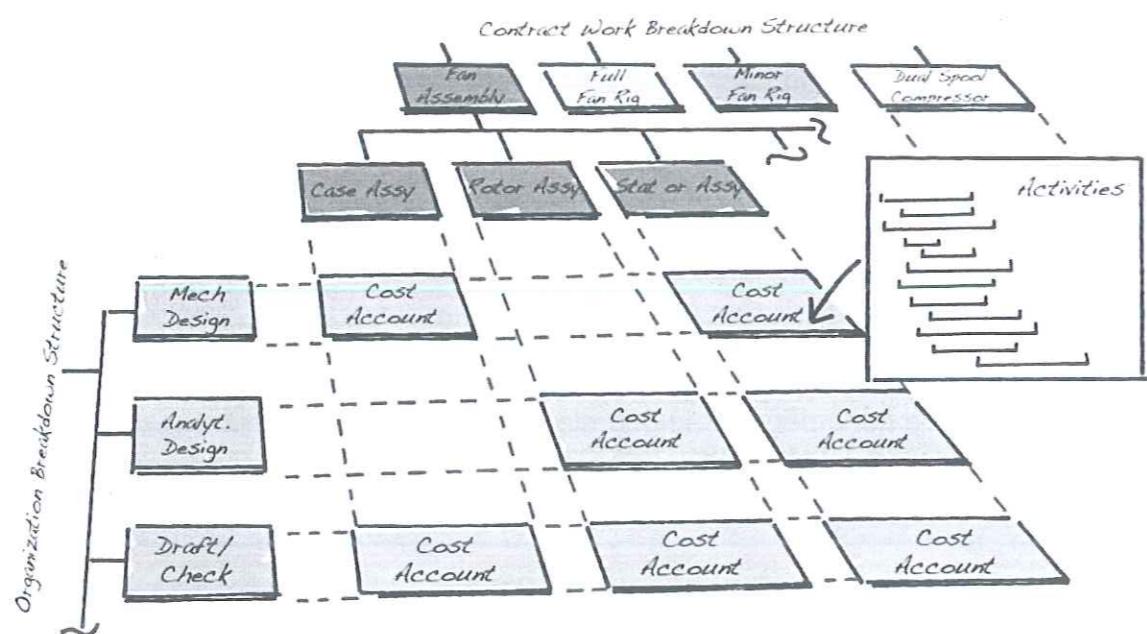
Các nhà thầu và nhà cung cấp được chọn được khuyến khích trình bày giá thầu và báo giá để họ có thể được chọn để thực hiện dự án trong tầm tay. Vì quy trình này làm cho mọi thứ trở nên cạnh tranh hơn rất nhiều, nên việc sử dụng yêu cầu báo giá sẽ mang lại cho doanh nghiệp của bạn một lợi thế áp đảo; nó cho phép bạn kiểm soát nhiều hơn những gì bạn phải chi tiêu để hoàn thành một dự án hoặc nhiệm vụ nhất định. Điều

SƠN TRẦN, MBA - CPT | CÔNG TY CỔ PHẦN ĐÀO TẠO GIÁM ĐỐC TÀI CHÍNH CLEVERCFO

này là do bạn sẽ có nhiều lựa chọn với báo giá từ các nhà thầu mà bạn đã liên hệ. Như vậy, bạn sẽ dễ dàng hơn nhiều trong việc chọn nhà cung cấp có thể hoàn thành công việc với chi phí tối ưu nhất.

Giờ đây, với các trích dẫn từ nhiều góc độ khác nhau có sẵn để một tổ chức nghiên cứu, lý do là việc đưa ra quyết định tiết kiệm nhất nhưng hiệu quả nhất sẽ được đưa ra. Tuy nhiên, yêu cầu báo giá giúp bạn giảm chi phí theo một cách sâu sắc khác. Vì một tổ chức chỉ có thể gửi TMT khi họ nắm bắt đầy đủ tất cả các nhu cầu và nhiệm vụ mà họ cần hoàn thành, nên phương pháp này buộc bạn phải đánh giá nghiêm túc những gì bạn cần. Làm như vậy sẽ khiến bạn ít có khả năng chi tiền cho những việc không hiệu quả và/hoặc dư thừa. Như vậy, TMT giúp bạn xác định những gì cần phải làm và tìm ra các kênh hiệu quả nhất về chi phí để bạn có thể hoàn thành (các) nhiệm vụ.

3. Phân tích chi tiết chi phí



Khái niệm sử dụng phân tích chi tiết chi phí để thực hiện giảm chi phí trong hoạt động kinh doanh của bạn là khá dễ hiểu. Đúng như cụm từ gợi ý, nó liên quan đến việc phân tích chi tiết và ngắn gọn tất cả những gì diễn ra trong quá trình sản xuất, tiếp thị và bán một sản phẩm hoặc dịch vụ nhất định. Trước khi đi vào chi tiết hơn, cần chỉ ra rằng việc phân tích chi phí phân tích kỹ lưỡng là một quá trình tương đối phức tạp và nhiều nhiệm vụ.

Tuy nhiên, bạn có thể chắc chắn rằng mọi nỗ lực đầu tư vào quy trình này sẽ mang lại kết quả có lợi cho cơ sở của bạn. Giờ đây, việc thực hiện phân tích chi tiết chi phí theo

cách hiệu quả có nghĩa là không coi bất kỳ khía cạnh tài chính nào trong hoạt động kinh doanh của bạn là điều hiển nhiên.

Điều này có nghĩa là nỗ lực để ấn định một giá trị đồng đô la chính xác cho mọi thứ liên quan đến tổ chức của bạn. Ví dụ: nếu bạn tạo một tiện ích với giá 500 đô la, thì 30% trong số đó hoặc 150 đô la có thể là chi phí phát sinh từ việc mua các bộ phận trong khi 70% còn lại hoặc 350 đô la có thể là chi phí lao động. Bạn có thể đưa ra những suy luận nhất định từ đây có thể giúp thúc đẩy doanh nghiệp của bạn phát triển. Tiếp tục với ví dụ được trích dẫn trước đó, nếu mức phí bạn tính cho tiện ích cao hơn đáng kể so với giá trị thực tế, bạn phải xem xét khả năng tính phí quá mức cho sản phẩm hoặc dịch vụ của mình.

Mặt khác, nếu bạn thấy rằng giá bán của mình thấp hơn mức phân tích, thì có khả năng thực sự là bạn đang kinh doanh thua lỗ. Cuối cùng, phân tích phân tích chi phí có thể chứng minh là vô giá đối với sự tăng trưởng và lợi nhuận của doanh nghiệp bạn vì nó giúp bạn xác định các lĩnh vực có tiềm năng và cơ hội tiết kiệm chi phí thực sự. Ngoài ra, vì nó khuyến khích sự minh bạch hơn đối với các hoạt động bên trong và bên ngoài doanh nghiệp của bạn, nên nó có thể giúp bạn thấy rõ hơn những lĩnh vực có thể được cải thiện đáng kể.

Bên cạnh đó, tài nguyên này có thể cung cấp cho bạn dữ liệu cần thiết để đàm phán giá cụ thể hơn. Do đó, việc kết hợp nó vào mô hình kinh doanh của bạn sẽ giúp bạn kiểm kê và sắp xếp hợp lý một cách thiết thực và hiệu quả.

Phân tích chi phí chức năng

Ngoài ra, thường được gọi là phân tích giá trị chức năng (FVA), phân tích chi phí chức năng (FCA) là một kỹ thuật giảm chi phí dựa trên việc tiến hành nghiên cứu sâu rộng về hoạt động và kinh tế của một tổ chức với mục tiêu duy nhất là tối ưu hóa chi phí, chức năng của người tiêu dùng và giá trị. Ban đầu được phát triển bởi Juryj Sobolev, phân tích chi phí chức năng là một cách đã được chứng minh để thúc đẩy tiềm năng và lợi nhuận của bất kỳ doanh nghiệp nào.

Mặc dù có một số cách mà khái niệm này có thể được áp dụng và thực hiện, nhưng tất cả chúng đều tập trung vào một tiền đề cơ bản; nếu một chức năng không quan trọng hoặc thiết yếu, thì sản phẩm đó, cộng với bất kỳ chi phí liên quan nào đi kèm với việc triển khai nó, sẽ bị xóa ngay lập tức khỏi hoạt động kinh doanh của bạn.

Tương tự như vậy, nếu một chức năng đã được chứng minh là quan trọng hoặc thiết yếu đối với sự tồn tại liên tục và khả năng sinh lời của một liên doanh kinh doanh, thì nên khám phá các cách thay thế, hiệu quả hơn về chi phí để thực hiện chức năng đó.

Thông thường, chi phí được tiết kiệm ở đây bằng cách áp dụng phương pháp chi phí thấp nhất để hoàn thành chức năng nói trên.

Bằng cách đó, bạn có thể cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ với chi phí thấp nhất có thể một cách nhất quán. Khi bạn áp dụng các nguyên tắc phân tích chi phí chức năng cho các chi phí trực tiếp, gián tiếp, vô hình và cạnh tranh mà doanh nghiệp của bạn phải chịu, bạn sẽ có thể có được lợi thế cạnh tranh nhờ kết quả tích cực của các quyết định mà bạn sẽ đưa ra. Tương tự như vậy, bạn sẽ nhận được một số lợi ích vô hình và thậm chí có thể cải thiện sự an toàn của nhân viên một cách hiệu quả. Cuối cùng, ứng dụng FCA phù hợp sẽ góp phần tăng sản lượng và tạo ra doanh thu bán hàng cao hơn.

Thiết kế cho sản xuất - Lắp ráp

Trong vài thập kỷ qua, nghiên cứu về tư duy thiết kế đã tạo ra một sức ảnh hưởng vô cùng mạnh mẽ, thiết lập nền phương pháp luận mới trong quá trình thiết kế và sản xuất sản phẩm. Những phương pháp luận này đã giúp các công ty có thể tiết kiệm hàng tỷ đô la trong việc phát triển sản phẩm, trong khi vẫn đảm bảo độ tin cậy sản phẩm với chi phí sản xuất thấp hơn, có cạnh tranh cao hơn.

Trong số các phương pháp luận này, một trong những phương pháp nổi bật nhất, Design for Excellence (DFX), kể từ đó đã được phân mảnh thành các lĩnh vực trọng tâm nhỏ hơn như Thiết kế cho Sản xuất (DFM), Thiết kế cho Lắp ráp (DFA), Thiết kế cho Sản xuất và Lắp ráp (DFMA), Thiết kế cho Chuỗi cung ứng (DFSC),... Trong DFX, đòi hỏi phải tối ưu hóa về chi phí, chất lượng, tính dễ sản xuất cũng như là thiết kế của sản phẩm phải có những cải thiện đáng kể.

Thiết kế cho Sản xuất và Lắp ráp là gì?

DFMA là viết tắt của Design for Manufacturing and Assembly. Đây là một phương pháp kỹ thuật mà nó đặc biệt quan tâm vào việc tối ưu hóa các khía cạnh sản xuất và lắp ráp của một sản phẩm. Cả hai khía cạnh này đều có tác động mạnh mẽ đến chất lượng và giá thành của sản phẩm cuối cùng.

Các yếu tố như nguyên liệu thô, quy trình sản xuất, khối lượng, máy móc, dụng cụ, độ chính xác, số lượng bộ phận và độ phức tạp của chúng, lao động và kỹ năng, tiềm năng tự động hóa,..., đều có ảnh hưởng rất lớn đến sự phát triển sản phẩm. Nếu có thể tối ưu hóa các yếu tố này sẽ mang lại một giá trị vô cùng to lớn, nó có thể giúp các công ty giảm chi phí ban đầu xuống hơn 50%. Đây là mục đích chính của việc thực hiện các nguyên tắc DFMA.



Trong DFMA, các thiết kế sản phẩm đòi hỏi phải sửa đổi liên tục trong khi mục tiêu quan trọng cuối cùng để tạo ra một sản phẩm là phải ít thời gian, tiền bạc và công sức hơn để sản xuất.

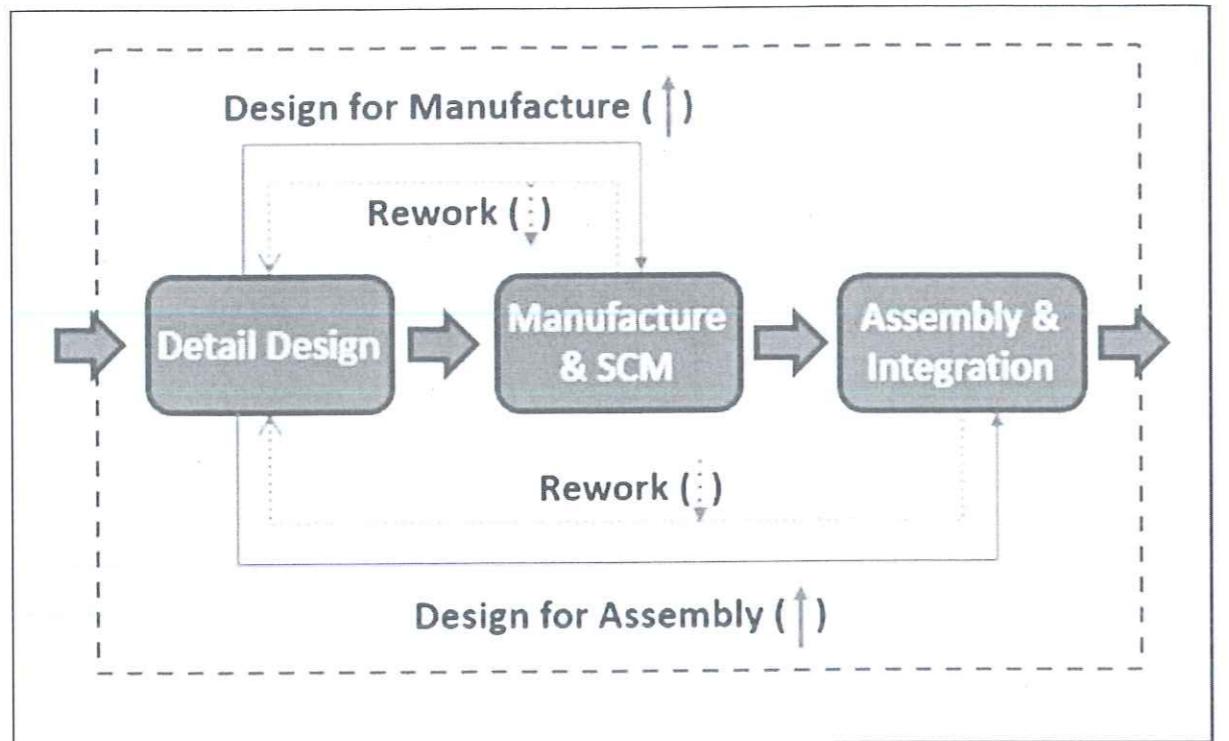
Sự cần thiết đối với phương pháp DFMA

Design for Manufacturing là quan tâm đến việc làm thế nào để tạo ra một sản phẩm có thể dễ sản xuất nhất. Bằng cách cải tiến thiết kế và quy trình sản xuất giúp cho việc sản xuất nhanh hơn, rẻ hơn và dễ dàng hơn.

Mặt khác, Design for Assembly hoạt động để đơn giản hóa, rút ngắn và chống sai lầm trong quá trình lắp ráp. Các nguyên tắc như poka-yoke, kết hợp và tiêu chuẩn hóa các bộ phận là tất cả các ví dụ về ứng dụng DFA.

Cả DFM và DFA đều có những mục tiêu tương tự. Cả hai đều nhằm mục đích giảm yêu cầu về vật liệu, chi phí và thời gian đưa ra thị trường. Nhưng có những trường hợp mà chúng có thể làm việc chống lại nhau. Khoản lãi mà DFM tạo ra được có thể khiến DFA thêm khoản lỗ, về cơ bản thì việc đó trở nên vô nghĩa, ngược lại còn mất thời gian nghiên cứu.

Hãy lấy ví dụ về việc kết hợp các bộ phận. Nếu ít bộ phận riêng lẻ, thì thường các bộ phận đó đắt tiền hoặc khó sản xuất, lúc này chúng ta chỉ thu được một ít lợi ích từ kỹ thuật DFA vì DFM bị ảnh hưởng tiêu cực. Tương tự, nhiều bộ phận, dễ sản xuất có lợi cho DFM, thì lại làm giảm hiệu quả của kỹ thuật DFA.



Để tránh những trường hợp như vậy xảy ra, cần thận trọng khi xem xét hai phương pháp luận của DFM và DFA cùng nhau. Đây là cách DFMA ra đời. Nó sử dụng DFA và DFM song song để đưa ra thiết kế sản phẩm tối ưu. DFMA có thể giúp chúng ta tận dụng ưu điểm của cả hai phương pháp mà không có bất kì nhược nào.

Lợi ích của DFMA

Thời gian tiếp thị ngắn hơn

Thời gian đưa ra thị trường được định nghĩa là khoảng thời gian giữa giai đoạn hình thành ý tưởng và giới thiệu sản phẩm ra thị trường. Điều mà các công ty luôn muốn là thời gian này càng ngắn càng tốt. DFMA giảm đáng kể thời gian đưa ra thị trường bằng cách đơn giản hóa quy trình sản xuất và các bước lắp ráp.

Giảm chi phí phát triển sản phẩm

DFMA có thể tạo hiệu quả ở giai đoạn đầu giúp giảm chi phí phát triển, bằng cách đoán trước và tìm ra cách giải quyết các vấn đề có thể xảy ra.

Một trong những chuyên gia hàng đầu về thiết kế và chế tạo, Tiến sĩ David Anderson giải thích rằng trong DFM có "Quy tắc 10" quy định rằng chi phí sửa chữa các khuyết tật ở mỗi giai đoạn lắp ráp kế tiếp sẽ cao hơn 10 lần. Do đó, nếu chi phí sửa chữa một sai sót của bộ phận là x trước khi lắp ráp, thì chi phí sẽ là 10x ở khâu lắp ráp phụ, 100x

ở khâu lắp ráp cuối cùng, 1000x ở khâu phân phối và 10.000x nếu bộ phận đó đã đến tay khách hàng.

DFMA còn cho phép nhà sản xuất bổ sung thêm các tính năng mình muốn cho sản phẩm sau này.

Giảm lãng phí

DFMA nhằm mục đích loại bỏ lãng phí từ sản phẩm và thiết kế lắp ráp. Lãng phí vật liệu, chuyển động, tồn kho và chế biến quá mức sẽ được tối ưu một cách triệt để. Ngoài ra nó còn giảm rủi ro lỗi và thời gian chờ đợi bằng cách loại bỏ các bước sản xuất và lắp ráp dư thừa và các tính năng không cần thiết.

Độ tin cậy của sản phẩm cao hơn

Trong quá trình thiết kế giúp giảm chi phí, hạn chế lỗi sai, việc đó cùng đồng thời làm các sản phẩm của DFMA tự nhiên trở nên có độ tin cậy và độ bền cao. Số lượng bộ phận ít hơn trong một sản phẩm cũng có nghĩa là DFMA đã giúp giảm tỷ lệ hư hỏng.

Kiểm soát chất lượng

DFMA cải thiện khả năng giao tiếp và làm việc giữa các nhóm khác nhau trong một mô hình sản xuất. Chẳng hạn, để tạo ra mô hình sản phẩm cần có sự phối hợp nhịp nhàng giữa các nhà thiết kế và kỹ sư sản xuất. DFMA sẽ thông báo cho cả hai nhóm về các phương pháp tối ưu nhất của từng bộ phận để đạt được mục tiêu cuối cùng. Điều này cũng đồng nghĩa một sản phẩm mới tạo ra có chất lượng cao hơn, nhưng cần nắm trong phạm vi ngân sách được phân bổ.

Phân tích yếu tố tạo ra chi phí

Trình điều khiển chi phí là một cách khác đã được chứng minh để giảm thiểu hiệu quả chi phí kinh doanh của bạn trong các hoạt động khác nhau. Trình điều khiển chi phí là thuật ngữ kế toán được đưa ra cho chi phí phát sinh từ mỗi hoạt động tài chính nhất định trong một tổ chức. Được sử dụng phổ biến hơn trong phương pháp tính chi phí dựa trên hoạt động (ABC), các trình điều khiển chi phí có thể hợp lý hóa triệt để các chi phí biến đổi như chi phí bảo trì và lao động. Vì có những chi phí khác nhau liên quan đến bất kỳ hoạt động cụ thể nào trong một doanh nghiệp, nên cũng có những loại tác nhân chi phí khác nhau. Ví dụ, giờ lao động trực tiếp có thể được coi là một biến số chính ảnh hưởng đến hầu hết các hoạt động trong giai đoạn sản xuất. Hàm ý là nếu bạn đang vận hành với chi phí lao động cao, thì điều này sẽ phản ánh mạnh mẽ hơn về hàng hóa và dịch vụ mà bạn cung cấp.

Mặt khác, cũng có những yếu tố thúc đẩy chi phí kỹ thuật. Chúng bao gồm số lượng sản phẩm bị trả lại, giờ hoạt động của máy và thiết lập máy được yêu cầu, v.v. Mỗi yếu tố này ảnh hưởng đến các mức độ khác nhau trong việc xác định chi phí sản xuất thực sự của bạn. Do đó, việc quản lý và sử dụng hợp lý các yếu tố thúc đẩy chi phí có thể giúp bạn đơn giản hóa đáng kể quá trình phân bổ nguồn lực tài chính trong quá trình sản xuất. Thông qua đó, bạn sẽ có vị trí tốt hơn để hạn chế hiệu quả các tài nguyên được sử dụng không cần thiết ở đây mà không ảnh hưởng tiêu cực đến khả năng sản xuất của bạn.

Chi phí dựa trên hoạt động (ABC)

Chi phí dựa trên hoạt động có thể được định nghĩa là quá trình tính toán chi phí sản xuất. ABC là một công cụ vô giá để giảm chi phí vì tài nguyên này hỗ trợ bạn phân bổ hiệu quả chi phí chung theo hoạt động liên quan đến sản xuất. Với sự trợ giúp của công cụ phân bổ chi phí chung tuyệt vời này, bạn có thể biết rõ hơn các khoản tiền trong doanh nghiệp của mình sẽ hướng tới điều gì. Phần tốt nhất của việc đưa chi phí dựa trên hoạt động vào sử dụng hợp lý là nó giúp bạn xem xét một sự kiện hoặc hoạt động một cách chặt chẽ dựa trên số tiền bạn phải trả cho nó và những gì bạn nhận được từ nó. Bằng cách này, bạn có thể dễ dàng phát triển một chiến lược định giá phù hợp hơn giúp bạn luôn lạc quan trong khi mang đến cho người tiêu dùng sự hài lòng mà họ đã quen thuộc.

Thiết kế theo chi phí

DESIGN-TO-COST (DTC)



Phương pháp tiếp cận "Thiết kế theo chi phí" nhằm mục đích tối ưu hóa tổng chi phí của một sản phẩm, từ thiết kế đến khi tung ra thị trường. Điều này đòi hỏi phải phân tích và tối ưu hóa chi phí liên quan đến mong đợi của khách hàng về chức năng và chất lượng. Cách tiếp cận nhanh chóng, thiết thực với lợi tức đầu tư (ROI) nhanh chóng này đang được các doanh nghiệp áp dụng.

Capgemini định nghĩa Design-to-Cost là một "phương pháp có tổ chức và sáng tạo để cạnh tranh, tìm cách đáp ứng các yêu cầu của người dùng, thông qua một phương pháp thiết kế cụ thể, bao gồm các khía cạnh chức năng, kinh tế và đa ngành". [1]

[1] Capgemini Consulting & Effidyn, Combining Cost Cutting and Customer Value in the search for Competitiveness: The 'Design to Cost' perspective, 2017)

[2] Décision Achats, (Re)design to cost : pour un accompagnement réussi ([Re]design to cost: For a successful strategy), 2014

Cách tiếp cận này nhằm mục đích thiết kế sản phẩm hoặc dịch vụ phù hợp (đáp ứng mong đợi của khách hàng về chức năng) với mức giá phù hợp (giảm chi phí ngay từ giai đoạn thiết kế). Nói cách khác, công ty đặt mục tiêu tăng lợi nhuận và giá trị cảm nhận của sản phẩm hoặc dịch vụ này mà không ảnh hưởng đến chất lượng hoặc hiệu suất của nó. Philippe Rivoiron, Giám đốc Arolys, lưu ý: "Bạn phải đặt câu hỏi về sự phức tạp, chi phí bổ sung và chất lượng quá mức ở đâu. Nói tóm lại, hãy xem xét các chi phí có thể đánh giá lại và không bị lạm trong các tiêu chí tùy chọn". [2]

Mua sắm: Tại trung tâm của Design-to-Cost

Trước cuộc khủng hoảng sức khỏe, giảm chi phí là ưu tiên hàng đầu của đại đa số các công ty, do đó trở thành mục tiêu chính của các bộ phận thu mua. Tuy nhiên, cũng có câu hỏi về việc tiết kiệm "thông minh", chẳng hạn như bằng cách hợp lý hóa danh mục nhà cung cấp, xem xét phương pháp TCO (tổng chi phí sở hữu) và tất nhiên, sử dụng phương pháp Thiết kế trên Chi phí nổi tiếng này.

Cho dù nó liên quan đến việc bắt đầu lại từ đầu (Thiết kế thành Chi phí) hay làm lại phạm vi sản phẩm của công ty (Thiết kế lại thành Chi phí), cách tiếp cận này mang lại sự lựa chọn cho các bộ phận thu mua. Thường đi kèm với một công ty tư vấn, các bộ phận thu mua sẽ dẫn dắt dự án trong công ty, liên quan đến các bộ phận khác (thiết kế, bán hàng, tiếp thị) cũng như các nhà cung cấp, để tìm giải pháp. Điều này là do nhiều lý do: Các nhóm thu mua không chỉ có kiến thức tốt về giá cả và các giải pháp kỹ thuật trên thị trường, mà họ còn quen làm việc giữa các phòng ban. Do đó, chúng đóng vai trò chính trong việc xác định các thông số kỹ thuật và nghĩa vụ đối với các nguồn lực và kết quả.

Lợi ích của Design-to-Cost

Các kết quả rõ ràng. Theo một nghiên cứu của Capgemini, phương pháp Thiết kế trên Chi phí có thể tiết kiệm từ 15% đến 40% [1]. Hơn nữa, lợi tức đầu tư (ROI) nhanh chóng, vì chỉ mất vài tháng để thấy hiệu quả.

Cũng trong báo cáo này, Phó Chủ tịch Điều hành Nghiên cứu và Phát triển trong lĩnh vực ô tô cho biết: "Kết quả của việc triển khai Thiết kế Chi phí trong công ty lên tới hàng trăm triệu euro. Các phương pháp mà chúng tôi đã phát triển và kết quả đạt được là chiến lược đối với chúng tôi đến nỗi chúng tôi không bao giờ truyền đạt nội dung". [1] Vì nó cân bằng giữa giảm chi phí, đổi mới và sự hài lòng của khách hàng nên cách tiếp cận này là một đòn bẩy đáng gờm cho khả năng cạnh tranh và phát triển của các công ty.

Cách tiếp cận này, dù hiệu quả đến đâu, cũng đòi hỏi sự chuyển đổi sâu sắc văn hóa làm việc trong các công ty. Vì nó nằm trong tầm nhìn của công ty nên nó có nghĩa là thay đổi cách làm của các bên liên quan khác nhau và giao tiếp với các bộ phận khác. Thực hiện hành động ngược dòng của các dự án và đóng góp vào việc tạo ra giá trị mang đến cơ hội tuyệt vời cho các bộ phận thu mua được công nhận.

Thiết kế theo chi phí là đối cực của thiết kế theo giá trị và là một biến không bao giờ được bỏ qua hoặc đánh giá thấp trong quá trình sản xuất. DTC để cập đến quá trình bạn phân tích và giảm bớt giai đoạn thiết kế cũng như các yêu cầu của bất kỳ dự án nào mà bạn dự định bắt tay vào.

Chiến lược giảm chi phí này tập trung mạnh vào các khía cạnh như thời gian lắp ráp, xử lý và lao động. Làm như vậy giúp bạn dễ dàng xác định, bù đắp và kiểm soát nhiều yếu tố chi phí sớm hơn trong giai đoạn sản xuất. Dưới đây là một số ví dụ điển hình về các lĩnh vực có thể triển khai DTC tối ưu để đạt hiệu quả tốt nhất.

Chi phí vốn: Giả sử bạn là một doanh nghiệp sản xuất năng lượng mặt trời có số vốn hạn chế để hoạt động. DTC giúp bạn xác định những cách hiệu quả nhất để bạn có thể cắt giảm nhiều yêu cầu đến mức tối thiểu nhưng vẫn giữ cho nhà máy của bạn hoạt động với công suất và hiệu quả tối ưu kể từ ngày khai trương.

Chi phí lối sống: Giả sử bạn đang chuẩn bị xây dựng một trung tâm dữ liệu mới. Ba thông số chính bạn cần xem để có thể tránh thua lỗ ngay từ đầu bao gồm chi phí cơ sở hạ tầng, làm mát và điện năng. Cam kết thực hành DTC tối ưu có thể giúp bạn tìm được vị trí dễ dàng lắp đặt bảng điều khiển năng lượng mặt trời và cho phép sử dụng không gian tối ưu và làm mát hiệu quả.

Phát minh lạc hậu: Giả sử rằng bạn là nhà sản xuất điện thoại di động sản xuất các thiết bị cao cấp nhưng đang tìm cách thâm nhập vào nhóm thu nhập thấp hơn. Với DTC, bạn sẽ có thể tìm thấy một cách hoàn hảo để loại bỏ các tính năng và chức năng khỏi điện thoại 900 đô la của mình và dễ dàng chuyển đổi nó thành một thiết bị 150 đô la. Ngoài việc giúp bạn quản lý chi phí chung và chi phí hàng tồn kho, DTC tối ưu có thể là vô giá để giúp bạn kiểm soát chi phí định kỳ cũng như chi phí bảo hành và trả hàng.

Thiết lập các mục tiêu thực tế

Hầu như không thể tin được có bao nhiêu công ty khởi nghiệp và doanh nhân chỉ nhảy vào một ngành mà không dành thời gian để thiết lập các mục tiêu thực sự thực tế và có thể đạt được trước đó. Mặc dù điều thực sự quan trọng là bạn phải có một tầm nhìn lớn cho doanh nghiệp của mình ngay từ đầu, nhưng có thể rất khó khăn để sắp xếp ước mơ đó với các chiến lược quản lý chi phí phù hợp nếu tầm nhìn đó không chứa đựng các yếu tố thực tế.

Vì lý do này, ngay cả trước khi giải quyết bất kỳ chiến lược giảm chi phí nào, hãy dành thời gian với nhóm của bạn để đưa ra hình thức và hình thức xác định cho các mục tiêu của bạn. Đặt các mốc quan trọng cụ thể và chi tiết, sau đó sử dụng (các) chiến thuật quản lý chi phí ưa thích của bạn để tinh chỉnh thêm điều đó.

Đánh giá chi phí kinh doanh

Điều tiếp theo bạn cần làm là xem xét kỹ lưỡng tổ chức của mình để xác định chính xác doanh nghiệp của bạn chi các nguồn tài chính vào việc gì. Ngoài việc xem qua các số liệu thống kê về chi phí và phân loại dòng tài chính của bạn, bạn cần xác định cụ thể khung thuế của mình tại đây để xem bạn đang làm như thế nào.

Phân tích từng chi phí mà doanh nghiệp của bạn phải chịu theo từng dòng; không gộp hoặc gộp bất kỳ khía cạnh nào trong tài chính của bạn lại với nhau. Một trong những điều đầu tiên khi đánh giá chi phí kinh doanh của bạn được cho là sẽ giúp bạn thấy được những lĩnh vực mà bạn đang lãng phí. Điều này là không thể thực hiện được nếu bạn không duy trì một mặt trận khách quan và xem xét các sự kiện một cách cá nhân và phê phán.

Thu hút sự ủng hộ của nhân viên

Bạn không được đánh giá thấp tầm quan trọng của sự khác biệt mà một lực lượng lao động tận tụy có thể tạo ra ở điểm mấu chốt của bạn. Tất cả bắt đầu bằng việc cho nhân viên của bạn biết vai trò quan trọng mà họ có thể đảm nhận trong việc đảm bảo sử dụng hiệu quả các nguồn lực trong doanh nghiệp của bạn. Thực hiện điều này đúng cách có thể mang lại những tác động tích cực đáng kinh ngạc đối với tổ chức của bạn, nhất là trong số đó là loại bỏ tình trạng vắng mặt, giảm sự co ngót và loại bỏ các vấn đề an toàn khác nhau. Tất cả những điều này không chỉ đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy giảm chi phí hiệu quả, mà còn giúp bạn và nhân viên của bạn đồng quan điểm, nhờ đó nâng cao hiệu quả và sản xuất.

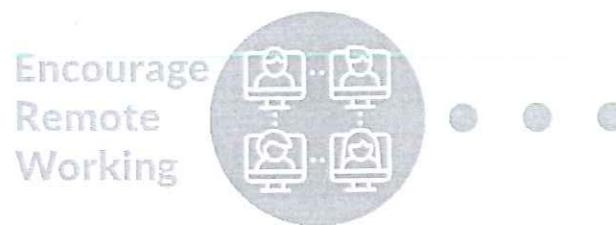
Hỏi nhân viên

Như bây giờ bạn có thể đã bắt đầu nhận ra, nhân viên đóng vai trò quan trọng tiềm tàng trong việc đảm bảo rằng bạn đạt được mục tiêu của mình khi có liên quan đến việc quản lý chi phí và sử dụng hiệu quả các nguồn lực sẵn có. Ngay cả khi bạn giỏi nhất, không chắc bạn sẽ biết tất cả những gì cần biết về thông tin chi tiết của tất cả các phòng ban trong tổ chức của bạn.

Tuy nhiên, nhân viên làm việc trong các lĩnh vực này chắc chắn sẽ rất quen thuộc với dữ liệu đó. Đơn giản chỉ cần yêu cầu họ chỉ ra những khu vực có thể lãng phí trong bộ phận có thể tiết lộ nhiều điều mà bạn có thể đã bỏ qua. Làm theo các đề xuất của họ, bạn sẽ có cái nhìn tổng quan toàn diện hơn về những gì đang xảy ra trong mỗi bộ phận. Đến lượt nó, điều này sẽ cho phép bạn xác định chiến lược giảm chi phí hiệu quả nhất để áp dụng và thực hiện trong từng lĩnh vực.

Thuê nhân viên làm việc từ xa và Freelancers

HIRE REMOTE WORKERS AND FREELANCERS



Do những hạn chế của đại dịch, tiềm năng làm việc từ xa đã được khai thác ở quy mô mà trước đây chỉ có thể tưởng tượng được. Từ điều này, chúng tôi thấy rằng nơi làm việc thông thường không phải là thứ không thể thiếu như tất cả chúng ta từng nghĩ. Bạn có thể sử dụng điều này để lợi thế của bạn với việc giảm chi phí. Với việc làm việc từ xa và dịch giả tự do đang trở nên phổ biến hơn bao giờ hết, bạn có thể truy cập và sử dụng các tài nguyên này để tiết kiệm hàng nghìn đô la chỉ riêng cho không gian văn phòng! Tuy nhiên, phần thưởng của việc tận dụng các kênh này còn sâu sắc hơn thế nhiều, vì một số nghiên cứu đã nhiều lần xác nhận rằng những người làm việc từ xa hạnh phúc hơn nhiều trong công việc của họ. Như bạn có thể tưởng tượng, niềm hạnh phúc với những gì họ làm chuyển thành tỷ lệ hiệu quả cao hơn khi quản lý các nhiệm vụ. Khi bạn thêm một thực tế là những người làm việc từ xa và những người làm việc tự do không phải chịu thêm gánh nặng của những ngày nghỉ ốm và yêu cầu mức năng suất cao hơn, bạn sẽ dễ dàng nhận thấy rằng có cơ hội thực sự để doanh nghiệp của mình phát triển với nguồn tài nguyên này.

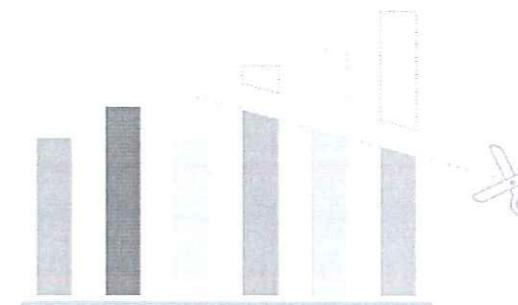
Thuê ngoài

Tận dụng tài nguyên này sẽ bị mang tiếng xấu. Tuy nhiên, khi được thực hiện như mong muốn, các báo cáo về kết quả tồi tệ thông qua thuê ngoài trở thành ngoại lệ, không phải là tiêu chuẩn. Lý do chính cho điều này là về cốt lõi, gia công phần mềm không khác nhiều so với việc thuê các dịch vụ của một người làm việc tự do hoặc nhân viên làm việc từ xa.

Do đó, bạn chỉ có thể mong đợi rằng bạn có thể đạt được cùng mức chất lượng và sự hài lòng với hàng hóa và dịch vụ khi bạn chọn thuê ngoài thay vì tự sản xuất. Một điểm khác biệt đáng chú ý ở đây là khi bạn thuê ngoài, bạn có thể nhận được tất cả với giá thậm chí còn rẻ hơn!

Phần tốt nhất của sự sắp xếp này là ngày nay, bạn thậm chí không cần phải đích thân đi khảo sát. Bạn chỉ cần thực hiện nghiên cứu của mình và xác định các nhà thầu làm việc bên ngoài các thành phố có chi phí sinh hoạt thấp hơn. Những cá nhân này thường sẽ cung cấp cho bạn mức giá thân thiện với ngân sách hơn cho các dịch vụ của họ và bạn chỉ cần làm việc với điều đó!

CUT EMPLOYEE COSTS



Cắt giảm chi phí nhân viên

Và bây giờ, chúng ta đến với cách quản lý chi phí hiệu quả “cũ nhưng hay” — giảm chi phí nhân viên.

Mặc dù bạn luôn có thể yên tâm rằng điều này sẽ làm giảm chi phí bạn phải trả, nhưng việc giảm lương là con dao hai lưỡi, vì vậy cần phải sử dụng nó một cách tiết kiệm, nếu có. Vâng, cắt giảm chi phí nhân viên sẽ làm giảm đáng kể những gì bạn đang chi tiêu. Tuy nhiên, trong cùng một hành động, bạn cũng có thể làm tổn hại tinh thần của nhân viên, đó là lý do tại sao bạn chỉ cần bước đi cẩn thận ở đây. Đây có phải là một sự đánh

đổi đáng giá hay không không phải là thứ mà bạn muốn đánh cược vào công việc kinh doanh quý giá của mình. Thực tế, từ một góc độ khác, hầu hết nhân viên thà bị cắt giảm lương còn hơn là bị sa thải hoàn toàn. Tuy nhiên, chỉ sử dụng điều này như là phương sách cuối cùng, vì một số biện pháp quản lý chi phí hiệu quả như nhau mà bạn có thể thực hiện ít có khả năng xảy ra hơn boomerang.

Mua hàng theo gói/kết hợp

Một mỏ vàng lớn mà nhiều tổ chức lâu đời vẫn chưa kiếm được tiền vào lúc này là kết hợp các sản phẩm và dịch vụ của họ. Nói một cách đơn giản, gộp hoặc kết hợp các giao dịch mua của bạn có nghĩa là tổ chức chi tiêu của tất cả các bộ phận trong doanh nghiệp của bạn để hợp lý hóa chi phí. Vì vậy, thay vì để bộ phận A mua tài nguyên mà bộ phận B, C và D sẽ sớm cần một mình, bạn có thể tổng hợp tất cả các yêu cầu đó và chỉ mua một lần. Điều này không chỉ giúp bạn tiết kiệm thời gian mà còn tự động cho phép bạn được giảm giá hàng loạt. Nguyên tắc này cũng được áp dụng ngay cả với bảo hiểm, vì nhiều nhà cung cấp sẽ áp dụng; sẵn sàng giảm giá cho bạn khi lưu lượng truy cập doanh nghiệp của bạn với họ càng cao. Ngoài việc đơn giản hóa hoạt động hậu cần và vận chuyển, việc mua hàng theo gói cũng có thể tăng quy mô giao dịch trung bình của bạn, nâng cao doanh số bán hàng và đảm bảo rằng bạn luôn đảm bảo mức giá cạnh tranh nhất trên thị trường. Là một kỹ thuật giảm chi phí, phương pháp này có rất ít nhược điểm.

Go Green

Vâng, những lợi ích của việc ý thức về sức khỏe của môi trường cũng lan sang lĩnh vực tài chính. Người ta đã chứng minh rằng các thiết bị gia dụng, đèn chiếu sáng và các thiết bị cố định khác chạy bằng công nghệ lõi thời gian như không tiết kiệm năng lượng như đáng lẽ phải có. Nâng cấp lên các đối tác mới hơn của họ đảm bảo bạn nhận được các lợi ích của thiết bị này mà không phải trả nhiều hóa đơn tiền điện. Ngoài phần thưởng ngay lập tức này, việc áp dụng các chính sách xanh trong hoạt động kinh doanh của bạn có thể là một công cụ hỗ trợ tiếp thị tuyệt vời khi ngày càng có nhiều người hướng tới các thương hiệu góp phần bảo vệ môi trường. Điều này có nghĩa là bạn cũng có thể dễ dàng tạo ra nhiều doanh số hơn với nỗ lực tối thiểu! Một lợi ích khác của việc chuyển sang màu xanh lá cây giúp bạn có nhiều tiền hơn trong túi là nó cũng cho phép bạn nhận được nhiều ưu đãi về thuế.

Đánh giá lại các dịch vụ và sản phẩm của bạn

Thật vậy, bạn luôn có thể chọn thực hiện phương pháp tiếp cận “nếu nó không hỏng, đừng sửa nó” để điều hành doanh nghiệp của mình. Tuy nhiên, bạn nên biết rằng bạn đang kìm hãm sự phát triển của tổ chức theo cách đó một cách hiệu quả. Một cách hành động thay thế mang lại kết quả xứng đáng hơn nhiều là đánh giá lại và đánh giá

lại các sản phẩm và dịch vụ của bạn một cách liên tục và nhất quán để tìm ra những cách mà bạn có thể làm mọi thứ khác đi và tốt hơn. Xem xét các sản phẩm và dịch vụ của bạn đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng tốt như thế nào. Khám phá các phương tiện hợp lý hơn để sản xuất các yếu tố giống như bạn hiện đang làm. Hãy quan sát kỹ các đối thủ cạnh tranh của bạn để xem những điều họ đang làm có hiệu quả với họ mà bạn cũng có thể áp dụng.

Đừng ở yên. Điều này không chỉ giúp bạn luôn kiểm soát chặt chẽ chi tiêu của công ty mà còn đảm bảo rằng bạn đang đi đúng hướng để tận dụng mọi cơ hội mới xuất hiện.

Đánh giá chi phí sản phẩm/dịch vụ mới

Mọi chủ doanh nghiệp đáng giá đều biết mức độ đa dạng khác biệt và chức năng gia tăng đáng kể trong các sản phẩm và dịch vụ của họ có thể mang lại lợi nhuận như thế nào.

Trước khi giới thiệu bất kỳ tính năng hoặc chức năng mới nào cho một sản phẩm hiện có, xây dựng một sản phẩm hoàn toàn mới hoặc phát triển dòng dịch vụ của bạn, hãy cân nhắc cẩn thận tác động về chi phí của những hành động đó. Nhiều tổ chức đã hiểu sai ở đây vì họ không đánh giá đúng chi phí thực hiện các dự án trước khi bắt tay vào. Điều này ngụ ý rằng các nguồn lực quan trọng bị ràng buộc và tiến độ kéo theo dự án. Để tránh rủi ro đáng kể nhưng không cần thiết mà điều này có thể gây ra cho doanh nghiệp của bạn, hãy luôn ưu tiên đánh giá ROI trước khi tạo và tung ra sản phẩm mới.

Kết hợp các sự kiện của nhân viên

Quản lý nguồn nhân lực phù hợp cũng có thể đóng một vai trò quan trọng trong việc giúp bạn giảm chi phí. Hầu hết các doanh nghiệp đều tuân theo mô hình thực hiện các hoạt động xây dựng nhóm trước và chỉ sau khi giai đoạn đó hoàn tất, mới giới thiệu các sự kiện đào tạo.

Tuy nhiên, bạn có thể nhận được kết quả tương tự và tiết kiệm một khoản tiền đáng kể khi lên lịch chạy cả hai sự kiện cùng một lúc. Ngoài thực tế là điều này sẽ giúp lực lượng lao động của bạn đạt được tiêu chuẩn mong đợi, nó cũng sẽ giúp bạn tiết kiệm rất nhiều chi phí trong quá trình này. Đồng quan điểm, hãy cố gắng ý thức hơn về thời gian trong ngày bạn chọn để tổ chức những sự kiện này. Bạn có thể thấy rằng, tùy thuộc vào mức độ bạn có thể thay đổi thời gian, bạn cũng có thể tiết kiệm được rất nhiều tiền cho doanh nghiệp của mình.