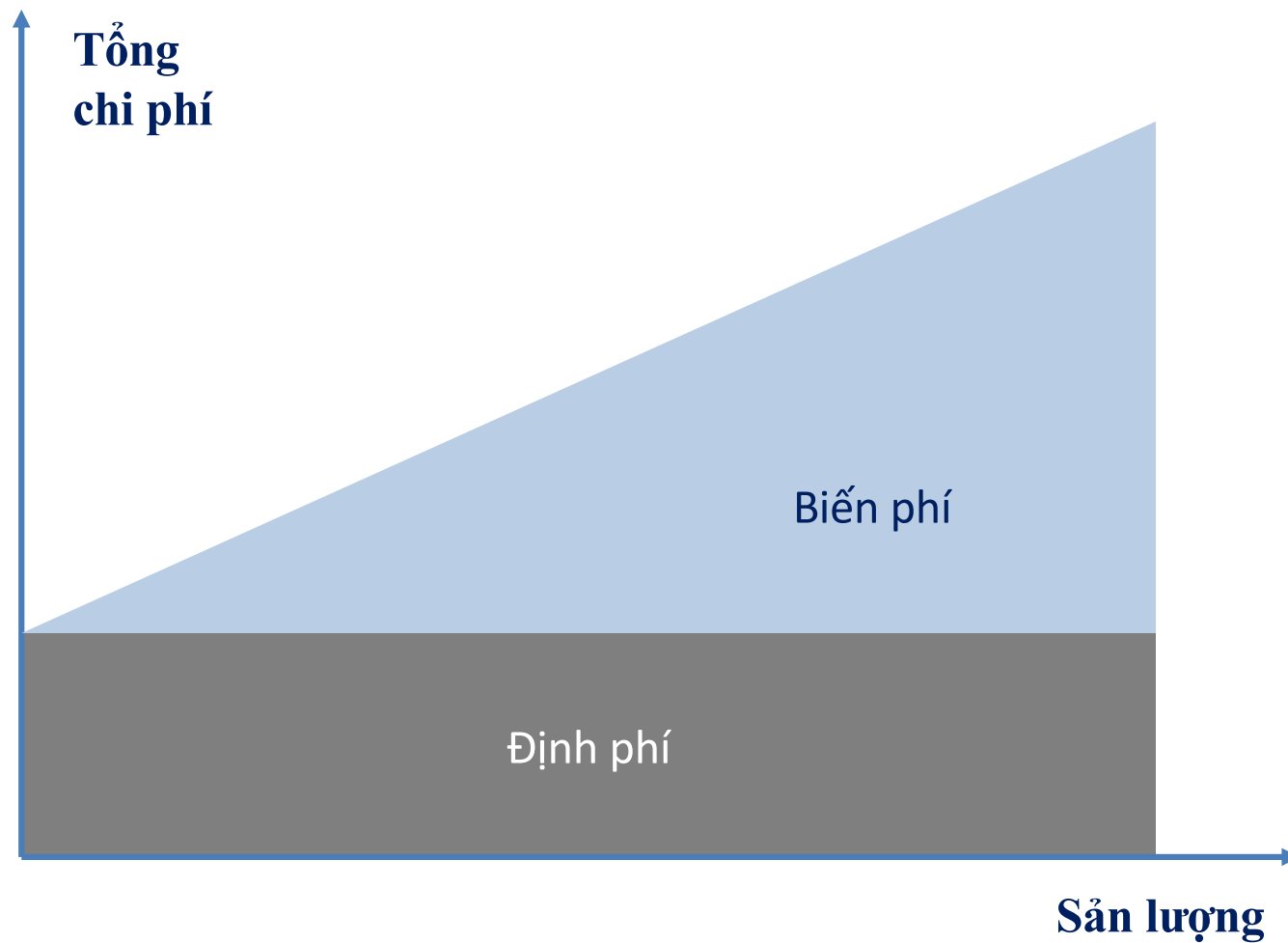


# Gaudium

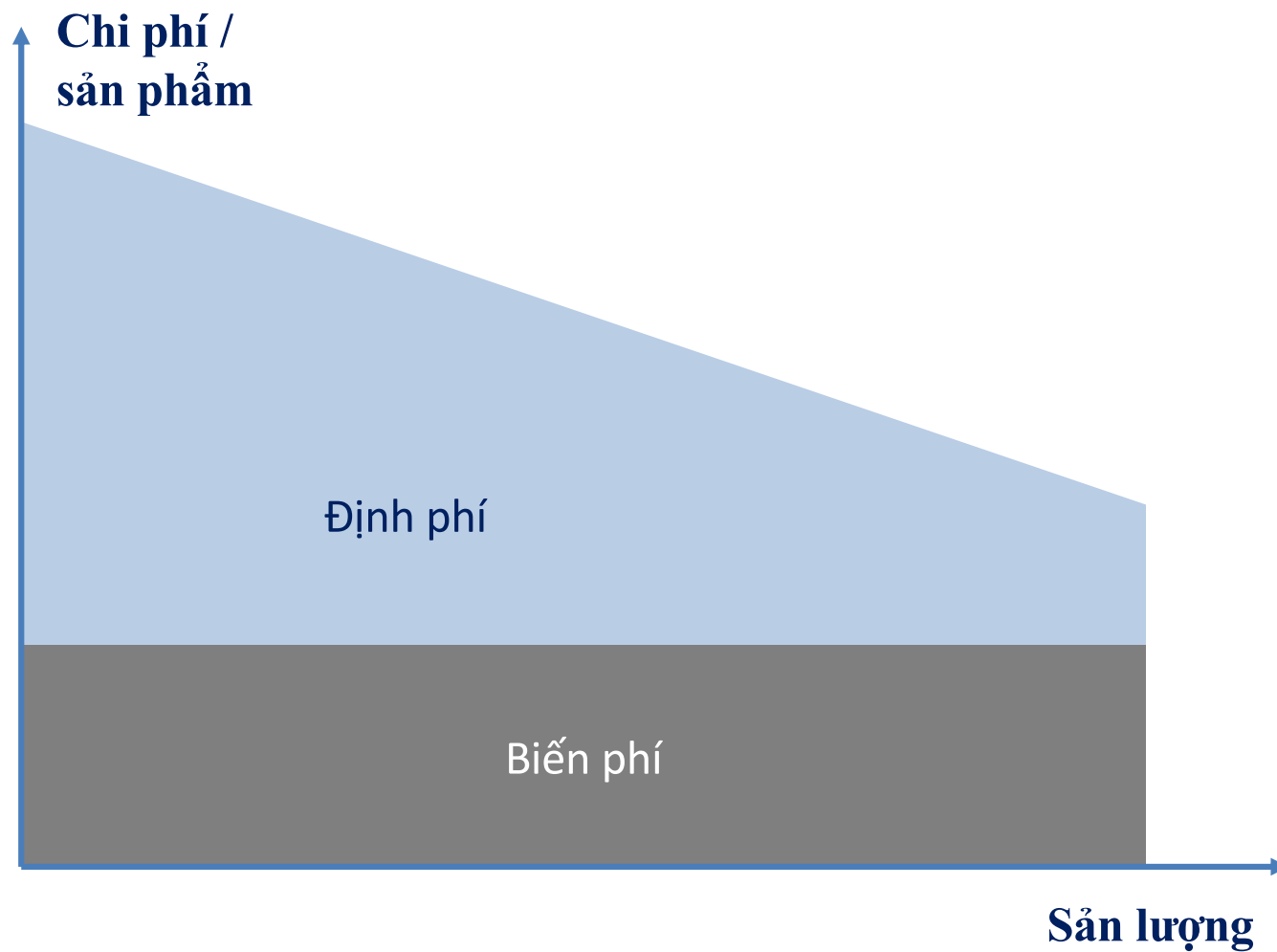
Giới thiệu Marginal costing  
và ứng dụng trong quản lý

# Một số định nghĩa và khái niệm

# Biến phí và định phí (1)



## Biến phí và định phí (2)



# Chi phí sản phẩm và chi phí thường kỳ

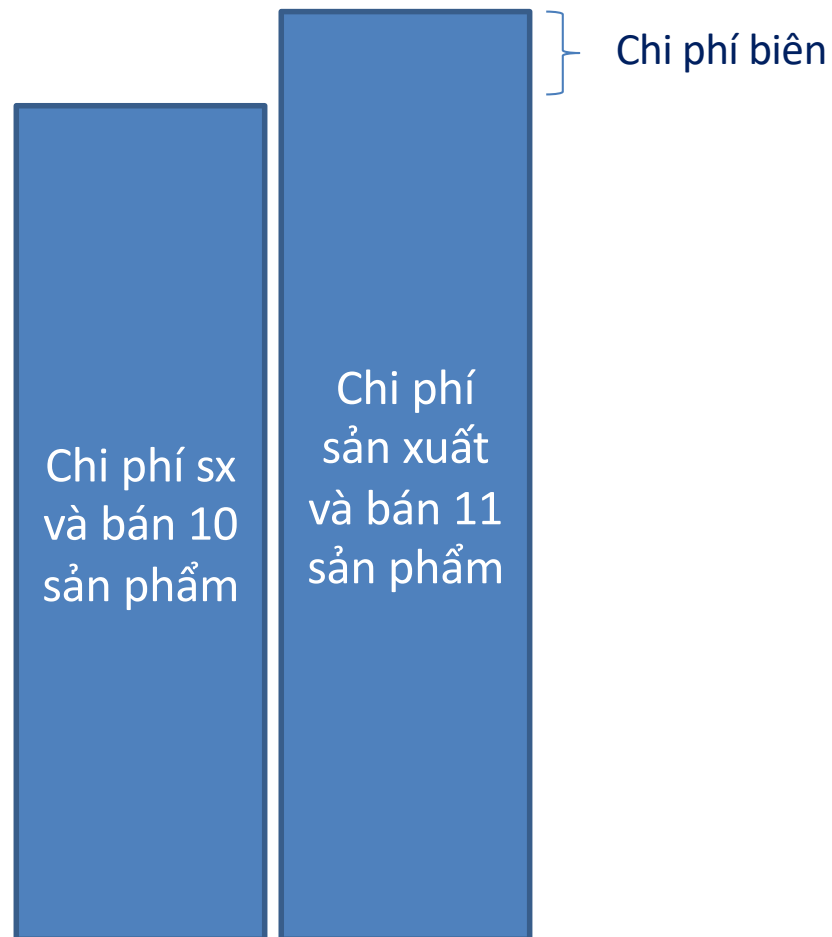
	Chi phí sản phẩm (product cost)	Chi phí thường kỳ (Period cost)
Bản chất chi phí	Chi phí tạo ra sản phẩm	Chi phí hoạt động của công ty
Tạo ra giá trị tồn kho	Có	Không
Ghi nhận chi phí trên kết quả kinh doanh	Ghi nhận chi phí khi bán sản phẩm	Ghi nhận chi phí khi phát sinh
Ví dụ	<ul style="list-style-type: none"><li>• Chi phí nguyên vật liệu</li><li>• Chi phí vận chuyển nguyên liệu</li><li>• Chi phí nhân công sản xuất</li><li>• Chi phí khấu hao máy móc thiết bị</li><li>• Chi phí thuê nhà xưởng</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Chi phí nhân viên bán hàng quản lý</li><li>• Chi phí thuê văn phòng</li><li>• Chi phí văn phòng phẩm</li><li>• Chi phí giao hàng</li><li>• Chi phí lãi vay</li></ul>

# Marginal costing

# Khái niệm về marginal cost và marginal costing (1)

- Marginal cost (chi phí biên), là chi phí **tăng thêm** nếu công ty **bán thêm 1 sản phẩm** - tương ứng với tất cả biến phí phát sinh thêm từ việc bán sản phẩm đó: nguyên liệu, nhân công, năng lượng, chi phí vận chuyển, hoa hồng bán hàng, ....
- Marginal costing là phương pháp ghi nhận chi phí mà chỉ ghi nhận biến phí vào chi phí sản phẩm. Toàn bộ định phí đều được coi là chi phí thường kỳ.

## Khái niệm về marginal cost và marginal costing (2)





# Ví dụ marginal costing: thông tin hoạt động

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Giá trị	loại chi phí
Số lượng sản phẩm sản xuất và bán trong kỳ	sản phẩm	500	
Giá bán sản phẩm	\$/sp	10	
Chi phí nguyên liệu	\$	1.500	biến phí
Chi phí nhân công, khấu hao và quản lý sản xuất	\$	1.200	định phí
Chi phí giao hàng và hoa hồng bán hàng	\$	150	biến phí
Chi phí quản lý và định phí bán hàng	\$	750	định phí

# Ví dụ marginal costing: Kết quả hoạt động kinh doanh

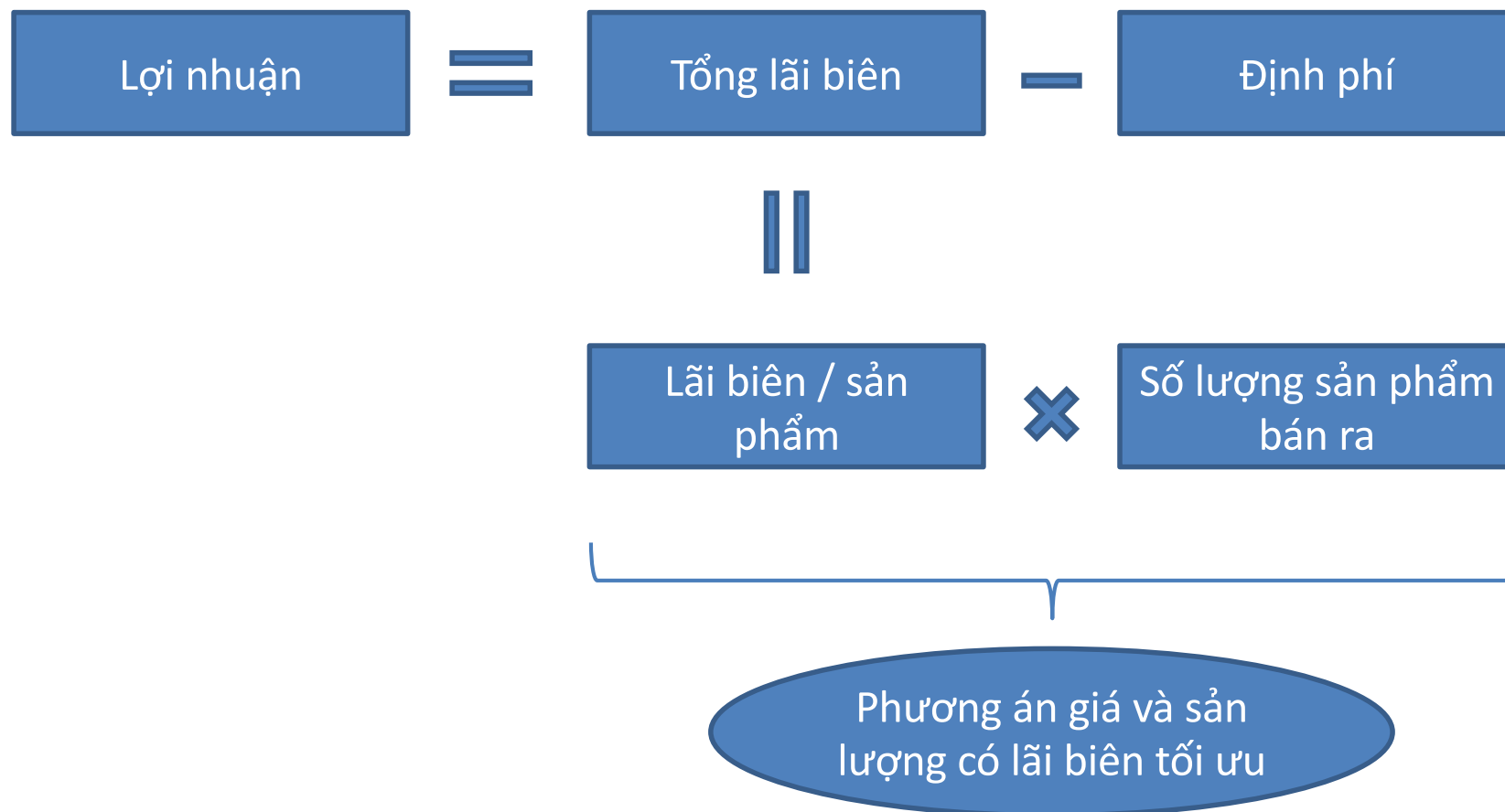
Kế toán tài chính			Marginal costing		
	\$	\$/sp		\$	\$/sp
Doanh thu	5.000	10,00	Doanh thu	5.000	10,00
Giá vốn	2.700	5,40	Biến phí SX	1.500	3,00
			Biến phí BH	150	0,30
<b>Lãi gộp</b>	<b>2.300</b>	<b>4,60</b>	<b>Lãi biên (contribution)</b>	<b>3.350</b>	<b>6,70</b>
SG&A	900	1,80	Định phí	1.950	3,90
<b>Lợi nhuận</b>	<b>1.400</b>	<b>2,80</b>		<b>1.400</b>	<b>2,80</b>



1. Nếu công ty có cơ hội sản xuất và bán thêm 1 sản phẩm trong tháng thì chi phí cho 1 sản phẩm đó là bao nhiêu?
2. Giá bán tối thiểu của sản phẩm tăng thêm đó để công ty có thêm lợi nhuận là bao nhiêu?

# Ứng dụng marginal costing để tối đa hoá lợi nhuận

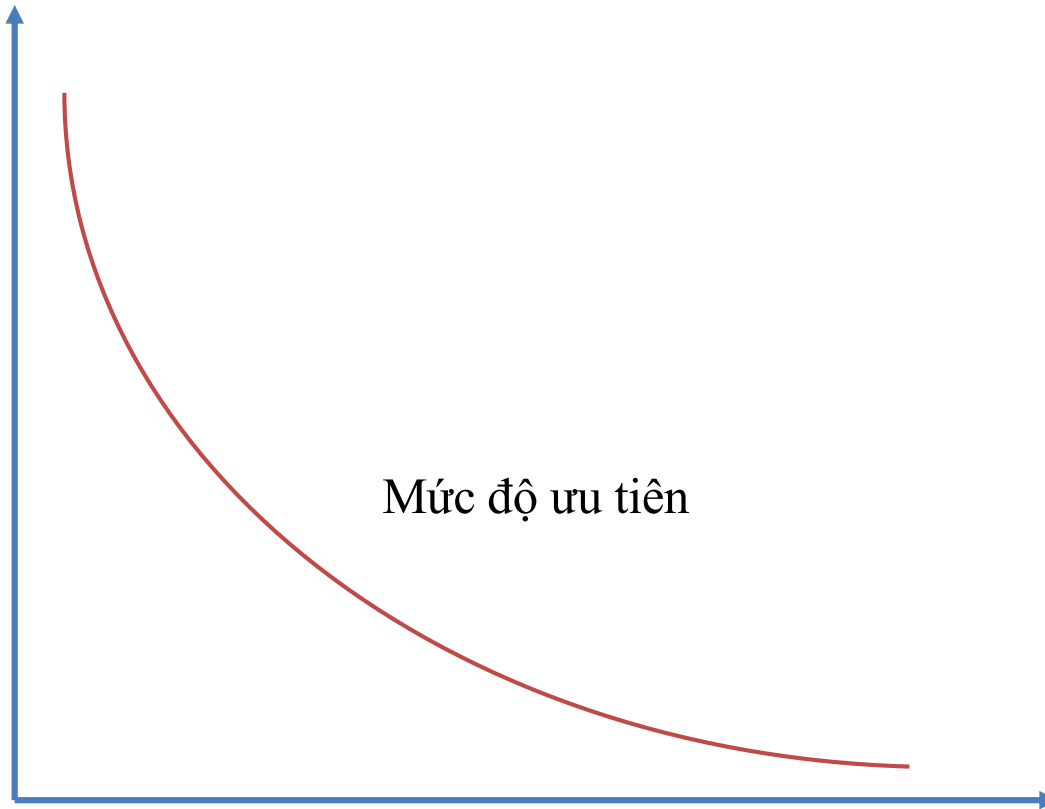
# Ứng dụng của marginal costing: tối đa hoá lợi nhuận



# Ứng dụng marginal costing để tối ưu hoá danh mục sản phẩm

# Ứng dụng của marginal costing: tối ưu hoá danh mục sản phẩm – nguyên tắc chung

Lãi biên /  
sản phẩm



Hệ số sử dụng nguồn lực giới hạn

## Ví dụ: tối ưu hoá danh mục sản phẩm

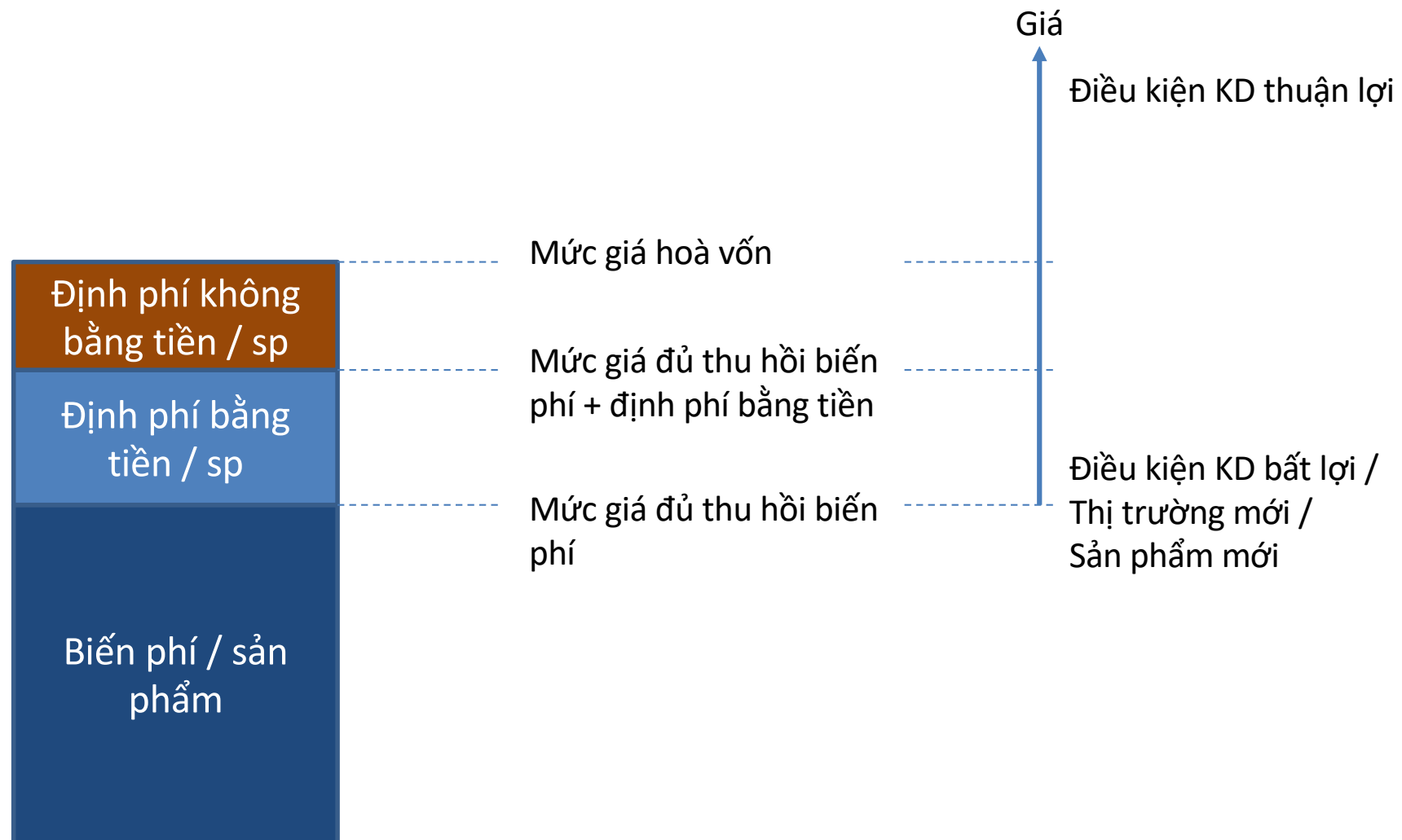
Sản phẩm	Giá bán	Biến phí	Lãi biên	% lãi biên	Số giờ sử dụng máy 1	Lãi biên / h sử dụng máy
Sản phẩm A	100	70	30	30%	2	15,0
Sản phẩm B	140	90	50	36%	4	12,5
Sản phẩm C	120	80	40	33%	3	13,3

- Khi chỉ xét đến yếu tố lãi biên và tỉ lệ lãi biên trên 1 sản phẩm, thứ tự ưu tiên là  $B - C - A$ .
- Tuy nhiên khi nhà máy bị hạn chế công suất tại máy số 1, thứ tự ưu tiên sản phẩm sẽ là  $A - C - B$ . Thứ tự ưu tiên này được sắp xếp theo lãi biên / giờ sử dụng máy số 1.

# Ứng dụng marginal costing để xác định giá bán



# Ứng dụng của marginal costing – Xác định các mức giá bán hàng tại một sản lượng dự kiến



# Gaudium

[an@gaudium.com.vn](mailto:an@gaudium.com.vn)

+84 903 463 463