

Thực trạng phương pháp phân bổ chi phí tại công ty cổ phần Masso và giải pháp hoàn thiện

NGUYỄN THỊ NGỌC

Trường Đại học Luật TP.HCM

Nhận bài: 10/08/2020 – Duyệt đăng: 25/10/2020

Tóm tắt:

Trong quản trị doanh nghiệp, quản trị chi phí là một phần quan trọng bậc nhất đối với các nhà quản trị. Nếu như với doanh thu, các yếu tố tác động chủ yếu đến từ bên ngoài thì đối với chi phí, các yếu tố tác động chủ yếu đến từ bên trong doanh nghiệp. Vì vậy, các nhà quản trị có thể chủ động sử dụng kiến thức, kỹ năng, phương pháp quản trị nhằm kiểm soát tốt nhất chi phí trong doanh nghiệp. Không chỉ dừng lại ở vấn đề kiểm soát, các nhà quản trị còn có thể phát triển nghệ thuật quản trị của mình lên một tầm cao hơn, đó là biến việc quản trị của mình trở thành động lực để phát triển.

Bài viết này đề cập đến một phần nhỏ trong lĩnh vực quản trị chi phí, đó là phương pháp phân bổ chi phí phục vụ. Nội dung thông tin, các phân tích cũng như các ý kiến cá nhân của tác giả được thực hiện dựa trên dữ liệu tại công ty cổ phần Masso - là một công ty có bề dày hoạt động 20 năm trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ truyền thông, tiếp thị. Bài viết chỉ ra thực trạng trong việc ứng xử đối với chi phí ở bộ phận phục vụ tại doanh nghiệp, các hạn chế mang lại từ thực trạng này và đưa ra một số đề xuất nhằm hoàn thiện công tác phân bổ chi phí ở bộ phận phục vụ cũng như phát huy các lợi ích mang lại từ việc quản trị loại chi phí này.

Từ khóa: Quản trị chi phí, phương pháp phân bổ chi phí phục vụ.

Abstract:

In corporate governance, cost management is the most important part for executives. If with revenue, the main influencing factors come from outside, for costs, the main influencing factors come from inside the business. Therefore, administrators can actively use knowledge, skills, and management methods to control costs in the enterprises. It is not only the matter of control, the administrators can also develop their management to a higher level, which is to turn their management into a driving force for development.

This article covers a small part of the field of cost management, which is the method of allocating cost of support Departments. The content of the information, analysis as well as the author's personal opinions are based on data at Masso Corporation - a company with 20 years of experience in the field of service provision. marketing communications. The article outlines the current situation in dealing with costs in the Support Department at the enterprise, the limitations which are brought from this situation and gives some suggestions to improve the cost allocating as well as promoting the benefits from managing these costs.

Keywords: Cost management, Allocating costs of Support Departments.