



STUDIO BARALE

Calcolare il costo dei prodotti

Metodi alternativi a confronto

www.studiobarale.it

Prima Puntata

Parte 1 di 6

Obiettivi

- spiegare le diverse metodologie di calcolo dei costi di prodotto, mostrandone logiche e metodi operativi
- confrontare i risultati delle diverse metodologie di calcolo, evidenziandone vantaggi ed eventuali aspetti critici
- illustrare l'utilizzo delle "schede di costo"
- fornire indicazioni pratiche e schemi di riferimento, per l'impostazione del sistema aziendale di contabilità industriale

6 appuntamenti

- 1. Il Direct Costing semplice**
- 2. Il Direct Costing evoluto**
- 3. Il Full Costing**
- 4. Il Full Costing e i centri di costo**
- 5. L'Activity Based Costing**
- 6. Quali costi, per quali decisioni?**

Convenzione

Prodotti
Servizi
Commesse
Progetti

Le logiche e i metodi che esamineremo si applicano indifferentemente a questi oggetti

Per semplicità, parleremo sempre di “**prodotti**”

Quali costi per quali decisioni ?

- Prima di pensare al "come", in realtà, occorrerebbe domandarsi **per quale scopo** si devono calcolare i costi
- Infatti, la risposta alla domanda è che ...
... dipende dal tipo di decisione che si deve prendere.

Dipende perché...

- ... **non esiste alcuna configurazione di costo "vera" in assoluto** (cioè utilizzabile per qualsiasi scopo)

Esistono invece diverse possibili configurazioni di costo che sono "vere" in senso relativo, poiché costruite "ad hoc", per supportare specifiche decisioni

Quali decisioni ?

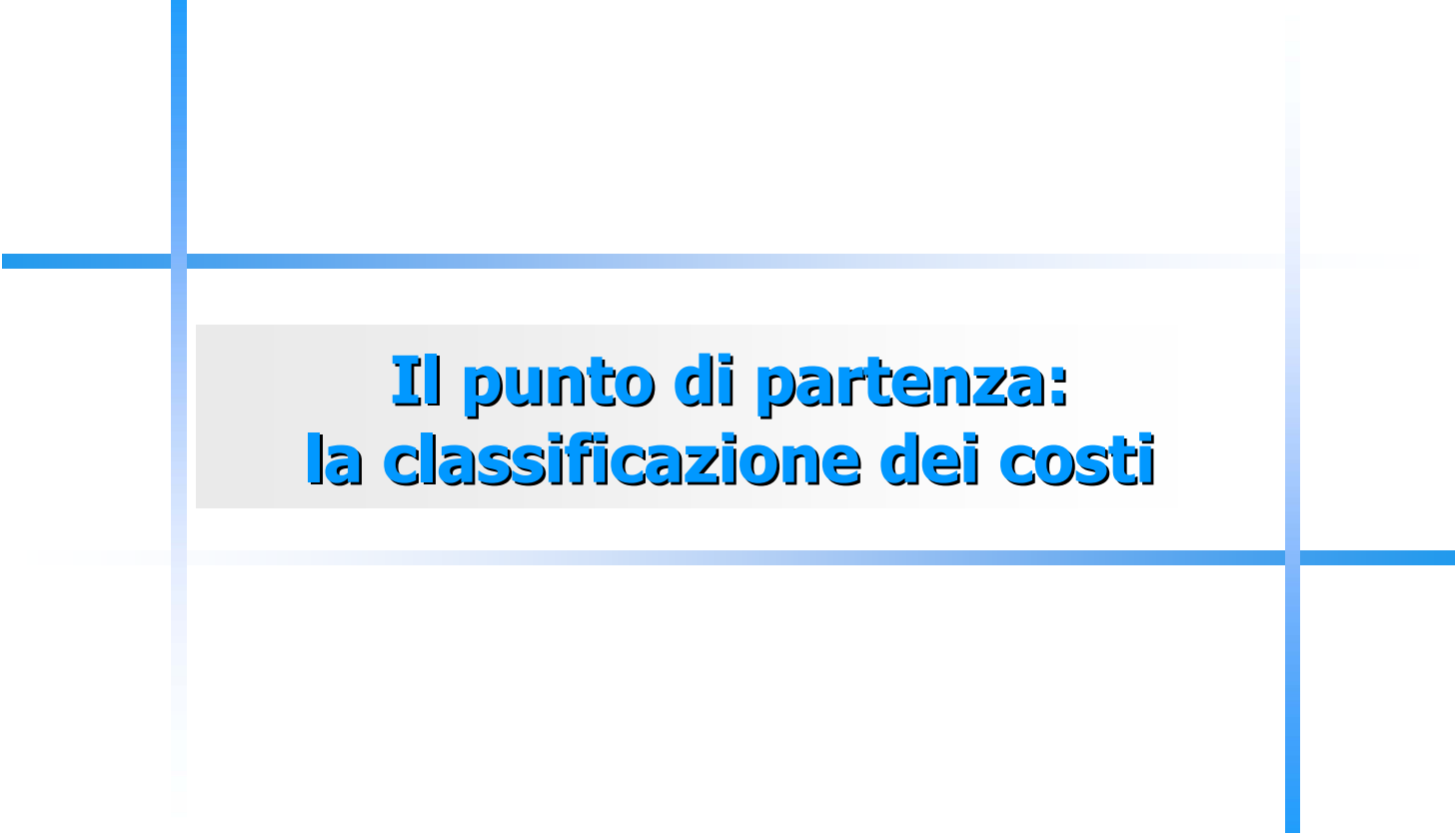
- Decisioni di “**breve periodo**” ...
 - ... che mirano a massimizzare il risultato economico impiegando le risorse disponibili e, quindi, ...
 - ... che non comportano modifiche alla struttura aziendale (non influiscono sui cosiddetti costi fissi)
- Decisioni di “**lungo periodo**” ...
 - ... strategiche, che inducono cambiamenti nella struttura e nella capacità produttiva dell'impresa.

Decisioni di breve periodo

- individuazione dei prodotti più convenienti, in presenza di capacità produttive limitate
- decisioni di "make or buy", ovvero: la scelta tra produrre in proprio o acquistare da altri produttori
- valutazione delle possibilità di sopportare riduzioni di prezzo, in situazione di forte competizione
- determinazione del prezzo minimo accettabile, per quantitativi addizionali, in presenza di capacità produttive non sature
- campagne promozionali, "canvass" di vendita
- ecc.

Decisioni "strategiche"

- Inserimento di nuovi prodotti (valutazione)
- investimento in nuove linee produttive
- impostazione del "pricing"
- investimenti per migliorare i processi (analisi delle "cause" dei costi)
- ecc.



**Il punto di partenza:
la classificazione dei costi**

Classificazione dei costi

Costi **variabili**

Costi **fissi**

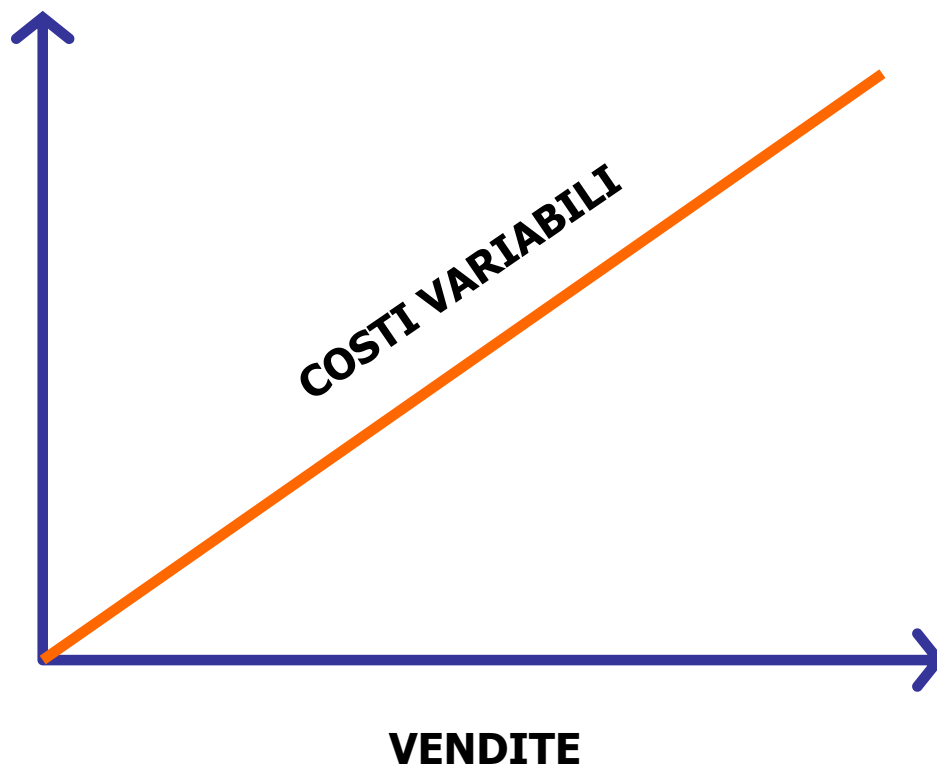
Costi **specifici**
(Costi **diretti**)

Costi **comuni**
(Costi **indiretti**)

Costi variabili

- Sono le voci di costo la cui entità varia “**proporzionalmente**” al variare dei volumi (di produzione e di vendita):
 - materie prime (costo della merce)
 - manodopera diretta
 - provvigioni passive
 - spese di trasporto
 - ecc.
- Sono costi che l’azienda sostiene solo se e nella misura in cui produce e vende.

Costi variabili

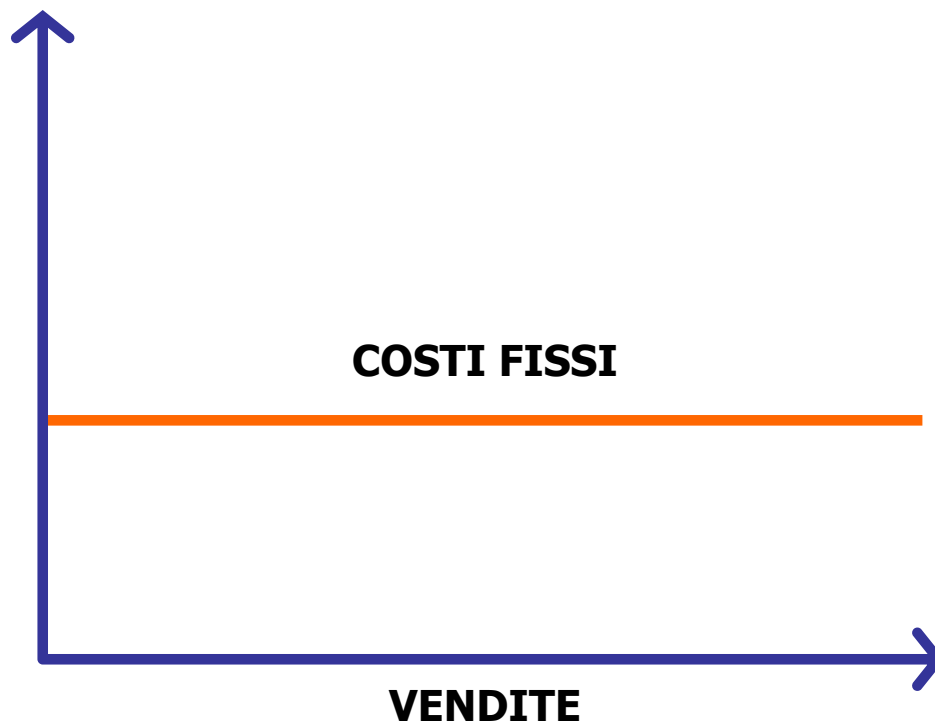


Costi fissi

- Sono le voci di costo che – entro un determinato periodo di tempo ed entro determinati limiti del volume produttivo – non variano:
 - ammortamenti
 - stipendi amministrativi
 - spese generali (postali, telefoniche.....)
 - manutenzioni
 - canoni leasing
 - ecc.
- Sono definiti anche “**costi di struttura**” in quanto devono essere sostenuti per il fatto stesso che esiste una struttura aziendale. Essi graverebbero sul conto economico anche qualora il fatturato aziendale fosse nullo

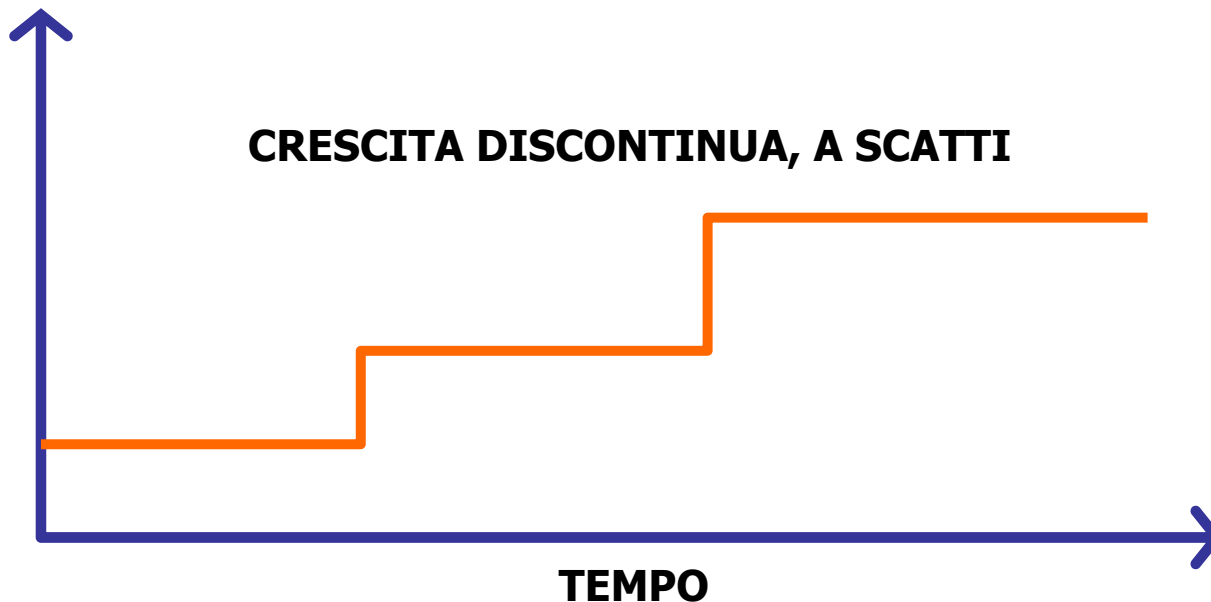
Costi fissi

Andamento entro un determinato intervallo di tempo



Costi fissi

- Nel lungo periodo anche i costi fissi variano
- Essi crescono al raggiungimento del limite di saturazione della capacità produttiva



Costi specifici (diretti)

- Sono costi (sia variabili, sia fissi) relativi a fattori produttivi che contribuiscono esclusivamente all'ottenimento di un determinato oggetto (prodotto, servizio, fase di lavorazione, ecc.)
- Sono costi che – in quanto specifici – non si sosterebbero, se si decidesse di eliminare l'oggetto al cui ottenimento servono
- Pertanto, essi possono essere **attribuiti "direttamente" ed in modo univoco** ad un determinato oggetto di calcolo (prodotto, reparto, lavorazione, centro di costo, ecc.)

Costi specifici (diretti)

Esempi

- In generale, i costi variabili (consumi, manodopera diretta, provvigioni, ecc.)
- I costi riferibili ad un reparto "dedicato" alla produzione di una determinata linea di prodotti (ammortamenti, energia, manodopera, ecc.)
- I costi di un'iniziativa commerciale, mirata alla promozione di uno specifico prodotto
- ecc.

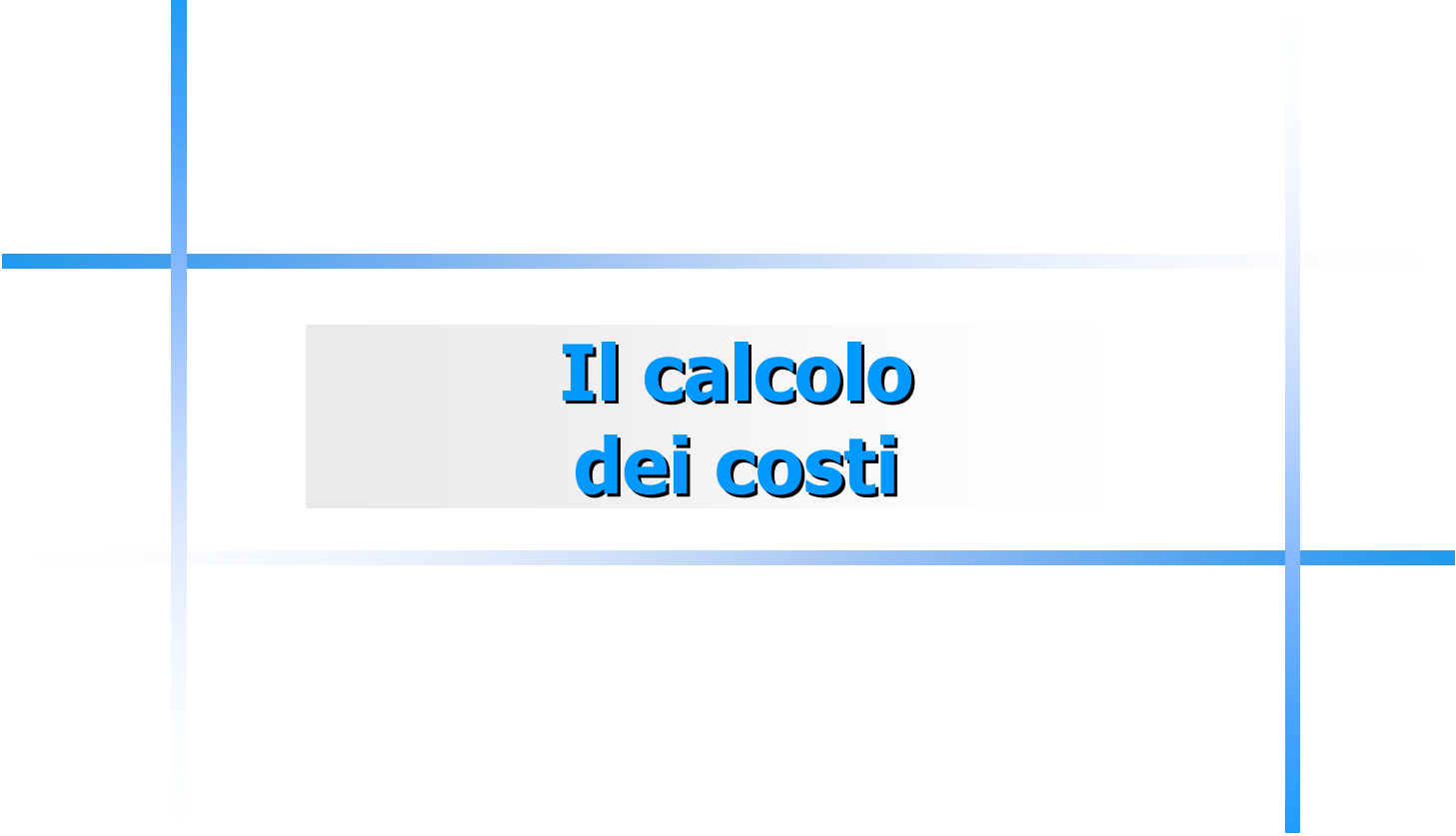
Costi comuni (indiretti)

- Sono costi relativi a fattori produttivi che contribuiscono all'ottenimento di più oggetti di calcolo (prodotti, servizi, fasi di lavorazione, ecc.)
- Essi possono essere attribuiti ad un determinato oggetto di calcolo **soltanto in modo indiretto e non univoco**
- La loro attribuzione può avvenire soltanto mediante **congetture, ripartendoli in quote, mediante "basi" di ripartizione soggettive**

Costi comuni (indiretti)

Esempi

- Le spese amministrative e generali
- I costi delle direzioni generale, commerciale, marketing, produzione, ecc.
- I costi di affitto e di gestione di un magazzino comune a tutti i prodotti
- I costi relative alla struttura informatica dell'azienda (personale, ammortamenti, utenze, ecc.)
- ecc.



Il calcolo dei costi

I metodi alternativi

Direct Costing Semplice (calcolo dei soli costi variabili)

Direct Costing Evoluto (calcolo dei costi specifici)

Full Costing (calcolo del costo pieno)

Activity Based Costing (calcolo dei costi per attività)



**Direct
costing**

Direct costing

- Si basa sulla classificazione dei costi variabili e fissi
- Prevede che al prodotto (oggetto di calcolo) si attribuiscano **soltanto gli elementi di costo variabili**
 - materie prime (costo della merce)
 - manodopera diretta
 - lavorazioni esterne
 - provvigioni passive
 - spese di trasporto
 - ecc.
- E' un metodo "oggettivo" che **evita** qualsiasi congettura per l'attribuzione ai prodotti anche di quote dei costi fissi.

Margine di contribuzione

- Con il "direct costing" la redditività dei prodotti è misurata dal "**margin**e di contribuzione":

Margine di contribuzione = Ricavi - Costi Variabili

Margine contribuz.unit. = Prezzo unit. - Costo variabile unit.

- I costi fissi sono considerati "costi di periodo", cioè costi che devono essere sostenuti in un determinato periodo di tempo, indipendentemente dai volumi di produzione/vendita realizzati nel medesimo periodo.
- I costi fissi non sono né ripartiti, né imputati ai prodotti, ma sono considerati come un ammontare complessivo che deve essere **coperto** dal margine di contribuzione complessivo.

Conto economico a margine di contribuzione

	Prodotto 1		Prodotto 2		Prodotto 3		Prodotto 4		Prodotto 5		TOTALE		
Volumi di vendita (metri/lineari)	150.000		242.857		214.286		170.000		170.000				
Prezzo unitario di vendita	30,00		29,00		25,00		20,00		21,00				
Ricavi totali	4.500.000	100%	7.042.853	100%	5.357.150	100%	3.400.000	100%	3.570.000	100%	23.870.003	100%	
Costi variabili													
Materie prime	1.950.000	43,3%	2.671.427	37,9%	1.714.288	32,0%	1.020.000	30,0%	850.000	23,8%	8.205.715	34,4%	
Manodopera diretta	450.000	10,0%	971.428	13,8%	857.144	16,0%	680.000	20,0%	680.000	19,0%	3.638.572	15,2%	
Costi variabili di fabbricazione	150.000	3,3%	235.571	3,3%	107.143	2,0%	272.000	8,0%	430.100	12,0%	1.194.814	5,0%	
Provvigioni commerciali	450.000	10,0%	493.000	7,0%	535.715	10,0%	238.000	7,0%	249.900	7,0%	1.966.615	8,2%	
Trasporti	75.000	1,7%	121.429	1,7%	107.143	2,0%	85.000	2,5%	85.000	2,4%	473.572	2,0%	
Totale costi variabili	3.075.000	68,3%	4.492.855	63,8%	3.321.433	62,0%	2.295.000	67,5%	2.295.000	64,3%	15.479.288	64,8%	
Margine di contribuzione totale	1.425.000	31,7%	2.549.999	36,2%	2.035.717	38,0%	1.105.000	32,5%	1.275.000	35,7%	8.390.716	35,2%	
Costi fissi totali (specifici + comuni)												6.960.000	28,7%
Risultato netto												1.430.716	6,4%

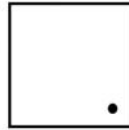
Prossimamente ...

Nel prossimo appuntamento, illustreremo un interessante utilizzo del **Margine di Contribuzione**, per calcolare il cosiddetto **Break even point**.

Inoltre, con l'aiuto di un esempio, esamineremo il metodo del "**Direct Costing Evoluto**" o "**Traceable Costing**" che attribuisce ai singoli prodotti non solo i costi variabili, ma tutti i costi specifici (variabili e fissi).

Tale metodo, come vedremo fornisce indicazioni fondamentali per valutare la redditività dei singoli prodotto.

A presto



STUDIO BARALE

Dal 1946, Consulenti di Direzione

www.studiobarale.it