



STUDIO BARALE

Calcolare il costo dei prodotti

Metodi alternativi a confronto

www.studiobarale.it

Quarta Puntata

Parte 4 di 6



**Full costing a
“basi multiple”**

Full costing a "basi multiple"

- Il full costing a base multiple richiede la "localizzazione" dei costi fissi in **centri di costo**.
- Pertanto, per l'attribuzione delle quote di costi fissi, sono necessarie le seguenti fasi:

1. Classificazione dei costi (variabili/fissi; specifici/comuni)
2. Definizione del "piano" dei centri di costo
3. Localizzazione dei costi nei centri
4. Attribuzione ai diversi prodotti delle quote mediante basi di ripartizione, diversificate per centri di costo

Il piano dei centri di costo

- I centri di costo sono oggetti intermedi di calcolo che servono per **aggregare** - secondo logica - i costi comuni, prima di attribuirli ai prodotti
- I centri di costo corrispondono a **centri di responsabilità**
- I centri di costo possono essere definiti secondo diverse logiche:
 - **funzionale**
 - **gerarchico-causale**
 - **per attività**

La logica funzionale ...

... identifica i centri di costo con le **macro-funzioni** dell'organizzazione aziendale:

- ▶ Vendite
- ▶ Produzione
- ▶ Acquisti
- ▶ Amministrazione
- ▶ Ricerca & Sviluppo
- ▶ Ecc.

La logica gerarchico-causale ...

... identifica i centri di costo con le **unità organizzative elementari** (centri di responsabilità) che consumano risorse per far avanzare la produzione, o per fornire servizi ad altri centri.

Tipologie di centri

- Centri **produttivi** (reparti di lavorazione, magazzini, ecc.)
- Centri **ausiliari** (manutenzione, controllo qualità, programmazione della produzione, ecc.)
- Centri **di servizio** (amministrazione, vendite, ricerca & sviluppo, centro edp, ecc.)
- Centri **figurativi** (non corrispondono a precise unità organizzative, ma servono per raggruppare determinati costi da tenere sotto controllo)

Centri intermedi e finali

● Centri finali

Sono i centri i cui costi possono essere attribuiti direttamente ai prodotti, secondo relazioni **“causa-effetto”**:

- reparti produttivi
- ufficio commerciale
- ecc.

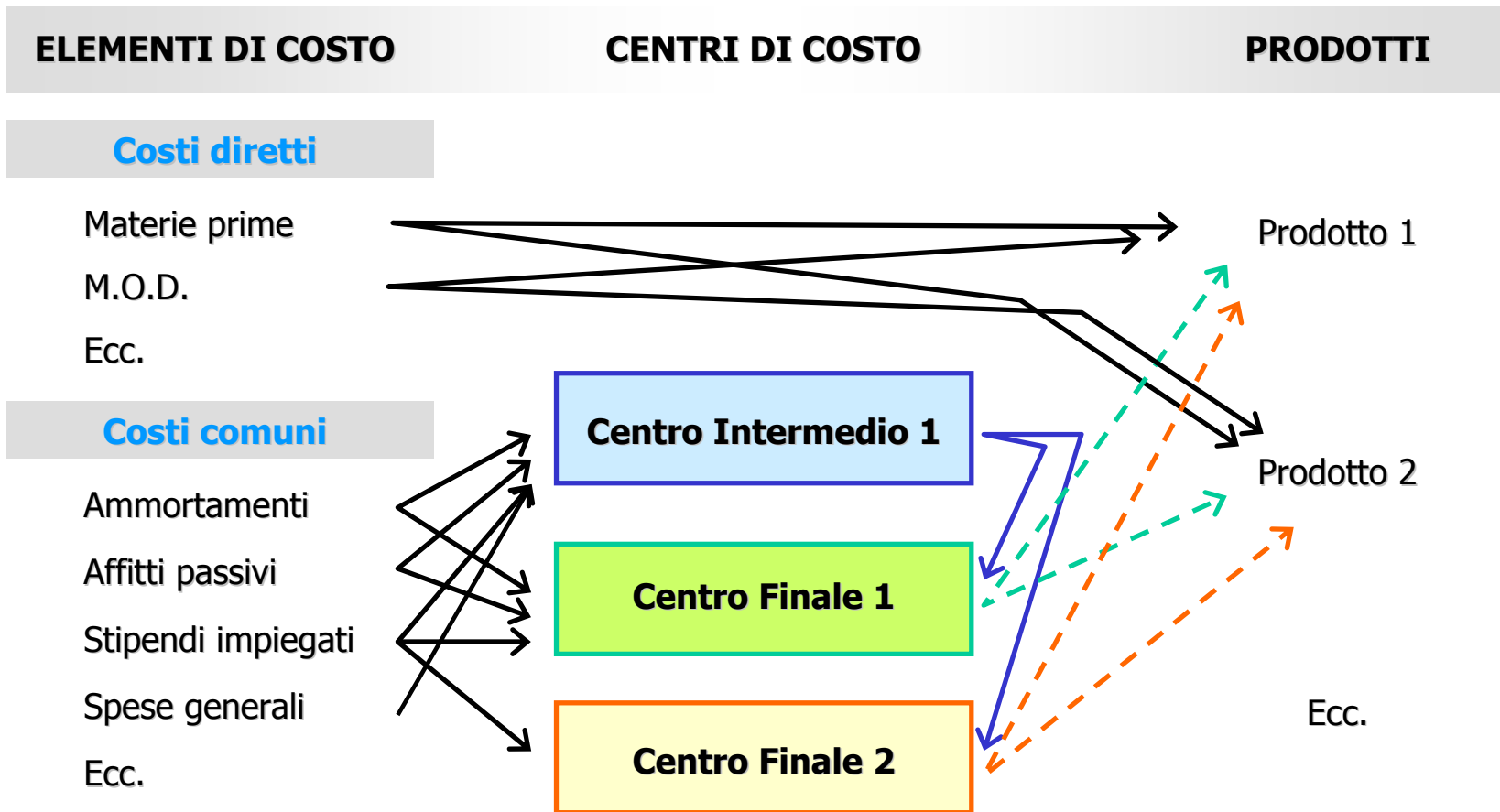
● Centri intermedi


Sono centri non direttamente connessi all'ottenimento dei prodotti, ma che forniscono **servizi “consumati” da altri centri**:

- amministrazione, manutenzione, edp, ecc.

Pertanto, i costi dei centri intermedi vengono **“ribaltati”** su altri centri (intermedi o finali)

Logica del full costing a "basi multiple"





Calcolo del "full cost"
Logica funzionale

Attribuzione dei costi comuni ai prodotti

Coefficienti di attribuzione (A)

Centri di costo	Coefficiente di attribuzione ai prodotti	
Produzione	56,11	Euro/ora-macchina
Commerciale	5,1%	del fatturato
Spese generali	64,9%	del costo della MOD

Valore delle basi di ripartizione, per prodotto (B)

	Prodotto 1	Prodotto 2	Prodotto 3	Prodotto 4	Prodotto 5
Ore-macchina	0,05	0,07	0,08	0,05	0,06
Fatturato (prezzo unitario)	30,00	29,00	25,00	20,00	21,00
Costo manodopera diretta	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00

Quote costi comuni attribuiti ai prodotti (=AxB)

	Prodotto 1	Prodotto 2	Prodotto 3	Prodotto 4	Prodotto 5
Produzione	2,81	3,93	4,49	2,81	3,37
Commerciale	1,52	1,47	1,27	1,02	1,07
Spese Generali	1,95	2,59	2,59	2,59	2,59
Totale costi comuni attribuiti	6,27	7,99	8,35	6,41	7,03

Costo pieno e risultato operativo

Full costing a "basi multiple" (logica funzionale)

Per metro lineare

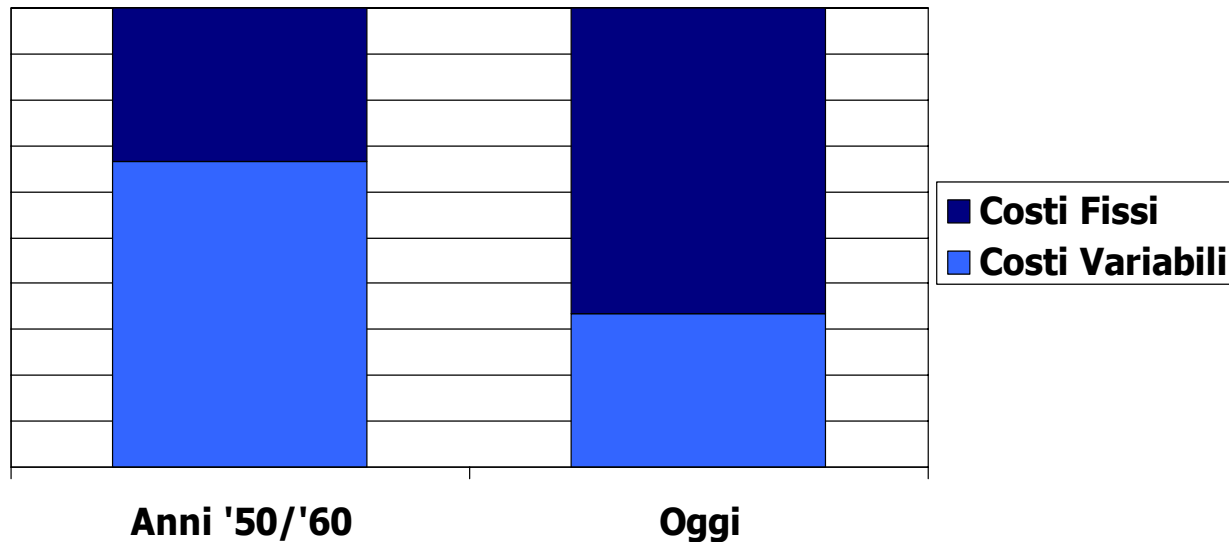
	Prodotto 1		Prodotto 2		Prodotto 3		Prodotto 4		Prodotto 5	
Ricavi										
Prezzo unitario di vendita	30,00	100,0%	29,00	100,0%	25,00	100,0%	20,00	100,0%	21,00	100,0%
Costi diretti unitari										
Materie prime	13,00	43,3%	11,00	37,9%	8,00	32,0%	6,00	30,0%	5,00	23,8%
Manodopera diretta	3,00	10,0%	4,00	13,8%	4,00	16,0%	4,00	20,0%	4,00	19,0%
Costi variabili fabbricaz.	1,00	3,3%	0,97	3,3%	0,50	2,0%	1,60	8,0%	2,53	12,0%
Provvigioni commerciali	3,00	10,0%	2,03	7,0%	2,50	10,0%	1,40	7,0%	1,47	7,0%
Trasporti	0,50	1,7%	0,50	1,7%	0,50	2,0%	0,50	2,5%	0,50	2,4%
Quote costi comuni										
Produzione	2,81	9,4%	3,93	13,5%	4,49	18,0%	2,81	14,0%	3,37	16,0%
Commerciale	1,52	5,1%	1,47	5,1%	1,27	5,1%	1,02	5,1%	1,07	5,1%
Spese Generali	1,95	6,5%	2,59	8,9%	2,59	10,4%	2,59	13,0%	2,59	12,4%
Costo pieno	26,77	89,2%	26,49	91,4%	23,85	95,4%	19,91	99,6%	20,53	97,7%
Risultato operativo	3,23	10,8%	2,51	8,6%	1,15	4,6%	0,09	0,4%	0,47	2,3%

Aspetti critici (o criticabili)

Full costing a "basi multiple"

- Come tutti i sistemi di "full costing" anche quello "a basi multiple" comporta elevata **soggettività**. Infatti, il costo pieno dei prodotti dipende dalla scelta delle basi di ripartizione dei costi fissi.
- Il "full costing" è nato negli anni '50-'60, quando i fattori critici di successo erano le economie di scala e la standardizzazione elevata della produzione.
- A partire dagli anni '80, la competizione sempre più spinta ha fatto crescere i livelli di "**complessità**" da gestire (proliferazione delle varianti di prodotto, prodotti "custom", canali di vendita diversificati, necessità di innovazione costante, durata sempre più limitata del "ciclo di vita" dei prodotti, importanza dei servizi "accessori" al prodotto, ecc.).

- E' cambiata la struttura dei costi delle aziende



- Inoltre, oggi, **la maggior parte dei costi fissi dipende dalla "complessità"** che le aziende devono gestire

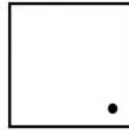
Pertanto ...

- ... Sono cambiati profondamente i fattori critici di successo delle aziende ed anche la scelta del metodo di calcolo dei costi dovrebbe essere **coerente** a questo cambiamento
- Il “full costing” applicato in modo “tradizionale” non è più adatto ai tempi. Infatti, esso utilizza basi di ripartizione dei costi fissi legate ai “**volumi**” di output (ore-macchina, manodopera, consumi di materie prime, fatturato, ecc.). Invece, occorrerebbero basi di ripartizione correlate al livello di “**complessità**” causata dai diversi prodotti.
 - Per questi motivi è nato l’“**activity based costing**” ...

Prossimamente ...

Nel prossimo appuntamento illustreremo proprio la metodologia dell'**Activity Based Costing**, aiutandoci con un esempio che illustra come strutturare una **mappa dei processi e delle attività aziendali**.

A presto



STUDIO BARALE

Dal 1946, Consulenti di Direzione

www.studiobarale.it