
I COSTI PIENI E IL LORO IMPIEGO

4

GLI ARGOMENTI DEL CAPITOLO

- Come si “costruisce” il costo pieno e come tali informazioni sono utilizzate dal management:
 - Il concetto di costo pieno
 - Il costo pieno è un “raccordo” tra CO.GE e CO.IND
 - Come si rileva il costo pieno?
 - Per quali finalità si utilizzano le informazioni di costo pieno?

IL CONCETTO DI COSTO

Il costo è la valorizzazione monetaria delle risorse consumate (da consumarsi) per un qualche scopo

1. il costo **quantifica un impiego di risorse**
2. utilizzando un **comune denominatore**
3. ha sempre a riferimento uno scopo, un obiettivo: un **“oggetto” del costo**: una qualunque cosa per la quale sia desiderata una misurazione separata del costo

POSSIBILI OGGETTI DEL COSTO

Prodotto	Una giacca, un PC, un tornio, un portale, una Panda 4 x 4...
Servizio	Un volo da Bologna a Catania, l'emissione di un certificato
Linea di prodotto	Le scarpe Puma, i Rolex Datejust, una linea di biscotti MB ...
Marchio	Emporio Armani, Maserati, Nike ...
Agente	Andrea Rossi ...
Canale	Un insieme omogeneo di punti vendita (dettaglio, ingrosso)
Progetto	Un aereomobile, un principio attivo, BPR tasse via Internet
Cliente	Una catena distributiva, un'impresa, un PV, una persona ...
Attività	Un test di controllo di qualità, la selezione fornitori ...
Funzione	Riscaldare i sedili, stampare un foglio su due lati ...
Unità organizzativa	La Produzione, il Commerciale, la R&S

IN DETERMINE CIRCOSTANZE (UNA TRANSAZIONE D'ACQUISTO) IL COSTO PIENO È DI SEMPLICE VALUTAZIONE, IN ALTRE POTREBBE RICHIEDERE UN SISTEMA DI RILEVAZIONI COMPLESSO.

IL COSTO PIENO È LA SOMMA DI COSTI DIRETTI E DI UNA QUOTA EQUA DI COSTI INDIRETTI

COSTI DIRETTI E COSTI INDIRETTI

- I termini diretto e indiretto hanno a che fare con il trattamento contabile dei costi
- Costi assegnati in modo oggettivo sono diretti e sono attribuiti (i costi diretti sono dunque necessariamente costi speciali)
- Costi assegnati utilizzando criteri di ripartizione soggettivi sono indiretti e sono allocati

COSTI SPECIALI E COSTI COMUNI

Costi speciali

- Elementi di costo “oggettivamente” riconducibili (causati da) all’oggetto del costo

Costi comuni

- Elementi di costo causati congiuntamente da due o più oggetti del costo e dunque non riconducibili oggettivamente ad alcuno di essi singolarmente
- I costi comuni sono allocati ai prodotti utilizzando un qualche criterio necessariamente più o meno soggettivo di ripartizione

COSTI DIRETTI E COSTI INDIRETTI

- I costi comuni sono necessariamente indiretti
- Anche i costi speciali possono però (per convenienza economica o per abitudine) essere trattati come indiretti

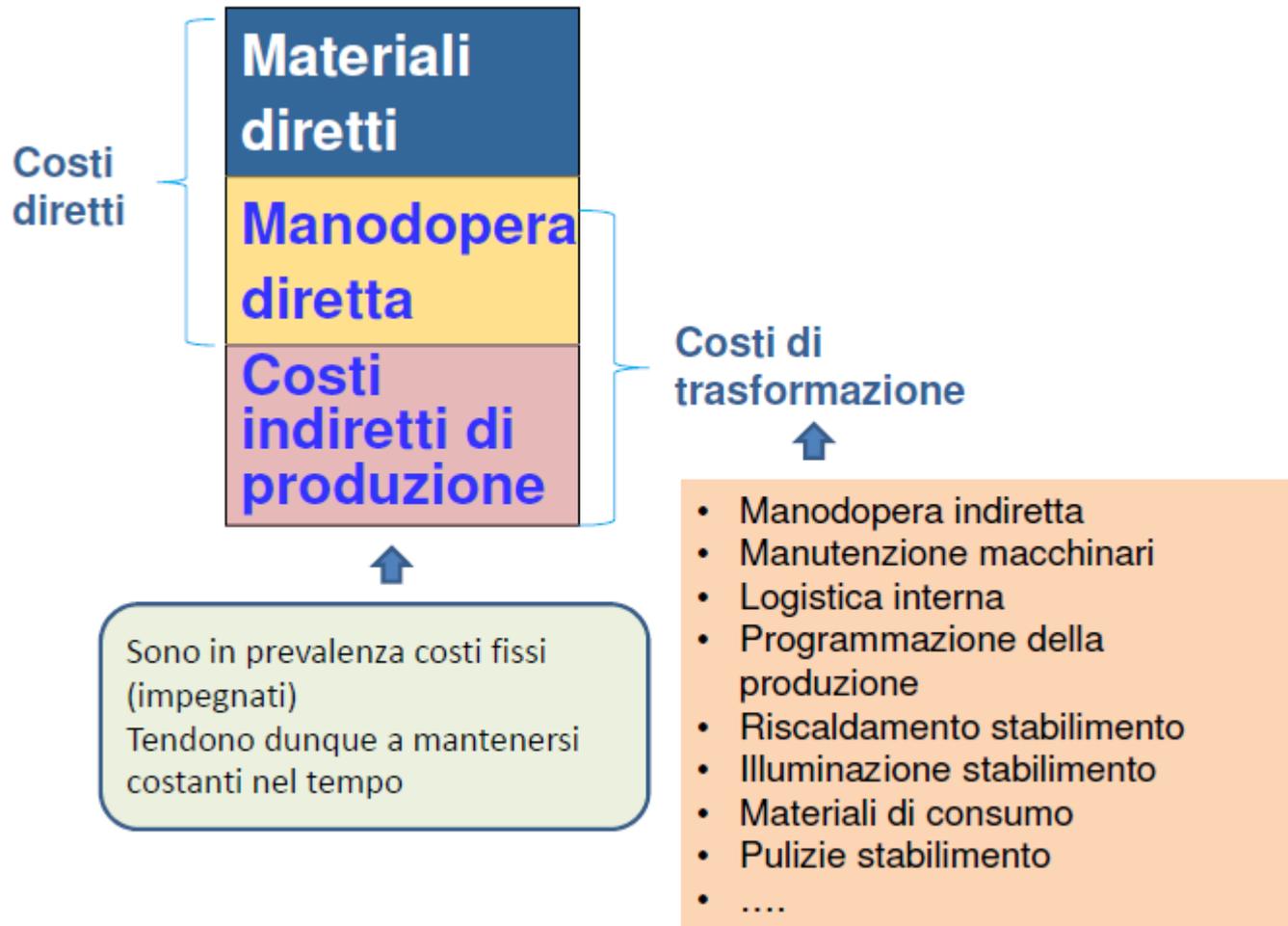
Costi comuni	→	Indiretti
Costi speciali	→	Diretti
	→	Indiretti

PRINCIPI CONTABILI E COSTO DEL PRODOTTO

- Il concetto di costo e il principio di competenza stabiliscono come suddividere i costi complessivi di un periodo fra costo del venduto e rimanenze finali
- Non forniscono però alcuna indicazione specifica su come calcolare il costo dei singoli prodotti

Ad esempio, è possibile allocare i costi indiretti in base alle ore di mod o alle ore impianto, sebbene il risultato sul costo del prodotto possa essere significativamente diverso

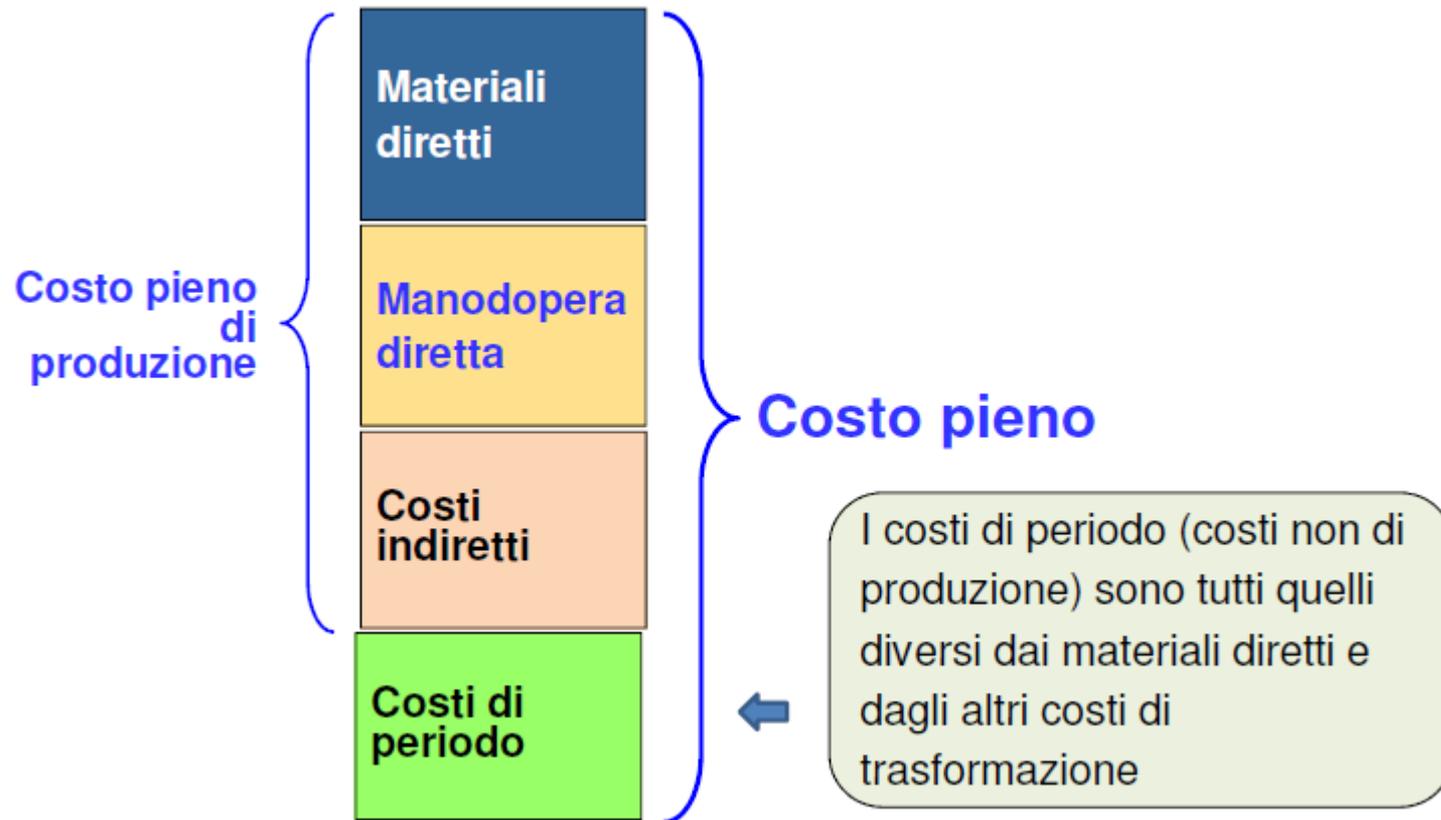
ELEMENTI DI COSTO DEL PRODOTTO



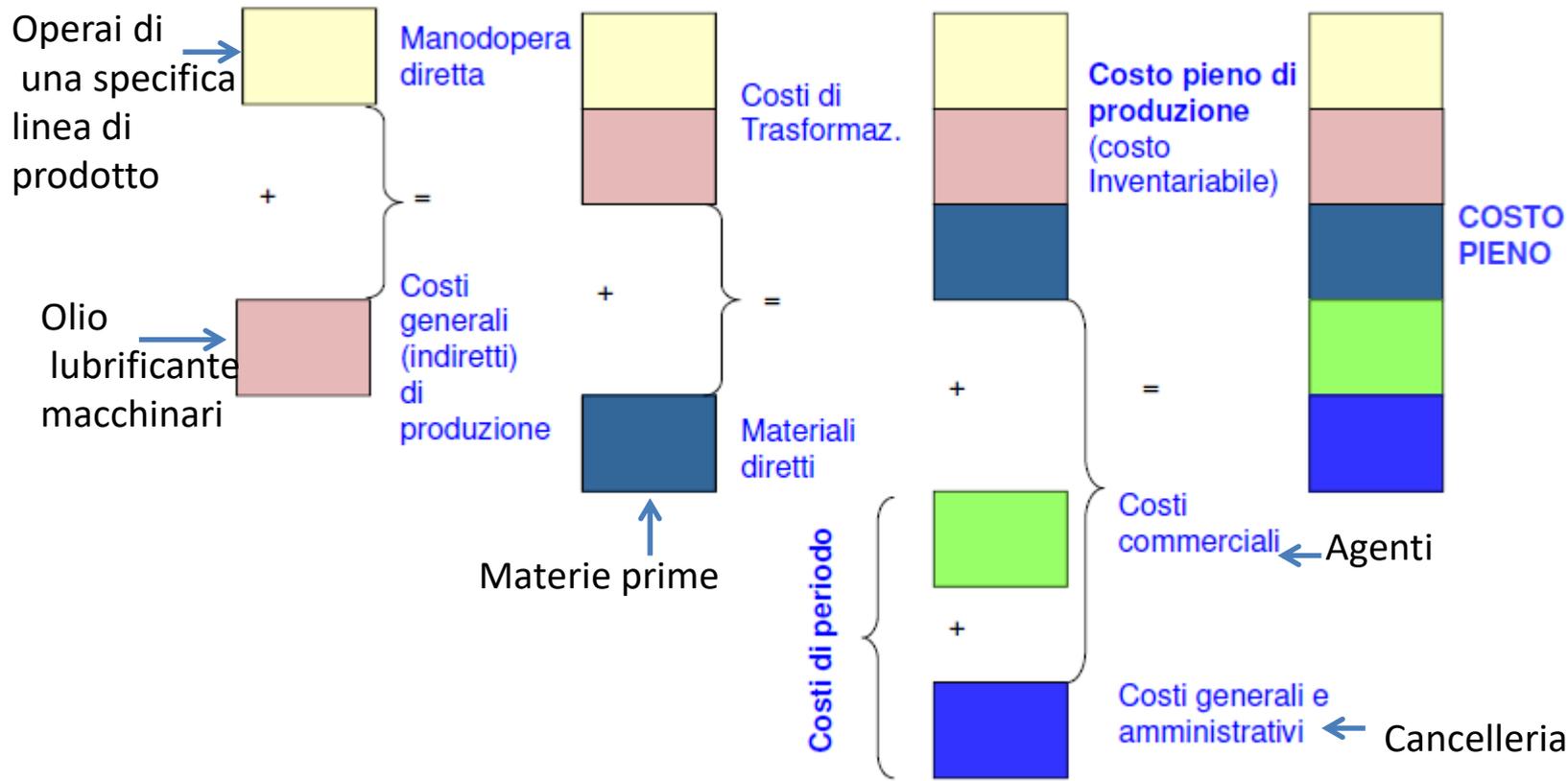
ELEMENTI DI COSTO DEL PRODOTTO



ELEMENTI DI COSTO DEL PRODOTTO



ELEMENTI DI COSTO DEL PRODOTTO



COME SI UTILIZZA IL COSTO PIENO

- Valorizzare le rimanenze e il CdV ai fini del bilancio
- Svolgere analisi di redditività
- Rispondere alla domanda, “quanto è costato?”
- Rendere i prezzi conformi a quelli stabiliti per contratto
- Calcolare i prezzi “regolamentati”
- Definire il prezzo “normale” di prodotti differenziati

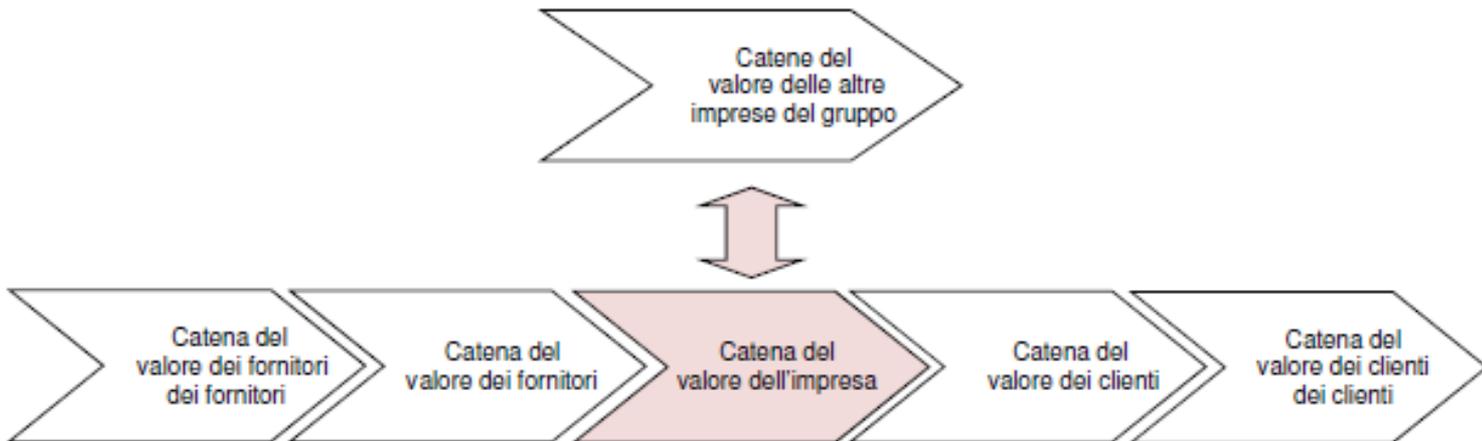
- Coprire i costi diretti
- Coprire una quota adeguata dei costi indiretti
- Conseguire un profitto soddisfacente

ALTRE MODALITÀ DI DEFINIRE I PREZZI

- Il *Target Costing*
- Prezzi determinati in base al **margin** di **contribuzione** (vendite in “perdita”)
- L’importanza di dati di costo **tempestivamente aggiornati**

LA GESTIONE STRATEGICA DEI COSTI

- Come si posiziona economicamente l'impresa all'interno del **Sistema del Valore o Catena del valore allargata o Filiera**



Catena del valore: insieme delle attività svolte da un'impresa per rendere possibile la propria offerta sul mkt