1. Contabilità generale, analitica ed industriale. Spiegare le differenze e motivare l’importanza di avere un sistema di contabilità analitica. (MAX 3 PUNTI)
2. Cosa si intende per Budget e Budgeting? (MAX 3 PUNTI)
3. L’azienda Delta è tra i TOP 5 player nel mercato di riferimento. Il suo prodotto A vende stabilmente le stesse quantità da 2 anni ad un prezzo stabile (10 €) e medio rispetto alla concorrenza.
Come da ultimo piano strategico 2024-2026 l’azienda ha deciso, tra le altre cose, di perseguire i seguenti obiettivi strategici:
	1. Introdurre a luglio 2024 un nuovo prodotto innovativo dalla qualità più elevata e da poter vendere con un prezzo che, a regime, può essere alto (fino a 15 €). Per spingere le vendite di questo prodotto si concede al cliente una dilazione di pagamento di 2 mesi nel primo trimestre di vendita per poi scendere ad 1 mese nel trimestre successivo;
	2. Cercare di mantenere le quantità da vendere del prodotto A, rendendolo più appetibile (riduzione prezzo netto di vendita del 10% ma con dilazione di incassi da cliente stabile ad 1 mese);
	3. Ridurre le scorte di prodotto A dai 2 mesi a fine 2023 ad 1 mese a fine 2024.
	4. Partire con 3 mesi di giacenza del prodotto B ed arrivare a 2 mesi ad inizio 2025

Le quantità di vendite obiettivo sono:


Da calcolare:

* Budget delle vendite 2024 (MAX 2 PUNTI)
* Piano di produzione annuale budget 2024 per i prodotti A e B (MAX 3 PUNTI)
* Flussi di cassa in entrata nei trimestri di budget 2024 (MAX 4 PUNTI)

**BUDGET delle vendite** ottenuto moltiplicando Q x P-
La variazione al ribasso del 20% sul prezzo del prodotto A (da 10 a 8 significa 20% in meno) avviene in Q3 per supportare le vendite visto che nel primo semestre si era avuto un abbassamento di quantità vendute (da 120 a stabile 100)



Quindi il totale budget dell vendite è rappresentato dalla colonna a destra.

Il totale fatturato è 5100 (3920 + 1180) con totale quantità pari a 550 (440 + 110).

I prezzi medi di vendita dei prodotti sono ottenuti dal rapporto tra fatturato e quantità (P = PXQ / Q)

Quindi il prezzo del prodotto A 3920/440=8.91

**PIANO DI PRODUZIONE** ottenuto sommando allle quantita da vendere il delta magazzino (Scorte finali – Scorte iniziali)

Come ottenere le scorte?

Prodotto A

Scorte inizio gennaio = 2 mesi di copertura => i primi 2 mesi del primo quarter 2024 (Q1) sono coperti = 110 / 3\*2

Scorte dine dicembre= 1 mese di copertura => il primo mese del primo semestre 2025 (H1) è coperto = 250 / 6\*1



Prodotto B

Scorte inizio gennaio sono 0.
A luglio (quando inizia la vendita) =3 mesi di copertura => i primi 3 mesi del terzo quarter 2024 (Q1) sono coperti = 30 / 3\*3 ma comunque da produrre nell anno

Scorte fine dicembre= 2 mese di copertura => il primo mese del primo semestre 2025 (H1) è coperto = 150 / 6\*2

Piano di produzione A = quantità da vendere + scorte finali – scorte iniziali = 440 + 42 – 67 = 415

Piano di produzione B = quantità da vendere + scorte finali – scorte iniziali = 110 + 50 – 0 = 160

**FLUSSI DI CASSA** ottenuto sommando al fatturato il delta di credito cliente (fatturato non incassato) ad inizio periodo ve fine periodo

Come ottenere il credito cliente?

Prodotto A

Credito inizio gennaio = dilazione incasso clienti stabile ad 1 mese =>l’ultimo mese di fatturato del quarto quarter del 2023 non è incassato nel 2023 ma nel Q1 2024 = 1200 / 3\*1 = 400

Credito fine dicembre = dilazione incasso clienti stabile ad 1 mese =>l’ultimo mese di fatturato del quarto quarter del 2024 non è incassato nel 2024 ma nel 2025 = 960 / 3\*1 = 320



Prodotto B

Credito inizio luglio = 0 perche nessun fatturato precedente quella data

Credito fine dicembre = dilazione incasso clienti scende da 2 ad 1 mese =>l’ultimo mese di fatturato del quarto quarter del 2024 non è incassato nel 2024 ma nel 2025 = 880 / 3\*1 = 293

INCASSO prod A = fatturato + credito iniziale (quota fatturato periodo precedente non ancora incassata) + credito finale (quota fatturato periodo budget non ancora incassata) = 3920 + 400 – 320 = 4000

INCASSO prod B = fatturato + credito iniziale (quota fatturato periodo precedente non ancora incassata) + credito finale (quota fatturato periodo budget non ancora incassata) = 1180 + 0 – 293 = 887

L’azienda chiude, poi, l’anno con i seguenti dati actual:



Da calcolare lo scostamento di fatturato vs Budget nelle componenti mix, quantità e prezzo. (MAX 6 PUNTI)

Mettiamo a confronto actual e budget. Lo scostament da analizzare è il delta fatturato (FAT sct – FAT bdg). Il prezzo sempre calcolato come rapporto tra Fatturat e Quantita



Per scomporre il delta fatturato nelle 3 componenti Quantita, Mix e Prezzo bisogna calcolare le Quantita actual a mix budget



Le Q a mix budget hanno il totale uguale alle quantita actual (510) ma la composizione % del budget (80/20).

Quindi

(**Q act – Q act a mix bdg** ) x P bdg = EFFETTO MIX
Prod A: (420 – 408) x 8.9 = 107
Prod B: (90 – 102) x 10.7 = -129

(**Q act a mix bdg – Q bdg**) x P bdg = EFFETTO QUANTITA’ NETTO
Prod A: (408 - 440) x 8.9 = -285
Prod B: (102 - 110) x 10.7 = -86

Q act x (**P act – P bdg**) = EFFETTO PREZZO
Prod A: 420 x (9.5 – 8.9) = 248
Prod B: 90 x (11.5 – 10.7) = 70

Quindi



Dare infine una valutazione di tali scostamenti: in particolare cosa sta andando meglio rispetto al programma di budget e cosa peggio? e quindi cosa eventualmente proponi di rivedere nel budget 2025 rispetto alla politica prezzo/quantità per i 2 prodotti A e B? (MAX 6 PUNTI)

Il peggiore risultato del budget vendite (-75) é dovuto all peggiore performance del prodotto B (che è poi nuovo e strategicamente piu importante rispetto al prodotto maturo A).

Il particolare il prodotto B (per il quale era programmato un aumento graduale del prezzo gia nel 2024 e 2025 al fine di raggiungere a regime 15 €) ha chiuso con un prezzo medio piu alto (effetto prezzo positivo di 70). Quindi un aumeto del prezzo piu veloce del previsto che epro ha danneggiato l’aumento delle quantita.

Anzi il mix è restato molto piu sul prodotto A (che ha un mix positivo)

Per il prodotto A il prezzo si è ridotto meno del previsto (effetto prezzo positivo di 240) a dano perci delle quantita inferiori (effetto quantita negativo di -248)

Quindi va rivista la politica di prezzi per spingere di piu ad aumentare le quantita da vendere di B e spostare clienti da A a B (mix). Forse una opportuna attivita pubblicitaria per fare conoscere il prodotto B che è di qualita piu alta puo spingere i consumatri ad abbandonare A per B