



# Lo strumento per l'analisi dei costi: Il Conto economico fornitore

*Ettore De Luca*

**Bologna, 27/01/2010**

- ▶ **Analizzare il costo dei prodotti per misurare**
  - ▶ L'efficacia dei processi di acquisto e negoziazione contrattuale.
  - ▶ La redditività del fornitore



- ▶ **La determinazione del costo di prodotto, come è noto, non può assumere validità assoluta, ma dipende dal contesto e dalle finalità per cui viene utilizzato**



**controllo fatture**



**calcolo margini e determinazione dei prezzi di vendita**



**determinazione del costo del venduto**



**calcolo del montante dei premi**



**valorizzazione del magazzino**

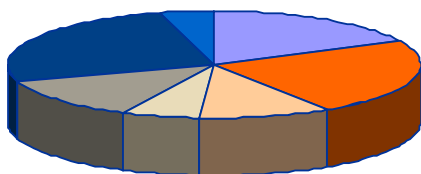


**...**



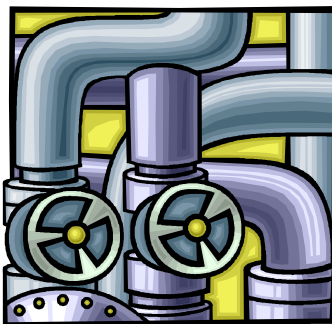
- ▶ Un costo “finito” è composto da diversi elementi che possiamo raggruppare in almeno due dimensioni fondamentali:

### Tipologia



- Sconti a valore
- Sconti in percentuale
- Costi per servizi
- Tasse
- Sconti Fuori fattura
- Sconti “Fittizi”: anticipazione fine anno
- .....

### Fonte



- » **Listino Fornitore (standard/offerta)**
- » **Ordini o i Carichi (standard/offerta)**
- » **Costo medio Ponderato**
- » .....  
.....

- ▶ **Combinando questi elementi è possibile configurare i diversi costi che hanno un effettiva utilità nei diversi e specifici contesti aziendali:**
  - ▶ **Costo commerciale standard/offerta -> determinazione dei prezzi standard/offerta**
  - ▶ **Costo riga e costo fattura -> controllo fatture**
  - ▶ **Costo premi dei carichi -> calcolo del montante**
  - ▶ **Costo medio ponderato o costo ultimo carico -> costo del venduto**
  - ▶ **Costo listino offerta -> formulare i prezzi di offerta**
  - ▶ **.....**



- ▶ **Cambiando prospettiva, di fronte a un valore dell'acquistato, nasce l'esigenza di capire**
  - ▶ **Il peso delle diverse componenti di costo**
  - ▶ **e come queste incidono nella politica di acquisto dell'azienda verso i fornitori.**

- ▶ **Da qui la necessità di mettere sotto la lente di ingrandimento il costo per analizzarne le diverse componenti**



- ... la situazione che si presenta è articolata.



... occorre mettere un po' di ordine.

- ▶ **Per rispondere a questa esigenza è indispensabile uno strumento per monitorare in maniera analitica le diverse componenti di costo**
  - ▶ **Uno strumento che ci consenta di misurare l'apporto delle singole fasi del processo d'acquisto al conto economico di prodotto**



- ▶ ... che supporti inoltre le attività dell'ufficio commerciale verso i fornitori fornendo uno strumento informativo
  - ▶ a supporto al processo d'acquisto e al processo di formulazione degli obiettivi di rinnovo contrattuale
  - ▶ In formazioni utili per l'analisi di categoria



	soft	selling	conv	duty	van p...
	14.88	105.00	131.25	139.13	166.99
	6.58	72.00	90.00	95.40	105.59
	18.98	118.00	147.50	156.38	185.15
		75.00	93.75	99.38	108.51
		82.00	65.00	68.50	73.30
		73.00	96.00	96.40	103.31
	6.9		131.25	139.13	158.40
	2.84		90.00	95.40	103.31
	5.11		123.75	131.18	145.95
		105.00		143.10	160.34
		72.00		90.10	98.20
		99.00		131.18	144.40
	11.15		135.00	143.10	160.34
	5.05		85.00	90.10	98.20
	9.54		123.75	131.18	144.40
		108.00		129.85	145.03
		68.00		122.50	129.85
		99.00		122.50	129.85
	11.13		98.00	68.75	72.88
	5.23		98.00	42.50	45.05
	8.54			61.25	64.93
			55.00	118.75	125.88
			34.00	60.00	63.60
			49.00		135.97
	5.61				68.49
	2.57				

## ► Razionalizzare e classificare gli elementi del costo in base agli obiettivi prefissati

**Legend:**

- metalli alcalini (orange)
- metalli alcalino-terrosi (light orange)
- metalli del blocco d (pink)
- metalli del blocco p (light blue)
- metalloidi (green)
- non metalli (yellow)
- alogeni (light yellow)
- gas nobili (cyan)
- lantanidi (light purple)
- attinidi (dark purple)

**Atomic Data Table:**

NUMERO ATOMICO	SIMBOLO	NOME
58	Ce	CERIO
59	Pr	PRASSIOLIO
60	Nd	NEODIMIO
61	Pm	PROMETIO
62	Sm	SAMARIO
63	Eu	EUROPIO
64	Gd	GAOLINIO
65	Tb	TERBIO
66	Dy	DISPROSIO
67	Ho	OLFIO
68	Er	ERBIO
69	Tm	TEROLIO
70	Yb	ITTERBIO
71	Lu	LUTECIO
90	Th	TORIO
91	Pa	PROATTINIO
92	U	URANIO
93	Np	NETUNIO
94	Pu	PLUTONIO
95	Am	AMEVICIO
96	Cm	CURVIO
97	Bk	BERKELIO
98	Cf	CALIFORNIO
99	Es	EWINGTINIO
100	Fm	FORTIO
101	Md	MONTDEVILLO
102	No	NABELIO
103	Lr	LAURENZIO

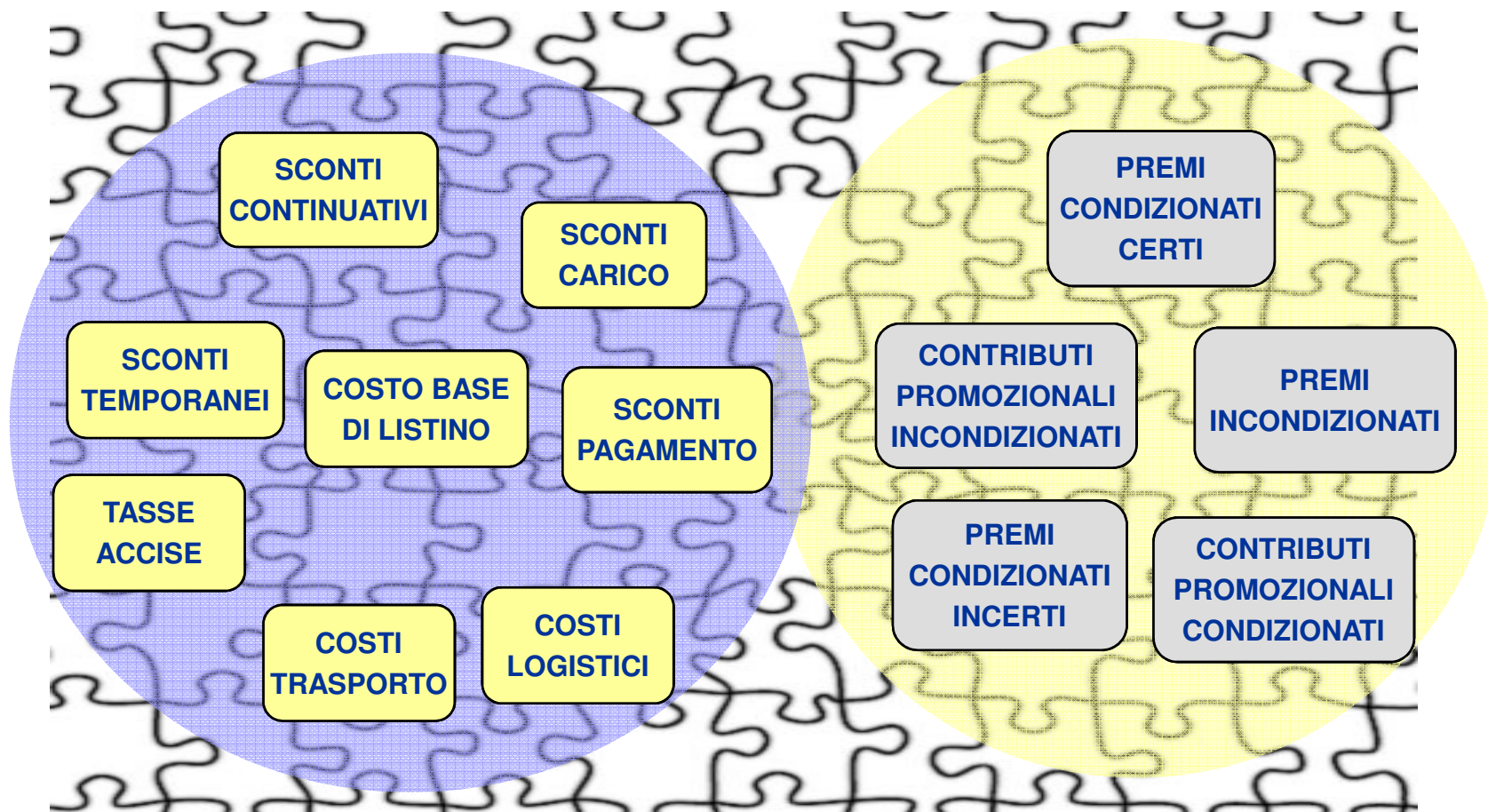
- ▶ **I vari elementi di costo possono essere differenziati in funzione dell'ambito di appartenenza**



► **Suddivisi in base alla loro origine**



- ▶ raggruppati in categorie omogenee definite “Classi di conto economico”



- ▶ **Il risultato di questa classificazione consente di:**
  - ▶ **Analizzare le voci di dettaglio del conto economico**
  - ▶ **Distinguere il valore dell'acquistato per tipologia di ricavo**
  - ▶ **Determinare il costo "netto statistico" dei prodotti**



## ► Totale acquistato per Fornitore/Merceologia/Buyer/Articolo

### Condizioni Continuative

#### Condizioni Standard

- ▼ Acquistato al Costo Base
- ▼ Sconti Continuativi
- ▼ Maggiorazioni Logistiche
- ▼ Costi di Trasporto
- ▼ Tasse E Accise
- ▼ Altre Risorse (Omaggi)

#### Sconti Condizionati

- ▼ Sconti carico
- ▼ Sconti Pagamento

### Condizioni Temporanee

#### Opportunità

- ▼ Sconti Promozionali
- ▼ Sconti Opportunità

#### Condizioni Occasionali

- ▼ Sconti in ordine o carico

### Ricavi indiretti

#### Premi Fine Anno

- ▼ Incondizionati
- ▼ Condizionati Certi
- ▼ Condizionati Incerti

#### Contributi Promozionali

- ▼ Base
- ▼ Condizionati Certi
- ▼ Condizionati Incerti

## ➔ COSTO LISTINO FORNITORE

Carichi

- SCONTI CONTINUATIVI
- SCONTI TEMPORANEI
- SCONTI CARICO
- SCONTI FINANZIARI
- + COSTI LOGISTICI E DI TRASPORTO
- + TASSE E ACCISE



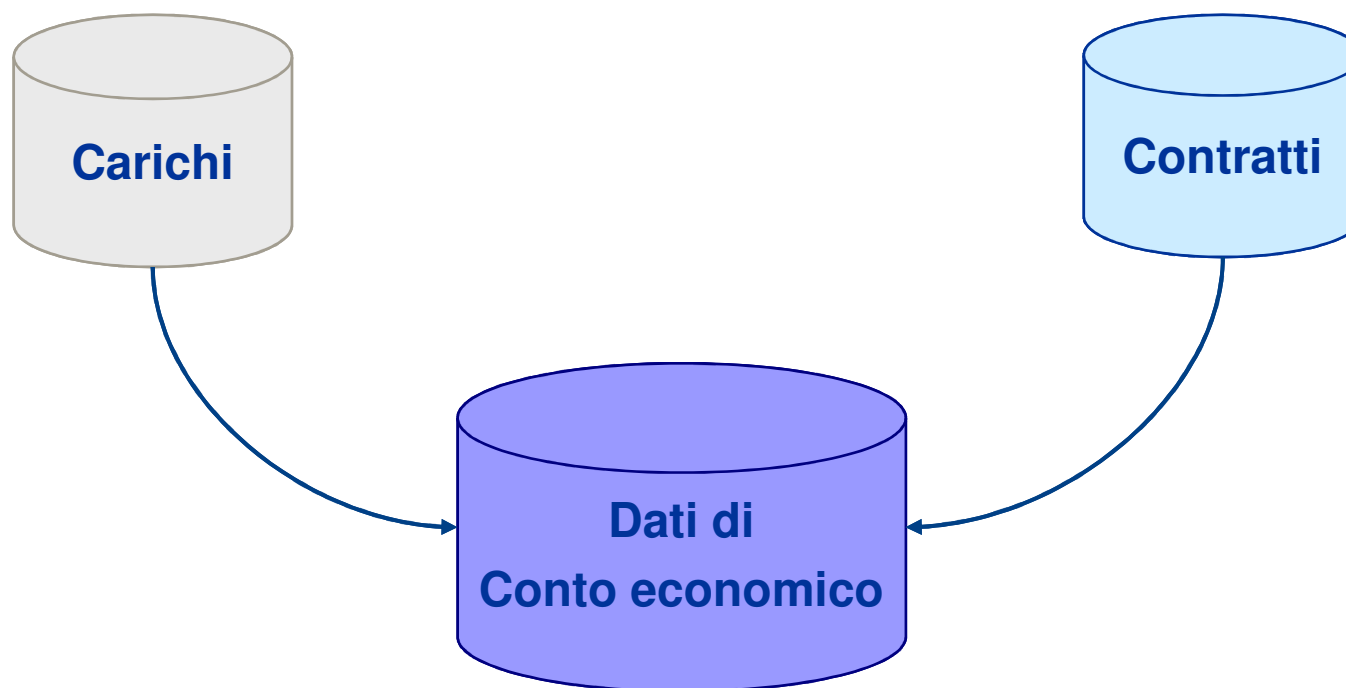
## ➔ COSTO DELL'ORDINE

Contratti

- PREMI FINE ANNO INCONDIZIONATI
- PREMI FINE ANNO CONDIZIONATI CERTI
- PREMI FINE ANNO CONDIZIONATI INCERTI
- CONTRIBUTI PROMOZIONALI BASE
- CONTRIBUTI PROMOZIONALI CONDIZIONATI CERTI
- CONTRIBUTI PROMOZIONALI CONDIZIONATI INCERTI

## ➔ COSTO NETTO STATISTICO

► Fonte dei dati



## CARICHI

- ▶ **Quantità e Valore dell'acquistato al costo base di listino**
- ▶ **Valore causali sconto maggiorazione differenziate per origine**
- ▶ **Righe a valore ripartite in base a specifici criteri (ad esempio importi a piede ordine come costi di trasporto o sconti forfettari)**

AZ.	FORN.	ARTICOLO	MAGAZZINO COD. TIPO	ANNO	MESE	CLASSE CONTO ECONOMICO		QUANTITA'	VALORE
A1	50.000	1000.1	1 M	2009	10	ACQ	ACQUISTATO AL COSTO BASE	1.500,00	3.450,00
A1	50000	1000.1	1 M	2009	10	SC1	SCONTI CONTINUATIVI		-685,00
A1	50000	1000.1	1 M	2009	10	ST1	SCONTI TEMPORANEI PROMOZIONALI		-332,00
A1	50000	1000.1	1 M	2009	10	ST2	SCONTI TEMPORANEI OPPORTUNITA'		-220,00
A1	50000	1000.1	1 M	2009	10	ST3	SCONTI TEMPORANEI GENERICI		-110,00
A1	50000	1000.1	1 M	2009	10	SC2	SCONTI CARICO		-132,00
A1	50000	1000.1	1 M	2009	10	SC3	SCONTI FINANZIARI		-98,00
A1	50000	1000.1	1 M	2009	10	SE1	SCONTI RISORSE EXTRA		-44,00
A1	50000	1000.1	1 M	2009	10	OMA	OMAGGI		-12,00
A1	50000	1000.1	1 M	2009	10	M02	MAGGIORAZIONI TASSE		87,00
A1	50000	1000.1	1 M	2009	10	M03	MAGGIORAZIONI LOGISTICHE E TRASPORTO		256,00
A1	50000	1000.1	2 M	2009	10	F01	RICAVI FITTIZI (ANTICIPAZIONE FINE ANNO)		-400,00

## RICAVI INDIRETTI

- ▶ Dati derivati dai contratti fornitore (premi per articolo, linea, assortimento fornitore ..)
- ▶ Valore dei premi ripartito per:
  - ▶ fornitore
  - ▶ Articolo
  - ▶ tipo servizio (magazzino/rifatturazione)
  - ▶ titolo di erogazione

AZ.	FORN.	ARTICOLO	MAGAZZINO COD. TIPO	ANNO	MESE	CLASSE CONTO ECONOMICO	QUANTITA'	VALORE
A1	50000	1000.1	1 M	2009	10	P10 CONTR. PROMOZIONALI BASE		-32,00
A1	50000	1000.1	1 M	2009	10	P11 CONTR. NUOVI INSERIMENTI		-25,00
A1	50000	1000.1	1 M	2009	10	P12 CONTR. MANTENIMENTO ASSORTIMENTO		-12,00
A1	50000	1000.1	1 M	2009	10	P13 CONTR. NUOVE APERTURE		-44,00
A1	50000	1000.1	1 M	2009	10	P14 CONTR. PUBBLICITA' E MARKETING		-12,00
A1	50000	1000.1	1 M	2009	10	P16 PREMI FINE ANNO INCONDIZIONATI		-100,00
A1	50000	1000.1	1 M	2009	10	P17 PREMI CONDIZIONATI		-150,00
A1	50000	1000.1	1 M	2009	10	P18 PREMI PUNTUALITA'		-75,00

## ▶ **Analisi preliminare**

### ▶ **Rilevazione delle esigenze**

### ▶ **Analisi della configurazione dei costi utilizzati**

- ▶ Classificazione causali sconti maggiorazioni
- ▶ Classificazione Codici movimento Contabile (CIMC)
- ▶ Gestione sconti temporanei (opportunità PRO e OPP)
- ▶ Classificazione titoli di erogazione

### ▶ **Analisi di impatto su processi chiave**

- ▶ Gestione listini standard e opportunità fornitore
- ▶ Gestione ordini e carichi
- ▶ ....

## ▶ Attivazione della struttura del “conto economico”

- ▶ Definizione e individuazione delle “Classi di conto economico”.
- ▶ Aggregazione delle classi di conto economico e costruzione della struttura del Conto economico fornitore
- ▶ Assegnazione delle classi di conto economico agli elementi di costo
  - ▶ Causali di sconto maggiorazione
  - ▶ Codici movimento contabile (CIMC)
  - ▶ Titoli di erogazione



**Grazie per l'attenzione**

*Ettore De Luca*

**Bologna, 27/01/2010**