

Pricing & Costing

Full Cost Based Pricing: Il mark-up applicato al costo pieno

G.TOSCANO e A.VINCI
Corso: Pricing & Costing
LIUC – Università di Castellanza
Novembre 2012
Anno accademico 2012/13

Il mark-up basato sul full costing

Il prezzo viene determinato sulla base di processi di *full costing* – a base unica o multipla – **aggiungendo al costo pieno di prodotto un valore corrispondente al risultato netto atteso dalla vendita di ciascuna unità:**

$$\text{Prezzo unitario} = C_v + kC_i + RP_{dt}$$

C_v = Costo variabile unitario

K = coefficiente di ripartizione dei costi fissi comuni

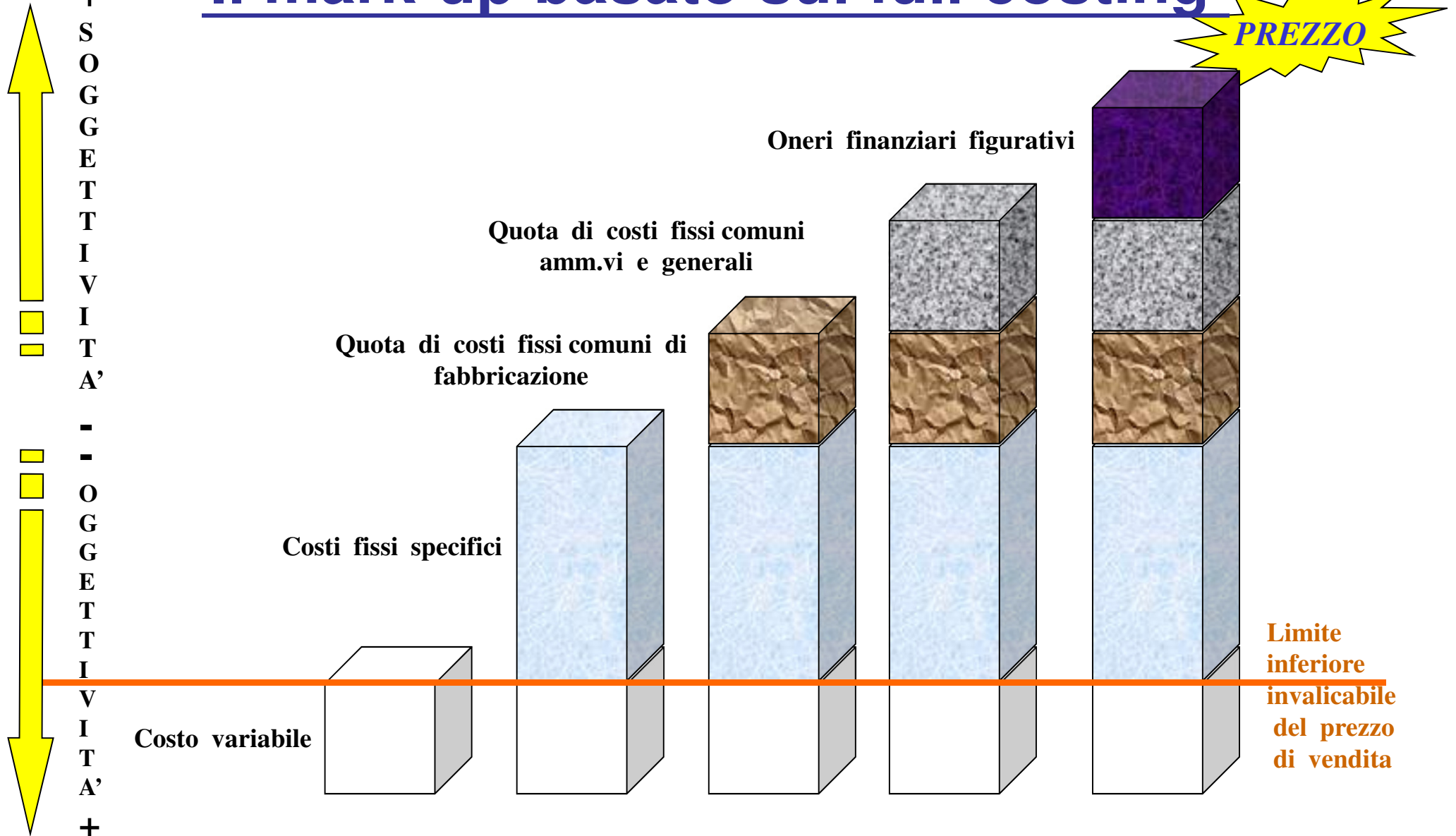
C_i = Costi fissi comuni

RP_{dt} = risultato atteso da ciascuna unità di prodotto venduta



LIUC

Il mark-up basato sul full costing

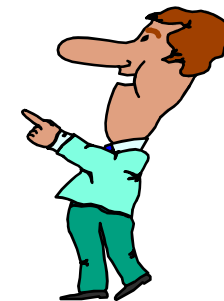


Il mark-up basato sul full costing

*QUESTO METODO PREVEDE CHE SI IMPUTINO ALL'OGGETTO DI CALCOLO
(AD ESEMPIO IL SINGOLO PRODOTTO)*

"TUTTI I COSTI"

IL PROBLEMA CHE BISOGNA AFFRONTARE APPLICANDO QUESTO METODO
E' QUELLO DELLA BASE CHE É OPPORTUNO UTILIZZARE
PER IMPUTARE ALL'OGGETTO DI CALCOLO I COSTI FISSI!



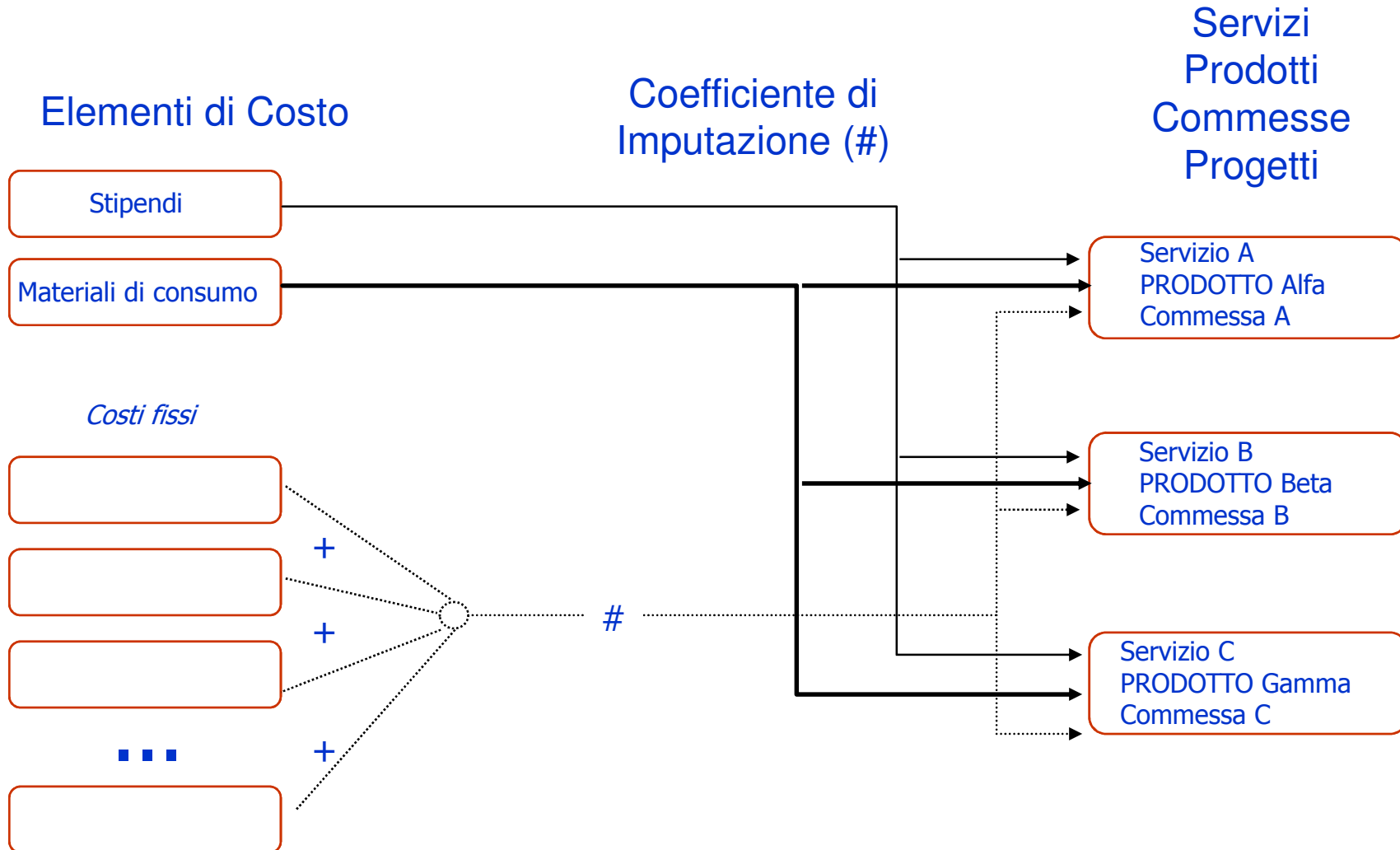
Il mark-up basato sul full costing

PERTANTO SI DISTINGONO:

- *FULL COSTING A BASE UNICA* (utilizzo di un unico criterio di ripartizione dei costi fissi comuni)
- *FULL COSTING A BASE MULTIPLA* (utilizzo di più criteri di ripartizione dei costi fissi comuni)
 - secondo il criterio funzionale
 - secondo il criterio gerarchico-causale (o a sezioni omogenee)
 - secondo il criterio per attività

Il mark-up basato sul full costing

IMPUTAZIONE DEI COSTI CON IL METODO DELLA BASE UNICA



Il mark-up basato sul full costing

*I DIVERSI METODI DI CALCOLO DEL COSTO PIENO A BASE MULTIPLA
SI DISTINGUONO PER:*

A) IL CRITERIO IN BASE AL QUALE SI DEFINISCONO I CENTRI DI COSTO
(NEI QUALI VANNO ALLOCATI I COSTI
PRIMA DI ESSERE IMPUTATI AGLI OGGETTI ULTIMI DI CALCOLO)

E

B) LA BASE DI IMPUTAZIONE SCELTA CON
RIFERIMENTO AI SINGOLI CENTRI

Il mark-up basato sul full costing

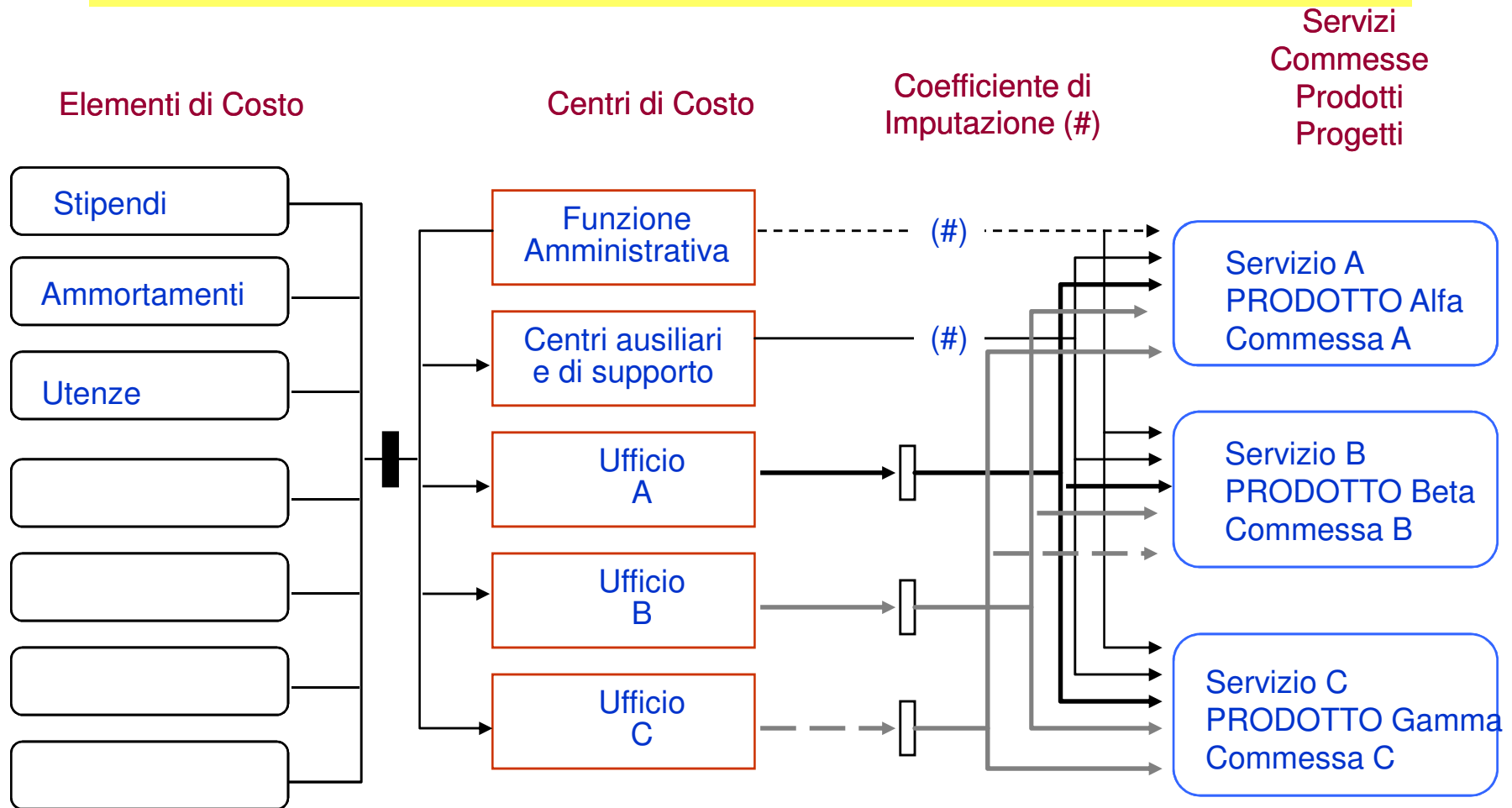
IL PROCESSO DI CALCOLO DEL COSTO PIENO A BASE MULTIPLA
SECONDO IL CRITERIO FUNZIONALE
É IL SEGUENTE:

1) SI ALLOCANO I SINGOLI ELEMENTI DI COSTO FISSO NEI CENTRI DI COSTO

2) E, ATTRAVERSO UNA BASE DI IMPUTAZIONE DIVERSA, DA CENTRO A CENTRO, I COSTI COMPLESSIVI DEL CENTRO FUNZIONALE SI IMPUTANO AGLI OGGETTI ULTIMI DI CALCOLO, PROPORZIONALMENTE AL VALORE ASSUNTO DALLA BASE CON RIFERIMENTO ALL'OGGETTO

Il mark-up basato sul full costing

IMPUTAZIONE DEI COSTI CON IL METODO DELLA BASE MULTIPLA SECONDO IL CRITERIO FUNZIONALE



Il mark-up basato sul full costing

IL PROCESSO DI CALCOLO DEL COSTO PIENO A BASE MULTIPLA
SECONDO IL CRITERIO GERARCHICO-CAUSALE (A SEZIONI OMOGENEE)
E' IL SEGUENTE:

1) *I COSTI FISSI VENGONO LOCALIZZATI O RIPARTITI IN SEZIONI CORRISPONDENTI ALLE DIVERSE UNITA' ORGANIZZATIVE (SEZIONI AUSILIARIE, SEZIONI PRINCIPALI E SEZIONI AMMINISTRATIVE E FINANZIARIE).*

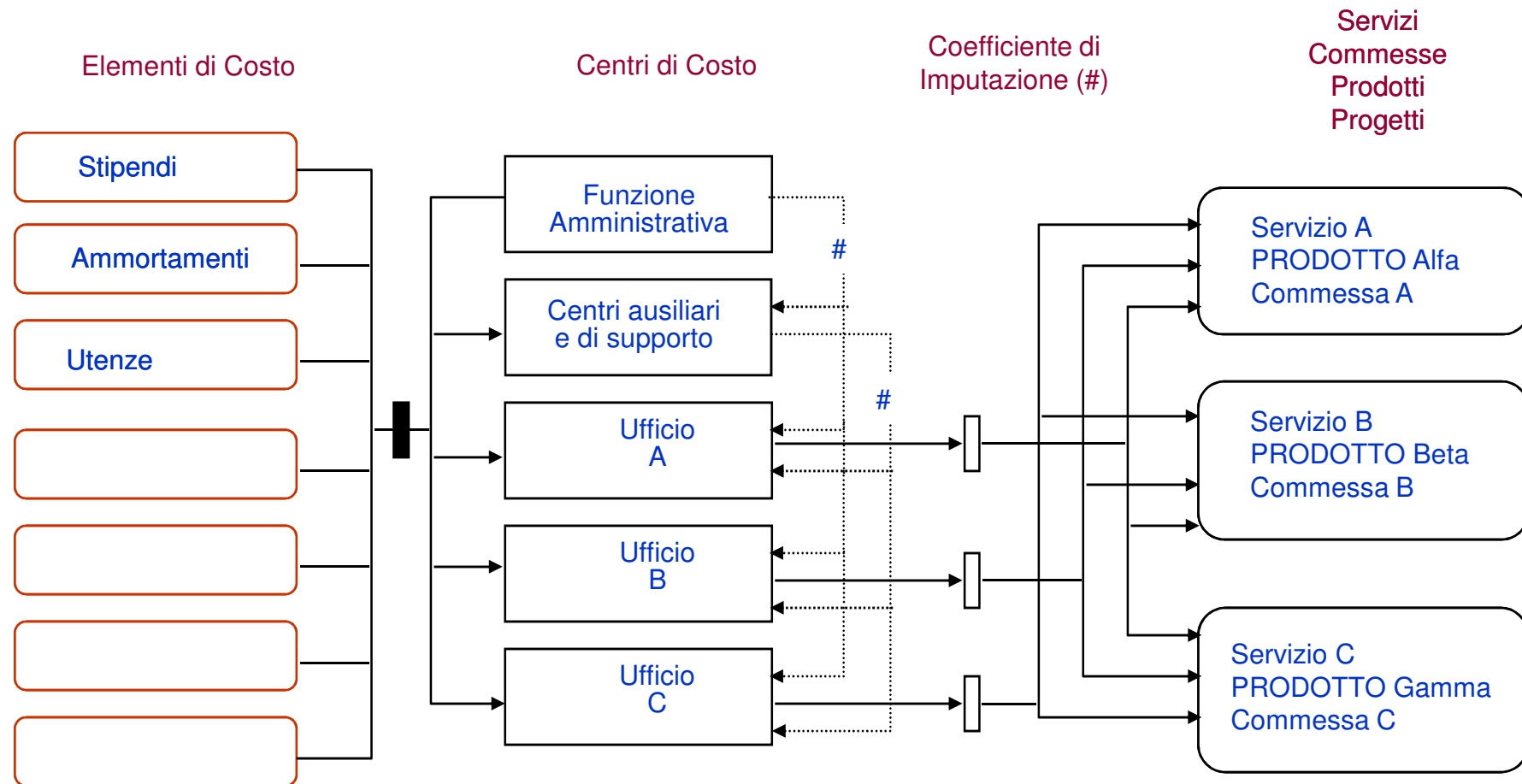
OGNI SEZIONE DEVE SVOLGERE ATTIVITA' DEFINITE E DISTINTE, IL CUI LIVELLO PUO' ESSERE APPREZZATO MEDIANTE PARAMETRI UNIVOCI ESPRESSIONE DEL VOLUME DI ATTIVITA' SVOLTO DALLA SEZIONE

2) *SI IMPUTANO I COSTI ALLOCATI NELLE SEZIONI AUSILIARIE ALLE SEZIONI PRINCIPALI*

3) *E, ATTRAVERSO UNA BASE DI IMPUTAZIONE DIVERSA, DA SEZIONE A SEZIONE, I COSTI COMPLESSIVI DELLA SEZIONE PRINCIPALE SI IMPUTANO AGLI OGGETTI ULTIMI DI CALCOLO, PROPORZIONALMENTE AL VALORE ASSUNTO DALLA BASE CON RIFERIMENTO ALL'OGGETTO*

Il mark-up basato sul full costing

IMPUTAZIONE DEI COSTI CON IL METODO DELLA BASE MULTIPLA
SECONDO IL CRITERIO GERARCHICO-CAUSALE



Efficacia del metodo basato sul full costing

**LA SCELTA DEL
COSTO PIENO**

**É EFFICACE (????)
POICHÉ...**

- *Nel lungo termine, i costi pieni indicano il livello minimo di costi che devono essere coperti per non uscire dal mercato;*
- *Il full cost plus pricing promuove prezzi stabili, perché limita la capacità di ridurre i prezzi;*
- *Non richiede un'analisi dettagliata dei modelli di andamento dei costi per determinare costi fissi e costi variabili di prodotto*

Efficacia del metodo basato sul full costing

**LA SCELTA DEL
COSTO PIENO**

PROBLEMI:

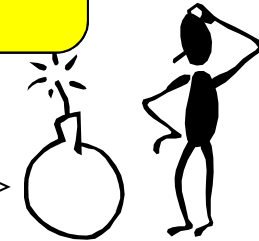
- * *Poiché la ripartizione dei costi fissi comuni è soggettiva e arbitraria, non sempre il full cost plus pricing garantisce di aver coperto tutti i costi;*
- * *Il full cost plus pricing ignora le relazioni prezzo-volume (elasticità della domanda al prezzo) e le dinamiche competitive;*
- * *Stimola ad incrementare i prezzi allorché le vendite ristagnano [il volume dipende dal prezzo che dipende dal costo pieno unitario che dipende, a sua volta, dal volume]*

Efficacia del metodo basato sul full costing

IL FULL COST PLUS PRICING
(Copre tutti costi e si ottiene un prestabilito margine di utile)



**PUÒ FUNZIONARE CONVENIENTEMENTE
SOLO SE**



- Volume di produzione preventivo = Volume di produzione effettivo
- Il *Full Cost Plus Price* deve essere in linea con i prezzi di mercato
- Vi sono elevati elementi monopolistici
- Elevata rigidità della domanda alle variazioni di prezzo
- Stabilità di utilizzo della capacità produttiva
- Coerenza con la politica di vendita di lungo periodo

IN REALTÀ BISOGNA RAGIONARE IN LOGICA DI COSTO DIFFERENZIALE

La determinazione del mark-up o del coefficiente di recupero in grado di generare valore economico

**DEFINITA L'ENTITÀ DEL R.O.E.,
SI TRATTA DI:**

**A) FISSARE L'ENTITÀ DEI MEZZI PROPRI (M.P.)
VALE A DIRE DEL PATRIMONIO NETTO**

B) RISOLVERE L'UGUAGLIANZA $R.O.E. = \frac{R.N.}{M.P.}$

**OTTENENDO IL REDDITO NETTO OBIETTIVO IN BASE AL QUALE
FISSARE IL MARK-UP O IL COEFFICIENTE DI RECUPERO**

La determinazione del mark-up o del coefficiente di recupero in grado di generare valore economico

LA **REDDITIVITÀ DEI MEZZI PROPRI (ROE)** È L'INDICE SINTETICO SIGNIFICATIVO PER L'APPREZZAMENTO DEI **RISULTATI DELLA GESTIONE NEL SUO COMPLESSO**, CIOÈ DEI RISULTATI CONSEGUITI DAI DIVERSI SETTORI AZIENDALI.

LE RELAZIONI CHE COLLEGANO L'ANDAMENTO DELLA **GESTIONE ECONOMICA** E DELLA **GESTIONE FINANZIARIA** di azienda ALLA " **REDDITIVITÀ DEI MEZZI PROPRI**" SONO (formula di *Modigliani - Miller*):

$$\mathbf{R.O.E. = \{ R.O.I. + (R.O.I. - i) \times td \} \times S}$$

Dove:

- | | | |
|-------|---------------------------------------|---|
| • ROE | = Return on Equity | = Reddito Netto/Mezzi Propri |
| • ROI | = Return on Investment | = Reddito Operativo Netto/Attivo Totale Netto |
| • i | = OF/MT = Costo dei Mezzi di Terzi | = Oneri Finanziari/Mezzi di Terzi |
| • td | = MT/MP = Grado di Indebitamento | = Mezzi di Terzi/Mezzi Propri |
| • s | = Reddito Netto/Reddito di Competenza | |

La determinazione del mark-up o del coefficiente di recupero in grado di generare valore economico

SE SI UTILIZZA IL METODO DIRECT COSTING

PER FISSARE IL MARGINE DI CONTRIBUZIONE PERCENTUALE È SUFFICIENTE DEFINIRE I RICAVI OBIETTIVO, DELL'ANNO OGGETTO DI PRICING, CHE SI VOGLIONO CONSEGUIRE

ORIENTAMENTO AL MERCATO

CON QUESTO MARGINE DI CONTRIBUZIONE PERCENTUALE E' POSSIBILE STABILIRE IL MARK UP SOGLIA



La determinazione del mark-up o del coefficiente di recupero in grado di generare valore economico

SE INVECE SI UTILIZZA IL METODO DEL COSTO PIENO

SARÀ SUFFICIENTE INSERIRE IL REDDITO NETTO OBIETTIVO NELLA FORMULA PER DETERMINARE IL VALORE DEL COEFFICIENTE "SOGLIA"

$$\text{REDDITO NETTO} = \text{RICAVI} - \text{COSTI VARIABILI del PRODOTTO} - \text{TOTALE ALTRI COSTI}$$

$$\text{COEFFICIENTE} = \frac{\text{RICAVI}}{\text{COSTI VARIABILI del PRODOTTO} \times \text{TASSO di PRODUTTIVITÀ'}}$$

Il ruolo svolto dalle condizioni di pagamento

*LE FORMULE SOPRA RICHIAMATE SONO VALIDE SOLO SE
NEL CALCOLO DEI COSTI COMUNI SONO INSERITI ANCHE GLI
ONERI FINANZIARI,*

*CHE DIPENDONO
DA*

*GESTIONE FINANZIARIA
LEGATA ALLA
GESTIONE CORRENTE*

*GESTIONE FINANZIARIA
EXTRA CORRENTE*

ONERI FINANZIARI

Il ruolo svolto dalle condizioni di pagamento

SAREBBE OPPORTUNO CALCOLARE A PREVENTIVO DEGLI ONERI FINANZIARI FIGURATIVI IN BASE ALLA DEFINIZIONE DELLE CONDIZIONI DI PAGAMENTO

ESEMPIO NUMERICO

<i>DILAZIONE in GIORNI</i>	<i>COSTO DEI MEZZI DI TERZI (i)</i>		
		12%	15%
90	3%	3.7%
....
120	4%	5%
240	8%	10%