

Luigi Franceschi

MATRIOSKA

Pillole di saggezza per la gestione dell'impresa



**LA DEFINIZIONE
DEL COSTO
DI PRODOTTO**

LA DEFINIZIONE DEL COSTO DI PRODOTTO

Dalla ricerca del PdP (punto di pareggio) è emersa la assoluta necessità di conoscere il costo del prodotto e delle sue componenti fondamentali: costi fissi e costi variabili.

Ogni azienda che produce, sia che si proponga direttamente al mercato come se opera come subfornitrice di componentistica, ha la necessità di definire o di accettare un prezzo concordato.

Questo prezzo, generatore dei ricavi aziendali, deve coprire tutti i costi relativi agli acquisti, alla trasformazione ed alla gestione del processo produttivo e salvaguardare un margine di guadagno.

Diventa vitale conoscerlo per valutare se proporsi o meno al cliente, a nessuno piace lavorare per non avere degli utili o addirittura lavorare per rimetterci soldi.

Le metodologie per la definizione del costo di prodotto sono di diversa natura:

ANALITICA - basata su dati definiti e metodologie di calcolo.

VALUTATA - derivata dall'esperienza, dalla similitudine con lavori precedenti o dalla offerta del mercato a cui ci si adegua sperando nella buona sorte ed in attesa di consuntivare il lavoro e decidere se proseguire o meno.

STIMATA - frutto di una raccolta attenta dei dati di produzione eseguita nei precedenti lavori, opportunamente confrontati e rielaborati alla bisogna.

Il metodo della "stima" presuppone una attenta e puntuale raccolta e classificazione dei dati - il sistema del marcatempo viene ancora applicato ed offre una buona approssimazione.