

strategie

Luigi Pavan – www.best-control.it – 3387400641

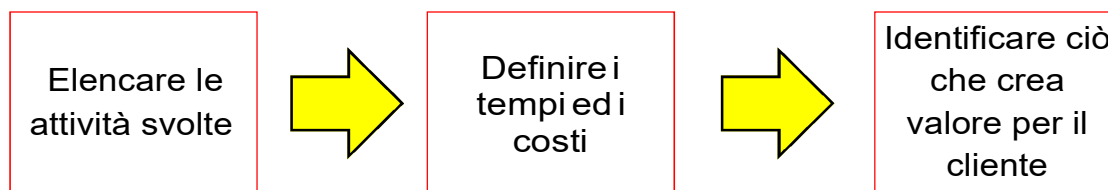
RIORGANIZZARSI E RIDURRE I COSTI CON L'ANALISI DELLE ATTIVITA'

L'analisi delle attività, ed il costo delle stesse, si è resa sempre più indispensabile da quando la richiesta di prodotti e servizi di qualità elevata, da fornire in tempi brevi e a prezzi sempre più bassi, ha mutato la struttura dei costi facendo aumentare l'importanza di quelli indiretti rispetto ai costi di produzione.

Questa forma di controllo di gestione può essere definita come controllo organizzativo (meglio conosciuto con il nome di Activity Based Management) ed è un sistema che permette di definire il peso delle attività che creano valore per il cliente e che sono strategicamente rilevanti.

Il sistema non rinnega il direct costing con l'analisi del margine di contribuzione per prodotto ma intende analizzare come i costi di struttura contribuiscono all'attività aziendale.

In pratica si agisce in questo modo:



Nelle aziende industriali si riconoscono una serie di attività come ad esempio:

ACQUISIRE L'ORDINE DAL CLIENTE

- esaminare richieste clienti
- richiedere calcolo dei costi
- coordinare agenti
- preparare e rivedere l'offerta
- visitare clienti
- preparare e sottoscrivere contratti

PROGETTARE

- esaminare commessa
- chiarire richieste
- definire progetti
- disegnare prodotti

PROGRAMMARE LA PRODUZIONE

- programmare gli acquisti
- programmare produzione
- gestire ritardi, solleciti, urgenze
- preparare commesse
- inserire dati lancio commesse

ACQUISTARE I MATERIALI E I SERVIZI

- ricercare nuovi fornitori
- contrattare prezzi
- emettere ordini
- conciliare ordini e fatture

PRODURRE DOCUMENTI FISCALI

- controllare documenti
- registrare documenti
- preparare bilanci
- rapportarsi con consulenti
- archiviare

I tempi ed i costi devono essere rilevati per ogni singola operazione e persona coinvolta; questo motivo solitamente induce ad esercitare l'analisi quando è cambiato il sistema organizzativo o deve essere rivisto.

Identificati i costi è necessario porsi la questione se quell'attività produce vantaggi per il cliente e lo sviluppo dell'attività. In sostanza tutti i costi dell'azienda vengono raggruppati in una tabella di questo tipo:

	RICHIESTO DAL MERCATO	ININFLUENTE PER IL MERCATO
COSTO PER LO SVILUPPO		
COSTO PER MANTENERE LA POSIZIONE		
COSTI DI SUPPORTO		

Se l'attività produce vantaggi per il cliente è un'attività su cui investire, altrimenti è un'attività da razionalizzare ed eventualmente ridurre il costo.

