# ECONOMIA e ORGANIZZAZIONE AZIENDALE A

## Indice


- ECONOMIA e SISTEMA AZIENDALE
  Introduzione, impresa e azienda
  Ambito competitivo
  Struttura – Comportamento – Performance
  5 Forze Competitive
  Analisi di settore
- FORMULAZIONE delle STRATEGIE AZIENDALI
  Fonti del valore → FATTORI INTERNI
  Vantaggio competitivo
  Catena del valore
  Differenziazione / Leadership di costo
- PROGETTAZIONE ORGANIZZATIVA
  Organizzazione
  Strutture elementari, funzionale, divisionale, a matrice, a progetto, sui processi
  Funzioni aziendali
  MARKETING (Marketing Mix, prodotto, marca, prezzo, comunicazione, distribuzione)
  PRODUZIONE (coerenza, sistemi push-pull, MRP, JIT, approvvigionamento, costi di gestione)
  R&S (innovazione, organizzazione interna, collaborazione, acquisizione)
- STRUMENTI DI ANALISI DI GESTIONE, BILANCIO
  Documenti del Bilancio
  Principi del Bilancio
  Voci Attività / Passività
  Capitale Netto
  Transazioni
  Contabilizzazione
  Ricavi e Attività monetarie
  Misurazione dei Costi
  Remunerazione / Costo del Venduto
  Ammortamento


---

**PARTE 1**

**AZIENDA** Complesso dei beni organizzati dall'imprenditore per l'esercizio dell'impresa → manifatturiera / di servizi
- ETEROGENEO
- FINE ECONOMICO → creare ricchezza
- PERMANENZA TEMPORALE

**IMPRENDITORE** esercita l'attività economica organizzata al fine di produrre beni/servizi

**MANAGEMENT** organizzazione del lavoro e ricerca di metodi/strumenti efficaci per direzione/attrazione/controllo)

**ECONOMIA AZIENDALE** comportamento, funzionamento, diversità delle aziende
(INDUSTRIALE studia il settore, POLITICA)

input [acquisti] prod. [vendite] output

Impresa = SISTEMA APERTO → interagisce con l'esterno (→ risorse → ritorno) → ambiente:
- culturale
- politico
- fisico
- sociale
- tecnologico
- economico

LAVORO, MATERIALI, ENERGIA, TECNOLOGIE, CAPITALI → processo produttivo → beni/servizi ⇒ efficienza/efficacia NON SEMPRE CORRELATE

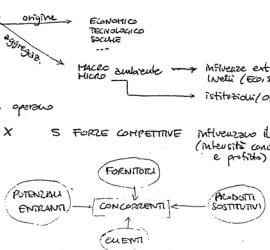
PERFORMANCE (valore) ← ext VETTORE (dove) → AMBITO COMPETITIVO origine → ECONOMICO, TECNOLOGICO, SOCIALE ...
PERFORMANCE (valore) ← int VANTAGGIO COMP. (come) → aggregate → MACRO ambiente → influenze ext e vari livelli (econ, socio...)
MICRO ambiente → istituzioni/operatori

**REDDITIVITÀ** → analisi di settore → aggregazione di imprese che operano sullo stesso mercato

STRUTTURA settore → COMPORTAMENTO → PERFORMANCE redditività
- concentraz.
- barriere
- diff. prodotto

- prezzo
- pubblic
- investimenti

X 5 FORZE COMPETITIVE influenzano il settore (intensità concorrenza e profitto)

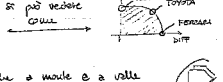


Studi L. DI COSTO e DIFFERENZ.

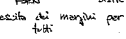
- costi, a parità di valore riconosciuto

price premium (posizioni di nicchia, innovazioni, costi)

la situazione si può vedere come




SISTEMA DEL VALORE ottimizzare le catene anche a monte e a valle (ultimi studi: Supply Chain Management)




crescita dei margini per tutti

collaborazione e partnership
ELIMINARE le attività che non creano valore

# PARTE 3

ORGANIZZAZIONE complesso delle modalità con cui si effettua e COORDINAMENTO

DIVISIONE DEL LAVORO (specializzazione ↑, produzione ↑ ma motivazione ↓, produttività ↓ [Taylor])
↳ PSICOLOGIA INDUSTRIALE — motivazione, leadership, influenze del gruppo

STRUTTURA ORGANIZZATIVA definisce i criteri dell'organizzazione, 3 dotellini:
- rapporti di dipendenza
- unità organizzative
- sistemi di comunicazione

tra le

↳ RAGGRUPPAMENTO (supervisione, ritorno, indicatori comuni di performance, adattamento)

STRUTTURE IN ORIZZONTALE divisione e specializzazione (criteri tecnici, di prodotto o di mercato)
IN VERTICALE profondità della struttura
] dimensionamento l'ampiezza del controllo

LINE adozione e diffus. di mezzi o servizi

STAFF supporto e assistenza

[grado di accentramento distribuzione del potere nella struttura
" " formalizzazione regole e procedure]

1) STRUTTURA ELEMENTARE semplice
responsabile + unità operative
AMB. CONTR. max
FORMALIZZ. min
condivisione familiare

si interagisce direttamente

2) STRUTTURA FUNZIONALE raggruppamento sulla base degli INPUT (specializzazione complessiva)

PRO economie di scala
sviluppo conoscenze
obiettivi funzionali
pochi prodotti

ASPIRA A RENDERE MAX L'EFFICIENZA (ritorno)

CONTRO lento adattamento
scarso coordin. orizzontale e decisioni al vertice
minor innovazione
dinamica non visibilissima

3) STRUTTURA DIVISIONALE raggruppamento sugli OUTPUT (mercato, prodotto, clienti)

replica della struttura funzionale
unità impresa

PRO soddisfaz. clienti
alto coordinamento funzioni
buon adattamento
molti prodotti
decisioni decentralizzate

RENDE MAX L'EFFICACIA (obiettivi)

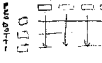
CONTRO no economie di scala
no approf. e specializzaz.
scarso coordinamento tra linee
difficile integrazione / standardizz. tra linee

4) STRUTTURA MATRICIALE incrocio delle 2 dimensioni DIVIZ. (specializz.) + VERT. (funzioni)

due linee incrociate di autorità

PRO massimizza la specializzazione
buona x ambiente complesso e incerto
economie di scala
evita di duplicare funzioni

CONTRO complessa comunicazione e coordinamento




5) STRUTTURA PER PROGETTO coordinamento di risorse intorno ad uno specifico progetto
controllato dal PROJECT MANAGER (può essere leader o persona)

- responsabile in tempi, costi e qualità risorse
- rappresenta l'impresa verso il cliente

COORDINAMENTO per supervisione diretta → altre forme:
- mutuo adattamento (reciproco)
- per standardizzazione
  - degli input: sel. personale
  - dei processi: procedure standard
  - degli output: obiettivi → autonomia

CONTRO permettere ritorni sullo stesso progetto → FLESSIBILITÀ

6) STRUTTURA PER PROCESSI (sempre applicazione della matrice)
↳ sequenze di attività interfunzionali che presentano comuni obiettivi verto il cliente

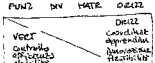
PARTE TUTTO DA CLI → ORDER TO DELIVERY

- interfunzionali
- output unico e rilevante
- forte integrazione informativa
- stabile e ricorrente (a diff. del progetto)

× PROCESSI CHIAVE
× TEAM AUTOGESTITI
× PROCESS OWNER
× CLIENTE: FATTORE GUIDA

PRO flessibilità col cliente
attenzione sul cliente
lavoro di gruppo
soddisfazione dipendenti

CONTRO difficile determinare i processi chiave
cambi avventi di cultura
dilaterazione potere manager
formazione dipendenti




AREE FUNZIONALI — CLASSI CARATTERISTICHE, INTEGRATIVE, CONTROLLO — supporto informativo e di pianificazione

oggetto specifico ed esclusivo dell'attività produttiva

non caratterizzano l'attività ma sono indispensabili per gli obiettivi aziendali

SETTORE
- STRUTTURA (concentrazione, barriere, differenziazione, informazione)
- TIPOLOGIA (conc. perfetta, oligopolio, duopolio, monopolio)

$C4 = \sum_{1}^{4} q_i$ quota di mercato

+ costi riconversione

sfruttam. capacità produttive

- CONCORRENTI concentrazione, tasso di crescita domanda, possibilità di differenziazione, barriere, costi fissi,
- ENTRANTI POTENZIALI capitali, riconversione, distribuzione, sviluppo di costo, politica pubblica → • dogane • licenze • proprietà intellettuale
  economie di scala, differenziazione
  - costo
  - valore
  - (es. COMPUTERS no barriere)
  - BREVETTI, MARCHI, DIRITTI D'AUTORE
- PRODOTTI SOSTITUTIVI rapporto qualità/prezzo, costi di riconversione, nicchi di sostituzione → costi utilizzatore ‖ pongono un tetto al prezzo
- FORNITORI (potenza = potere contrattuale) concentrazione, no prodotti sostitutivi, sbarco marginale, beni differenziati (loro), costi conv. minacciano integrazione a valle, input importante
  FORN → PROD → DISTR → CLIENTE
  valle
  - tendenza a concentrare
- CLIENTI speculari ai fornitori

BUSINESS
- come tecnologia
- dei clienti
- cosa bisogni da soddisfare

ANALISI SEGMENTAZIONE
- variabili → geo, socio, demo, comportamentali...
- attività del seguendo → PORTER
- selezioni

CRITICHE SUL MODELLO
elasticità: il settore è dinamico!
classificazione decisa dall'osservatore

④ ← ANALISI SETTORIALE → ②

---

## PARTE 2

fattori interni

STRATEGIA obiettivi (3-5 anni) che guidano le decisioni aziendali (anche decisioni sul breve) → CREAZIONE DI VANTAGGIO COMPETITIVO (risultati più alti della media di settore) sfruttare i concorrenti

RISORSE
- RISORSE (ALIMENTANO I PROCESSI DI TRASFORMAZIONE)
- tangibili: fisiche, finanziarie (→ BILANCIO) autofinanziamento, grado indebitamento
- intangibili: tecnologia, reputazione, (DIFFICILI DA MIMARE) — brevetti, investimenti R&D, pubblicazioni scientifiche, nuovi prodotti → intensità R&D = Investimenti R&D / Fatturato %
- umane: titolo di studio (alta media), assenteismo/turn-over ] COMPETENZE ] MOTIVAZIONI

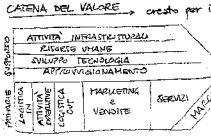
COMPETENZE (ATTITUDINE AD ACCUMULARE E SVILUPPARE LE RISORSE) → interazione tra le risorse
- distintive: essere di valore per il cliente, avere unicità nella concorrenza, aprire i nuovi mercati ‖ NECESSARIE PER DIFFERENZIARSI DAI CONCORRENTI → apertura

STRATEGIE per il vantaggio comp.
- LEADERSHIP DI COSTO
  - economie di scala
  - tecniche produttive
  - progettazione
  - approvvigionamento
  - utilizzazione capacità produttiva
  - efficienza operativa
  → risorse consumate rigide a parità di output → CTR BUONA QUALITÀ!
- DIFFERENZIAZIONE fornire al cliente un prodotto da lui percepito come "unico" o "superiore" → ADDIZIONALE DI PREZZO CHE VIENE PAGATO
  - tangibile: percepibile dal cliente
  - intangibile: marchi (marketing), servizi

da integrare nell'assetto competitivo

VANTAGGIO: costo / differenz.
AMBITO: strategico / settoriale
alternative strategiche

CATENA DEL VALORE → creato per il cliente, quello che è disposto a pagare → MARGINE DI PROFITTO




sostengono l'intera catena
associate al personale
miglioramento prodotto e processo
acquisto input → ricevimento, magazzino, distrib. materie prime, produzione / attrezzaggio, raccolta, imballaggio, distrib. prodotti finiti, diversificare il prodotto al cliente, migliorare/mantenere la qualità del prodotto

MODELLO DINAMICO → importanti i collegamenti tra le attività
- OTTIMIZZAZIONE
- COORDINAMENTO → flussi informativi

→ creazione fisica del prodotto

olore DECISIONI make-or-buy (occhio lungimira e disponibilità conoscenze)
make to stock / sulla base di previsioni produz

TIPOLOGIE DI PROCESSI PRODUTTIVI su progetto (unicità prodotto) → SPECIFICITÀ
su commessa (su richiesta del cliente, processo intermittente)
per lotti (raggruppamento, uguali nel lotto ma lotti diversi, intermittente ma giradi q.tà)
in linea (large scala, limiti di differenziazione)
processo continuo (fasi successive, impianti costosi, 24/24 giorno)

sulla diagonale

ho la produzione efficiente e coerente

UNICO → BASSI VOLUMI MOLTI MODELLI → ALTI VOLUMI POCHI MODELLI → STANDARDIZZATO → MIX prodotti

PUNTUALITÀ FLEX → QUALITÀ ed ELASTICITÀ → ECONOMICITÀ EFFICIENZA — obiettivi

SISTEMI push (produzione e acquisti ← previsione del consumo)
(elenco i prodotti a prescindere dalla domanda)
pull (prod e acquisti ← consumo effettivo)
(trainati dalla domanda)
↓
JIT (Just In Time) produrre l'oggetto necessario alla q.tà necessaria al momento giusto
ogni fattore che rimpiazza è un ← (a.DO È NECESSARIO ALLA FASE SUCCESSIVA)
COSTO
sistema Kanban (cartellini di movimentazione e produzione)
qualità costruita e garantita man mano che il prodotto viene finito → - LAVORAZIONI, - SPRECHI

→ MRP (Material Requirement Planning)
Scorte minime e comodezza tra disponibilità dei materiali e utilizzazione
· programma prod · distinta · lead time approv/prod · durata gaccuze · tempi medi
↳ PRODOTTO SCOMPOSTO PIANIFICAZIONE A RITROSO

→ AREE DI ATTACCO: sistema push, complicato costruito, tempi abbastanza, code bottiglia — risorse rigide, lavoro non standardizz, cattiva qualità, poco valore alle persone

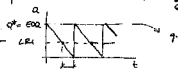
APPROVIGIONAMENTO acquisto, trasferimento e stoccaggio di materie prime
PUNTO DI RIORDINO livello di scorte che determina un nuovo ordine

[posto più prossimo una SCORTA DI SICUREZZA per evitare rotture di stock se il LT è più lungo del previsto]

$LR2 = Fu \cdot LT + SS$

$LR1 = Fu \cdot LT$ (tasso consumo unitario Hp/ ottimale)

PROBLEMI QUANDO QUANTO ordinare



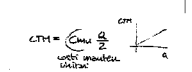

q.tà economica di riordino

come determino $Q^*$? minimizzare $CTE + CTM = CTS$ (costi tot. scorte)
costi emissione ordine — costi mantenim. a q.tà giacenza

ottengo $Q^* = \sqrt{\frac{2 Ceu FT}{Cmu}}$ LOTTO ECONOMICO
costo il minimo → non tengo conto degli sconti q.tà

$CTE = Ceu \frac{FT}{Q}$ costi emissione unitari

$CTM = Cmu \frac{Q}{2}$ costi mantenim unitari




quindi ho $CTS = Ceu \frac{FT}{Q} + Cmu \left(\frac{Q}{2} + SS\right)$

RICERCA E SVILUPPO generare ed elaborare nuove conoscenze e sviluppate per realizzare nuovi prodotti / processi produttivi

INNOVAZIONE = INVENZIONE + STRUTTAMENTO COMMERCIALE
miglioro tecnologia — porto innovazione sul mercato

RES
- ricerca di base (progresso delle conoscenze tecnico-scientifiche) → investimenti, collaborazioni ist. pubbliche
- ricerca applicata (realizzazione nuovo prodotto/ processo) → più veloce
- sviluppo (attività basata su base tecnologica e idea per arrivare alla progettazione definitiva) → più veloce di 3, stretta contatto funzioni

INDICATORI input spesi, addetti, intensità
output prodotti, brevetti, nuovi prod/serv e loro fatturato → più facili da ottenere

STESE RES PATTUE ×

ORGANIZZAZIONE ricerca di base → direzione generale
prog. specifici → gestione divisioni

STRUTTURE INTERNE
funzionale ogni team ha un responsabile
PM leggero il PM coordina solo, il potere decisionale rimane al manager funzionale
PM pesante elevato potere del PM, sopra al PM
gruppo autonomo di progetto
PM con potere assoluto, 100% risorse

GESTIONE PERSONALE decidere tra personale fornito o da formare → vicini
gestire separatamente RES per evitare rischi di carriere con le LINE

CONTROLLO difficile, ridotta capacità di misurare risultati
(no STIME costi/tempi → OBIETTIVI largo approx

ESTERNI controllo RES (nuovi prodotti non ancora adatti al mercato) e commerciale (migliorare già esistenti)

ESTERNI collaborazione clienti, fornitori, altre aziende, istituti pubblici e università → JOINT VENTURES
condizioni SVILUPPO CONGIUNTO CONTRIBUTI CON RISORSE DIFFERENZIALI

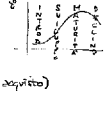
COLLABORAZIONE utilizzatore verticale / tri-verticale → UTILIZZATORE ------> PRODUTTORE

PATRIMONIO TECNOLOGICO
[RISORSE, TEMPI, RISCHI KH] ⇐ leadership tecno, controllo conoscenze
sviluppo collaborazione a capitale → gestione e proprietà dei risultati?

MARKETING: insieme di attività per realizzare e pianificare sviluppo, promozione e distribuzione di beni/servizi
→ soddisfare gli individui

ORIENTAMENTI
- prodotto (progettazione e produzione)
- vendita (prod. massiva, economie di scala, statistica)
- mercato (max elasticità / flessibilità)
- marketing (beni e vendita)

STRATEGICO lungo periodo
OPERATIVO breve periodo e → MARKETING MIX X
- PRODOTTO
- PREZZO
- DISTRIBUZIONE
- COMMUNICAZIONE




STRATEGIA (conflitto, clienti, differenze dei concorrenti)
- business
- settore concorrenza
- segmentazione
- posizionamento prodotto

1) PRODOTTO cosa viene offerto al mercato
VANTAGGI CHE OTTIENE IL CLIENTE
(tutti gli attributi che influenzano l'acquisto)

servizi
- intangibili
- inseparabili dal produttore
- non standardizzabili

linee di prodotto
AMPIEZZA (linea)
- stesse risorse
- stesso distrib
- stessi processi
- vicinanza clientelo

ECONOMIA DI SCOPO
sfrutta risorse che ho già per prodotti diversi

profondità (modelli / linea)
grado di differenziazione tra le linee
⇒ ASSORTIMENTO

posizionamento definire le caratteristiche e impostare il mix-mix
- caratteristiche
- benefici
- occasioni d'uso
- categorie clienti

→ MAPPE POSIZIONAMENTO

politica di marca
MARCA nome, simbolo, design che identifica il prodotto dell'impresa
- produttore
- lo (dettaglio)
- commerciale (utilizzato dai distributori)

MARCHIO ciò che viene tutelato legalmente (parte grafica della marca)

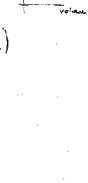
2) PREZZO ogni spazio NON-PRICE COMPETITION
ma si punta sulla differenziazione

cosa si fissa in base
COSTI massimo per guadagno
DOMANDA max per clienti
CONCORRENZA min e max

diretti
indiretti
→ COSTO UNITARIO

PRO
- VENDITORE: differenziazione, prove-prova, immagine, controllo distribuzione
- CLIENTE: identificazione qualità

politiche
MAX PROFITTI
MAX VOLUMI DI VENDITA (all'inizio posso scendere anche sotto al costo unitario) → accelero il processo
SCREMATURA DEL MERCATO




3) COMMUNICAZIONE
attira/stoc domanda → PICCOLA se prezzi ↑
informazione dell'esistenza
addestrare all'uso
identità

FLEX se prezzi ↓

MEZZI (communication mix)
- over-all
- gratuite + personali importanziali

PERS
- comunic. interpers.
- forza di vendita → costi cost alti, effetto immediato

IMPERS
- propaganda → costi costante bassi, media provato
- pubblic. → costi medio alti
- promozione → immediato, costo medio basso

OBIETTIVI
- ottenere vendite se anticipatamente
- ottenere nel medio termine
- differenziare marche, effetto occasionale, costo nullo

DESTINATARI consumatori/consumatori

SCELTA
- mezzo
- mercato
- prodotto
- stadio del ciclo di vita

4) DISTRIBUZIONE percorso per raggiungere il consumatore (insieme delle istituzioni che lo creano) → CANALE DISTRIBUTIVO

DECISIONI CHIAVE
- lunghezza del canale
- ampiezza del canale
- grado d'integrazione

DIRETTO (punti vendita o circuito)
INDIRETTO (corto: 1 solo intermediario, lungo: più dettaglianti, grossisti)
|| si può fare anche MULTI-CANALE

scelta del canale

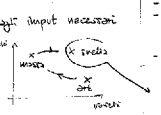
| PRODOTTO | MERCATO | IMPRESA |
|---|---|---|
| valore unit. | individuale o industr. | finanziarie |
| grado deperib. | numerosità | interne |
| grado standard. | grado di conc. | necessità di esercitare controllo |
| volume vendita | localizz. | |
| | freq. cons. | |
| | assistenza | |

intensità della distribuz.
- ESTENSIVA max n° punti vendita
- SELETTIVA meno ma più controllo
- ESCLUSIVA 1 solo intermediario

tipo di coordinamento
CANALE
- TRADIZIONALE (indipendenza dei soggetti)
- INTEGRATO (1 solo organizzazione)
  - gestito
  - situazione intermedia

ESIGENZE e PROBLEMI
- sovrabbondanza assortimento
- ciclo vita prodotto corto
- distribuzione che evolve
- mercato specializzato nella logistica
- allungamento mercati

PRODUZIONE E APPROV realizzazione dei beni/servizi a partire dagli input necessari




aumenta tutto la qualità intanto per produrre varietà sempre maggiori

ASPETTI
- tecnico (produzione come processo)
- economico (economie delle trasformazioni e concentrazioni)
- manageriale (gestione risorse)

PRODUZIONE
- artigianale (1 alto valore, lavorazioni specializzate)
- di massa (mercato dualistico, volume ↑, costi ↓, efficienza ↑)
- snella (consegna i subfornitori) → ALTO n° PRODOTTI E Q.TÀ

STRUTTURA
- capacità produttiva (cc. scala e flex)
- stabilimento (localizz. grado integrazione, colonne)
- tecnologia (impianti, automazioni, robot)
- grado d'integrazione

progetto + industrializzazione + acquisizione + prod + assemb
MAKE TO ORDER
ASSEMBLE TO ORDER
DESIGN TO ORDER

# EOM A
## Sunt 1ª Parte

VALORE
- cambiamento competitivo — FATTORI ESTERNI
- vantaggio competitivo — FATTORI INTERNI

come si DEFINISCONO/MISURANO le performance dell'impresa? 2ª PARTE → INDICATORI ECONOMICO-FINANZIARI ⇩ BILANCIO D'ESERCIZIO

## 2ª Parte

RENDICONTI FINANZIARI
- armonizzare le risorse
- il rendimento attento dell'utilizzo delle risorse
- Fonti di finanziamento

- INFORMAZIONI
- OBIETTIVI DEI RENDICONTI
- STRUTTURA DEL BILANCIO

Info
- QUALITATIVE
- QUANTITATIVE
  - monetarie (rendiconti finanziari)
  - non monetarie (età, volumi d'acquisto, scarti, tempi, ecc..)

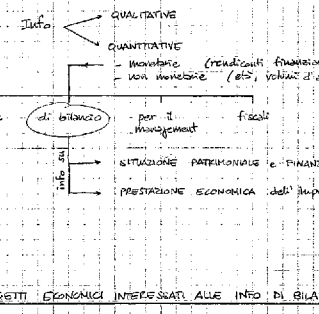
operative — di bilancio — per il management — fiscali

info sta
- SITUAZIONE PATRIMONIALE e FINANZIARIA dell'impresa in un certo istante
- PRESTAZIONE ECONOMICA dell'impresa in un dato periodo

in genere ANNO SOLARE
istante = 31/12/...
STATO PATRIMONIALE
fotografia della situazione

durata 1 ANNO
CONTO ECONOMICO

SOGGETTI ECONOMICI INTERESSATI ALLE INFO DI BILANCIO




soggetti
- AZIONISTI (Stock-holders)
- PORTATORI D'INTERESSE (Stake-holders)
  - banche
  - intermediari finanziari
  - fornitori
  - erario
  - concorrenti
  - dipendenti
  - sindacati
  - collettività

PdV: per chi crea VALORE? ad esempio per gli azionisti basta il prezzo dell'azione

se includo tutti i pdv la figura si complica → 2 VISIONI
- USA, UK — visione più orientata agli STOCK-HOLDERS
- EUROP., JP — più vicino gli STAKE-HOLDERS (più europa)

OBIETTIVO UNIFICATORE profitti

pagamento/remunerazione degli altri soggetti

distribuzione del dividendo residuale agli azionisti (proprietà)

d | PRINC. DELLA PROSPETTIVA DI FUNZIONAMENTO

AZIENDA — è in intervallo dell'attività
intanto in vita per un tempo indeterminato

BILANCIO D'ESERCIZIO

altri bilanci

e | PRINCIPIO DELLA VALUTAZIONE AL COSTO

Quando un valore è oggettivo → AFFIDABILE
un'attività è presente in bilancio al suo valore di mercato

Ma se NON è oggettivo?

ES: Terreno acquistato a 250.000 € — a che valore va valorizzato? 250.000 € → costo storico
oggi vale 450.000 €

AMMORTAMENTO — considero la perdita di valore ad es. di un macchinario che perde di valore

OGGETTIVO
- SI: valore di mercato → motivi → difficile stimare il valore di mercato superfluo
- NO: valutazione al costo

VOCI ST. PATRIMONIALE

ATTIVITÀ
- correnti
- immobilizzate

liquidità
attività che diventeranno liquidità entro l'esercizio successivo
attività che produrranno utili " " " " " "

BREVE TERMINE

IMMOBILIZZAZIONI
- materiali
- immateriali
- finanziarie

LUNGO TERMINE

DISCRIMINANTE esercizio successivo (ANNO DOPO)

liquidità decrescente

stessa cosa per le PASSIVITÀ "

ATT. CORRENTI

a | LIQUIDITÀ
- cassa
- banche attive (cc)
- titoli immediatamente quotabili

TITOLI IN PORTAFOGLIO — si prevede di convertirli in denaro entro 1 anno

COSTI ANTICIPATI — attività intangibili che verranno utilizzate nel breve periodo

b | ATTIVITÀ CORRENTI
- crediti commerciali
- cambiali commerciali attive
- rimanenze
- acconti a fornitori
- costi anticipati

ATT. IMMOBILIZZATE

c | IMMOBILIZZAZIONI MATERIALI
- terreni
- fabbricati e immobili
- impianti e macchinari
- attrezzature e strumenti
- mobili / macchine da ufficio

d | IMM. IMMATERIALI
- concessioni, licenze, marchi, brevetti
- avviamento → vedi es. libro

CONCESSIONI — la PA attribuisce diritti all'impresa per sfruttare beni pubblici o gestire servizi pubblici

LICENZE — l'impresa può utilizzare a seguito di contratti software, tecnologie ... ed esercitare un diritto

BREVETTI — diritto esclusivo di utilizzare l'invenzione

MARCHI — emblemi che caratterizzano i prodotti

e | IMM. FINANZIARIE
- partecipazioni (strategiche), BTP pluriennali
- crediti finanziari a lungo termine

→ TOTALE ATTIVITÀ

Esiste anche un BILANCIO SOCIALE
- impatto economico
- resp. ambientale
- resp. sociale

Assunzione di responsabilità da parte delle imprese che redigono il bilancio

se tutto il sistema non funziona, tutto il MERCATO CROLLA!

VISIONE VERITIERA e CORRETTA (True and Fairy view)

CODICE CIVILE art. 2423 e ss.
+
PRINCIPI CONTABILI

guide internazionali - "IAS" International Accounting Standards

DOCUMENTI DEL BILANCIO

- Stato Patrimoniale
- Conto Economico
- Nota Integrativa → spiegazioni e chiarimenti sui di due documenti
- Rendiconto di Flussi di Cassa → in Italia non obbligatorio si può cmq ricavare da SP e CE

OBBLIGATORI PER CE

(4) STATO PATRIMONIALE GARDSEN al 31/12/2005

[FOTOGRAFIA PATRIMONIALE E FINANZIARIA IN UN CERTO ISTANTE]

| Attività | Passività e Capitale Netto | |
|---|---|---|
| x risorse di valore possedute dall'impresa | x obblighi finanziari nei confronti di terzi (fornitori, banche) | PASS. |
| | x fondi di finanziamento messe a disposizione dalla proprietà | CAP. NETTO |

ATTIVITÀ

- deve essere di proprietà o sotto il controllo dell'azienda
- deve avere un valore per l'azienda
  - CASSA EQUIVALENTE
  - HA UN VALORE DI MERCATO
  - PRODUCE UN UTILITÀ
- deve avere un costo/valore misurabile in modo affidabile (spesso prezzo di transazione con l'esterno)

DIVENTA UN ATTIVITÀ QUANDO GLI VIENE ATTRIBUITO UN VALORE PER EFFETTUARE UNA TRANSAZIONE

a PRINCIPIO DEL DUPLICE ASPETTO

Attività = Passività + Capitale Netto

(Capitale Netto = A-P è una GRANDEZZA RESIDUALE) diritto residuale agli azionisti + i creditori, in generale

è calcolato come DIFFERENZA, è una GRANDEZZA RESIDUALE

b PRINCIPIO DI OMOGENEITÀ

unità di misura comune (MONETA)
sono riportati solo fatti valutabili monetariamente → il BILANCIO è una descrizione incompleta

c PRINCIPIO DELL'IDENTITÀ GIURIDICA

l'impresa ha un'identità, è una PERSONA GIURIDICA
i conti aziendali devono mostrare che ad es. il proprietario preleva lire dalla cassa

PROPRIETÀ IMPRESA → identità distinte

| | | |
|---|---|---|
| 3/1/2006 | cassa 15.000 | debito vs. banche 5000<br>cap. vers. 10000 |
| | 15.000 | 15.000 |
| 4/1/2006 | cassa 13.000<br>rimanenze 2.000 | 2 cambiamenti nella stessa sezione |
| | 15.000 | 15.000 |
| 5/1/2006 | cassa 13.300<br>rimanenze 1.800 | riserve di utili 400 |
| | 15.100 | 15.100 |
| 6/1/06 | rimanenze 3.800 | debito vs fornitori 2000 |
| | 17.100 | 17.100 |
| 7/1 | cassa 14.400<br>rimanenze 3.300 | riserve di utili 400 |
| | 17.400 | 17.400 |
| 8/1 | crediti commerciali 900<br>rimanenze 2.800 | riserve di utili 700 |
| | 17.700 | 17.700 |
| 9/1 | costo anticipato 200<br>cassa 13.900 | |
| | 17.700 | 17.700 |
| 10/1 | terreni 10.000<br>cassa 11.900 | mutuo 8.000 |
| | 25.700 | 25.700 |
| 11/1 | terreni 8000<br>cassa 12.900 | mutuo 4000 |
| | 21.700 | 21.700 |
| 12/1 | cassa 12.700<br>rimanenze 2300 | riserve di utili 100 |
| | 21.100 | 21.100 |

5) Acquisto merce a credito (2000) 6/1/06

6) Vendo merce (per 800, pagato 500) cash 7/1

7) Vendo (per 900, pagato 600) a credito 8/1

8) Acquisto polizza assicurativa (200) pagato anticipatamente 9/1

9) Acquisto terreni (10.000), pago cash 2000 e 8000 in mutuo 10/1

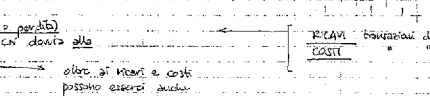
10) Vendo terreni (5000) incasso 1000, trasferimento mutuo 4000 11/1

11) Fretterò. 200 cash 400 merce 12/1

REDDITO (utile o perdita) variazione del CN dovuta alla gestione → RICAVI variazioni di gestione che ↑CN / COSTI " " ↓CN

oltre ai ricavi e costi possono esserci anche APPORTI DI CAPITALE, PRELIEVI/DIVIDENDI ⇒ variazione CN < o > reddito del periodo (per l'= NON devono avvenire apporti o prelievi)

Quindi,



PASSIVITÀ — correnti
— a medio/lungo termine

CAPITALE NETTO — capitale versato
— riserve di utili

capacità distributiva

→ TOTALE PASSIVITÀ + CAPITALE NETTO

## 2a - PASSIVITÀ CORRENTI

- debiti verso fornitori
- debiti a breve vs banche
- quote in scadenza di debiti a lungo termine → es: quota annuale del mutuo da pagare entro l'anno → a lungo termine (es 20-anni)
- debiti vs dipendenti
- debiti vs erario

## 2b - PASSIVITÀ A MEDIO/LUNGO TERMINE

- mutui (esclusa la quota in scadenza)
- prestiti obbligazionari
- TFR

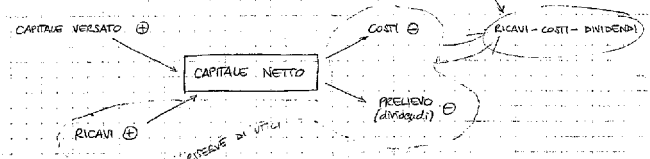
TFR = 0,75% x tasso inflazione + 1,5 del capitale versato

## 2c - CAPITALE VERSATO

- capitale sociale
- riserva sovrapprezzo azioni → differenza tra valore d'acquisto e valore nominale

CAPITALE SOCIALE — capitale direttamente apportato dalla proprietà

RISERVE DI UTILI — ammontare di ricchezza generata attraverso la gestione e non distribuita (come dividendi) a detentori del capitale netto




## TRANSAZIONI

- modificano la posizione economico-finanziaria dell'impresa → variazione dell'eq. fondamentale del bilancio (doppia scritta)
- comportano almeno 2 cambiamenti nello st. patrimoniale (PARTITA DOPPIA)

ES
vedi libro

STATO PATRIMONIALE
Gleudale Market
2/1/2006

| ATTIVITÀ | | PASSIVITÀ + CN | |
|---|---|---|---|
| Cassa e liquidità | 10.000 | capitale versato | 10.000 |
| TOT. ATTIVITÀ | 10.000 | TOT. PASSIVITÀ + CN | 10.000 |

1) Versamento di capitale 2/1/2006
2) Acquisto di un debito 3/1/2006
3) Acquisto merce in contanti 4/1/2006
4) Vendita merce (a 300, acquistata per 200) contanti 5/1/2006

# MARVIN COMPANY

Lo stato patrimoniale della Marvin Company al 1/1/2000 è il seguente:

| *Attività* | *iniziale* | *Passività + Capitale Netto* | *iniziale* |
|---|---|---|---|
| Cassa | 30.000 | Debito verso fornitori | 30.000 |
| Rimanenze | 48.000 | Mutuo | 10.000 |
| Crediti commerciali | 12.000 | TFR | 22.000 |
| Terreni e fabbricati | 10.000 | Capitale netto | 38.000 |
| | 100.000 | | 100.000 |

In gennaio sono registrate le seguenti transazioni:

| *date* | |
|---|---|
| 4 | Viene venduta per cassa a 18000€ merce costata 9000€ |
| 6 | Per ripristinare il livello delle scorte l'impresa invia al fornitore un'ordine di merce per un valore di 8000€ |
| 8 | L'impresa riceve la merce ordinata il giorno 6 che concorda di pagare entro 60 gg. |
| 9 | L'impresa incassa 7000€ di crediti commerciali |
| 11 | Merce avente un costo di 3000€ viene venduta per 8500€ pronta cassa |
| 16 | Merce avente un costo di 4200€ viene venduta a credito (60 gg.) per 11000€ |
| 26 | L'impresa sostiene costi per gli stipendi del mese pari a 10000€ di cui il 5 % di TFR |
| 27 | Distribuzione di dividendi per 1100€ |
| 28 | Accensione di un mutuo per 15000€ |
| 29 | L'impresa acquista per cassa un fabbricato per 25000€ |
| 30 | Un dipendente lascia l'azienda e gli viene liquidato il TFR (1200€) |
| 31 | L'impresa paga una polizza assicurativa biennale (con copertura 1/1/2000-->31/12/2001) pagando 4800€ pronta cassa |
| 31 | L'impresa effettua ammortamenti degli uffici per 300€ |

Si chiede di calcolare lo stato patrimoniale al 31 gennaio 2000, il conto economico del mese di gennaio e l'indice di liquidità. Spiegare cosa misura l'indice di liquidità.

(1)

sempre metodo dell'INVENTARIO PERPETUO ← CONTO ECONOMICO
(magari si solo esegue sull'INVENTARIO PERIODICO)

ECONOMIA ED ORGANIZZAZIONE AZIENDALE L-A a.a. 2005/2007
Prof.ssa Mariolina Longo

**Esercizio *Marvin Company***

Lo stato patrimoniale, espresso in €, della Marvin Company al 1/1/2000 è il seguente:

| Attività | *iniziale* | Passività + Capitale netto | *iniziale* |
|---|---|---|---|
| Cassa | 30.000 | Debito verso fornitori | 30.000 |
| Rimanenze | 48.000 | Mutuo | 10.000 |
| Crediti commerciali | 12.000 | TFR | 22.000 |
| Terreni e fabbricati | 10.000 | Capitale netto | 38.000 |
| | 100.000 | | 100.000 |

In gennaio sono registrate le seguenti transazioni:

| *data* | |
|---|---|
| 4 | Viene venduta per cassa a 18.000 € merce costata 9.000 € |
| 6 | Per ripristinare il livello delle scorte l'impresa invia al fornitore un ordine di merce per un valore di 8.000 € |
| 8 | L'impresa riceve la merce ordinata il giorno 6 che concorda di pagare entro 60 giorni |
| 9 | L'impresa incassa 7.000 € di crediti commerciali |
| 11 | Merce avente un costo di 3.000 € viene venduta per 8.500 € pronta cassa |
| 16 | Merce avente un costo di 4.200 € viene venduta a credito (60 giorni) per 11.000 |
| 26 | L'impresa sostiene costi per gli stipendi del mese pari a 10.000 € di cui il 5% di TFR |
| 27 | Si distribuiscono dividendi per 1.100 € → no impatto sul conto eco |
| 28 | Si accende un mutuo di 15.000 € |
| 29 | L'impresa acquista per cassa un fabbricato per 25.000 € |
| 30 | Un dipendente lascia l'azienda e viene liquidato il TFR per 1.200 € |
| 31 | L'impresa paga una polizza assicurativa biennale (con copertura dal 1/1/2000 al 31/12/2001) pagando 4800 € pronta cassa |
| 31 | L'impresa effettua ammortamenti degli uffici per 300 € |

Si chiede di calcolare lo stato patrimoniale al 31 gennaio 2000 e il conto economico del mese di gennaio.

2) Apro i conti relativi allo ST. PATRIMONIALE:

ATTIVITÀ

CASSA

| | | | |
|---|---|---|---|
| 10.000 | 9.500 (2a) | | |
| 2.000 | 1.100 (2b) | | |
| 7.000 | 2.900 (2c) | | |
| 8.500 | 1.200 (3a) | | |
| 5.000 | 6.200 (3b) | | |
| 32.500 | | | |
| 5.900 | | | |

RIMANENZE

| | | | |
|---|---|---|---|
| (1) 25.400 | 9.500 (2a) | | |
| (2) 6.000 | 3.000 (1) | | |
| | 9.200 (1c) | | |
| | 39.600 | | |

CR. COMMERC.

| | | | |
|---|---|---|---|
| (1) 12.000 | 7.200 (4) | | |
| (1c) 14.000 | | | |
| 26.000 | | | |

TERRENI E FABBR.

| | |
|---|---|
| (1) 10.000 | |
| (1a) 25.000 | |
| 35.000 | |

DISCONTO ATTIVO → Costo sostenuto (crediti di tesoreria)

| | |
|---|---|
| (1b) 4.000 | |

FONDO AMMORTAM.

| | |
|---|---|
| | 300 (3b) |

PASSIVITÀ e CN

DEB. VS FORN.

| | |
|---|---|
| 30.000 (1) | |
| 8.000 (3a) | |
| 38.000 | |

MUTUI

| | |
|---|---|
| 10.000 (1) | |
| 15.000 (2b) | |
| 25.000 | |

TFR

| | |
|---|---|
| (3b) 1.200 | 22.000 (1) |
| | 500 (2d) |
| | 21.300 |

CN

| | |
|---|---|
| (2d) 1.500 | 38.000 (1) |
| | 10.500 |
| | 47.700 |

CONTO ECO [Conti temporanei]

RICAVI

| | |
|---|---|
| | 48.000 (4) |
| | 3.300 (1) |
| | 11.000 (1c) |
| | 37.300 |

COSTO DEL VENDUTO

| | |
|---|---|
| (4) 9.000 | |
| (1) 3.000 | |
| (1c) 6.200 | |
| 16.200 | |

STIPENDI

| | |
|---|---|
| (2c) 9.500 | |
| 9.500 | |

QUOTA TFR

| | |
|---|---|
| (2d) 500 | |
| 500 | |

ASSICURAZIONE

| | |
|---|---|
| (2b) 2.400 | 400 (3a) |
| 200 | |

rettifico perché 2 + 4 mesi sto 1/12 dell'assicurazione (che dura 24 mesi)

QUOTA AMMORTAMENTO

| | |
|---|---|
| (3) 300 | |
| 300 | |

2) Registro le voci — SOLO ALLA FINE QUANDO LE RIGHE DI VITA (utili) è a una quantità di 9000 a CN

3) Chiudere i conti
- CONTO ECO
- ST. PATRIMONIALE

• CONTO ECONOMICO Mario Company
CEN 2000

| | |
|---|---|
| RICAVI | 37.300 |
| COSTO DEL VENDUTO | 16.200 |
| MARGINE LORDO | 21.300 |
| STIPENDI | 9.500 |
| TFR | 500 |
| ASSICURAZIONE | 200 |
| QUOTA AMMORTAMENTO | 300 |
| RISULTATO OPERATIVO | 10.500 |

→ questo valore aggiunge al conto CN

ST. PATRIMONIALE Mario Company
al 31/12/2000

ATTIVITÀ

| | |
|---|---|
| CASSA | 36.900 |
| RIMANENZE | 39.200 |
| CR. COMMERCIALI | 16.000 |
| RISC. ATTIVI | 4.600 |
| ATTIVO CORRENTE | |
| TERRENI e FABBRICATI (FONDO AMMORTAM.) | 35.000 (300) |
| ATTIVO IMMOBILIZZATO | 34.700 |
| TOTALE ATTIVITÀ | 132.000 |

PASSIVITÀ + CN

| | |
|---|---|
| DEBITI VS FORNITORI | 38.000 |
| DEBITI A BREVE | 38.000 |
| MUTUI | 25.000 |
| TFR | 21.300 |
| DEBITI A M/L | 46.300 |
| CAPITALE NETTO | 47.700 |
| TOTALE PASS + CN | 132.000 |

Errore Grave: logorare CONTO ECO ⟷ STATO PATRIMONIALE anche proprio nella misura di utili

Sistemi contabili e modalità di contabilizzazione

PARTITA DOPPIA

| dare | avere |
|---|---|

ES

CASSA

| | |
|---|---|
| 5000 | |
| 3000 | |

apporto capitale

mutuo

(addebitare / caricare / DARE) — (accreditare / scaricare / AVERE)

CAPITALE VERSATO

| | |
|---|---|
| | 5000 |

DEBITI VERSO BANCHE

| | |
|---|---|
| | 3000 |

REGOLE

| ATTIVITÀ | | PASSIVITÀ | | + CAP. NETTO | |
|---|---|---|---|---|---|
| + | − | − | + | − | + |
| dare | avere | dare | avere | dare | avere |

CONTO EC.

| RICAVI | COSTI |
|---|---|
| + | − |

2ª EQ. del BILANCIO

$\sum$ dare = $\sum$ avere

- sia sulla singola transazione
- sia sull'insieme dei conti

× MASTRO: Insieme dei conti (mentre il Piano dei Conti è un semplice elenco dei Conti accesi)

GIORNALE: Elenco cronologico delle transazioni

RICAVI ≠ attività monetaria

PERIODO AMMINISTRATIVO (accounting period): spesso anno solare

CHIUSURA come suddivisione virtuale del flusso continuo degli eventi

CONTABILITÀ PER COMPETENZA: ricavi/costi (conto economico)

CONTABILITÀ PER CASSA: entrate/uscite

- ricavi non necessariamente INCASSI
- costi non necessariamente ESBORSI

- apporti capitale ≠ RICAVI
- dividendi ≠ COSTI...

CONSENTE DI MISURARE IL REDDITO E LA SUA COMPOSIZIONE

CICLO OPERATIVO

accreditamento → acquisto materiali → trasform. in prodotti finiti → controllo qualità → immagazzinaggio → ricevimento ordine → consegna e invio della fattura → il cliente riceve la merce → accreditamento

✓ principio di realizzazione dei ricavi

prodotti realizzati — PRODOTTI CONSEGNATI — incasso realizzato — t

[NON DÈ CORRISPONDENZA RICAVO/INCASSO]

riconoscimento del ricavo

Posso realizzare ricavo:

- PRIMA DELL'INCASSO
  - crediti commerciali
- CONTESTUALMENTE L'INCASSO
- SUCCESSIVAMENTE L'INCASSO
  - anticipi da clienti

| COSTI | RICAVI |
|---|---|
| (-) | (+) |
| dare | avere |

✓ principio di prudenza — quando ricavo riconoscere?
— crediti inesigibili → IL CLIENTE NON PAGA

2. ACCORTI

- riconoscere i ricavi quando sono ragionevolmente certi (incrementi insieme di utile)
- " i costi " " " possibili (decrementi insieme di utile)

⟹ NON ANTICIPARE alcun ricavo e ANTICIPARE tutti i costi possibili

ES. Franco vende a credito 100.000 € (per esperienza ho il 3% di crediti inesigibili) → ricavi 97.000 € p. di prudenza

| ATTIVITÀ | = | PASSIVITÀ | + | C. NETTO |
|---|---|---|---|---|

crediti: 100.000

ricavi: 100000

Fondo svalutazione crediti: 3000

Svl. crediti: 3000

fondo rettificativo dell'attivo

potevo registrarlo in AVERE nei crediti

Quando so' che 1000 € di un cliente diventano inesigibili, ho

crediti: 100000 | 1000

f.do svl. cred.: 1000 | 3000

non cambia il capitale netto

NESSUN EFFETTO NEL CONTO ECONOMICO!

✓ principio di inerenza — TRASCURARE transazioni irrilevanti
INDIVIDUARE transazioni interessanti

Errore Grave: logorare CONTO ECO ⟷ STATO PATRIMONIALE sarebbe proprio nella nascere di utile

Sistemi contabili e modalità di contabilizzazione

PARTITA DOPPIA

| CASSA | |
|---|---|
| 5000 (apporto capitale) | |
| 3000 (mutuo) | |
| (attività cassa) DARE | (accreditati banche) AVERE |

| CAPITALE VERSATO | |
|---|---|
| | 5000 |

| DEBITI VERSO BANCHE | |
|---|---|
| | 3000 |

| | dare | avere |
|---|---|---|
| dare | avere | |

REGOLE

| ATTIVITÀ | | PASSIVITÀ | | CAP. NETTO | | CONTO EC. RICAVI | COSTI |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| + ↑ | ↓ - | - ↓ | ↑ + | - ↓ | ↑ + | + | - |
| dare | avere | dare | avere | dare | avere | | |

2ª EQ. del BILANCIO $\sum \text{dare} = \sum \text{avere}$

- sia sulla singola transazione
- sia sull'insieme dei conti

x MASTRO Insieme dei conti (mentre il Piano dei Conti è un semplice elenco dei Conti accesi)

GIORNALE Elenco cronologico delle transazioni

Ricon. di attività monetarie

PERIODO AMMINISTRATIVO (accounting period) spesso anno solare CHIUSURA come suddivisione virtuale del flusso continuo degli eventi

CONTABILITÀ PER COMPETENZA: ricavi / costi (conto economico)

CONTABILITÀ PER CASSA: entrate / uscite

- RICAVI non necessariamente INCASSI
- COSTI non necessariamente ESBORSI

- apporti capitale ≠ RICAVI
- dividendi ≠ COSTI

CONSENTE DI MISURARE IL REDDITO E LA SUA COMPOSIZIONE

CICLO OPERATIVO

accreditamento → acquisto materiali → trasform. in prodotti finiti → controllo qualità → immagazzinaggio → ricevimento ordine → consegna e invio della fattura → il cliente riceve la merce

# Misurazione dei costi

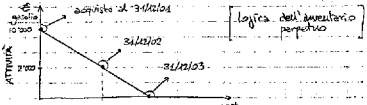
- COSTO: misura dell'impiego monetario sostenuto per qualche scopo (generico)
- COSTO D'ACQUISTO (spesa)
- COSTO DI COMPETENZA (c'è nel CONTO ECO)
- ESBORSO

tutti significati diversi

ATTIVITÀ —acquistate→ SPESA
—consumate→ COSTO

attività consumate — genera un incremento dell'attività

ES.




Nel periodo tra l'acquisto e il consumo i costi sono attività ST. PATRIMONIALE

nel CONTO ECO

✓ principio di competenza — COSTI DI COMPETENZA = costi, relativi a risorse consumate per realizzare i ricavi di periodo

↓

al incremento della consegna

ES. libro

acquisto

consegna al cliente

| APRILE | MAGGIO | GIUGNO | t |
|---|---|---|---|
| MERCI 80 \| | DEBITO 80 \| 80 | MERCI 80 \| 80 | |
| DEBITO \| 80 | CASSA \| 80 | COSTO ALTO 80 \| | |
| SPESA | ESBORSO | COMPETENZA (costo del venduto) | |

accumulo CN

RIMETTERE →

| CN | |
|---|---|
| − COSTI | + RICAVI |

3 CATEGORIE DI COSTO DI COMPETENZA → libro

- periodo
- del venduto
- perdite — attività che smettono di produrre beneficio

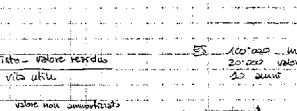
## Ammortamento

QUOTA DI AMMORTAMENTO = (costo acquisto − valore residuo) / vita utile

ES. 100'000 macchina, 20'000 valore recupero, 10 anni | 8'000 all'anno

AMMORTAMENTO LINEARE

ES. costo storico 20'000, vita utile 5 anni, 4'000 €/anno




## CONTABILIZZAZIONE

ES. Acquisto server

ATTIVITÀ = PASSIVITÀ + CN

| Immobilizzazioni tecniche | Banche |
|---|---|
| 5000 | 5000 |

| fondo ammortamento | FINE ESERCIZIO | quota ammortamento |
|---|---|---|
| 500 | | 500 |

VALORE CONTABILE NETTO 1° ANNO
5000 − 500 = 4500 — 1° ANNO

Rimane al fondo
SVALUTAZIONE CREDITI

| fondo ammortam. | | quota ammortamento |
|---|---|---|
| 500 | | 0 |
| 500 | → si riduce nel tempo | 500 → costante ogni anno |

e così ...

MINUSVALENZA vendo a 1000 qto con valore contabile di 1500
PLUSVALENZA

CONTO ECONOMICO A COSTO DEL VENDUTO (costo sul libro ma forse non c'è)

Struttura scalare

| | |
|---|---|
| RICAVI DI VENDITE (A) | 75.478 |
| Costo del venduto (B) | 52.227 |
| MARGINE LORDO | 23.251 |

AREE DECISIONALI

gestione caratteristica → costi di periodo ⊖
RISULTATO OPERATIVO CARATTERISTICO

gestione accessoria → proventi/costi della gestione accessoria ⊕
RISULTATO OPERATIVO COMPLESSIVO

gestione finanziaria → costi della gestione finanziaria ⊖ [debiti → interessi] FINANZIAMENTI
RISULTATO ORDINARIO DI COMPETENZA

gestione straordinaria → componenti di reddito della gestione straord. ⊕
RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE
imposte sul reddito dell'esercizio ⊖
RISULTATO NETTO → G. 122 → positivo! UNA VALORE (utile) → FINE DEL CONTO ECO

Prospetto delle Riserve di Utili

| | |
|---|---|
| RISERVE DI UTILI AL 31/12/2002 | --- |
| reddito netto del 2003 ⊕ | --- |
| DIVIDENDI ⊖ | --- |
| RISERVE DI UTILI AL 31/12/2003 | 15.372 |

DIVIDENDI NON

ROE = risultato netto / capitale netto

ROI = risultato operativo / capitale investito

Indice di liquidità = att. correnti / pass. correnti

(2)

**Esercizio n. 1**

La Happy Xmas Srl è una piccola impresa, i cui proprietari fino al 2000 erano, in uguale quota, i coniugi Klaus e Stella Di Natale (proprietari anche di un negozio di elettrodomestici, la Elektrika Srl), che acquista da produttori e rivende a dettaglianti candele, cartoleria e addobbi natalizi. Lo stato patrimoniale di Happy Xmas al 31/12/2000 era il seguente (in Euro):

| *Attività* | | **Passività e Capitale Netto** | |
|---|---|---|---|
| Cassa | 5.000 | Debiti verso fornitori | 3.000 |
| Rimanenze finali | 3.000 | Capitale sociale | 20.000 |
| Crediti verso clienti | 2.000 | Riserve di utili | 9.000 |
| Attrezzature e autoveicoli | 32.000 | | |
| Fondo ammortamento | - 10.000 | | |
| *Totale Attività* | *32.000* | *Totale Passività e Capitale Netto* | *32.000* |

Le informazioni riportate di seguito riguardano il 2001:

1. Il 15 marzo sono stati accettati come soci aggiuntivi i cognati Pino e Connie Silvestri. Nonostante i quattro soci (Klaus e Stella Di Natale, Pino e Connie Silvestri) siano soci con uguali diritti (ciascuno cioè possiede il 25% di Happy Xmas), Pino e Connie Silvestri hanno versato 24.000 Euro.
2. Il 1 aprile sono stati acquistati candele, cartoleria e addobbi natalizi per un valore di 15.000 Euro. I fornitori hanno concesso una dilazione di pagamento di 3 mesi.
3. Nel corso dell'anno sono stati pagati debiti verso fornitori per 3.000 Euro.
4. Il 2 maggio sono stati saldati crediti da parte di clienti per 2.000 Euro.
5. Nel corso dell'anno è stato pagato un affitto per il magazzino pari a 5.000 Euro.
6. Il 15 novembre sono stati venduti a credito a dettaglianti articoli, acquistati a 17.000 Euro, per un valore di 40.000 Euro.
7. Nel corso dell'anno è stato pagato un compenso, sotto forma di prestazione occasionale, al Sig. Sesto Befanelli, tutto-fare che si occupa di logistica e di amministrazione, pari a 2.000 Euro.
8. L'8 dicembre Stella Di Natale e Connie Silvestri hanno prelevato dal magazzino addobbi natalizi, acquistati a 50 Euro e che hanno un prezzo di vendita di 90 Euro, per le loro abitazioni.
9. Il 20 dicembre è stato rubato dal parcheggio uno dei due furgoni di proprietà di Happy Xmas. Il furgone era stato acquistato nel 1998 a un prezzo di 15.000 Euro e già ammortizzato per 6.000 Euro.
10. L'ammortamento di attrezzature e autoveicoli è stato pari a 3.000 Euro.
11. L'aliquota di imposta per il 2001 è pari al 40%.
12. Klaus e Stella Di Natale e Pino e Connie Silvestri hanno concordato di distribuirsi il 50% dell'utile di esercizio.

Si chiede di:

a) redigere lo stato patrimoniale di Happy Xmas al 31/12/2001 e di riclassificarlo a liquidità ed esigibilità entrambe crescenti;
b) redigere il conto economico di Happy Xmas per il 2001 e di riclassificarlo a costo del venduto;
c) calcolare ROE, indice di incasso del credito e indice di indebitamento.

ES furgone

COSTO STORICO 15000
AMM 6000
PREZZO VENDITA 10000

CASSA
10000

F.DO AMM
6000

IMM
15000

CE
PLUSVAL
1000

## ATTIVITÀ

**CASSA**

| | |
|---|---|
| 5000 | 15000 (1) |
| (a) 24000 | 3000 (3) |
| (c) 2000 | 5000 (5) |
| | 2400 (9) |
| | 1600 (11) |
| | 1200 (12) |

**RIMANENZE**

| | |
|---|---|
| 3000 | 14000 (6) |
| (2) 15000 | 50 (8) |

**CRED. COMM.**

| | |
|---|---|
| 2000 | 2000 (4) |
| (6) 40000 | |

**ATTREZZATURE**

| | |
|---|---|
| 32000 | 15000 (7) |

**FONDO AMMORT.**

| | |
|---|---|
| (7) 6000 | 10000 |
| | 5000 (10) |

## PASSIVITÀ + CN

**DEBITI VS FORN**

| | |
|---|---|
| (1) 15000 | 3000 |
| (8) 3000 | 15000 (2) |

**CAP. SOCIALE**

| | |
|---|---|
| | 20000 |
| | 24000 ( ) |

**RIS. UTILI**

| | |
|---|---|
| (8) 50 | 900 |
| (12) 1200 | 2400 (diviso) |

Suf. 2400 (utile) dividendo

## C.E

**AFFITTO (COSTO DI COMPETENZA)**

| | |
|---|---|
| (5) 5000 | |

**RICAVI**

| | |
|---|---|
| | 40000 (c) |

**COSTO DEL VENDUTO**

| | |
|---|---|
| (6) 17000 | |

**STIPENDI**

| | |
|---|---|
| (9) 2000 | |

**PERDITA**

| | |
|---|---|
| (9) 9000 | |

**QTA AMMORTAM**

| | |
|---|---|
| (10) 3000 | |

**IMPOSTE**

| | |
|---|---|
| (11) 1600 | |

40000 –
5000 –
17000 –
2000 –
9000 –
3000 –
4000 → 40% = 1600

Utile di es = 2400

## Note

- Nella 2 viene accesso ed estinto il debito di 15000 (a 3 mesi rispetto alla 1)

(c)
- Contabilizzo i RICAVI poi contestualmente la cassa o i crediti, poi passo al costo del venduto → rimanenze

(b)
- È un dividendo: i proprietari ottengono, non è un costo della gestione operativa (decremento le riserve di utili)

NON MI INTERESSA CHE VALGANO 40 €

non è un costo di compet.

(11)
- Devo calcolare il reddito alle imposte

(12)
- Quando calcolo l'utile di esercizio chiudo tutti i conti → RIS. UTILI e non va bilanciato!

3)

## STATO PATRIMONIALE
Xmas Happy

**ATTIVITÀ**

| | |
|---|---|
| Immobilizzazioni | 17000 |
| F.do ammortamento | -7000 |
| TOT. ATT. IMMOBILIZZATE | 10000 |
| Rimanenze | 450 |
| Crediti | 40000 |
| Cassa | 3000 |
| TOT. ATTIVO | 54150 |

**PASS + CN**

| | |
|---|---|
| Capitale sociale | 44000 |
| Riserva utili | 10150 |
| Debiti verso forn | 0 |
| TOT. PASS + CN | 54150 |

5)

## CONTO ECONOMICO

| | |
|---|---|
| RICAVI | 40000 |
| CMV | -17000 |
| MOL | 23000 |
| Stipendi | 2000 |
| Ammortamento | 3000 |
| Affitto | 5000 |
| ROC | 13000 |
| Oneri | 4000 |

Margine op. Lordo

Risultato op. caratt.

| | |
|---|---|
| Risultato alle imposte | 4000 |
| Imposte | 1600 |
| RIS. NETTO | 2400 |

Variazione riserva di utili $\Delta$Risulti = utile – dividendi

La Playgolf S.p.A. è una piccola società che si occupa di commercializzazione di articoli sportivi per il golf (mazze in singolo, sacche e set completi di mazze). Lo Stato Patrimoniale al 31.12.2002 è il seguente:

| ATTIVITA' (Euro) | | PASSIVITA' e CAPITALE NETTO (Euro) | |
|---|---|---|---|
| Immobilizzazioni tecniche | 16.000 | Capitale netto | 15.000 |
| Fondo ammortamento (-) | 4.000 | TFR | 1.000 |
| Crediti commerciali | 10.000 | Debito a breve vs banche | 2.000 |
| Rimanenze di merci (legni, ferri e sacche) | 9.000 | Debiti vs fornitori | 13.000 |
| **Totale** | **31.000** | **Totale** | **31.000** |

Le seguenti informazioni di gestione si riferiscono all'esercizio 2003; gli incassi e gli esborsi sono effettuati tramite il debito a breve verso banche, se non specificato diversamente.

1. Vengono saldati debiti verso i fornitori per 13.000 €.
2. Vengono vendute, a piccoli dettaglianti, mazze da golf per un totale di 5.000 €. La merce era stata acquistata nel 2001 a 1.000 €.
3. Vengono acquistati legni e ferri per 20.000 € da un nuovo fornitore apparentemente molto conveniente.
4. Ferri acquistati per 10.000 € vengono venduti a 25.000 € al centro sportivo Golfland, importante cliente di Playgolf.
5. Playgolf decide di fare causa ad un fornitore inadempiente per chiedere un risarcimento di 50.000 €. All'avvocato Tigre viene pagata una parcella di 5.000 € per la consulenza iniziale. Si prevede che la causa verrà discussa in tribunale nel gennaio 2004.
6. Playgolf decide di commercializzare un nuovo tipo di prodotti: la linea di moda "Golfstar" per uomo, donna e bambino. Per questo ampliamento di business Playgolf acquista il marchio Golfstar per 30.000 € e affitta un magazzino a partire dall'1-5-2003 al costo di 1.000 €/mese. L'affitto complessivo viene pagato in anticipo di anno in anno.
7. Vengono acquistati a credito set completi di mazze per 50.000 € e rivenduti a dettaglianti per un totale di 85.000 €: 30.000 € vengono incassati e tenuti come liquidità, mentre la restante parte va a ridurre il debito a breve verso banche.
8. Sacche per un valore di 1.000 € sono rivendute per 2.000 € a credito.
9. Vengono saldati crediti da clienti per 10.000 €.
10. Gli ammortamenti del periodo ammontano a 1.000 €.
11. Lo stipendio del magazziniere/uomo-tutto-fare ammonta a 2.000 €/mese; il TFR è pari 7% dello stipendio annuale.
12. L'aliquota di imposta è del 50% .

Redigete lo Stato Patrimoniale (riclassificato a liquidità ed esigibilità crescenti) al 31-12-2003 e il Conto Economico (riclassificato a costo del venduto).

## ATTIVITÀ

**CASSA**
(1) 30000

**IMM. TEC**
16000

**CC**
10000 | 10000 (10)
(8) 2000

**RIMANENZE**
4000 (2)
(1) 20000 | 16000 (6)
(4) 50000 | 30000 (7)
1000 (8)

**AMMORT**
4000
1000 (9)

**MARCHI**
(2) 30000

**DISCONTO ATTIVO**
(6) 4000

## PASS + CN

**CN**
15000
~~25000 (12)~~
Non distribuito

**TFR**
1000
1620 (11)

**DEBITI VS FORN**
(4) 13000 | 13000
50000 (9)

**DEBITI A BREVE VS BANCHE**
(3) 5000 | 2000
(4) 25000 | 18000 (1)
(7) 55000 | 20000 (3)
(10) 10000 | 5000 (5)
2000 (6)
17000 (6)
22320 (11)
8500 (12)

## CONTO EC

**RICAVI**
5000 (2)
25000 (4)
55000 (7)
2000 (3)

**COSTO D.V.**
(1) 1000
(4) 100000
(9) 50000
(8) 1000

**SPESE VARIAN**
(5) 5000

**AFFITTO**
(6) 8000

**Q.TA AMMORT**
(9) 1000

**STIPENDI**
~~(11) 22320~~
(11) 23220

**Q.TA TFR**
(11) 1620

**IMPOSTE**
(12) 8500

Reddito alle imposte 17000

## Note

RATEO = manifestazione economica poi finanziaria

RISCONTO = viceversa

[entrambi attivi / passivi a seconda di dove VANNO]

(eco / cost/ricavi | finanz / esborsi / incassi)

## STATO PATRIM.

| | |
|---|---|
| Immobilizzazioni | 16000 |
| Marchi | 30000 |
| F.do Amm | -5000 |
| Rimanenze | 17000 |
| Crediti | 2000 |
| Cassa | 30000 |
| Risconto | 4000 |
| TOTALE ATTIVO | 94000 |

| | |
|---|---|
| Capitale Netto | 23500 |
| TFR | 2620 |
| Debiti vs Forn | 50000 |
| Debiti vs banche | 19820 |
| TPT | 94000 |

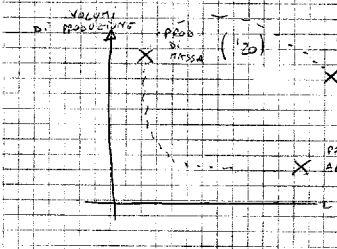
esigib. crescente
Prima CN poi LUNGO poi BREVE

## CONTO ECO

| | |
|---|---|
| Ricavi | 117000 |
| CdV | 62000 |
| MOL | 55000 |
| Affitto | 8000 |
| Ammort | 1000 |
| Stipendi | 23080 |
| ROC | 21000 |
| Spese legali | 5000 |
| Reddito alle imposte | 17000 |
| Imposte | 8500 |
| RN | 8500 |

# FUNZIONE PRODUZIONE E APPROVVIGIONAMENTO (ACQUISTI)

PRODUZIONE SNELLA → LEAN MANIFACTURING




SISTEMA PUSH → PREVISIONE DI CONSUMO
MATERIAL REQUIREMENT PLANNING (MRP)

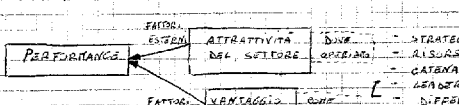
SISTEMA PULL → JUST IN TIME
CONSUMO EFFETTIVO (JIT)

ESAMI

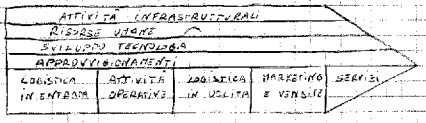
17 MARZO ORE 16

4 APRILE ORE 16:30

# ECONOMIA E ORGANIZZAZIONE AZIENDALE A




RISORSE TANGIBILI: FISICHE, FINANZIARIE
INTANGIBILI: TECNOLOGICHE, REPUTAZIONE
UMANE




STRUTTURE GERARCHICHE

- STRUTTURA ELEMENTARE
- STRUTTURA FUNZIONALE
- STRUTTURA DIVISIONALE
- STRUTTURA A MATRICE

R&S: RICERCA E SVILUPPO

FUNZIONALITÀ PRINCIPALI

MARKETING — COMMERCIALE — PRODUZIONE — ACQUISTI — TECNICA — R&S

FUNZIONE MARKETING
- STRATEGICO → RIGUARDA DEFINIZIONE DEL BUSINESS
- OPERATIVO

IL MARKETING VIENE PRIMA DELLE ATTIVITÀ COMMERCIALI

STRATEGICO
- CONCEZIONE
- PREZZO
- PROMOZIONE
- DISTRIBUZIONE

= DEF. DEL BUSINESS
- SEGMENTAZIONE
- POSIZIONAMENTO DEL PRODOTTO/SERVIZIO

OPERATIVO
MARKETING MIX (4P)
- PRODOTTO — TANGIBILE, INTANGIBILE
- PREZZO
- PROMOZIONE
- PLACEMENT (DISTRIBUZIONE)

CANALE DI VENDITA (DISTRIBUZIONE)

INTENSITÀ DI DISTRIBUZIONE
- INTENSIVA
- SELETTIVA
- ESCLUSIVA

COORDINAMENTO
- CANALI TRADIZIONALI
- CANALI INTEGRATI
- CANALI INTEGRATI (FRANCHISING)