

## L'ANALISI DEI COSTI DI DISTRIBUZIONE

Le aziende dispongono un sistema di rilevazione e controllo dei costi che consente di programmare la gestione dell'attività aziendale, di verificarne la convenienza delle attività e di determinare il prezzo di vendita di ciascun prodotto tenendo conto dei costi e dei profitti.

Abbiamo 3 tipi di analisi:

- **Analisi strutturale**, che si occupa di esaminare la rigidità della struttura dei costi aziendali collegati ai processi distributivi.

Si possono classificare in:

- **Costi fissi** che sono quelli che rimangono costanti al variare del volume delle vendite. Sono allacciati alla struttura e all'organizzazione dell'azienda e variano esclusivamente in base alla sua crescita dimensionale. Fanno parte dei costi fissi: i costi fissi di magazzino (canone di locazione, personale) soggetti ad aumento nel tempo poiché bisognerà costruire o prendere nuovi locali o nuovo personale.
- **Costi variabili**, sono variano in proporzione ai volumi di vendita. Sono degli esempi: le spese sostenute per la consegna dei prodotti alla clientela e quelle sopportate per l'acquisizione dei beni da commercializzare.

1. **Analisi funzionale**, i costi sono raggruppati in base all'origine e conferiti alle particolari funzioni dell'attività distributiva, come trasporto, magazzino, promozione ecc.

2. **Analisi per segmenti operativi**, che ha funzione di controllo e di valutazione dei segmenti operativi dell'attività di vendita con il fine di avere trarre indicazioni per effettuare correzioni per migliorare i risultati economici di gestione. I segmenti possono essere:

- Le zone di vendita;
- I vari prodotti commercializzati;
- Le varie classi di clientela;
- I vari reparti di vendita;