

# I costi aziendali che contano

di [Luca Bianchi](#)

Publicato il 2 Ottobre 2020

Qual è la differenza fra costo e investimento? Gli imprenditori spesso non sono in grado di interpretare i costi aziendali: quali sono quelli fini a se stessi e quelli che invece nascondono investimenti...A cura di Cecilia Vandemini, Gianrico Quattrococo e Luca Bianchi.

## Quando un fattore produttivo costa troppo? La variabile costo è davvero fondamentale nella gestione aziendale? Sfatiamo qualche mito

“Costa Troppo!” Quante volte abbiamo sentito un cliente, un imprenditore lamentarsi di quanto paga, a prescindere? Soprattutto quando deve pagare le “nostre” consulenze professionali...

### È giusto che un imprenditore dica “costa troppo!”?

È una affermazione spesso sbagliata quando si tratta di una azienda. Vediamo brevemente perché...

I costi legati alla sua attività principale (il core business), non dovrebbero mai essere spese fini a sé stesse bensì restituire nel tempo più di quello che è stato investito (il classico Ritorno dell'Investimento).

Facendo qualche esempio pratico: un collaboratore “costa” (per usare il verbo preferito dagli imprenditori) perché ha solide competenze e una strutturata capacità produttiva; una nuova attrezzatura perché mi permette di incrementare il business e/o la qualità di quello che offro; un software di ultima generazione mi permette di velocizzare le operazioni e affinare le analisi...

*Costo o investimento?*

Il problema non è (quasi) mai il prezzo di un fattore produttivo, ma quanto quel “costo”, che faremmo meglio a definire investimento:

- **mi da nel tempo** (l'investimento mi porta più soldi di quelli che ho speso?),
- **in quanto** (ho abbastanza liquidità?)
- **e per quanto tempo** (è solo spot o duraturo e sostenibile?).

*“C’era una volta il Sig. Paperone che a Natale decise di regalarsi un macchinario costosissimo, senza prima aver fatto nessuno studio di fattibilità e del mercato di sbocco. Se nel mondo ce n’erano solo altri due, un motivo c’era! E l’azienda saltò come un tappo di spumante.” MORALE: Nella vita privata è una scelta personale togliersi degli sfizi per soddisfare il proprio ego, a livello imprenditoriale invece, nulla dovrebbe essere fatto a caso, senza un obiettivo, un riscontro, una finalità.*

*PUBBLICITA’ Il Commercialista Telematico costa poco e offre tanti contenuti – la mettiamo?*

## Come gestiamo le due diverse categorie di costi?

### *I costi fini a se stessi*

I **costi fini a se stessi**, tendenzialmente non hanno un riscontro economico ma sono strumentali alla vendita o erogazione del servizio.

Dovrebbero essere gestiti in ottica di risparmio, ove possibile *“strappando”* (a parità di condizioni) il prezzo più basso. In questo caso è lecito dire “lo scelgo perché costa meno”!

Esempio: scelgo, a parità di altre condizioni, l’assicurazione più conveniente, il contratto telefonico più economico...

*“C’era una volta il Sig. Smanettone che aveva 12 banche, 24 conti correnti e un software costruito ad hoc per gestirli. Tutto fatto con l’illusione di aver un maggiore accesso al credito”.*

*MORALE: se non mettiamo nero su bianco costi e benefici, la visione e la percezione possono distogliere la nostra attenzione dalla realtà vera dei fatti.*

### *I costi da investimento*

I costi assimilabili agli investimenti invece, andrebbero valutati in relazione ai frutti che danno. Non c'è nulla che costa troppo in valore assoluto.

La cifra complessiva raffrontata con ciò che l'oggetto o il servizio acquistato permetterà di fare.

### **Esempio: quale PC scegliere? Domanda facile**

Uno economico, o addirittura quello col prezzo più basso, può essere sufficiente se non ci sono particolari esigenze da gestire, **MA** se rallenta il lavoro del personale (perché si blocca, è lento, macchinoso, ecc.) senza dubbio occorre investire di più.

*“C'era una volta il Sig. Oculato, che pur di non comprare un tablet da 200 € al fine di gestire parallelamente l'agenda e il magazzino, preferiva pagare 2 ore di straordinario al giorno ad un suo collaboratore, posticipando il carico e lo dopo la chiusura dell'azienda!”*

*MORALE: spesso non esitiamo a spendere se una cosa ci piace o è nelle nostre corde, ma se abbiamo una qualsiasi ritrosia, rischiamo di perdere di vista l'obiettivo ...*

Un altro caso riguarda la formazione, di cui un bravo imprenditore dovrebbe sempre farla con un obiettivo preciso e considerare il suo riscontro (altrimenti il commercialista si arrabbia perché i costi lievitano!!!): un collaboratore mandato ad un corso se non torna “un po' più ... (bravo) di prima”, ha sprecato tempo e soldi. Questo plus poi andrebbe riversato sui clienti in termini di proposta, andando nel tempo, ad incrementare la produzione pro-capite.

### **Come si misura il ritorno dei diversi tipi di costi-investimento?**

Ragioniamo nella pratica....

Il ritorno della Pubblicità si può misurare con tante variabili quali: il numero di clienti nuovi, la frequenza, spesa media e gli acquisti suddivisi per tipologia dei clienti fedeli, ...

Per la formazione, si dovrebbe valutare l'incremento individuale di produttività (efficacia ed efficienza) o di fatturato grazie alle competenze acquisite.

I frutti dell'acquisto di strumenti e attrezzature di lavoro si possono misurare, tra le altre cose, attraverso l'incremento di produttività oraria (più tempo a disposizione) e della qualità (differenziazione) del servizio.

*“C'era una volta il Sig. HiT, che era solito comprare uno o due macchinari all'anno, recuperava molto velocemente l'investimento (attraverso valide campagne commerciali) poi li metteva a prendere polvere in magazzino”.*

*MORALE: la cosa peggiore che possiamo fare è coprire i costi e smettere di usare l'attrezzatura. In questo modo il ritorno è 0 (pareggio Ricavi-Costi).  
Bisogna sfruttare al massimo gli strumenti e dismetterli quando non servono più.*

## **Quindi ...? Concludendo?**

Ci sono costi e COSTI.

È indispensabile distinguere tra quelli fini a sé stessi e quelli che hanno la capacità di dare frutti sull'investimento fatto.

Dei primi, bisognerebbe valutare, tenendo conto dei benefici, prevalentemente l'economicità; per i secondi invece, ci si può spingere nell'investimento fino a quando è profittevole (più lo è, più se ci sono risorse a disposizione [i])

*[N.B. Nei cash business il flusso di cassa dovrebbe essere sempre positivo], si può investire, anche se in valore assoluto il prezzo è maggiore).*

*“C’era una volta la Sig. (Tacc)Agnà, che aveva una azienda tirata a puntino, senza lasciare nulla al caso tranne ... la calcolatrice in cassa, vecchia di trent’anni, ingiallita e senza alcuni tasti ma fedelmente usata per fare i conti ad ogni cliente passato”.*

*MORALE: a volte, piccoli investimenti, che riteniamo superflui o non necessari, potrebbero rivelarsi indispensabili tenere alta e coerente l’immagine dell’azienda.*

Non bisogna ragionare solo sui costi, altrimenti guardando le cifre in valore assoluto, ci si paralizza dall’angoscia e non si fa mai nulla!

**Un imprenditore dovrebbe sempre ragionare come un investitore, chiedendosi, ogni volta che decide di investire del denaro, quanto questo gli frutterà, in quanto e per quanto tempo ...**

*Chiunque ragioni in questa maniera diventa ricco ... di risorse e di tempo!*

**N.B.:** Nessuno degli aneddoti è fantascienza, ma ahinoi si tratta di pura realtà conosciuta grazie all’esperienza professionale... (l’unica finzione sono, per ovvi motivi, i nomi!)

\*\*\*

## **NOTA**

[i] Ricordiamo che nei cash business il flusso di cassa dovrebbe essere sempre positivo.

*A cura di Cecilia Vandemini, Gianrico Quattrocolo e Luca Bianchi*

Venerdì 2 ottobre 2020

## VISION 360 - Versione 2020

### **Analisi di bilancio e pianificazione aziendale per te e i tuoi clienti**

La **consulenza aziendale** è un'attività sempre più strategica per gli studi professionali, complice la continua **evoluzione sia tecnologica che della stessa professione**.

Per questo, avere a disposizione gli strumenti adatti ad offrire **analisi di bilancio approfondite** con indicazioni utili per la **pianificazione aziendale**, è diventato fondamentale per **garantire ai propri clienti servizi consulenziali di primo livello**.

Vision 360-2020 vuole offrire al professionista una **guida all'analisi aziendale** che consenta di valutare l'**andamento dell'impresa cliente** e, di conseguenza, di **pianificare scelte e strategie** di medio-lungo periodo. Ecco cosa è in grado di fare più nel dettaglio.



**Vision 360 è facile da usare**

**Analizza, pianifica, guida i tuoi clienti e i loro business**

**[SCOPRI DI PIU' >>>](#)**