



UNIVERSITÀ POLITECNICA DELLE MARCHE

**Facoltà di Ingegneria
Dipartimento di Ingegneria Informatica,
Gestionale e dell'Automazione**



SUPPLY CHAIN MANAGEMENT STRATEGY AND LOGISTIC NETWORK

relators:

Marcello Falasco, Marco Cardinali, Enrico Guzzini



UNIVERSITÀ POLITECNICA DELLE MARCHE

**Facoltà di Ingegneria
Dipartimento di Ingegneria Informatica,
Gestionale e dell'Automazione**



LA SUPPLY CHAIN MANAGEMENT E LE RETI LOGISTICHE

RELATORI:

Marcello Falasco, Marco Cardinali, Enrico Guzzini



ARGOMENTI TRATTATI:

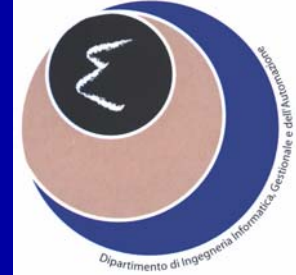


**1. EVOLUZIONE DELLA e-SUPPLY CHAIN
COLLABORATION IN ITALIA**

2. LO STATO DELLA e-SUPPLY CHAIN



EVOLUZIONE DELLA e-SUPPLY CHAIN COLLABORATION



Dinamica della e-Supply Chain in Italia.

Valori 2004	Valori 2005	Var. %
82 miliardi €	92 miliardi €	+ 12%

- Gli scambi supportati da tecnologie tradizionali (fax, ecc.) sono statici: nel 2005 sono cresciuti del 3%.
 - Gli scambi supportati da nuove tecnologie (internet, ecc.) sono aumentati del 31%. EDI su internet è cresciuto del 44%.
 - L'e-Supply Chain Execution (B2b, ciclo ordine-consegna): + 14%.
 - L'e-Supply Collaboration (B2b, pianificazione, marketing): + 6%.
-



LO STATO DELLA e-SUPPLY CHAIN COLLABORATION IN ITALIA.



1. PRINCIPALI CONFERME.

- Oltre il 75% riguarda le applicazioni “mature” relative alle tecnologie tradizionali (EDI o soluzioni A2A) e alla loro rete di fornitura (Fiat, Bosch, Indesit Company).
 - Crescono, ma meno delle attese, i modelli VMI (Vendor Management Inventory) nei settori grocery, automotive, elettrodomestici con tecnologie A2A.
 - Nelle collaborazioni di filiera (monte-valle) si sono ulteriormente sviluppate: extranet web-based in funzionalità e adozione.
 - Sono poco diffuse le applicazioni “collaboration” di supporto al co-design.
-



LO STATO DELLA e-SUPPLY CHAIN COLLABORATION IN ITALIA.



2. BARRIERE ALLO SVILUPPO.

- Difficoltà nel tradurre gli obiettivi generali e i rapporti di collaborazione in obiettivi operativi e in benefici misurabili.
 - Complessità organizzativa:
 - A) limiti culturali, scarse conoscenze del management della Supply Chain Management all'interno della propria azienda;
 - B) scarsa conoscenza dei propri partner di filiera e venir meno dei benefici condivisi (win win);
-



LO STATO DELLA e-SUPPLY CHAIN COLLABORATION IN ITALIA.



3. TREND ATTESI

- Maggiore diffusione delle soluzioni di pianificazione collaborativa con il supporto di extranet web-based a complemento dell' A2A.
 - Sviluppo extranet verso funzionalità di eSupply Chain Collaboration in sinergia con la eSupply Chain Execution aumentando gli investimenti tecnologici e organizzativi.
-



LO STATO DELLA e-SUPPLY CHAIN COLLABORATION IN ITALIA.



4. MODALITA' OPERATIVE

Per ogni progetto di e-Supply Chain, data la complessità organizzativa piuttosto elevata, è necessario associare sistemi di pianificazione che riguardano tre aree applicative:

- A) Sistemi per la gestione delle relazioni con i fornitori (Supplier Relationship Management, Smr);
 - B) Sistemi per il monitoraggio e la gestione degli eventi imprevisti (Supply Chain Events Management, Scem);
 - C) Sistemi per la misurazione delle performances (Supply Chain Performances Management, Scpm).
-



LO STATO DELLA e-SUPPLY CHAIN COLLABORATION IN ITALIA.



5. BENEFICI.

All'aumentare del supporto collaborativo si avrà:

- Riduzione dei costi operativi.
 - Migliore utilizzo degli impianti (flotta veicoli, riduzione scorte, riduzione capitale fisso e circolante).
 - Picchi di lavoro più contenuti.
-



ARGOMENTI TRATTATI:



3. DEFINIZIONE DI SUPPLY CHAIN MANAGEMENT
 4. SUPPLY CHAIN MANAGEMENT
 5. LA LOGICA WIN WIN
 6. I PUNTI DI FORZA DELLA SCM
 7. IL MODELLO A RETE
 8. SINTESI
 9. CONCLUSIONI
-



DEFINIZIONE



**“È LA GESTIONE DEI PROCESSI
PRODUTTIVI E SCAMBI
COMMERCIALI TRA FORNITORE E
CLIENTE,,**



SUPPLY CHAIN MANAGEMENT



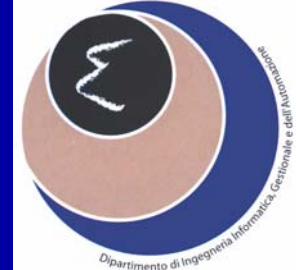
COME SI GESTISCE



costituendo alleanze strategiche con altri partner
nella filiera della produzione unendo e facendo
collaborare clienti e fornitori per progetti condivisi



SUPPLY CHAIN MANAGEMENT



CRITERIO INNOVATIVO DA SEGUIRE



va ampliato il concetto di logistica non solo dal lato dei trasporti e del magazzino ma soprattutto per le attività integrate di

- 1. Approvvigionamento**
 - 2. Produzione**
 - 3. Distribuzione**
-



SUPPLY CHAIN MANAGEMENT



IN QUALE MODO



con integrazioni, interazioni, collaborazioni e comunicazioni a monte e a valle tra ogni processo e ogni attività che ruota intorno all'impresa nei rapporti tra clienti, fornitori e distributori



SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

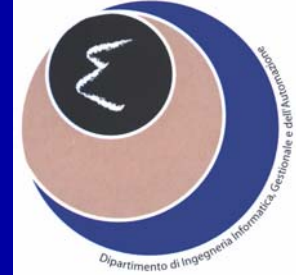


IN QUALE MODO



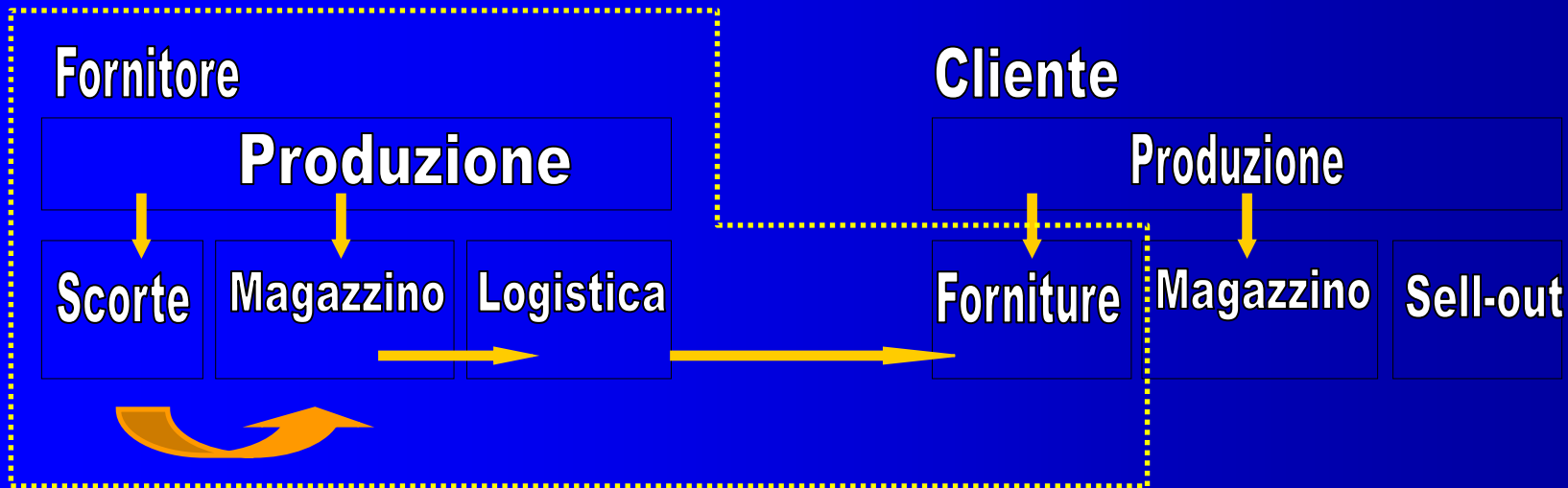
Integrando le funzioni logistiche interne ed esterne all'impresa in un contesto di:

- 1. Approvvigionamento**
 - 2. Gestione Ordini**
 - 3. Distribuzione**
 - 4. Mercato**
-

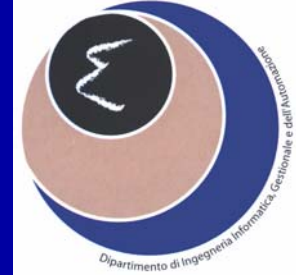


LA LOGICA WIN-WIN

Modello tradizionale di rapporto cliente –fornitore prevede:

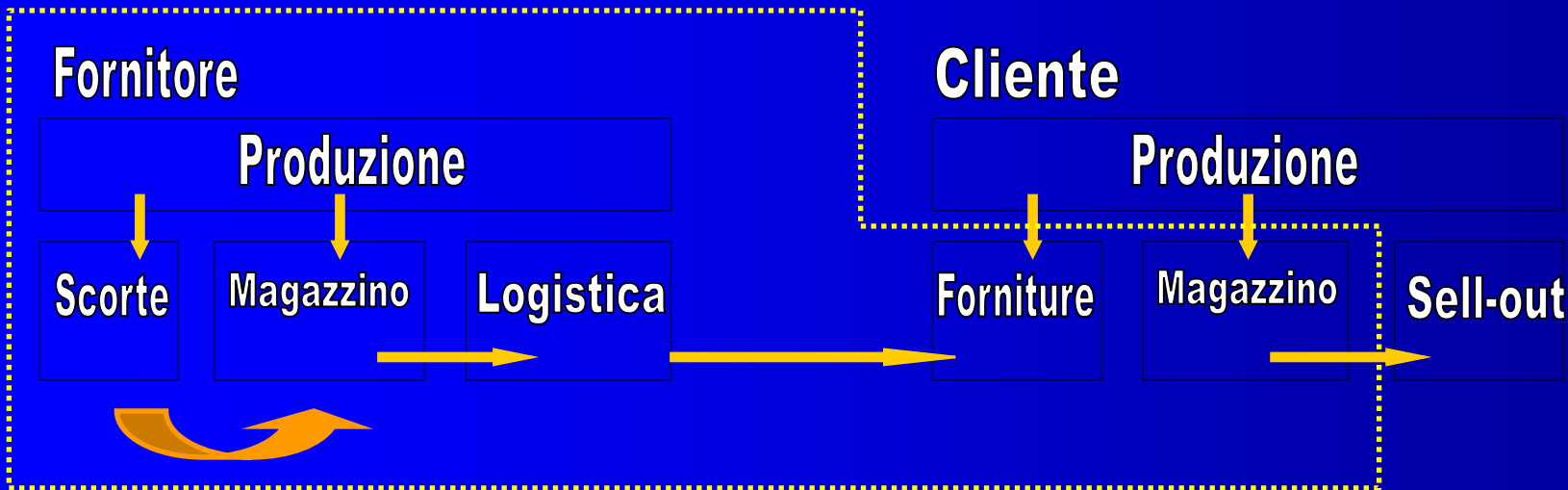


1. **Magazzino sia per il cliente che per il fornitore;**
2. **Scorte elevate per entrambi;**
3. **Maggiore immobilizzo finanziario con ricorso all'indebitamento**
4. **Difficoltà nella gestione della logistica dovute a tempi di consegna sempre più brevi richiesti dal mercato**



LA LOGICA WIN-WIN

Modello COLLABORATIVO (PLAN-SOURCE-MAKE-RETURN)



1. Riduzione Magazzini grazie a piani di consegna prestabiliti;
2. Riduzione scorte grazie a pianificazione rigorosa e puntuale;
3. Migliore gestione dei flussi finanziari
4. Ottimizzazione dei costi di transazione (trasporti)



PUNTI DI FORZA DELLA SUPPLY CHAIN



ELIMINA INEFFICIENZE PER



1. Eccesso di scorte
 2. Eccesso prodotti
 3. Attese improduttive
 4. Ritardi nella logistica trasporti
-



PUNTI DI FORZA DELLA SUPPLY CHAIN



CREA



**Valore aggiunto per l'intera catena della produzione-
distribuzione con riduzione dei costi complessivi interni
ed esterni**



SUPPLY CHAIN MANAGEMENT



**La condizione per raggiungere gli
obiettivi richiamati è quella di costruire
per la Supply Chain**



Un MODELLO A RETE



MODELLO A RETE

Si basa sulla corretta e fluida organizzazione dei processi di Supply Chain Management.

I processi SCM sono:

- PLAN**
- SOURCE**
- MAKE**
- DELIVER**
- RETURN**

Il modello a rete è costruito dall'unione coordinata e sincronizzata dei diversi processi aziendali di SCM.



MODELLO A RETE

CHE PERMETTE



**di monitorare e anticipare le fasi logistiche della gestione
tramite controlli on-line per vendere al mercato ciò che
chiede e non ciò che piace vendere all'impresa**



MODELLO A RETE

Sistemi di coordinamento e controllo

Gestione Relazioni con fornitori (SRM)

Misurazione delle performance della SC





MODELLO A RETE

FOCUS DEL PROBLEMA



Trovare soluzioni che siano fruibili non solo all'impresa madre ma all'intera filiera produttiva

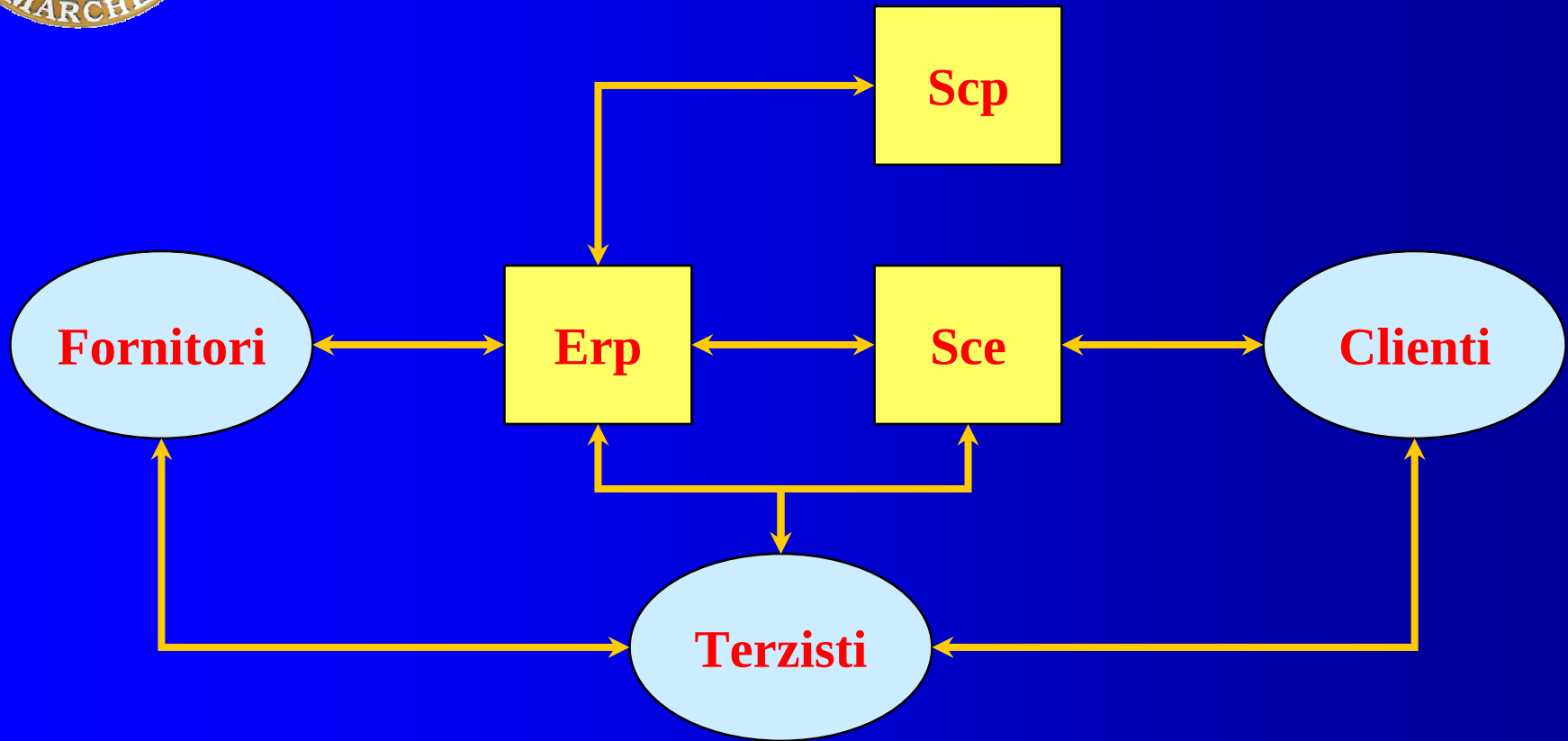
COME FARE



Integrando modelli gestionali comuni con avanzati supporti informatici secondo le seguenti procedure



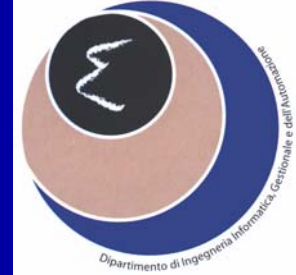
Catena SUPPLY CHAIN



Erp: Enterprise Resource Planning (sistema gestionale integrato)

Scp: Supply Chain Planning (pianificazione della catena di fornitura clienti fornitori terzisti)

Sce: Supply Chain Execution (esecuzione della pianificazione, mediante software gestionali avanzati)



Catena SUPPLY CHAIN

Relazioni fra Fornitori, Impresa, Clienti

OBIETTIVI DELLA CATENA



Implementare nel sistema della supply chain tra i vari partners supporti informatici interrelati

IN GRADO DI



- velocizzare i tempi di consegna e lo svolgimento delle attività (codice a barre, TAG attivi e passivi, RFID)**
 - ridurre spazi centralizzandoli in punti di stoccaggio**
 - eliminare ciò che non aggiunge valore per l'impresa e il cliente**
-



Catena SUPPLY CHAIN

Relazioni fra Fornitori, Impresa, Clienti

ALLO SCOPO DI AUMENTARE



- i livelli di produzione
 - i livelli dei servizi logistici integrati
 - i livelli di produttività
 - i livelli di redditività tra i partners della filiera per progetti condivisi (WIN, WIN)
-



Sintesi



La Supply Chain Management offre le seguenti performance:

- pianifica e ottimizza al meglio l'inventario
 - elimina “colli di bottiglia” e ritardi di fornitura
 - favorisce l'innovazione di prodotto o servizio riducendo i tempi di produzione, **LEAN PRODUCTION**, i tempi di mercato, **TIME TO MARKET**
 - anticipa la domanda per la migliore integrazione con i clienti (**E-PROCUREMENT**)
 - aumenta la soddisfazione del cliente con richieste on-line
-



CONCLUSIONI

Nell'ultimo decennio le imprese hanno incontrato maggiori difficoltà nel confrontarsi con i mercati a causa dell'esplosione dell'offerta. Di conseguenza per continuare a competere le imprese devono migliorare le proprie strategie aziendali con particolare riferimento alla catena logistica clienti-fornitori. Ciò dovrebbe indurle a ricercare nuove soluzioni logistiche (Supply Chain Management) e a terziarizzare (outsourcing) porzioni crescenti dei propri processi. E' questa la strada per riequilibrare le leve competitive aziendali, chiarendo anzitutto quali fornitori siano strategici e in quali segmenti di mercato operare.

