

ANALISI DEL VALORE

Per la ricerca di alternative di fornitura dei beni e dei servizi

L'analisi del valore nasce negli Stati Uniti d'America durante la seconda guerra mondiale, quando Lawrence Miles, un ingegnere della General Electric, responsabile della fabbricazione dei rilevatori di gas di cabina dei bombardieri d'alta quota, resta privo di una materia prima essenziale ed è costretto a individuare un'alternativa che, alla prova dei fatti, risulterà più affidabile e, nello stesso tempo, meno costosa.

L'analisi del valore di Miles trova un formidabile terreno applicativo nella teoria e nella pratica degli approvvigionamenti poiché è il fondamento della ricerca dell'alternativa di fornitura (identica funzionalità a minor costo). Il procedimento dell'analisi del valore è particolarmente indicato nei casi di acclarata impossibilità di sottrarsi a un monopolio o un oligopolio di fornitura, quando è utile verificare ogni opportunità di modifica globale o parziale della fornitura stessa, sia essa di beni o di servizi, intervenendo sulla composizione dei materiali, sulla configurazione tecnica o sull'articolazione delle fasi delle prestazioni. Questo intervento conduce a una modifica della specifica tecnica e, nei casi di successo, permette l'individuazione sui mercati d'acquisto di soluzioni di fornitura più competitive.

OBIETTIVI

- Creare un sistema di analisi del valore applicabile agli specifici approvvigionamenti del partecipante
- Costruire e trasmettere i criteri di utilizzazione della tabella di comparazione del valore per individuare la soluzione di fornitura a maggior valore totale.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Nascita e sviluppo della teoria dell'analisi del valore
- L'applicazione dell'Analisi del Valore in ambito acquisti
- La formula generale del valore: $I = W/C$
- Gli strumenti di supporto all'Analisi del Valore: breakdown del prezzo e Total Cost of Ownership
- La realizzazione dell'alternativa di fornitura
- Il sistema di relazioni della costruzione di un sistema teso all'alternativa di fornitura (early involvement con i clienti interni, partnership con i fornitori chiave)
- La comparazione delle soluzioni (W – funzionalità, qualità, logistica + C – costo)
- Creazione dei parametri di comparazione
- Attribuzione dei pesi
- La tabella di comparazione del valore
- Risultati dell'Analisi del Valore e Budget
- Usi prevalenti dell'Analisi del Valore in ambito acquisti
- Esercitazione in continuo di analisi del valore su beni e servizi proposti dai partecipanti.