
La generazione e la gestione della conoscenza in azienda: evidenze empiriche nel settore della carpenteria metallica

di

Publicato il 22 Settembre 2023

Partendo da un caso pratico, vediamo come la **conoscenza** e il sapere sono una pietra angolare dei **processi di gestione aziendale**.

In particolare, esamineremo l'applicazione del **modello SECI** ad una azienda che lavora nel settore della carpenteria metallica ma naturalmente i concetti valgono anche per gli altri tipi di aziende.

La dinamicità e l'evoluzione dei mercati e soprattutto le *capabilities intangible* hanno identificato un *tertium genus* rispetto a ciò che nella letteratura manageriale è identificata nella dualità risorse e competenze. Questa terza dimensione identifica nella **conoscenza** il ruolo centrale della stessa quale **risorsa competitiva capace di creare valore per l'azienda**.

A partire già dagli anni '80 in letteratura si identificava la **conoscenza** quale risorsa utile per la generazione del vantaggio competitivo; infatti, nella letteratura manageriale nipponica si affermava: *in un'epoca in cui l'unica certezza è l'incertezza, l'unica fonte sicura per il vantaggio competitivo è la conoscenza* (Nonaka, 1997).

La conoscenza come asset della gestione aziendale

Ispirandosi alle motivazioni di fondo che hanno indotto la **conoscenza** a ricoprire un **ruolo capitale nella gestione aziendale** facciamo appello a Ruta e Turati, 2002 i quali identificano tre pilastri:

1. L'accelerazione del ritmo di cambiamento negli scenari competitivi hanno ridotti i cicli di vita dei modelli di *business* e decisionali.
Ciò ha provocato un crescente interesse verso i concetti di *knowledge engineering*, memoria organizzativa e processi di accumulazione della conoscenza organizzativa;
2. Si assiste sempre più ad una erosione del vantaggio competitivo basato su fonti tradizionali, a titolo esemplificativo si pensi alle c.d. 4 P di McCarthy (Product, Price, Promotion e Place), al c.d. prezzo dispari di Kotler, alle strategie di merchandising della distribuzione.
Tale tradizionalità non è più sufficiente a garantire una continuità e soprattutto una sostenibilità del vantaggio competitivo;
3. La necessità di individuare metodi adeguati nella gestione della conoscenza è stata rafforzata dalla dispersione spaziale e tempor



Abbonati per poter continuare a leggere questo articolo

Progettato e realizzato da professionisti, per i professionisti, ogni piano di abbonamento comprende:

- contenuti autorevoli, puntuali, chiari per aiutarti nel tuo lavoro di tutti i giorni
- videoconferenza, per aggiornarti e ottenere crediti formativi
- una serie di prodotti gratuiti, sconti e offerte riservate agli abbonati
- due newsletter giornaliere

A partire da 15€ al mese

Scegli il tuo abbonamento