

---

# L'evoluzione dei paradigmi competitivi a sostegno dell'apertura delle finestre cognitive aziendali

---

di

**Publicato il 21 Dicembre 2023**

Lo scopo di questo articolo è quello di evidenziare come l'evoluzione dei paradigmi competitivi può portare alla generazione di nuovi modelli di business. Inoltre, la lettura critica e profonda dello stesso può rappresentare una concreta applicazione a delle realtà aziendali e professionali.

Così, come *Schumpeter* afferma: *“Gli sforzi degli uomini rivolti a comprendere i fenomeni economici costruiscono, migliorano e demoliscono strutture analitiche in una sequenza senza fine”, “L'azienda è un istituto economico destinato a perdurare che, per il soddisfacimento dei bisogni umani, ordina e svolge in continua coordinazione, la produzione, o il procacciamento e il consumo della ricchezza”*. Così *Gino Zappa* (1956) ha definito l'apparato aziendale. Sono lontani i tempi in cui si può definire e catalogare l'azienda intesa in senso univoco; infatti, l'evoluzione del pensiero economico/manageriale ed i contributi della comunità scientifica hanno permesso di potere indossare svariate lenti di osservazione per definire l'azienda quale soggetto in evoluzione. Oltrepassando le definizioni standard universalmente accolte che facilitano, per convenzione, l'omogeneità di pensiero e di osservazione, si parte dalla definizione di azienda in termini assolutamente standard e si pone l'accento su come tale *“entità”* si sia evoluta nel tempo utilizzando quale strumento di misurazione l'evoluzione dei paradigmi dominanti negli studi di strategia di impresa.

## I paradigmi competitivi

Con il concetto di paradigma si intende la descrizione degli standard microstorici accettati da una particolare comunità scientifica in un dato tempo storico<sup>[1]</sup>. In tale sede identifichiamo tre paradigmi competitivi che si sono succeduti nel corso del tempo partendo da “Struttura-Comportamento-Performance” (S-C-P), continuando con la “Resources-Capabilities-Performaces” (R-C-P) e finendo con quello del Knowledge-Capabilities-Performance (R-C-P). Il passaggio evolutivo da un paradigma ad un altro evidenzia il modo in cui l’azienda affronta un cambiamento radicale da un momento in cui il vantaggio competitivo è caratterizzato da una forte esogeneità, ad un momento in cui l’analisi endogena delle fonti del vantaggio competitivo è dominante per cui la capacità di indirizzare la lente di osservazione al proprio interno getta le basi verso una concezione molto più consapevole del fare impresa. In sintesi analizziamo i singoli paradigmi.



## Paradigma S-C-P

La strategia di impresa durante gli anni '80 poggia le basi su un modello compet

### 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