

Unità didattica 2 – *Digitalizzazione e nuove forme di collaborazione intra/inter organizzative*

I principali *drivers* delle nuove forme collaborative

I quattro principali *drivers*

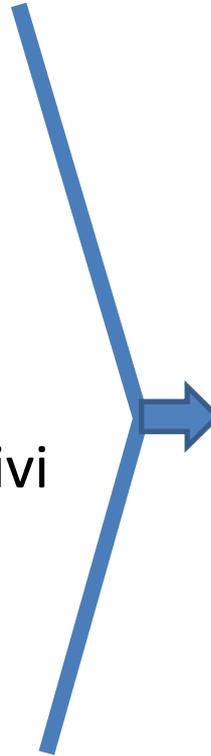
1. Transizione tecnologica
2. Mutamento negli orientamenti di consumo
3. Cambiamento dei paradigmi/modelli produttivi
4. Globalizzazione

Transizione tecnologica

Mutamento negli orientamenti di consumo

Cambiamento dei paradigmi/modelli produttivi

Globalizzazione (incluso impatto su politiche)



**Estendersi/
intensificarsi delle
forme di collaborazione
per produzione, ecc.**

Transizione tecnologica

Processo di digitalizzazione

Potenziamento dell'utilizzo dell'informazione (es. possibilità di integrare codici/media)

Crescente interconnessione/connettività (tramite internet)



Riduzione dei limiti (fisici) per la condivisione di beni, servizi, informazioni → Ampliamento di reti (disperse) di collaborazione per produzione, consumo, innovazione

Effetto network → esternalità positiva, l'utilità che un individuo ricava da una tecnologia collaborativa tende a crescere quanto più viene utilizzata (dinamica positiva di tipo circolare)

Esempio piattaforma scambio beni



Chi produce, offre (offerta)

Chi utilizza, acquista (domanda)

Lato dell'offerta → minori barriere di accesso a quel tipo di mercato

Lato della domanda → meno asimmetrie informative, prezzi inferiori

Importanza dei **meccanismi di «monitoraggio reputazionale»** → fattore che agevola le nuove forme di collaborazione, soprattutto per prestazioni che richiedono elevata fiducia

Digitalizzazione



Mutamenti sociali,
economici, istituzionali...
Contesto favorevole alla
digitalizzazione

Crisi economica, ricerca di nuove
opportunità

Emergere di nuovi modelli di
impresa

Mutamento degli orientamenti di consumo

«L'era dell'accesso»

(con sviluppo ICT) Passaggio da un modello fondato su mercato e proprietà privata a un modello fondato su **reti** e **diritti di accesso**

Conta (più del possesso) la **pluralità di esperienze sociali e culturali** a cui si può **temporaneamente accedere** (tramite il consumo)



Dunque, accesso a breve termine a beni/servizi più che scambio venditore-acquirente ← all'interno di una rete di relazioni ← passaggio a una «economia di abbondanza»

Commons collaborativi, «comunità» caratterizzate da attitudine alla condivisione di beni/servizi (gruppi artistici e culturali, fondazioni educative, club sportivi, ecc.). Luoghi di condivisione e sviluppo di capitale sociale

Più di recente → Nuovi sviluppi tecnologici (*Internet delle cose*) cambiano ancora di più modalità di produzione e consumo

Crisi del capitalismo? Verso una società più sostenibile



«Novità di un vecchio fenomeno»

Fenomeno «vecchio», ma rinnovato, innanzitutto nella sua diffusione, estensione ← **digitalizzazione**, piattaforme digitali

Importanza della **fiducia**. Piattaforme agevolano la «fiducia tra estranei», reinventano e diffondono vecchie forme di fiducia (villaggi) in una comunità globale



La «retorica» iniziale

All'inizio forte enfasi sulle valenze collaborative, pro-sociali di questi «nuovi» comportamenti di consumo. E sulla maggiore sostenibilità ambientale che ne derivava



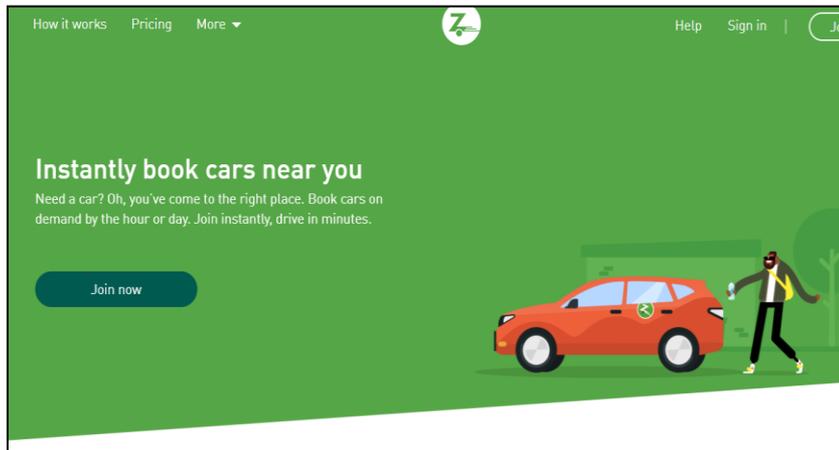
Oltre il «romanticismo»

Ma con il tempo... diffondersi di **consumi access-based**, non solo o non tanto per le valenze pro-sociali, ecc.

Acquisto di tempo di consumo di un bene/
servizio, anche mediato dal mercato
← pagamento di una somma per l'uso

Studi evidenziano... tanti consumatori attenti più alla **qualità e all'economicità** che ad altro (comunità, collaborazione, sostenibilità ambientale, ecc.)





Bardhi e Eckardt →
studio su car sharing sugli
utenti di **Zipcar**,
considerando vari aspetti

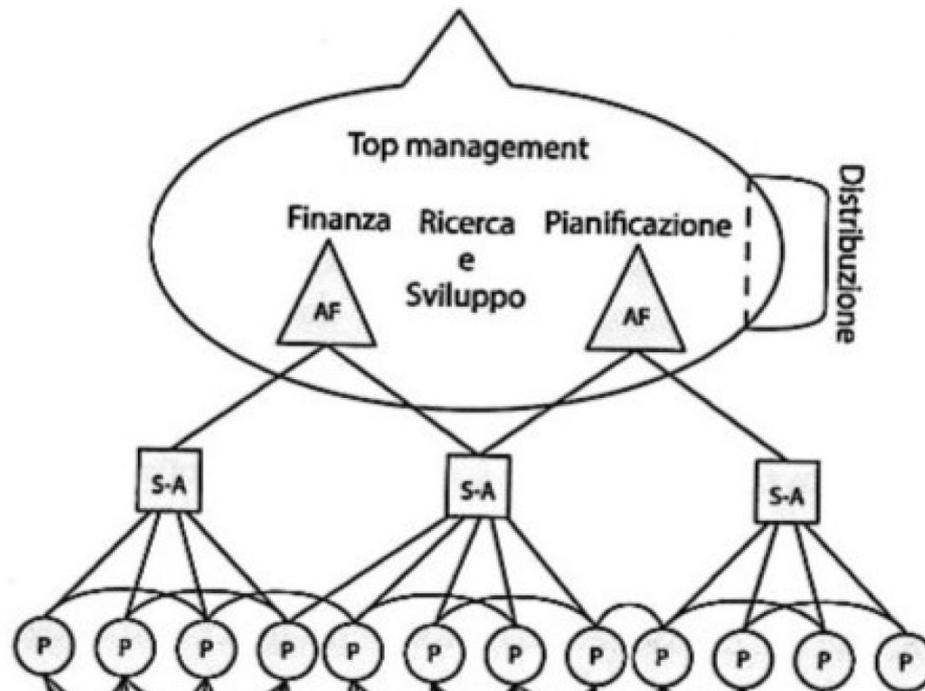
manca di
identificazione, diverso
significato dell'uso,
«reciprocità negativa»
(opportunismo, scarsa
collaborazione,
responsabilità verso
l'altro, ecc.)

**Mutamento nei
paradigmi/modelli
produttivi**

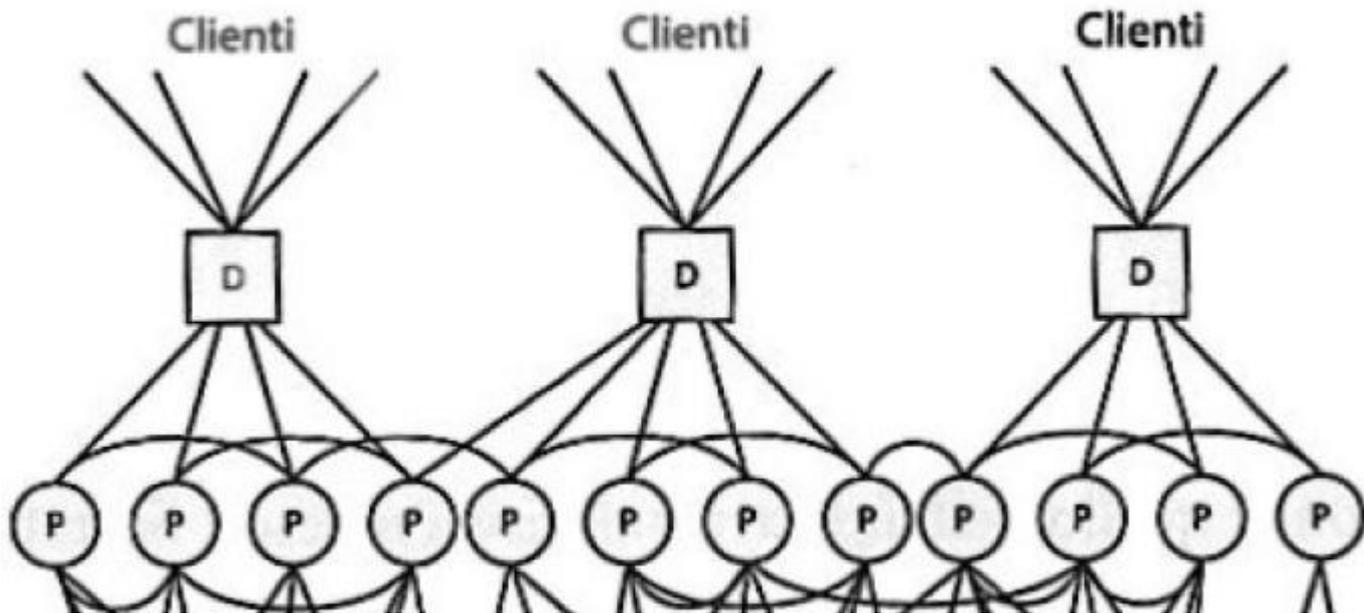
Non solo **outsourcing, ecc.** (*si veda parte sulla segmentazione*), ma anche pratiche di **partnering**, soprattutto tra le piccole-medie imprese, tra singoli professionisti



Organizzazioni network: organizzazioni medio-grandi che, attraverso outsourcing, sono passate da modelli di «integrazione verticale» a modelli più basati su network (imprese che hanno una certa autonomia operativa)



Network di organizzazioni: organizzazioni (con relazioni frequenti ed intense) che conservano la loro autonomia e la loro esistenza distinta (es. conservano personalità giuridica)





Manuel Castells (1942-)

Sociologo

*La nascita della società
in rete*

Impresa-rete → sostituzione
delle tradizionali strutture
gerarchiche con strutture
orizzontali

Lavoratori fanno uso delle
tecnologie per coordinarsi e per
partecipare attivamente al
processo produttivo

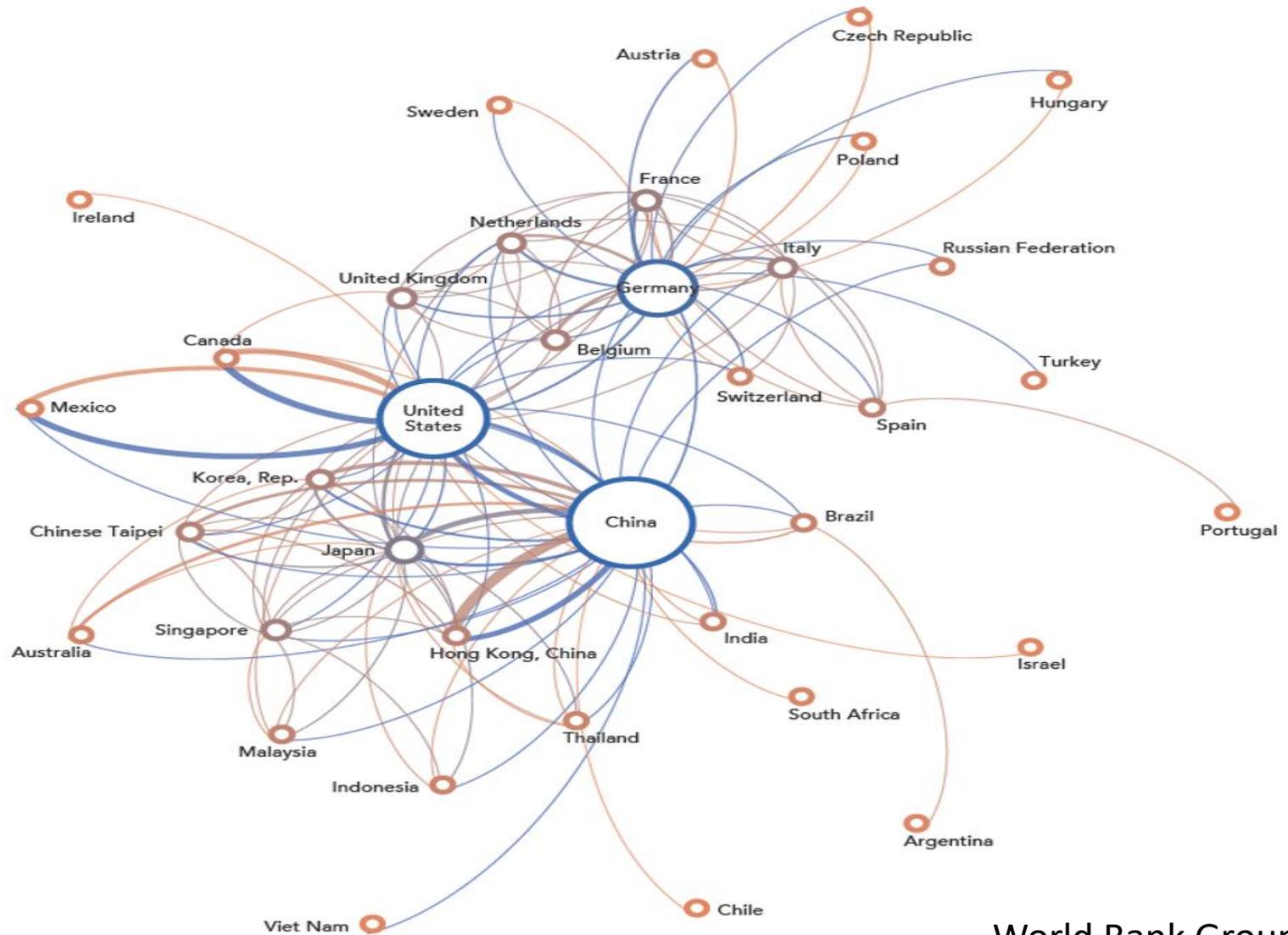
Globalizzazione

Le catene globali del valore

Catene del valore → Catene globali del valore,
attività (necessarie per un prodotto) realizzate in
reti internazionali, diffuse, distribuite



Liberalizzazione e apertura del commercio,
riduzione dei costi/tempi di trasporto,
comunicazione, servizi di logistica più efficienti



Il ruolo delle politiche pubbliche

Globalizzazione (e le sue conseguenze) stanno stimolando **politiche industriali e dell'innovazione** che **promuovono la collaborazione** tra più soggetti (pubblici e privati)

Testi di riferimento

Ramella F. e Manzo C., *L'economia della collaborazione*, cap. 1