



ISSN: 2038-3282

Publicato il: 03 Ottobre 2011

©Tutti i diritti riservati. Tutti gli articoli possono essere riprodotti con l'unica condizione di mettere in evidenza che il testo riprodotto è tratto da www.qtimes.it

Registrazione Tribunale di Frosinone N. 564/09 VG

Importance of training and professional retraining during the economic crisis
Importanza della formazione e della riqualificazione professionale in tempo di crisi economica

di Roberto Orazi¹

Università degli Studi di Perugia

roberto.orazi@unipg.it

Abstract

Non è un mistero che le PMI in Italia hanno sempre avuto difficoltà a riconoscere il vero valore delle formazione e della riqualificazione professionale e soprattutto ad adattare il proprio know-how ai cambiamenti imposti dal mercato, ma il perdurare della crisi economica sta cambiando questo atteggiamento tanto che ormai la formazione in azienda viene considerata una risorsa strategica e il nuovo motto risulta essere: personale aziendale più formato uguale azienda più competitiva.

Parole chiave: formazione, riqualificazione professionale, crisi economica

Non è un mistero che le PMI in Italia hanno sempre avuto difficoltà a riconoscere il vero valore delle formazione e della riqualificazione professionale e soprattutto ad adattare il proprio know-how

¹ Roberto Orazi è ricercatore di *Didattica e pedagogia speciale* presso la Facoltà di Scienze della Formazione dell'Università degli studi di Perugia. Il suo ambito di ricerca è rivolto allo studio delle tecnologie per la didattica e l'applicazione dei differenti sistemi di e-learning all'interno dei diversi tipi di organizzazioni.

ai cambiamenti imposti dal mercato, ma il perdurare della crisi economica sta cambiando questo atteggiamento tanto che ormai la formazione in azienda viene considerata una risorsa strategica e il nuovo motto risulta essere: personale aziendale più formato uguale azienda più competitiva. Il vero nodo da sciogliere è, in prima analisi, quello di capire come la riqualificazione del personale possa diventare sistema all'interno del processo produttivo aziendale. Per fare questo le aziende devono iniziare a considerare la formazione aziendale come un fattore produttivo in grado di stimolare e quindi di aumentare la produttività² stessa, ma per raggiungere questo obiettivo è necessario utilizzare metodologie didattiche comuni e condivise che consentano la misurazione dei reali fabbisogni formativi aziendali e la scelta, nella quasi totalità degli interventi, risulta ricadere nell'e-learning. I risultati pubblicati nell'ultimo rapporto dell'osservatorio sull'e-learning di AITech-Assinform evidenziano il fatto che, nonostante molte difficoltà, le aziende hanno capito che investire in formazione risulta essere strategico e proprio dal rapporto sopracitato si evince che sempre più sono le imprese che investono in formazione e la presenza di interventi di e-learning all'interno di questi progetti è in continua crescita, tanto che, tra le diverse modalità formative in previsione di essere utilizzate, l'e-learning risulta essere al primo posto con l'89,4% (Fig. 1).

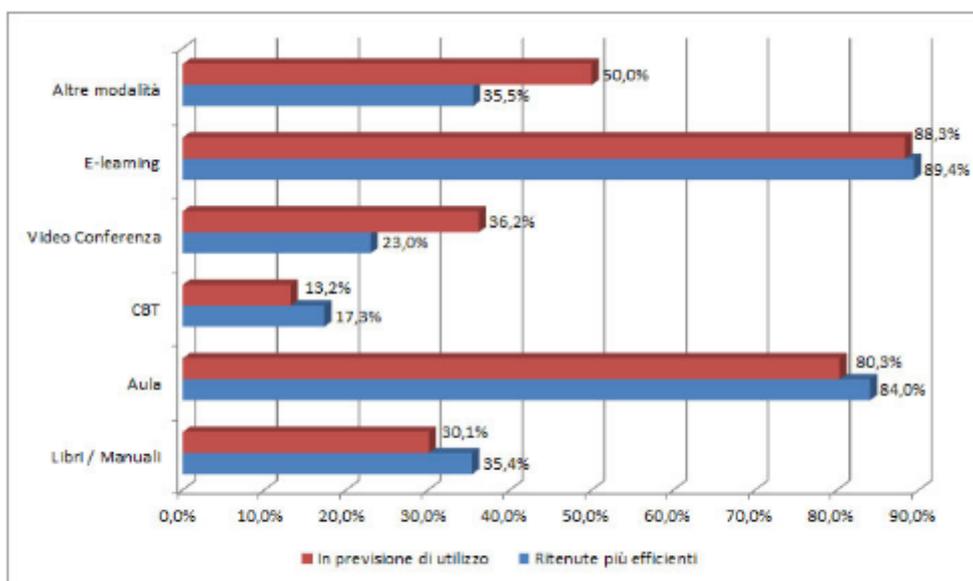


Fig. 1 (Previsione e efficienza dell'e-learning all'interno delle aziende)
Fonte: Osservatorio ANEE/Assinform.

Ma quando si ricorre ad un intervento formativo on-line è indispensabile procedere ad un'attenta progettazione che deve essere esplicitata nelle seguenti fasi:

² Ricordiamo al lettore che nel linguaggio economico produzione significa creazione o aumento di utilità; cioè attività volta a rendere utili cose che in natura non lo sono mediante trasformazione o ad aumentare l'utilità di altre cose. Tutte queste attività volte alla trasformazione e tutte le operazioni necessarie per arrivare al prodotto finito (sia esso un bene o un servizio) prendono il nome di ciclo produttivo che si conclude con la vendita del bene o del servizio.

- definizione degli obiettivi che si vogliono raggiungere;
- analisi delle metodologie didattiche che si vogliono adottare;
- analisi dei requisiti tecnologici necessari a porre in essere l'intervento che si vuole attuare;
- studio degli effetti che l'intervento avrà all'interno dell'azienda in cui questo sarà erogato;
- configurazione degli ambienti ed attivazione di tutte le procedure organizzative;
- gestione e formazione, alle nuove tecnologie, delle risorse umane coinvolte nell'intervento formativo on-line.

La suddivisione riguarda la gestione del progetto nella sua totalità, si tratta di un processo orizzontale che deve coinvolgere tutti gli attori che ne fanno parte. Importante è la scelta del knoware³ cioè degli elementi e delle «[...] relazioni, di tipo fisico, informativo, socio-economico e culturale che fanno da sostegno all'uso della tecnologia in direzione dei fini selezionati»⁴. La necessità di procedere ad un'attenta fase di progettazione è dettata dal fatto che ormai le PMI stanno attraversando un periodo di profonda trasformazione e adeguamento ai nuovi modelli organizzativi (dovuto anche al fatto di rendersi più competitive per rimanere al passo con le aziende degli altri paesi occidentali e con quelle dei paesi emergenti) che porta alla nascita di nuove competenze e figure professionali all'interno della struttura organizzativa aziendale. In ogni tipo di azienda il personale costituisce uno degli elementi più importanti e questo è ancora più vero quando si parla di aziende che erogano servizi perché l'apporto di ogni singolo dipendente influisce direttamente sulla qualità stessa del servizio prestato, ma anche se trattasi di aziende che producono beni l'importanza della formazione del personale non deve passare in secondo piano e pertanto predisporre programmi di aggiornamento e formazione continua, che tengano conto delle evoluzioni e dei cambiamenti, risulta essere fondamentale soprattutto, come abbiamo già ricordato, in periodi di crisi. Normalmente i settori interni all'azienda che richiedono formazione continua e riqualificazione sono quelli che riguardano:

- i processi aziendali;
- l'evoluzione tecnologica (alla quale ogni azienda è chiamata per rimanere competitiva);
- l'aggiornamento dei programmi applicativi utilizzati all'interno dell'organizzazione;
- il cambiamento degli impianti di produzione e delle attrezzature a disposizione del personale.

Per questo è necessario predisporre un'attività di formazione che sia in grado di influire sui comportamenti, non basta trasferire nozioni perché si possa dire di aver effettuato con successo un intervento formativo, ma è necessario anche creare un ambiente di pratica che mostri come si fa e il ricorso all'e-learning, se ben progettato, può favorire forme di apprendimento continuo in questa direzione. L'evoluzione delle piattaforme di erogazione dei corsi (LCMS – Learning Content Management System) e quindi dell'e-learning ricalca alla perfezione l'idea di una formazione cosiddetta just in time learning⁵ che rappresenta un elemento importante che consente alle aziende

³ Il knoware rappresenta gli scopi, le applicazioni e le giustificazioni dell'uso di una determinata tecnologia (hardware e software) all'interno di una qualsiasi organizzazione.

⁴ P. Desinano, *Imprese turistiche, informatica e vantaggio competitivo*, Milano, Franco Angeli, 2006, cit. pag. 33.

⁵ Il just in time learning è la capacità del sistema di e-learning di consentire all'utilizzatore di poter fruire di materiale didattico nel momento preciso in cui ne ha necessità.

di mantenere un vantaggio competitivo⁶ rispetto ai propri competitors e allo stesso tempo consente al personale dell'azienda di poter apprendere senza vincoli legati al tempo e allo spazio secondo il modello caro ai fautori della formazione on-line: anywhere, anytime, any content. La formazione in questo modo diventa strategica e ogni volta che intervengono cambiamenti negli scenari di riferimento è possibile revisionare e rimodulare le strategie operative e di formazione del proprio personale per riadattare il loro comportamento e l'operatività al nuovo scenario (non semplicemente per trasferire loro nozioni) in tempi molto più brevi rispetto ai tradizionali interventi formativi face to face. Formazione aziendale e lavoro, un connubio che da sempre è un punto fermo fuori dai confini dell'Italia ma gli ultimi dati ci dicono che anche da noi sta aumentando il numero delle aziende che guardano con occhio attento al ruolo centrale che riveste la formazione e la riqualificazione dei propri dipendenti, ai quali è riconosciuto sempre di più un ruolo prezioso per la costruzione e la crescita delle conoscenze all'interno dell'organizzazione.

Bibliografia di Riferimento:

ISFOL – Unione Europea – Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, *Capitale umano on line: le potenzialità dell'e-learning nei processi formativi e lavorativi*, Milano, Franco Angeli, 2003;
DESINANO P., *Imprese turistiche, informatica e vantaggio competitivo*, Milano, Franco Angeli, 2006;
ROSATI L., *Formazione degli adulti ed educazione permanente*, Perugia, Morlacchi Editore, 2002;
TEMPERINI V., *Aspetti economici e gestionali delle imprese di e-learning nell'economia della conoscenza*, Milano, Franco Angeli, 2009;
TRENTIN G., *Technology and Knowledge Flows. The power of Networks*, Witney, Chandos Publishing (Oxford) Ltd, 2011.

⁶ Michael Eugene Porter è capo dell'Institute for Strategy and Competitiveness dell'università Bishop William Lawrence con sede presso l'Harvard Business School, a lui si deve la definizione di vantaggio competitivo che si basa sulla capacità dell'impresa, di qualsiasi settore, di raggiungere con il proprio prodotto una superiorità rispetto ai propri competitors. Porter individua due tipi di vantaggio competitivo che possono essere raggiunti: interno ed esterno. Il primo si basa sulla produttività interna dell'impresa in grado di generare un vantaggio di costo. Il secondo, si basa sul potere di mercato dovuto ad un valore maggiore che il cliente percepisce ed attribuisce a quel determinato prodotto o servizio rispetto allo stesso della concorrenza. La capacità dell'impresa di sfruttare il proprio vantaggio competitivo dipende non soltanto dalla forza dei suoi concorrenti diretti ma, anche, dai concorrenti potenziali, dall'esistenza di prodotti sostitutivi e dalla capacità del personale interno di adattarsi in maniera dinamica ai cambiamenti richiesti dal mercato all'azienda. Per approfondimenti si rimanda a: <http://www.isc.hbs.edu>