SINDACATO DIRIGENTI
AZIENDE INDUSTRIALI

ASSOCIAZIONE SPECIALISTI
SISTEMI INFORMATIVI

INCONTRO CON LA D.SSA M.L. MARTINAT

**" LA DIFFUSIONE DEL PERSONAL COMPUTER IN AZIENDA:
GESTIONE E CONTROLLO DAL PUNTO DI VISTA MANAGERIALE"**

****

- RUOLO DELL'INFORMATICA IN AZIENDA
- NUOVE PROFESSIONALITA' E RESPONSABILITA'
- L'ALFABETIZZAZIONE INFORMATICA
- SCELTA DELLE TECNOLOGIE IN RAPPORTO ALL'AMBIENTE
- PROBLEMATICHE RELATIVE ALL'INSERIMENTO DEL PERSONAL COMPUTER. MODALITA' DI AVVIO E DI CONTROLLO. COSTI E BENEFICI
- RUOLO DELLA FORMAZIONE E DELL'ADDESTRAMENTO
- FUNZIONE MANAGERIALE NEL PROCESSO DI GESTIONE E DI CONTROLLO DEL FENOMENO
- PROSPETTIVE E SVILUPPO DELL'OFFICE AUTOMATION
- ESPERIENZE ALLA FIAT ED ALLA MONTEDISON

****

Bologna 21/3/86 - SALA MEDIO CREDITO ORE 21

Bologna, 21 marzo 1986

"La diffusione di Personal Computers in azienda: gestione e controllo dal punto di vista manageriale"

Il boom dei personal computer si e' verificato in Italia nel 1984. Nel 1985, secondo le stime della SIRMI, l'aumento delle vendite sull'anno precedente e' stato del 63%; i pezzi installati sono circa 173 mila, assorbiti al 72% da parte delle piccole e medie imprese.

Non sono cifre da crisi. Eppure il 1985 e' stato per i maggiori costruttori americani un anno nero, con aumenti del fatturato molto contenuti e diminuzione totale dei profitti nel settore del 30% Il fatto che i profitti ci siano e siano molto alti non consola del calo rispetto agli anni precedenti. Moltissime le cause, fra cui previsioni di sviluppo talmente "bizzarre" da dotare tutti gli abitanti del globo di cinque calcolatori a testa entro la fine del secolo.

La crisi americana non ha ancora raggiunto l'Europa: al contrario, proprio l'Europa e'vista come un mercato di sviluppo per i costruttori USA, soprattutto nel comparto mini e personal.

Cio' significa che la pressione commerciale, gia' oggi vivace e' destinata a crescere; aumentera' anche l'offerta di prodotti hardware e software che gia' sono un mare in cui anche gli addetti ai lavori navigano con qualche perplessita'; la guerra dei prezzi conoscera' nuove battaglie che renderanno i piccoli computer da scrivania che qui in particolare ci interessano praticamente irresistibili alle piu' arcigne analisi costi/benefici.

E allora? Allora i manager, anche quelli ancora indecisi (pare che la propensione all'innovazione sia esprimibile in termini statistici universalmente validi: innovatori e semi-innovatori meno del 20%; indecisi 68,8% (!!); ritardatari 16%) si troveranno a dover decidere cosa fare rispetto ai personal computer.

Esiste ovviamente anche la possibilita' di aumentare la percentuale dei ritardatari, ma il mio obbiettivo e' quello di offrire un contributo per uscire dall'indecisione e semmai aumentare la percentuale dei semi-innovatori.

Per consentire una valutazione, certamente non esaustiva, ma utile per ulteriori approfondimenti, articolero' quindi il mio intervento in 4 punti:

- collocazione del personal computing nello sviluppo EDP: per sgombrare il terreno dalla ambiguita' delle sigle e delle definizioni, ma sopratutto per dare al personal computer un'adeguata profondita' nel quadro dei processi di automazione degli uffici;

- panoramica dei prodotti software per personal computer: al fine di individuare le categorie di applicazioni che il mercato dell'offerta ha considerato gestibili da parte di persone prive di conoscenze informatiche e di abilita' di interfaccia con gli strumenti.

- livelli di utilizzo del personal computer in azienda: gestire e controllare la diffusione di questi mezzi nel tessuto lavorativo di tutti i giorni ha come presupposto (se non si vuol pendolare tra mecenatismo e tagli di scure al budget) la capacita' di distinguere entro profondita' ed estensioni di utilizzo diverse, ciascuno dei quali presenta fattori critici diversi e richiede conseguentemente modalita' di gestione articolate.

- riepilogo dei punti di attenzione manageriali piu' rilevanti per una efficace diffusione degli strumenti informatici nelle imprese e conclusioni

Ma prima di entrare nel merito di questi punti, riprendo l'accenno alla "crisi" del computer americana per segnalare con forza il messaggio che essa contiene, valido anche oltreoceano.

Scremata da tutte le altre motivazioni qui non analizzate, nella "crisi" americana si trova conferma ad una vecchia verita': l'innovazione tecnologica non marcia sulle proprie gambe a livello d'azienda anche se a livello di mercato avanza implacabile spinta dalla forza dei costruttori-degli innovatori-dei mass media. Quella sorta di determinismo in base al quale la forza delle macchine e' tale da trascinarsi dietro quasi per rotolamento il cambiamento delle organizzazioni (e della societa') non fa i conti con l'esperienza viva che mette in luce la forza degli ostacoli che bloccano, deviano, banalizzano le cosiddette potenzialita'.

E' una verita' vecchia che puo' non piacere,perche' costa fatica, pone problemi, implica formulare ipotesi e verificarle, ragionare su tempi che non sono il trimestre, dimensionare le attese di ritorno sugli investimenti in modo ragionevole.

In poche parole, l'innovazione tecnologica,anche se di dimensioni ridotte, va gestita: non piu' solo dagli informatici ma dal top aziendale per indirizzare l'innovazione verso traguardi significativi per il successo dell'impresa; da tutti i manager per guidare il processo dentro la realta' viva degli uffici, dei servizi, e delle divisioni aziendali.