

di nuova ricchezza, anche se in forme diverse da quelle dell'impresa privata di tipo capitalistico. Dall'altro lato bisogna incominciare a pensare al Mercato come a un'istituzione che valorizza e utilizza sia le organizzazioni *for-profit* (le imprese) sia quelle *non-profit*. Per ruoli e per la produzione di beni diversi. È in questa logica che si può realmente iniziare a costruire sia una società postindustriale che un nuovo modo di intendere il *Welfare*.

Come ha efficacemente sottolineato Zamagni un'economia di mercato adeguata a rappresentare le esigenze di benessere di una società post-fordista, deve poggiare su due basi: quella dell'economia privata e quella dell'economia civile. Il principio regolativo della prima è la concorrenza e la competizione, quello della seconda è il principio di reciprocità. Di entrambi i principi, o meglio della loro incorporazione nella vita pratica, abbiamo necessità se vogliamo ricercare i modi per "civilizzare" la competizione, per superare una visione del mercato che, a fronte di costi umani e sociali insostenibili, non riesce a soddisfare i canoni della stessa razionalità economica.

Anche dalla competizione "non valore in sé", dalla cooperazione come esigenza, dalla reciprocità come regola che regge l'economia civile, vengono pertanto messaggi essenziali per la competitività delle strutture economico-sociali che si confrontano sul "mercato globale" della fine del secondo millennio.

Per dirla invece alla Ruffolo il compito fondamentale e centrale dello Stato sociale riformato è anche, forse innanzitutto, di dare lavoro a chi non ne ha. Un obiettivo che deve essere perseguito sia nell'ambito dei meccanismi di mercato sia indipendentemente dalle tendenze spontanee del mercato. Da una parte riducendo e articolando la durata del lavoro, dall'altra incentivando lo spostamento di risorse private verso programmi di utilità sociale: "senza piena occupazione, non c'è Stato sociale che meriti questo nome. C'è uno Stato infingardo, che non si dà carico della protezione più preziosa: quella della speranza dei giovani nel futuro".

In sostanza non possiamo dimenticare la crisi dell'occupazione e il paradosso di una crescita economica senza nuovi posti di lavoro che sono sotto l'occhio di tutti. Lo stesso vale per

l'inefficienza del pubblico (servizi pubblici) e i limiti del mercato lasciato a sé stesso.

5. È invece sul secondo aspetto, la non-fine del lavoro anche e innanzitutto nella logica di un mercato competitivo, che si collocano i vari contributi raccolti nel testo.

Il messaggio di fondo, nel contempo convinzione profonda e ipotesi non ancora falsificata secondo i risultati delle analisi proposte, è che ciò che oggi fa la differenza, il vero fattore di competitività, è la capacità dell'uomo di applicare la conoscenza ai processi produttivi di impresa, specie a quelli di servizio che sono a maggior contatto con le nuove soggettività che il mercato esprime.

È proprio la nuova centralità del fattore umano, il suo ruolo di fattore competitivo strategico, che pone rilevanti problemi che sono stati per troppo tempo al margine dell'attenzione (malgrado le relazioni umane e i tanti approcci motivazionalisti).

Si pensi al fatto che le caratteristiche della forza lavoro, non solo a livello di responsabilità manageriali ma anche e forse soprattutto esecutivo-operative, tendono a diventare un vincolo per lo sviluppo delle capacità di apprendimento e di innovazione delle imprese. Non a caso è difficile pensare in termini concreti alla qualità totale in mancanza di impegno prioritario anche da parte del dipendente del grado gerarchico più basso. Non sarà poi solo il fattore umano a fare la differenza, ma anche la capacità delle organizzazioni di progettare soluzioni tali da valorizzare la risorsa che l'individuo rappresenta. È infine questo diverso legame risorsa umana-organizzazione che rappresenta un salto di qualità nel rapporto uomo-tecnologia. Il lavoro artigianale bloccava infatti con i limiti dell'utensile la flessibilità dell'uomo, mentre il taylorismo incatenava l'operatore alla macchina. La tecnologia, nella prospettiva dell'impresa di oggi, è invece l'occasione per dare al lavoro sia a livello operativo che manageriale la sua vera caratteristica di identificatore di modelli e di risolutore di problemi.

È questa la sfida che l'economia dell'organizzazione ha di fronte a sé per contribuire all'evoluzione competitiva dell'impresa.