

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

Capitolo 3:

I partecipanti alla vita dell'impresa: l'imprenditore e gli stakeholder

Roberto Micera

roberto.micera@unibas.it

I partecipanti alla vita dell'impresa: l'imprenditore

Soggetto economico che decide di rischiare i propri capitali e di dedicare le sue capacità professionali alla produzione di beni o servizi da cedere a terzi

Schumpeter individuò nella promozione delle innovazioni il focus dell'imprenditorialità per essere flessibili e rispondere al mutamento dell'impresa

Le qualità dell'imprenditore sono:

- capacità di previsione, razionalità consapevole, intuito;
- spirito d'iniziativa, forte volontà, libertà intellettuale;
- autorevolezza e capacità di leadership nei confronti dei collaboratori

Imprenditore e manager

L'imprenditore dev'essere capace di formulare valutazioni e prendere decisioni differenti da quelle che altri individui, che operano con obiettivi comparabili e in circostanze analoghe, possono assumere.

Il manager, o il dirigente, è colui che, nel raggiungimento delle finalità imprenditoriali, deve razionalizzare l'uso delle risorse ed evitare le inefficienze (perdite).

I due fenomeni sono complementari (e spesso sono nello stesso soggetto, appare dunque molto chiara, perché il successo di un'impresa è sempre il risultato della combinazione di efficacia (bontà delle decisioni) ed efficienza (rendimento dell'uso di risorse).

Efficacia ad efficienza

L'efficacia è il valore più proprio dell'imprenditorialità, cioè dell'intuizione decisionale di chi governa a livello più elevato il sistema aziendale

L'efficienza è l'attributo perseguito in fase di attuazione dei processi operativi ed è, quindi, più proprio della managerialità, intesa quale attitudine a realizzare il massimo rendimento nella fase di attuazione delle scelte aziendali.

Gli organi dell'impresa

Organi deliberanti - Esercitano prevalentemente attività decisionale e si differenziano per l'ampio potere discrezionale esercitato nel compimento della loro attività

Organi di controllo - preposti al controllo dell'attività

Organi esecutivi - danno attuazione alle disposizioni degli organi deliberanti

La teoria dell'agenzia

La teoria dell'agenzia si riferisce alla situazione in cui il potere di amministrazione aziendale è esercitato da un manager (agent) su mandato ricevuto dalla proprietà (principal).

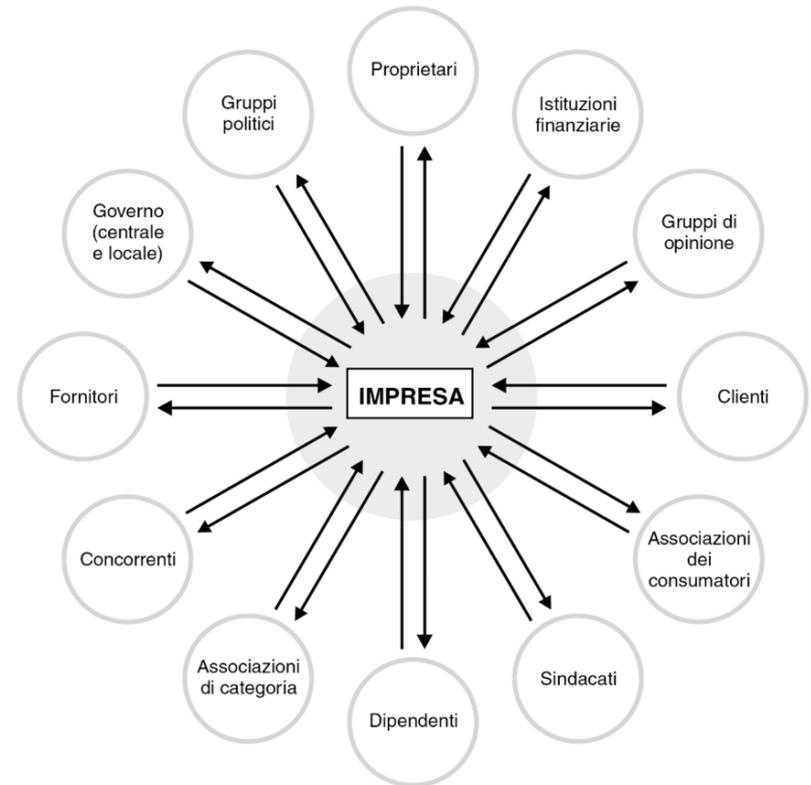
In questa situazione, l'agente deve assicurare una congrua remunerazione alla proprietà e ciò potrebbe avvenire anche sacrificando obiettivi di lungo periodo o addirittura riducendo il patrimonio aziendale.

Pertanto, si riduce (o addirittura annulla) il carattere residuale della remunerazione della proprietà.

I soggetti in relazione con l'impresa

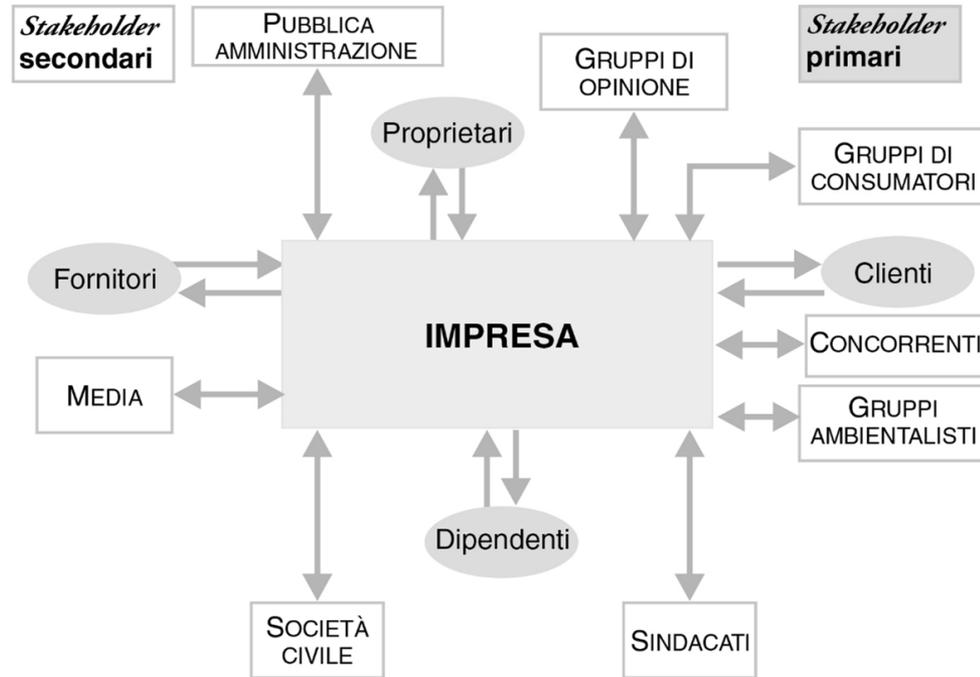
L'impresa è al centro di una serie di rapporti bilaterali con differenti gruppi sociali, rispetto ai quali attiva relazioni di scambio di informazione, di rappresentanza.

Questi gruppi sono veri e propri interlocutori dell'impresa o portatori di interessi (stakeholder), che influenzano e sono influenzati dall'attività dell'impresa stessa.



Stakeholder Primari e Secondari

Il concetto di stakeholder, originariamente ristretto solo a coloro che avevano degli interessi diretti nella vita dell'impresa, si è ampliato per ricomprendere anche coloro che sono in grado di esercitare un'influenza sulle decisioni aziendali o, che pur non partecipando alla sua vita, possono essere influenzati da esse



Le 5 domande per gestire gli stakeholder

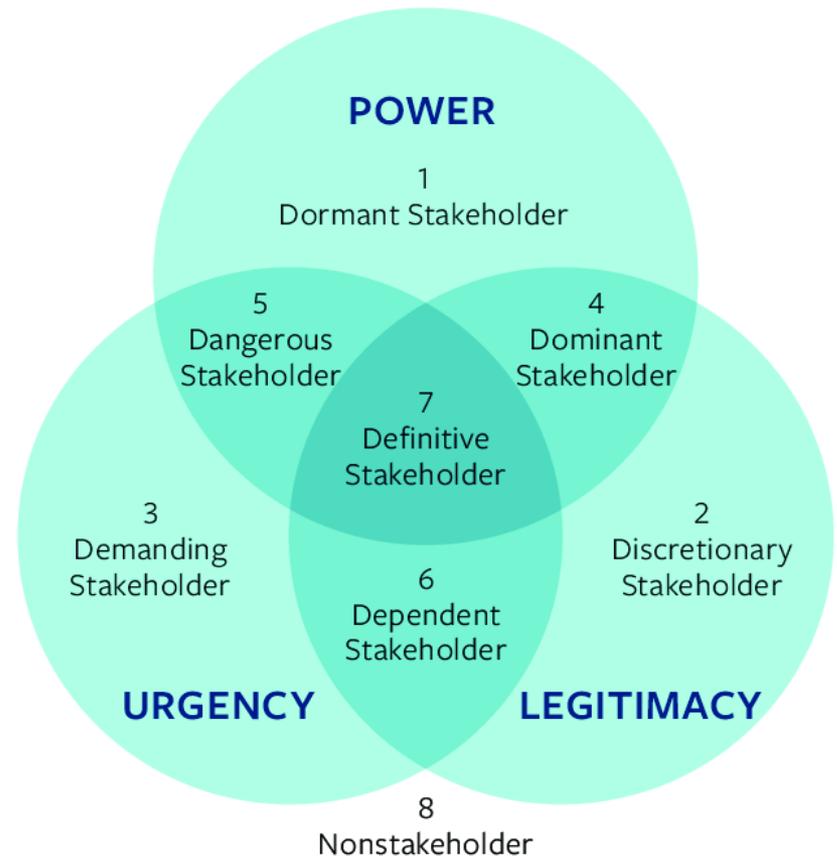
1. chi sono i gruppi portatori d'interessi con cui l'impresa deve misurarsi
2. quali sono gli interessi in gioco
3. quali opportunità o sfide questi portatori d'interessi creano per l'impresa
4. quali responsabilità l'impresa ha verso di essi
5. quali strategie o politiche dovrebbero essere adottate dall'impresa per rispondere alle sfide e alle opportunità legate ai suoi portatori d'interessi

Come identificare gli stakeholder

Per capire su quali stakeholder concentrarsi si indaga la loro “Rilevanza” (Salience).

Essa si basa su tre parametri:

- Forza
- Legittimazione
- Urgenza



Le strategie per gli stakeholder

