

AI3

Cristina Simone

Teorie d'impresa

Un percorso ragionato

Prefazione di
Sergio Barile



Copyright © MMXIII
ARACNE editrice S.r.l.

www.aracneeditrice.it
info@aracneeditrice.it

via Raffaele Garofalo, 133/A-B
00173 Roma
(06) 93781065

ISBN 978-88-548-6376-7

*I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica,
di riproduzione e di adattamento anche parziale,
con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.*

*Non sono assolutamente consentite le fotocopie
senza il permesso scritto dell'Editore.*

I edizione: ottobre 2013

Indice

9 *Prefazione*

11 *Introduzione*

13 *Ringraziamenti*

Teorie d'impresa. Un percorso ragionato

15 Capitolo I
Teoria dei costi di transazione

1.1. Il contesto storico evolutivo, 15 – 1.2. Definizioni e contenuto concettuale 20 – 1.3. Schemi interpretativi generali influenti, 27 – 1.4. Critiche e prospettive 31 – Riferimenti bibliografici, 34

37 Capitolo II

Il paradigma struttura-condotta-performance

2.1. Il contesto storico evolutivo, 37 – 2.2. Definizioni e contenuto concettuale 41 – 2.3. Schemi interpretativi generali influenti, 45 – 2.4. Critiche e prospettive 46 – Riferimenti bibliografici, 49

53 Capitolo III

Teoria delle risorse (RBV)

3.1. Il contesto storico evolutivo, 53 – 3.2. Definizioni e contenuto concettuale 61 – 3.3. Schemi interpretativi generali influenti, 70 – 3.4. Critiche e prospettive 72 – Riferimenti bibliografici, 75

79 Capitolo IV

Teoria delle creazione del valore

4.1. Il contesto storico evolutivo, 79 – 4.2. Definizioni e contenuto concettuale 82 – 4.3. Schemi interpretativi generali influenti, 89 – 4.4. Critiche e prospettive 92 – Riferimenti bibliografici, 95

99 Capitolo V

Teoria dell'Agenzia

5.1. Il contesto storico evolutivo, 99 – 5.2. Il rapporto tra proprietà e controllo dell'impresa, 101 – 5.3. La Teoria dell'agenzia: definizioni e contenuto concettuale 107 – 5.4. Schemi interpretativi generali influenti 111 – 5.5. Criticità e prospettive 112 – Riferimenti bibliografici, 113

123 Capitolo VI

Teoria comportamentista

6.1. Il contesto storico evolutivo, 123 – 6.2. Definizioni e contenuto concettuale 129 – 6.3. Schemi interpretativi generali influenti, 124 – 6.4. Critiche e prospettive 136 – Riferimenti bibliografici, 139

143 Capitolo VII
Teoria degli stakeholder

7.1. Il contesto storico evolutivo, 143 – 7.2. Definizioni e contenuto concettuale 146 – 7.3. Schemi interpretativi generali influenti, 152 – 6.4. Critiche e prospettive, 156 – Riferimenti bibliografici, 160

163 Capitolo VIII
La service view

8.1. Il contesto storico evolutivo, 163 – 8.2. Definizioni e contenuto concettuale, 168 – 8.2.1. Il servizio in un'ottica emergente: la Service Dominant Logic, 169 – 8.2.2. La Service Science, ovvero la Scienza del Servizio, 171 – 8.3. Schemi interpretativi generali influenti, 174 – 8.4. Criticità e prospettive, 178 – Riferimenti bibliografici, 180

187 *Bibliografia*

Prefazione

Questo volume è una conversazione sulle teorie d'impresa.

Le teorie sono “libere creazioni della mente”¹ per mezzo delle quali si tenta di spiegare un certa porzione della realtà, un certo segmento della nostra esperienza. Sono “reti gettate per catturare quello che noi chiamiamo “il mondo”: per razionalizzarlo, per spiegarlo, per dominarlo, [sforzandoci] di rendere la trama sempre più sottile”². E d'altro canto, nella misura in cui le teorie producono conoscenza, contribuiscono esse stesse a creare la realtà, a costruire la nostra esperienza.

Le teorie d'impresa sono tentativi di spiegare quel complesso fenomeno sociale, economico e tecnologico che è stato e continua ad essere centrale nella dinamica evolutiva del capitalismo che è appunto l'impresa. Le teorie d'impresa affrontate in questo volume possono ricondursi a due categorie: teorie che spiegano *perché* le imprese esistono e teorie che spiegano *come* le imprese realizzano le loro performance.

Trattasi di due gruppi di teorie che offrono contributi e stimolano riflessioni complementari e concorrenti sulla natura delle imprese e su come queste debbono essere governate e gestite al fine di raggiungere i loro molteplici obiettivi istituzionali (remunerazione del capitale investito, creazione di posti di lavoro, innovazione e sviluppo tecnologico, soddisfacimento dei bisogni di mercato in ottica di sostenibilità ecc.).

Alcuni capitoli prendono in considerazione teorie che hanno offerto contributi seminali nella comprensione del fenomeno “impresa”; altri si focalizzano su contributi più recenti e meno conosciuti ma che promettono interessanti percorsi di ricerca. Teorie che fioriscono in momenti storici diversi, che partono da punti di vista differenti, domande di ricerca diverse con l'intento di perseguire obiettivi, esplicativi o normativi, diversi; teorie che però si sfiorano, si intercettano, si influenzano, si integrano reciprocamente. Teorie che ci piace immaginare, più che in competizione, in conversazione le une con le altre. Ed è nel sottotitolo del volume che si svela il criterio ordinatore di

¹ Nagel E., *La struttura della scienza. Problemi di logica nella spiegazione scientifica*, Feltrinelli Ed., Milano, 1968, pp. 90.

² Popper K., *Logica della scoperta scientifica. Il carattere autocorrettivo della scienza*, Einaudi, 4^a ed., 1970, p. 43.

questa conversazione. Nel loro insieme i capitoli propongono un percorso ragionato di alcune delle più significative teorie d'impresa. Ogni teoria è sottoposta allo stesso trattamento concettuale; ognuna è cioè affrontata con una medesima griglia di analisi: il contesto storico evolutivo in cui essa matura; le definizioni proposte e il suo contenuto concettuale; gli schemi interpretativi generali influenti; le critiche e le prospettive di sviluppo futuro. L'immersione all'interno di una medesima matrice di analisi è ciò che conferisce al percorso ragionato la sua originalità. Le teorie sono accostate e fatte richiamare vicendevolmente in un gioco di riflessi che offre ai lettori un'idea d'impresa in divenire, una lettura dinamica, sfaccettata eppur profonda dell'istituzione capitalistica. Una visione d'impresa complessa, per certi versi destabilizzante, ma senz'altro più aderente alle istanze della postmodernità.

Sergio Barile
Università degli Studi di Roma
"La Sapienza"

Introduzione

Un libro è sempre un prodotto artigianale impregnato della storia personale, del vissuto, degli incontri, delle esperienze del suo autore. Questo volume non si sottrae a tutto ciò, essendo ancorato ad un approccio di studi sull'impresa – l'*Approccio Sistemico Vitale (ASV)*- al quale ho avuto la fortuna di rimanere “impigliata” dal momento che il dibattito teorico che ha concorso alla sua emersione si deve alla plasticità delle idee, allo sforzo concettuale e al coraggio esplorativo, -oserei dire ai limiti dell'eresia al tempo dell'*arrivée sur la scène* dell'*ASV* nel mondo accademico-, dei Proff. Gaetano Golinelli e Sergio Barile, membri del Dipartimento di Management dell'Università degli Studi di Roma “La Sapienza”.

Sono passati alcuni anni da quei magmatici dibattiti iniziali e l'*ASV* ha oramai attecchito vigorosamente tra gli studiosi, venendo a costituire un vero e proprio impianto paradigmatico capace di attrarre un numero crescente di ricercatori, anche oltre gli steccati tradizionali dell'economia d'impresa. E proprio questa capacità di attrarre contributi *in violazione* dei muri - per lo più, così come i muri di qualsiasi altra disciplina, arbitrari – dell'economia d'impresa, è la prerogativa che bagna questo paradigma di duttilità e interdisciplinarietà. E' duttile perché l'*ASV* è un prisma concettuale che può essere impiegato non solo per studiare e spiegare l'impresa ma anche altri contesti sociali organizzati (movimenti culturali, partiti politici, squadre sportive); è interdisciplinare perché offre un *frame* cognitivo e un codice linguistico che finalmente consentono a studiosi di diversa matrice di poter concorrere allo sviluppo della conoscenza del medesimo fenomeno indagato. In questi anni, infatti l'*ASV* ha viepiù dimostrato la sua adeguatezza allo studio di eterogenee forme di organizzazioni sociali, dimostrando la sua attitudine a cogliere le interrelazioni tra aspetti culturali, storico-evolutivi, strategici, organizzativi e di mercato, sia nella loro dimensione strutturale che comportamentale.

In questo volume, però, la duttilità e l'interdisciplinarietà dell'*ASV* sono stati applicati non direttamente al fenomeno impresa, ma alle teorie che, a diverso titolo e in periodi storici diversi, vi si sono interessate vuoi per spiegarne la ragion d'essere vuoi per comprenderne condotta e risultati. Un gioco in

cui un'invenzione della mente spiega altre invenzioni della mente.

Le teorie selezionate comprendono la Teoria dei costi di transazione (cap. I), il paradigma Struttura-condotta-performance (cap. II), la Teoria basata sulle risorse (cap. III), la Teoria della creazione del valore (cap. IV), la Teoria dell'agenzia (cap. V), la Teoria comportamentista (cap. VI), la Teoria degli *stakeholder* (cap. VII), la *Service View* (cap. VIII).

Ringraziamenti

Nel momento in cui si licenzia un libro, la mente non può non andare a tutti coloro che a diverso titolo hanno consentito la sua realizzazione.

Mi preme ringraziare innanzitutto il Prof. Sergio Barile che ha contribuito in maniera significativa all'ideazione e allo sviluppo del lavoro offrendomi preziose occasioni di riflessione e confronto sia in fase di impostazione che di stesura; la sua attenta rilettura finale ha inoltre reso più fluido ed organico il testo nella sua ultima versione.

Un debito di gratitudine mi lega inoltre alla Prof.ssa Maria Luisa Saviano dell'Università degli Studi di Salerno e al Prof. Giuseppe Sancetta dell'Università degli Studi di Roma "La Sapienza" i cui costruttivi commenti e suggerimenti hanno trovato piena accoglienza nei vari capitoli.

Esprimo un sincero grazie anche al giovane e promettente gruppo di ricercatori che sta crescendo attorno alla figura maieutica del Prof. Sergio Barile – Alberto Bilotta, Mario Calabrese e Francesca Iandolo -: gli stimolanti momenti di discussione avuti insieme, il loro valido supporto operativo, nonché il loro contagioso entusiasmo sono stati fattori salienti per la realizzazione del progetto editoriale.