



# L'imprenditore e gli Stakeholder.

**Docente:** dott. Fabio Greco

**Ricercatore in:** Economia e Gestione delle Imprese presso Dipartimento di studi umanistici.

**Mail principale:** [fabio.greco@unina.it](mailto:fabio.greco@unina.it)

**Indirizzo:** Via Marina 33, piano 8

**tel:** 081-2536569

**Pagina docenti:** [www.docenti.unina.it/fabio.greco](http://www.docenti.unina.it/fabio.greco)

**Linkedin:** Fabio Greco

**Fb:** Fabio Greco

**Ig:** fabio.grecojf

1. Riferimenti
2. Organi di Governo: l'imprenditore e la direzione
3. Imprenditorialità vs Managerialità
4. La teoria degli Stakeholder
5. Stakeholder primari e secondari
6. La matrice degli Stakeholder



# Organi di governo: Imprenditorialità e Managerialità

Come visto in precedenza, ogni Stakeholder a sfruttare il valore generato dalla gestione di impresa. L'individuazione e la classificazione dei singoli interlocutori appare un punto cruciale nella gestione dell'impresa.

Una prima distinzione necessaria è quella tra «imprenditore» e «manager».

Art 2082 Codice civile: E' imprenditore chi esercita professionalmente una attivita' economica organizzata al fine della produzione o dello scambio di beni o di servizi.

Tra gli studi e le definizioni sul concetto di Imprenditore viene riportato/a quella di Schumpeter (1927). Nella sua visione l'imprenditore era colui che possedeva in maniera più accentuate di altri soggetti le seguenti qualità:

- Capacità di previsione, razionalità, intuito
- Spirito di iniziativa, forte volontà, libertà intellettuale
- Capacità di Leadership ed autorevolezza.

Per *imprenditorialità* si intende l'attitudine a sviluppare/possedere le caratteristiche suddette e ad assumere decisioni rischiose (per il proprio capitale investito e per quello di terzi) finalizzata all'innovazione dei comportamenti aziendali per *Managerialità* intendiamo la capacità di sviluppare queste decisioni e di attuarle in modo razionale



# Imprenditorialità vs Managerialità



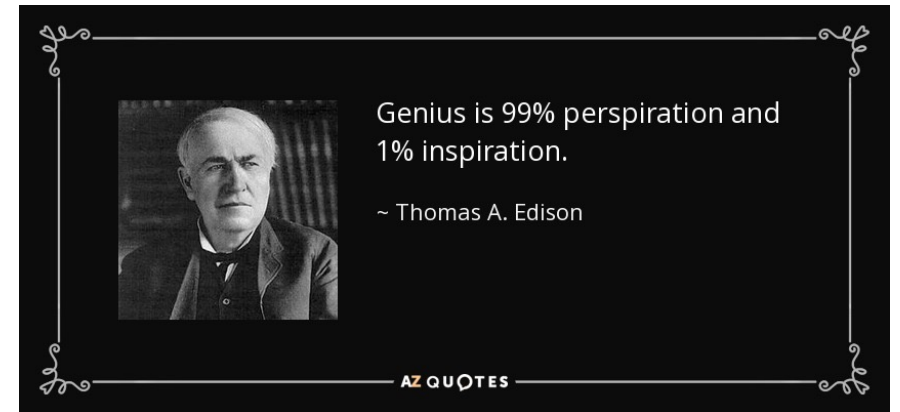
**L'efficacia indica la capacità di raggiungere l'obiettivo prefissato, mentre l'efficienza fa riferimento all'abilità di farlo impiegando le risorse minime indispensabili.**



<https://www.youtube.com/watch?v=Baq-RbeVL9c>



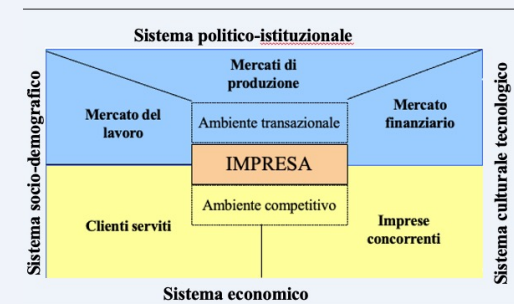
## Idea Vs Execution





# La teoria degli Stakeholder

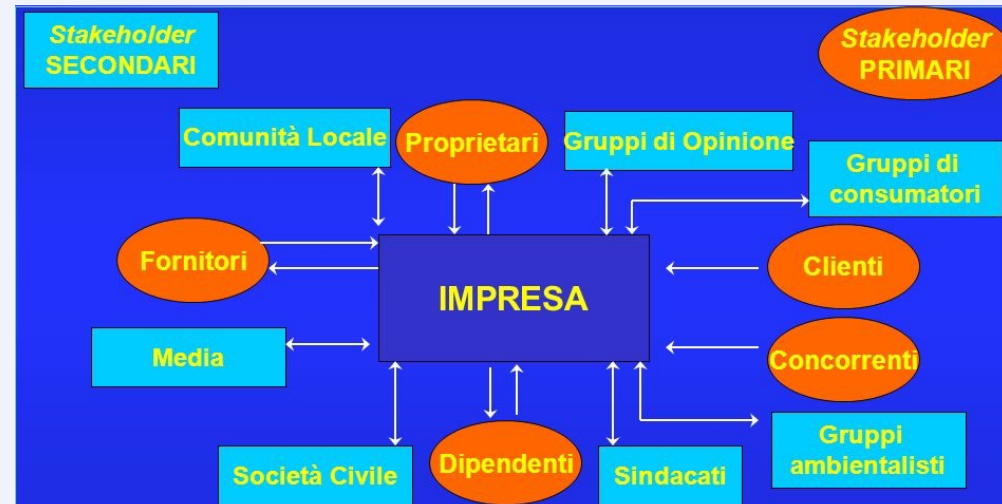
I concetti affrontati di micro e macroambiente ci hanno fatto comprendere l'ampiezza e la complessità delle relazioni che si instaurano per assicurare vitalità e continuità aziendale. L'imprenditore è quindi, inevitabilmente, tenuto a far riferimento a tutta una schiera di interlocutori aziendali. Lo studio delle dinamiche di queste relazioni e la relativa gestione di tali relazioni vengono collocate all'interno di quella che è definita «**La teoria degli Stakeholder**»





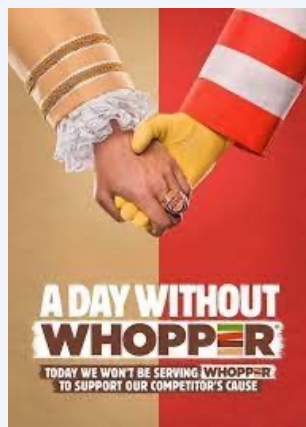
# Stakeholder primari e secondari

Gli Stakeholder primari sono collegati all'impresa mediante contratti e sono interessati al rispetto e alla conclusione degli stessi per il raggiungimento di uno specifico interesse. Questi hanno, dunque, un ruolo **diretto ed immediato nella gestione aziendale operativa, influenzando cisi la performance** di breve termine. I secondi, invece, hanno un **ruolo indiretto** e quindi influenzano i comportamenti aziendali di lungo termine, influenzando **clima sociale e** relazioni aziendali.



... e i competitors?

«Co-opetition»



Burger King ti invita ad andare da Mc Donald's!

“È asciuto pazz o' padrone?”, no!

Semplicemente un grandissimo esempio di Co-Opetition:

In Pratica Burger King decide di NON VENDERE il suo hamburger più famoso, "The Whopper" 🍔 per un'intera giornata.

L'obiettivo è quello di aumentare le vendite del Big Mac di McDonald's, il suo storico rivale che proprio in quel giorno stava raccogliendo fondi per la lotta contro i tumori pediatrici, donando 2\$ per ogni Big Mac venduto.

Competizione e collaborazione si fondono attraverso un approccio ad un Marketing disruptive è stupefacente!



# Stakeholder Theory e Matrice degli Stakeholder

La teoria degli Stakeholder fa comprendere chiaramente che chi gestisce l'azienda (imprenditore in prima persona o manager) è costantemente posto di fronte a dei limiti costituiti dai propri interlocutori e per questo deve porsi, in ogni caso, alcuni interrogativi:

Chi sono gli interlocutori con cui è necessario confrontarsi?

Chi di questi ha maggiore influenza e potere?

Come si pongono di fronte all'impresa?

Possono costituire una minaccia o un'opportunità per l'impresa in questione?

Che strategie adottare per gestire al meglio i rapporti con questi ultimi?



# La Matrice degli Stakeholder

1 Stakeholder Amichevole: dai quali si attende un sostegno decisivo per l'attività dell'impresa

2 Stakeholder Avversari: dai quali possono generarsi difficoltà di rapporti per la gestione aziendale

3 Stakeholder Non orientati: dai quali potrà attendersi sia un sostegno che un atteggiamento negativo

4 Stakeholder Marginali: poco rilevanti al fine della gestione aziendale

