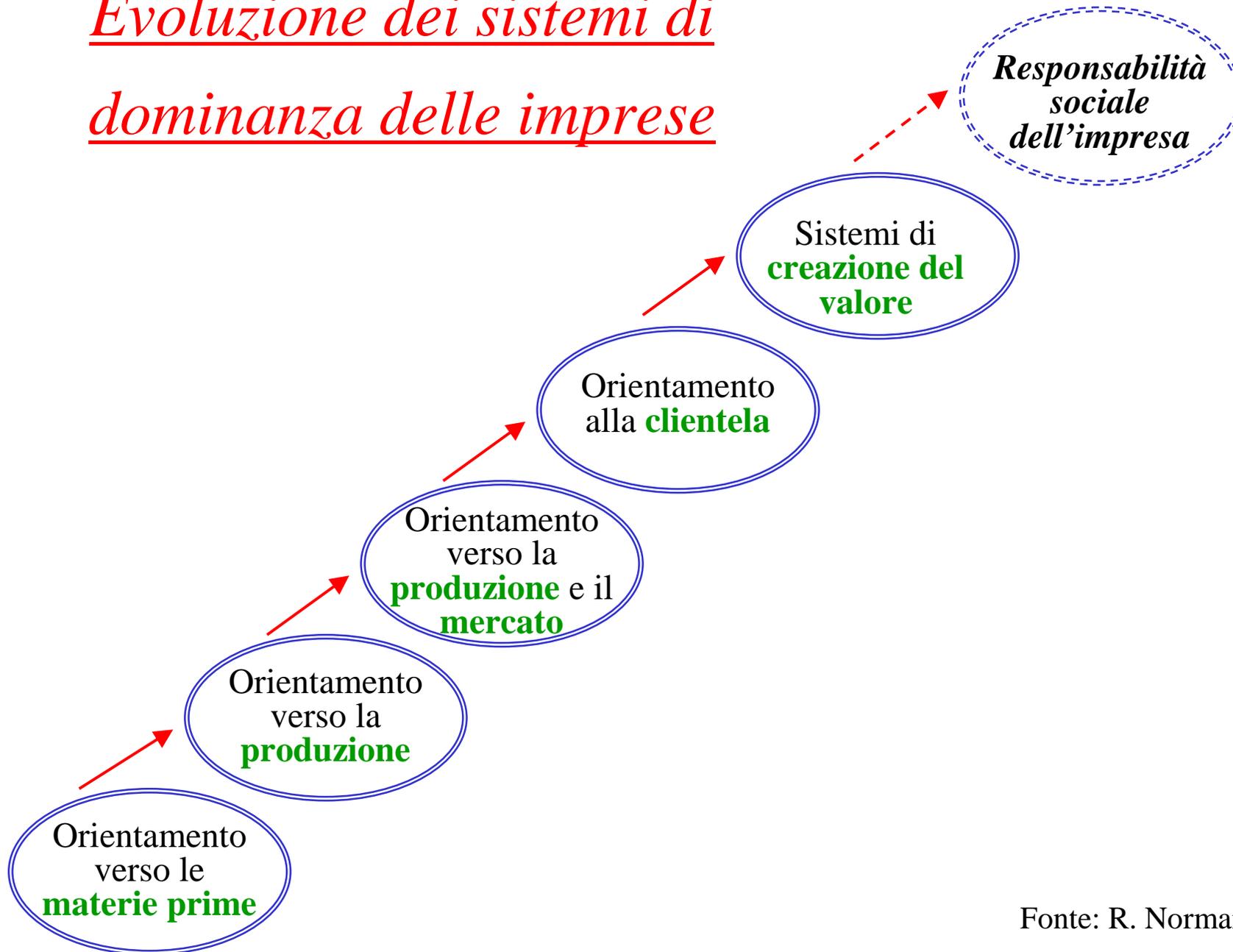


# Evoluzione dei sistemi di dominanza delle imprese

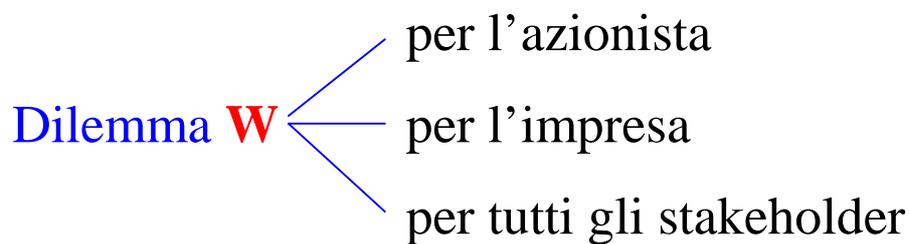


Fonte: R. Normann 1997

# ***SISTEMA DI CREAZIONE DI VALORE***

**Creare W** → Aumentare la dimensione economica del Capitale di impresa

**Diffondere W** → Trasferire il W nei prezzi delle azioni



## **Impulso del mondo accademico**

### **◆ Limiti del Bilancio di Esercizio**

- condizionamenti di tipo giuridico formale  
normativa fiscale
- rilevanza della comunicazione economico  
finanziaria

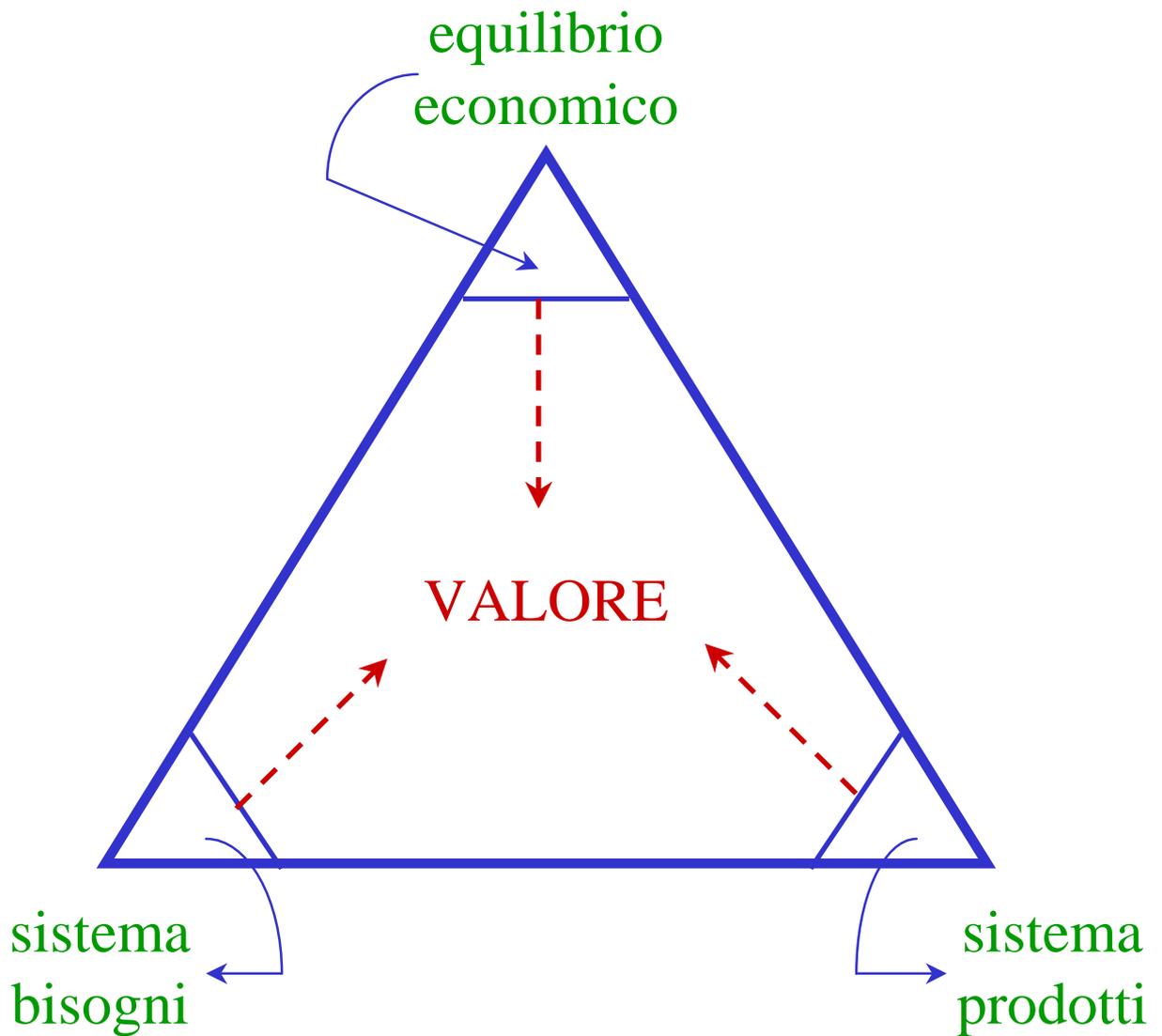
### **◆ Il Reddito è solo una componente del W**

### **◆ Il W è il cuore della teoria aziendale**

## **Impulso del mondo operativo**

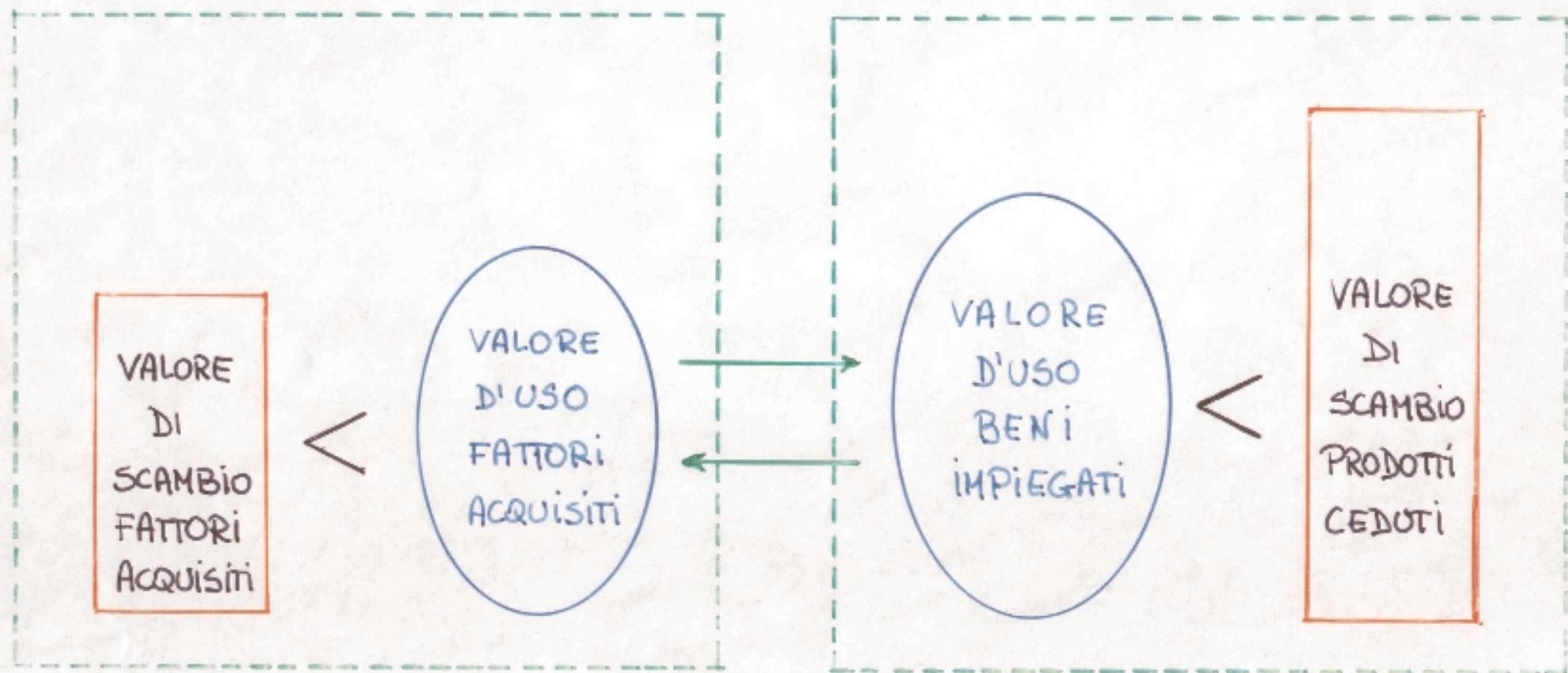
*“Caso IKEA”*

# Azienda e Valore



# PARADIGMA DELLA PRODUZIONE

## ECONOMICA DI IMPRESA

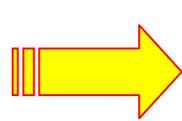


# I K E A

☞ Da piccola azienda svedese di vendita per corrispondenza di mobili a grande organizzazione mondiale di vendita al dettaglio di articoli di arredamento

## ☞ **Fattori di economia dei costi**

- design scandinavo semplice e di qualità
- ricerca su scala mondiale di fornitori di componenti
- efficiente gestione dei magazzini
- servizio self-service



prezzi bassi  $\approx$  25% inferiori  
a quelli dei concorrenti

## 👉 **Idea imprenditoriale**

- ◆ Ridefinizione dei ruoli, rapporti e prassi organizzativa del settore

### *Nuova divisione del lavoro verso:*

#### ➡ ***clienti***

assemblaggio di prodotti e trasporto a casa

#### ➡ ***fornitori***

fornitura di servizi tecnici e commerciali, assistenza tecnica, apparecchiature in leasing

### *Accordi di co-produzione*

- ➡ Forte impatto della tecnologia IKEA al centro di una costellazione di servizi, prodotti, design, gestione.
- ◆ La competizione si sposta dalle imprese ai sistemi di offerta
- ➡ I prodotti e i servizi si fondono al punto di non essere più separabili.

# LA FILOSOFIA della CREAZIONE DI VALORE



*Il VALORE dell'AZIENDA*

*come BARICENTRO*

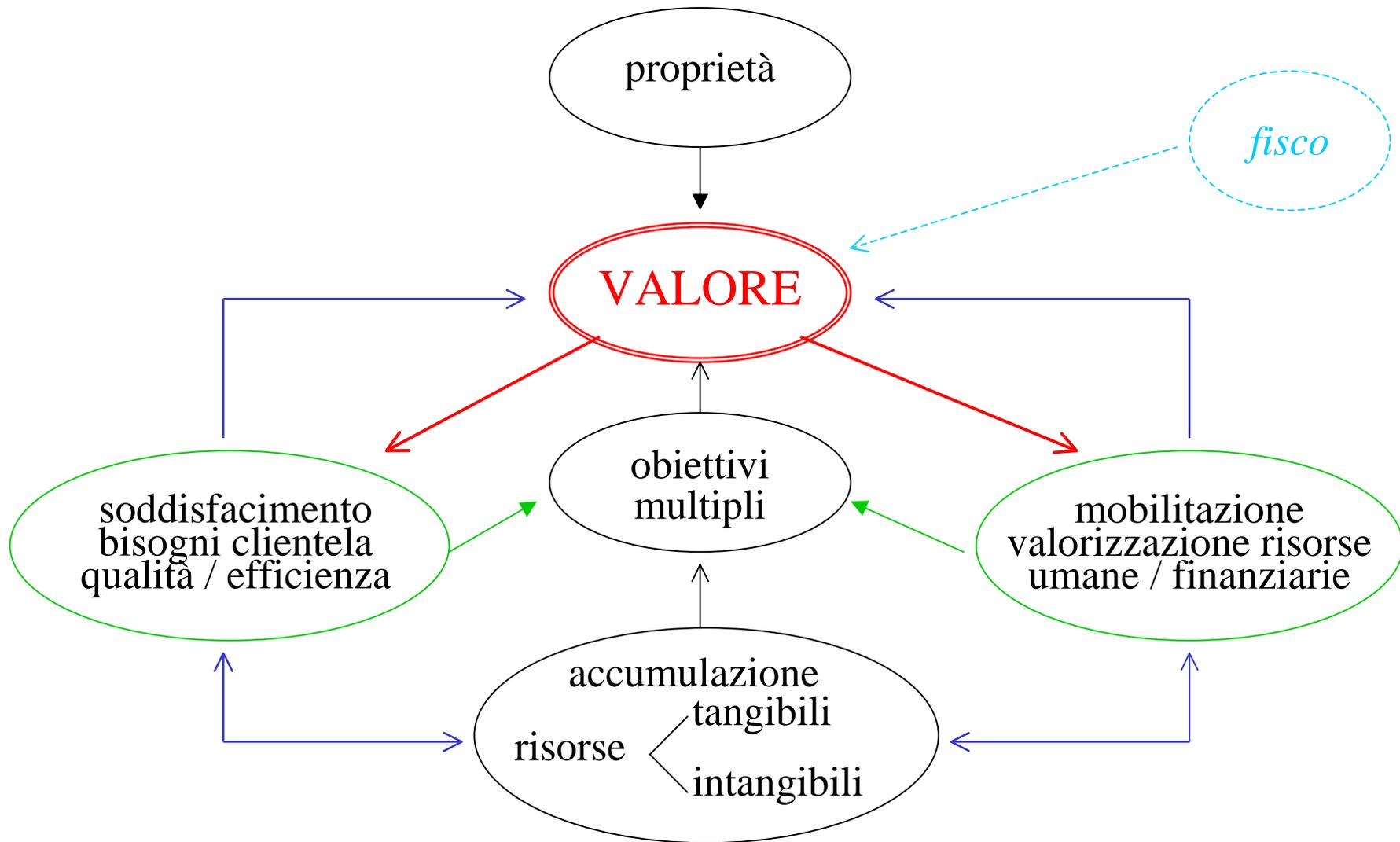
*degli* **OBBIETTIVI**

*dei* **COMPORAMENTI**

*dei* **SISTEMI DI GESTIONE**

*dei* **VALORI**

# Concezione di fondo dell'impresa "innovativa"



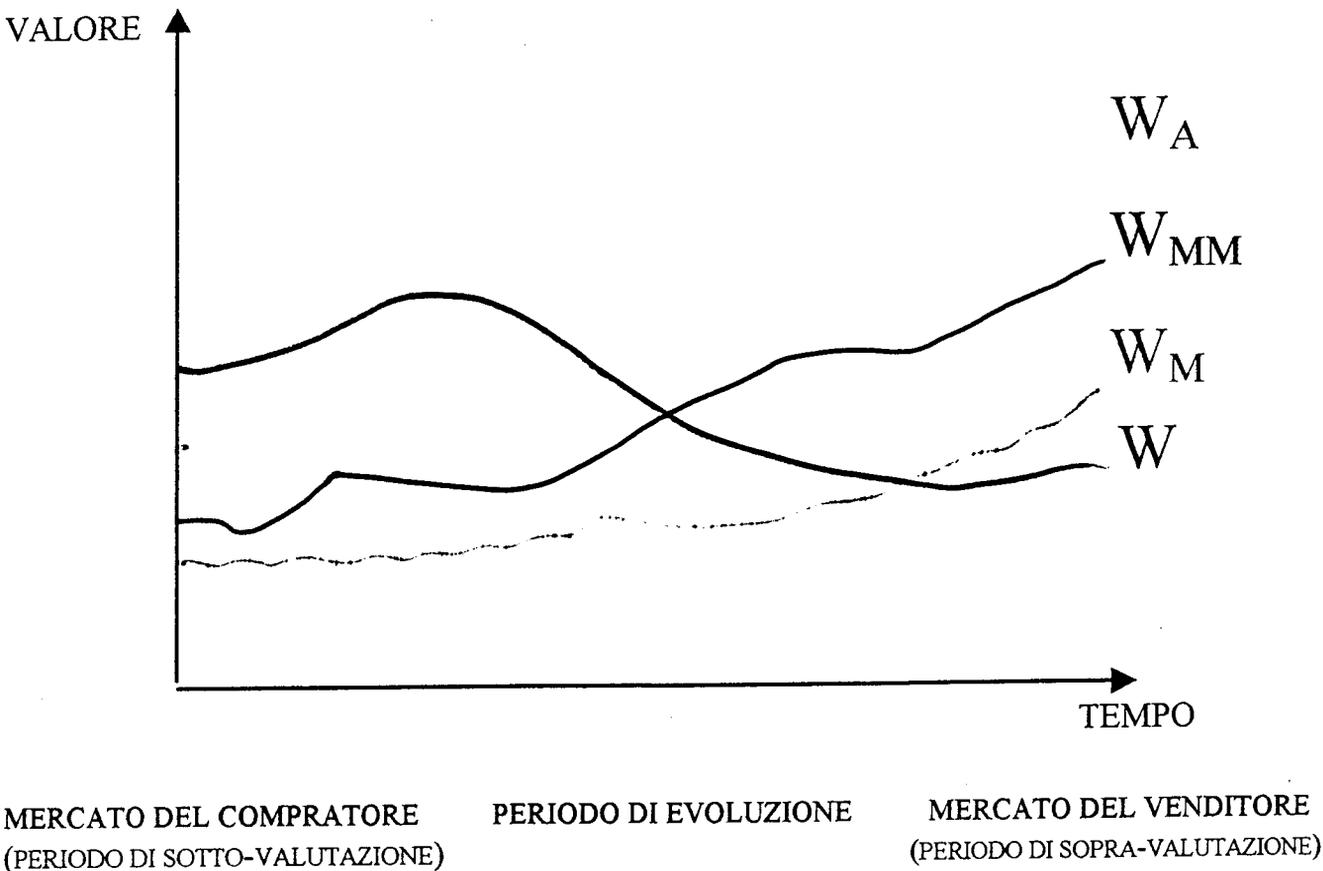
# NELLE NEGOZIAZIONI DI MERCATO

$W$  = CAPITALE ECONOMICO

$W_M$  = VALORE DI MERCATO

$W_{MM}$  = VALORE DI CONTROLLO

$W_A$  = VALORE DELL'ACQUIRENTE



## **PROBLEMI DI FONDO DELLE IMPRESE NON ANCORA RISOLTI**

- Quali sono i valori non monetari che l'impresa produce?
- Quali sono i fattori che generano il consenso?
- Chi regola l'utilizzo dei beni non riproducibili?

### **QUALE OBIETTIVO DELLE IMPRESE**

- A)** Produzione di nuovo valore
- B)** Conseguimento del benessere degli stakeholders (in primis degli shareholders)

## **PROBLEMI APERTI – SOLUZIONI POSSIBILI**

**1)** Funzioni del Management

**2)** Posizioni delle imprese verso l'ambiente

**3)** Determinazione dei risultati dell'attività aziendale

.....

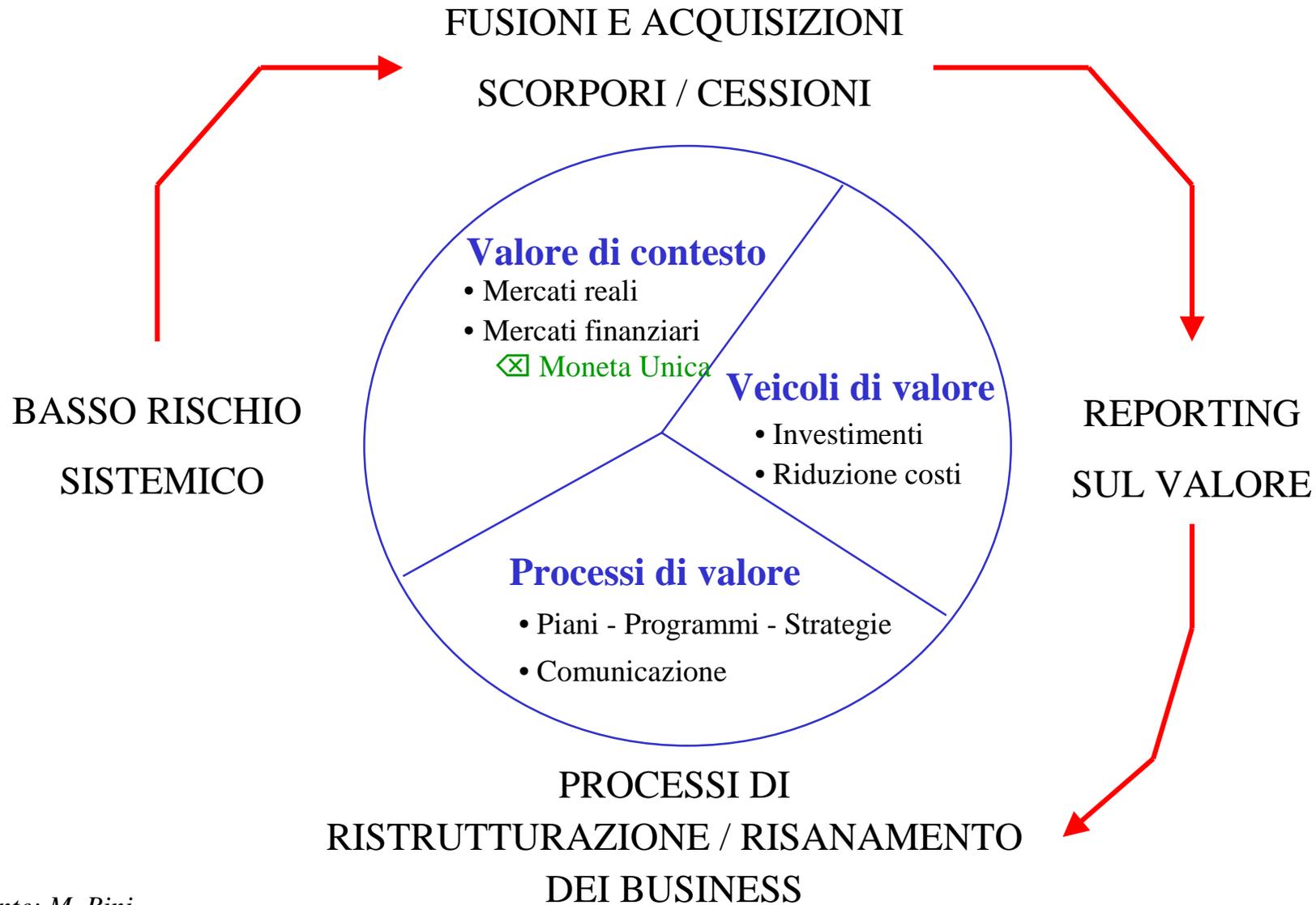
misurazione periodica del capitale economico  
(i.e., stima del valore economico del capitale)

.....

Valore economico per l'azionista

Relazioni tra prezzo e valore del capitale

# Sistema di creazione continua di valore



Fonte: M. Bini