
Estratto

Estratto da un prodotto
in vendita su **ShopWKI**,
il negozio online di
Wolters Kluwer Italia

Vai alla scheda →

Wolters Kluwer opera nel mercato dell'editoria
professionale, del software, della formazione
e dei servizi con i marchi: IPSOA, CEDAM,
Altalex, UTET Giuridica, il fisco.



INDICE SOMMARIO

Prefazione Pag. XI

CAPITOLO I

L'IMPRESA: DEFINIZIONE, OBIETTIVI E TEORIE

di Giovanni Fraquelli, Anna Menozzi e Clementina Bruno

I.1.	Premessa	Pag.	1
I.2.	Impresa e imprenditorialità	»	2
I.2.1.	Creatività e innovazione	»	3
I.2.2.	Imprenditorialità, management e proprietà del capitale...	»	4
I.2.3.	Perché intraprendere un'attività d'impresa?	»	5
I.2.4.	Il caso di Marcobello & C: nascita e sviluppo di un'impresa di successo	»	7
I.3.	L'impresa: come si configura l'organizzazione economica che produce beni e servizi?	»	12
I.3.1.	Fattori produttivi e produzione: input e output	»	12
I.3.2.	Flussi reali e flussi finanziari connessi alla produzione...	»	12
I.4.	Teorie economiche e manageriali sull'esistenza, la struttura e il comportamento dell'impresa	»	15
I.4.1.	Teoria neoclassica dell'impresa. L'impresa intesa come fenomeno produttivo.....	»	16
I.4.2.	Perché esiste l'impresa? Per ridurre "il costo d'uso del mercato"	»	17
I.4.3.	L'impresa quale sistema organizzato.....	»	17
I.4.4.	L'impresa intesa come "nexus of contracts"	»	18
I.4.5.	L'impresa intesa come finzione legale dominata da rapporti di agenzia.....	»	19
I.4.6.	L'impresa intesa come complesso di diritti di proprietà...	»	20
I.4.7.	L'impresa quale integratore di conoscenza.....	»	21
I.5.	L'interazione contrattuale tra i soggetti interni ed esterni all'impresa: i rapporti di agenzia.....	»	23

I.5.1.	L'asimmetria informativa.....	»	23
I.5.2.	Il rapporto principale-agente	»	24
I.5.3.	Azione nascosta e moral hazard.....	»	25
I.5.4.	Informazione nascosta e adverse selection	»	26
I.5.5.	Moral hazard o adverse selection?	»	27
I.6.	I confini dell'impresa.....	»	27
I.6.1.	La gestione delle transazioni: impresa o mercato?	»	28
I.7.	Profitto, valore e benessere nella società	»	31
I.7.1.	Il social welfare nelle imprese orientate al profitto	»	31
I.7.2.	Massimizzare il profitto (o il valore dell'impresa)	»	32
I.7.3.	Perseguire (anche) scopi sociali... paga?	»	34
I.7.4.	Una riflessione per concludere... o per cominciare....	»	36

CAPITOLO II

LA GESTIONE STRATEGICA DELL'IMPRESA

di Graziano Abrate e Anna Menozzi

II.1.	Premessa	Pag.	41
II.2.	L'evoluzione degli studi teorici sulla strategia	»	42
II.3.	Il concetto di strategia nel sistema impresa: un quadro di sintesi..	»	47
II.3.1.	Strategia e tattica	»	47
II.3.2.	Strategia, vision e mission.....	»	48
II.3.3.	Strategia e leadership.....	»	50
II.3.4.	Strategia di gruppo e di business	»	50
II.3.5.	Strategia e modello di business	»	52
II.3.6.	Strategia e innovazione.....	»	55
II.4.	Il modello delle cinque forze competitive di Porter	»	57
II.4.1.	Potenziali entranti.....	»	59
II.4.2.	Fornitori.....	»	62
II.4.3.	Clienti.....	»	63
II.4.4.	Prodotti sostituti.....	»	65
II.4.5.	Concorrenti.....	»	65
II.5.	L'analisi delle risorse e delle competenze interne.....	»	66
II.5.1.	Tipologie di risorse e competenze	»	67
II.5.2.	La rilevanza strategica delle risorse: il modello VRIO...	»	68
II.5.3.	La strategia "Oceano Blu"	»	72
II.6.	La teoria dei giochi.....	»	74
II.6.1.	Giochi simultanei	»	76
II.6.2.	Giochi sequenziali	»	79
II.7.	Strategie di business "value-based": il modello di Brandenburger e Stuart (1996)	»	82

II.7.1. Il concetto di valore nel modello di Brandenburger e Stuart (1996).....	»	82
II.7.2. Come si distribuisce il valore tra le parti coinvolte nella catena?	»	85
II.7.3. Una catena più complessa.....	»	86
II.7.4. Definizione delle strategie sulla base dell'added value..	»	89
II.7.5. La via per le strategie di "co-opetition"	»	91

CAPITOLO III

LE MISURE DI PERFORMANCE ECONOMICA

di Clementina Bruno e Fabrizio Erbetta

III.1. Premessa	Pag.	97
III.2. Efficienza tecnica ed economica	»	98
III.3. Relazione tra fattori produttivi e remunerazioni.....	»	99
III.3.1. Produttività parziale dei fattori produttivi.....	»	101
III.3.2. Redditività	»	102
III.3.3. Relazione tra redditività e produttività parziale.....	»	103
III.3.4. Il caso Among those.....	»	105
III.3.5. Il ruolo della leva finanziaria	»	107
III.4. Il contributo dei fattori primari: il valore aggiunto.....	»	108
III.4.1. Il caso Alfa e Beta	»	111
III.5. Creazione di valore: Economic Value Added (EVA)	»	113
III.6. La creazione di valore e i costi impliciti: il concetto di profitto economico.....	»	115
III.6.1. Caso GiorgioZoe Formaggi: il profitto di breve e di lungo termine	»	117
III.7. Le misure di performance: una visione di sintesi.....	»	123

CAPITOLO IV

**LA GESTIONE OPERATIVA DELL'IMPRESA:
TIPOLOGIE DI COSTO E LORO VARIABILITÀ**

di Graziano Abrate, Clementina Bruno e Giovanni Fraquelli

IV.1. Premessa	Pag.	125
IV.2. Tipologie di classificazione dei costi utili per la gestione operativa	»	126
IV.2.1. Natura delle risorse.....	»	126
IV.2.2. Attribuzione delle risorse impiegate al prodotto venduto e al servizio erogato	»	128

IV.2.3.	Variabilità dei costi rispetto ai volumi di attività	»	129
IV.3.	Produzione e ricadute sui costi totali e unitari.....	»	133
	IV.3.1. Costi totali e costi unitari medi	»	133
	IV.3.2. Configurazioni di costo e margini di contribuzione	»	136
	IV.3.3. La Belli e Sani e i margini di contribuzione per canali di attività.....	»	138
IV.4.	Variabilità dei costi fissi rispetto al tempo e ricadute in termini di make or buy	»	140
	IV.4.1. La natura dei sunk costs	»	140
	IV.4.2. Decisioni di make or buy e ruolo dei sunk costs	»	143

CAPITOLO V

**LA GESTIONE OPERATIVA DELL'IMPRESA:
COSTI, RICAVI E VOLUMI DI ATTIVITÀ**

di Graziano Abrate, Clementina Bruno e Giovanni Fraquelli

V.1.	Premessa	Pag.	147
V.2.	L'analisi costi, ricavi e volumi di attività (CRV).....	»	148
	V.2.1. Analisi del punto di pareggio dell'impresa monoprodotto (“Break-even analysis”)	»	149
	V.2.2. Pareggio in presenza di più prodotti.....	»	151
	V.2.3. La Super Bike.....	»	154
	V.2.4. Sensitività dei risultati al variare dei prezzi, dei costi unitari e dei costi di struttura	»	158
V.3.	La gestione del rischio operativo: la leva operativa.....	»	161
	V.3.1. Natura della leva operativa.....	»	161
	V.3.2. Relazione tra leva operativa e costi di struttura	»	161
V.4.	Utilizzo del margine di contribuzione in chiave decisionale...	»	164
	V.4.1. La variazione del margine di contribuzione.....	»	164
	V.4.2. Capacità informativa del margine di contribuzione...	»	164
	V.4.3. Praticare lo sconto al gruppo scolastico o rinunciare al cliente?	»	166
	V.4.4. Margine di contribuzione e mix produttivo	»	168
	V.4.5. L'ottimizzazione dei servizi della “English in London”	»	170
V.5.	La gestione dei prezzi.....	»	172
	V.5.1. Su quali elementi basare le decisioni di prezzo?.....	»	173
	V.5.2. Decisioni di prezzo e analisi CRV: il caso G&G	»	175

CAPITOLO VI

**GESTIONE FINANZIARIA DELL'IMPRESA:
FLUSSI FINANZIARI E CAPITAL BUDGETING**

di Fabrizio Erbetta, Giovanni Fraquelli e Anna Menozzi

VI.1.	Premessa	Pag.	181
VI.2.	Finanziamento dell'impresa e investimenti	»	182
VI.3.	Struttura finanziaria, investimenti e costo del capitale	»	183
VI.4.	Attività economica e capacità di autofinanziamento.....	»	185
VI.4.1.	La natura dell'autofinanziamento.....	»	185
VI.4.2.	Le tipologie di autofinanziamento.....	»	187
VI.5.	L'investimento industriale e i flussi di cassa del progetto	»	194
VI.5.1.	Natura dell'investimento industriale	»	194
VI.5.2.	I flussi di cassa differenziali del progetto	»	194
VI.5.3.	La determinazione dei flussi di cassa per la valuta- zione del progetto	»	196
VI.6.	Metodologie per la valutazione degli investimenti indu- striali	»	199
VI.6.1.	Le metodologie prevalenti	»	199
VI.6.2.	Valore Attuale Netto (VAN).....	»	199
VI.6.3.	Indice di Profitabilità (IP)	»	201
VI.6.4.	Tasso interno di rendimento (TIR).....	»	205
VI.6.5.	Periodo di recupero (Pay-back)	»	209
VI.6.6.	Caso riepilogativo	»	212

Estratto

Estratto da un prodotto
in vendita su **ShopWKI**,
il negozio online di
Wolters Kluwer Italia

Vai alla scheda →

Wolters Kluwer opera nel mercato dell'editoria
professionale, del software, della formazione
e dei servizi con i marchi: IPSOA, CEDAM,
Altalex, UTET Giuridica, il fisco.

