

Unit 1 – Scheda introduttiva 1.3.1

IL RAPPORTO “IMPRESA-AMBIENTE”

International Business Review

No. 2/2009, Aprile 2009

Autore: Maria Gorbunova

Il paper proposto pone l'accento sulla relazione tra l'impresa ed il mondo circostante, un mondo incerto e imprevedibile, la cui considerazione, all'interno delle decisioni strategiche, può essere fonte di sviluppo e di vantaggi competitivi.

L'autrice propone un excursus storico sull'evoluzione del concetto di ambiente aziendale, che parte dalla visione di impresa come “entità preposta alla mera trasformazione di fattori produttivi in beni e servizi per i consumatori”, per arrivare alla teoria evoluzionistica, che riconosce la centralità dell'innovazione nei prodotti, nei mercati e nella stessa concezione di azienda. Gli Anni '60, con la saturazione dei mercati, dovuta al boom economico successivo alla guerra, pongono l'accento sulla bilateralità della relazione impresa-ambiente e sul grado di interdipendenza esistente tra strategie imprenditoriali e dinamiche ambientali: si consolida così una configurazione di impresa come parte, ossia un sottosistema del “sistema di mercato”, a sua volta sottosistema di un più ampio e generale “sistema ambientale”.

Il concetto di ambiente, in quest'ottica, indica un insieme di fenomeni che, pur essendo al di fuori dell'organizzazione, esercitano o possono esercitare una notevole influenza sulle scelte gestionali; tali scelte, pertanto, si focalizzano sulla ricerca di un equilibrio tra il sistema di prodotti dell'impresa e la pluralità dei mercati in cui essa opera. L'articolo, in conclusione, riconosce all'analisi dell'ambiente (e ai suoi output) un ruolo di influenza determinante sui processi di formulazione ed implementazione strategica.