



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI
TERAMO

Insegnamento di Economia Aziendale

Prof. *Luciano D'Amico*

Unit 1 – Paper 1.4.1

**L'IMPRESA GLOBALIZZATA - CRITICITÀ
STRATEGICHE E STRUTTURALI**

di Giuseppe Bruni

Rivista Italiana di Ragioneria e di Economia Aziendale,
Gennaio/Febbraio 2010

Tema dell'anno

Governo aziendale ed economia globalizzata

L'impresa globalizzata *Criticità strategiche e strutturali*

del Prof. GIUSEPPE BRUNI

ABSTRACT: Being over the third millennium threshold, the "economia aziendale" seems to be pushed with an unbelievable acceleration towards new knowledge and relational borders. The firm is required to establish an operational dimension proportioned to the market's growing wideness in order to cope with the competitive challenges of globalization; this is also due to the run out of many barriers to competitiveness.

The answer comes from a different firm's conception, whose economic-innovative profile imposes significant strategic and structural improvements. Therefore, the globalization represents a constraint/opportunity, other than new trends that contemporaneous firms has to face with in an institutional, social and economic context characterized by a high level of complexity.

La globalizzazione, ovvero l'estensione relazionale dell'impresa all'universo geografico, economico in senso lato, costituisce un evento tra i più rilevanti all'avvio del terzo millennio. Un fenomeno che coinvolge, infatti, in ogni aspetto, condizioni di esistenza e manifestazioni vitali per l'economia delle aziende, delle imprese in particolare.

Le più rilevanti criticità dettate o comunque associate al fenomeno della globalizzazione possono riguardare: la cultura aziendale in ogni sua espressione; dalla formazione delle risorse umane, alla ricerca ed allo sviluppo della conoscenza progettuale ed esecutiva; alle funzioni produttive, industriali e commerciali; alla logistica, alle comunicazioni e, non ultimo, alla integrazione delle reti informatiche e telematiche.

In sintesi, l'impresa globalizzata si apre alla *visione* universale degli scenari strategici di fondo (economici, industriali e mercantili) apprestandosi ad interagire in un contesto di mercato sempre più esteso ed aperto.

Va, tuttavia, rilevato come alle straordinarie opportunità offerte da un'economia globalizzata si contrappone per le imprese, oltre ai maggiori oneri organizzativi e funzionali, l'intensificarsi dei rischi competitivi.

Si pone, pertanto, una più rigorosa selettività dell'impresa in base a fattori critici di successo: primi fra tutti, l'imprenditorialità, la governabilità, oltre, ovviamente, all'efficienza ed all'efficacia operativa nell'impiego delle risorse strategiche.

Né vale trascurare, infine, il gioco della *fortuna* di cui l'impresa deve saper essere consapevole artefice.

L'avvio al terzo millennio appare già segnato dall'intenso mutamento negli scenari strategici di fondo quanto ai profili antropologici, culturali, scientifici: nondimeno per quelli economici, sociali e politici, in senso lato.

Ove ci si riferisca, particolarmente, all'economia dell'impresa traspare per essa una complessa, articolata evoluzione, quasi una sorta di *mutazione genetica* indotta, a sua volta, dai motori della ricerca scientifica e tecnologica e dalle conseguenti applicazioni innovative nelle strutture, nei processi e nei prodotti industriali.

L'impresa contemporanea diviene, quindi, sempre più protagonista delle sfide congiunte dell'innovazione e della globalizzazione, apprestando e rivelando la sua congenialità al cambiamento, così come già riscontrato per altri momenti epocali della sua più remota tradizione.

Così fu analogamente, in tempi a noi relativamente più recenti, per ciò che venne a determinarsi, in conseguenza del sostituirsi alle arti e mestieri tradizionali (pur, a loro modo, assai evoluti), quella metamorfosi economica, prodromica della prima, autentica, rivoluzione industriale del tardo ottocento.

Una rivoluzione che, con l'avvento della produzione in serie delle automobili e di altri utensili meccanici (macchine per scrivere e da calcolo), ebbe a segnare, anche culturalmente e stilisticamente, la raffinata età del *nouveau* dei primi del novecento.

Tuttavia, occorrerà attendere la memorabile crisi del 1929 per assistere, agli albori degli anni '30, alla nascita ed alla precoce affermazione del moderno capitalismo economico e finanziario.

Quel capitalismo sulle cui basi venne a costituirsi il nuovo sistema industriale che ebbe ad assecondare lo sviluppo economico grazie anche all'affermarsi del modello delle cosiddette *public company* ovvero delle società ad azionariato diffuso.

Un modello rimasto sostanzialmente immutato, almeno fino all'esaurirsi del trascorso millennio.

Oggi assistiamo ad un capitalismo, sempre più finanziario e meno industriale, pervenuto al tempo attuale in condizioni di assoluta, connaturata, intensa criticità: così come le più recenti vicende hanno fatto registrare a livello globale.

Al tempo stesso, anche se il fondo di una crisi finanziaria globalizzata potrebbe non essere ancora stato toccato, è proprio l'impresa che, pur in condizioni di massima criticità, sembra poter e voler rivelare la sua congeniale attitudine al cambiamento: forse, azzardando, più ancora, ad un mutamento genetico (quasi fosse una sorta di *mitica fenice* capace di risorgere anche dalle ceneri più profonde).

Un fatto è certo: l'avvio al nuovo millennio appare segnato, forse come non mai, da una diffusa, in ogni campo, tensione di carica innovativa⁽¹⁾.

(1) Tale è il convincimento di autorevoli Saggisti internazionali, per i quali: «globalization which promotes competition, specialization and diversification is a tremendous economic development of the last century». Cfr. Globa-

L'impresa industriale non ne è esente: anzi, al contrario, in siffatta ventura reclama il ruolo di protagonista, aprendosi alla globalizzazione, accettando nuove stimolanti sfide competitive, rivitalizzando l'interazione tra strategia e struttura.

Per inciso, oltre ai caratteri dettati dall'innovazione tecnologica delle strutture, dei processi industriali e delle conseguenti produzioni, vanno affermandosi sempre più incisivamente i tratti di una crescente componente di immaterialità di valore nei fattori impiegati e negli stessi prodotti ottenuti.

Ma è ancora l'approcciarsi alla globalizzazione, a cui ormai sembra, ineluttabilmente, destinarsi l'impresa (nell'attuale prospettiva storica), ad esercitare il peso, non solo culturale o etico in definitiva, per le proiezioni che riguardano gli equilibri più avanzati, di relazione e di spazio, a cui l'impresa stessa mostra di dover tendere.

È indubbio che il continente nordamericano, gli USA in particolare, pur tra le difficoltà che non si celano al potere politico, già possiedono nel loro intimo DNA demografico, culturale, anche ideologico – nei valori costitutivi – una perspicua predisposizione alla globalizzazione, specie negli stati di frontiera della West come della East Coast.

Il *by pass* di quelle che, un tempo, e, in parte, ancor oggi, erano le transnazionali organizzazioni e reti di vendita, appaiono incredibilmente superate per una gamma, sempre più estesa di beni, grazie anche al cosiddetto commercio elettronico, per via internet e similari, con modalità sempre più accessibili al vasto pubblico.

La crescente globalizzazione, sotto il profilo strettamente antropologico, di usi e costumi fa il resto nel senso della più immediata accettazione (quasi una sorta di omologazione) oltre che dal confronto competitivo tra prodotti similari provenienti da paesi anche più disparati e geograficamente tra loro remoti⁽²⁾.

Si potrebbe osservare che, nel passato, si sono già verificati casi, anche notevoli, di prodotti globalizzati nell'uso e nei costumi grazie alla eccezionale promozione di immagine e pubblicitaria da parte dei loro produttori (così come per quelli ben noti di una famosa bevanda analcolica e di un altrettanto famoso panino imbottito).

Il fatto, rivoluzionario, più autentico è che, oggi, la globalizzazione riguarda, sempre e solo, la diffusione universale di determinati prodotti e non di altri e ciò a causa, almeno finora, di una mera indisponibilità logistica, sia produttiva che distributiva, (indisponibilità, peraltro, non sempre gravemente ostativa).

La globalizzazione dell'impresa appare, pertanto, sempre più coinvolgente in ogni processo organizzativo e funzionale, produttivo e commerciale, logistico e distributivo, fino a giungere ad assimilare uniformi comportamenti di governo e controllo dell'impresa stessa.

Si potrebbe dire che ciò che sembra oggi in progetto di attuazione corrisponde a quanto già si è verificato nell'ambito della cultura e della professione della contabilità e dei bi-

lization laid bare – lesson in International business, Gibson Square, London, 2009, p. 70.

⁽²⁾ Secondo Friedman la globalizzazione in a flat world viene intesa nel senso, non proprio lusinghiero, del diffuso "appiattimento" delle attitudini competitive proprie delle imprese, a tutto scapito del contributo di fattori critici di successo originali, quindi autenticamente distintivi: «It is clear that in a flat world, global corporations will adapt to make the most of global opportunities and global resources and that increasingly means adapting themselves to a flat world». Cfr. THOMAS L. FRIEDMAN, *The world is flat*, Picador, New York, 2007, p. 243.

lanci, rispetto ai quali è stato attuato il recepimento di uniformi modelli di linguaggio e di comunicazione.

In tono analogo, ma, forse, con ancora persistenti differenziazioni, si potrebbe assimilare alla globalizzazione il lessico ed i comportamenti nella formazione culturale manageriale⁽³⁾.

GIUSEPPE BRUNI

Università di Verona

⁽³⁾ L'inscindibile nesso tra globalizzazione e organizzazione aziendale viene attentamente colto da una serie di saggi d'autore ove in premessa si legge: «modern conception of markets and social action as organized in a global scale, have produced the rapid and worldwide diffusion of formal organization. The global system is a rational stick one, and expanded formal organization in the standard response ... Also central, to the culture of the globalization is the rise of a modern mode of management». Cfr. G. DRORI - J. MEYER - HWANG, *Globalization and organization*, Oxford University Press, 2006, p. 17.