

ziativa imprenditoriale in cui, pur essendo il soggetto promotore totalmente coinvolto nella nuova impresa costituita, l'obiettivo principale che viene assegnato a questa attività è quello di contribuire alla soluzione di problematiche occupazionali o al perseguimento di altre finalità non direttamente economiche⁴. Spesso queste iniziative originano nell'ambito di movimenti di solidarietà culturale, operano in settori maturi e godono di mercati "interi" e protetti sufficientemente ampi. Questa modalità di costituzione di nuove imprese, molto interessante in termini culturali e qualitativi, lo è molto meno in termini quantitativi; inoltre, fatte salve le specifiche motivazioni imprenditoriali, le caratteristiche gestionali e di sviluppo di tali aziende devono rispondere alle stesse esigenze tipiche delle imprese che sorgono per imprenditorialità diretta. Si potrebbe affermare che pur cambiando le motivazioni, i mezzi devono restare immutati. Un'eccezione da sottolineare riguarda l'intrinseca debolezza strutturale di queste iniziative imprenditoriali per la tipica maturità del settore di azione, per la scarsità dei mezzi finanziari a disposizione e per il ridotto valore qualitativo del contributo umano; tuttavia, come già sottolineato in precedenza, questa debolezza può essere ampiamente riequilibrata dall'appartenenza a movimenti di solidarietà culturale che garantiscono un'adeguata at-

tività. Spesso le aziende di successo tra quelle sorte secondo queste modalità sono destinate nel tempo a evolversi verso modelli e finalità tipiche dell'imprenditorialità diretta: in questi casi a ricordare la particolare motivazione originaria rimangono soltanto specifici comparti di attività o, ancora più spesso, le modalità di utilizzo di parte degli utili prodotti.

NOTE

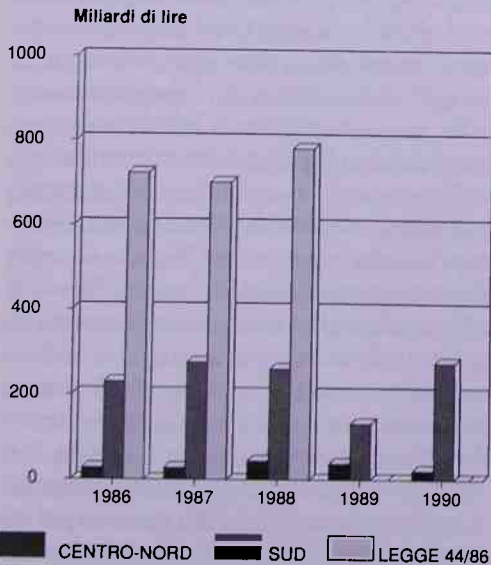
¹ Si veda E. CORNO, *Lo sviluppo del sapere imprenditoriale nel governo dell'impresa*, EGEA, Milano, 1989: in particolare il cap. 1.

² Cfr. V. CODA, *La valutazione della formula imprenditoriale*, in «Sviluppo e Organizzazione», n. 82, 1984.

³ Valgono come esempi gli accordi di licensing, di franchising e le forme di mercato-B, mercato-C e quasi-mercato, queste ultime identificate in C. BARNEY-G. OUCHI, *Information Cost and Organizational Governance*, in «Management Science», n. 10, 1984.

⁴ Molti sono gli esempi di "imprenditorialità sociale" rintracciabili, ad esempio, nella storia del movimento cattolico e di quello operaio come le casse di risparmio e i banchi di mutuo soccorso: più difficili da rintracciare, ma esistenti, esempi di imprenditorialità sociale nelle attuali economie di mercato. Si ricorda che nuove imprese sorte nell'ambito dei movimenti cooperativi sono quasi sempre da ascrivere a iniziative di job creation o a razionalizzazioni strategico-organizzative in quanto il soggetto promotore non assume totalmente la responsabilità istituzionale e gestionale dell'impresa delegandovi altri.

Stanziamenti in strumenti di J&Ec



Occupati con strumenti di J&Ec

