

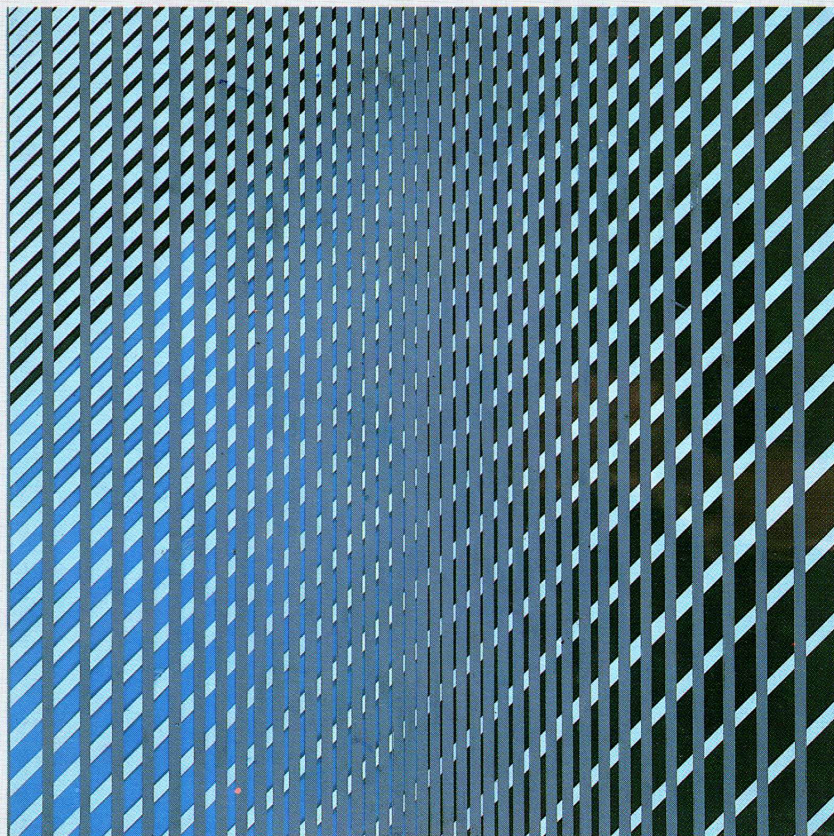
Gianfranco Dioguardi

ORGANIZZAZIONE COME STRATEGIA

LO SVILUPPO DELLA PICCOLA IMPRESA
IN TEMPI TURBOLENTI

Con i commenti di Aldo Fabris

Prefazione di Alfred D. Chandler



ISEDÌ

ARNOLDO MONDADORI EDITORE

Mentre la situazione economico-politica è sempre più caratterizzata da una forte instabilità, si presenta ovunque come primaria la necessità di ottimizzare la programmazione al fine di eliminare la variabile temporale. Inoltre, se l'impresa da piccola è diventata di media dimensione, da padronale ha assunto una struttura manageriale, è indispensabile operare con continuità all'interno di una struttura organizzativa stabile ed efficiente. Operazioni non facili perché i problemi organizzativi sono sempre nuovi e presentano sempre nuove caratteristiche.

L'opera di Gianfranco Dioguardi, che ci rende conto della sua pluridecennale attività di imprenditore e di studioso di scienze dell'organizzazione aziendale, fornisce lo spunto per ripercorrere criticamente un cammino che, pur discostandosi dalle precettistiche definizioni dei manuali di management, è vivo e dinamico, stimolante per la sua costante verifica fra teoria e pratica.

D'altra parte Aldo Fabris, coi suoi ampi e puntuali commenti ai capitoli, caratterizza l'opera attraverso la revisione critica "a posteriori", consentendoci così di migliorare la nostra conoscenza e la nostra pratica dei problemi di organizzazione aziendale.

Indice

<i>Ringraziamenti</i>	9
<i>Presentazione</i> di Alfred D. Chandler	13
<i>Introduzione</i>	21
<i>Commento all'introduzione</i>	25
I <i>Premesse su alcuni problemi di gestione</i>	31
1 Lo scenario dell'edilizia	31
2 Le industrie e le imprese nell'edilizia	35
2 L'impresa Effedi	37
4 Successione e inserimento	40
<i>Commento al capitolo primo</i>	46
II <i>Ricerca di una strategia per la piccola dimensione</i>	51
1 Alcuni problemi della piccola dimensione	51
2 Punti di forza, punti di debolezza	55
3 Il mercato e l'analisi delle sue proiezioni	57
4 Definire una strategia	60
5 Consolidare le posizioni	61
6 Costruire una struttura organizzativa	63
7 Ampliare le opportunità di mercato	64
8 Ricerca e sviluppo e specializzazione tecnologica	68
9 Sviluppo della formazione quadri	70
<i>Commento al capitolo secondo</i>	73

III *Costruzione di una struttura organizzativa*

1 Definire l'organigramma aziendale	79
2 Il primo organigramma	79
3 Ruoli e funzioni in evidenza	84
4 I principi organizzativi	86
5 L'organigramma territoriale	89
6 Dalle filiali all'ultimo organigramma	91
7 L'ultimo organigramma	94
8 Le funzioni dei Comitati	96
9 Le procedure organizzative	100
10 Il processo di delega	103
11 Deleghe formali	105
12 La funzione del servizio personale in relazione al processo di delega	111
13 L'inserimento di quadri aziendali nella piccola impresa	115
14 Il superamento della struttura meccanicistica	116
15 Il rinnovamento dei quadri	119
16 La delega direzionale	121
17 La creazione del livello di Direzione generale	122
18 Modalità di inserimento al vertice	125
19 Diversificazione e divisionalizzazione	129
20 Il decollo delle nuove iniziative societarie	136
21 Il sistema informativo	140
22 L'avvio del sistema informativo aziendale	142
23 Il sistema informativo aziendale a regime	144
24 Problemi di elaborazione automatica dei dati	146
<i>Commento al capitolo terzo</i>	149

IV *Organizzazione della gestione*

1 Considerazioni sulla programmazione	152
2 Considerazioni sulle strategie	173
3 Struttura per le strategie	173
4 Programmazione della produzione	176
5 Le fasi della programmazione tecnica	182
6 Programmazione e computo metrico	186
7 La funzione del controllo	188
8 La finanza aziendale	190
9 Mutamenti nello scenario finanziario	193
10 Nuove strategie finanziarie	200
11 Gestione finanziaria come strategia	206

12 La gestione dell'informazione aziendale	214
13 Le interconnessioni tra fenomeni economici e indicatori finanziari	218
14 L'informazione come supporto alla amministrazione aziendale	223
15 Le caratteristiche dell'innovazione e della ricerca nella piccola dimensione	229
16 La funzione della ricerca e sviluppo	233
17 I risultati conseguiti	240
<i>Commento al capitolo quarto</i>	247

V *Approdo alla media dimensione*

1 I problemi della nuova dimensione	267
2 Punti di forza e punti di debolezza	267
3 Il mercato nell'ottica della nuova dimensione	269
4 Che fare?	270
<i>Commento al capitolo quinto</i>	272

Postfazione - Verso il futuro: nuovi scenari, nuovi modelli di impresa

Il modello di impresa industriale	285
L'impresa edile	286
Concludendo	288

Appendice A

	293
--	-----

Appendice B

	295
--	-----

Indice analitico

	311
--	-----

	321
--	-----