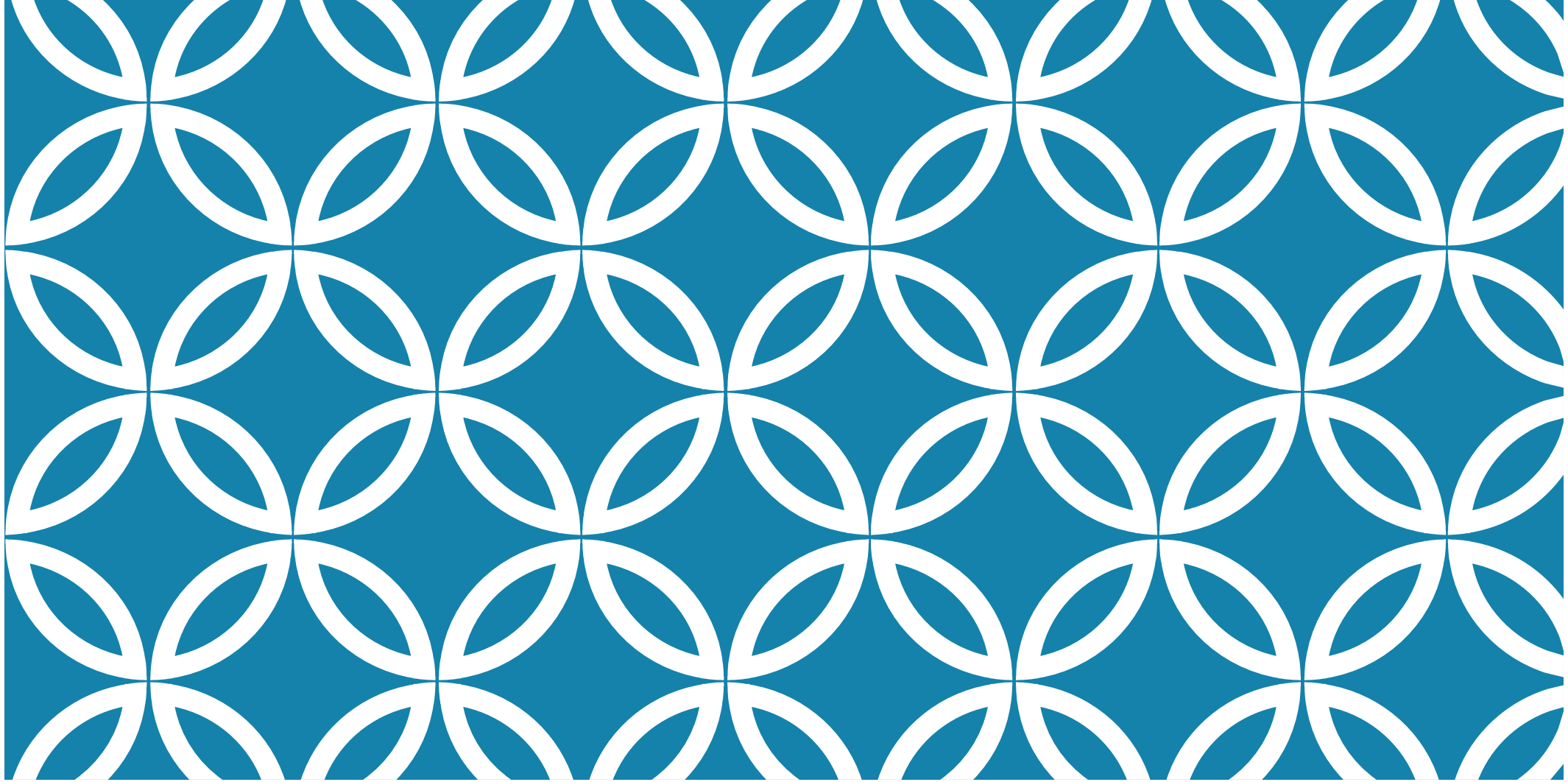


Corporate Governance

CORSO DI LAUREA DI II LIVELLO IN

AMMINISTRAZIONE FINANZA E CONSULENZA AZIENDALE (AFCA)

a.a. 2022/ 2023

LA CREAZIONE DI VALORE PER GLI STAKEHOLDER

- Gli amministratori e i manager non devono soddisfare unicamente l'interesse degli azionisti, ma devono maturare un senso di responsabilità sociale verso i prestatori di lavoro, i fornitori, i consumatori e la collettività in generale
- Le origini dell'approccio degli stakeholder possono essere fatte risalire ai primi anni Trenta, ma solo attraverso la fine degli anni Sessanta si inizia ad utilizzare il termine «stakeholder» e si creano le condizioni per una teoria sociale dell'impresa
- La parola stakeholder (portatori di interessi) viene utilizzato per estendere la responsabilità del management a categorie diverse da quella degli stockholders (i possessori di capitale di rischio)
- La definizione iniziale di stakeholders indica i gruppo di persone e di istituti senza il cui supporto l'azienda cesserebbe di esistere

COSA EVIDENZIA L'ANALISI DELLE PRINCIPALI DEFINIZIONI DI STAKEHOLDER PRESENTI IN LETTERATURA?

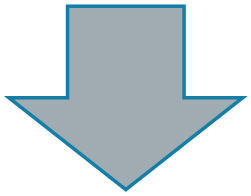
- Gli stakeholder vengono distinti in due classi di soggetti che sono portatori di attese assai diverse tra loro

- **LA CONCEZIONE RISTRETTA DI STAKEHOLDER**: i manager possiedono risorse limitate e non possono soddisfare facilmente tutte le richieste che provengono dall'esterno. **GLI STAKEHOLDER SONO QUELLE PERSONE O QUEL GRUPPO DI PERSONE CHE HANNO UN INTERESSE STRETTAMENTE COLLEGATO ALL'ATTIVITA' ECONOMICA SVOLTA DALL'IMPRESA IN QUANTO NECESSARI ALLA SUA SOPRAVVIVENZA**

- **LA CONCEZIONE ALLARGATA:** le imprese possono condizionare ed essere condizionate da un numero rilevante di persone o gruppi di persone. L'obiettivo delle imprese è quello di soddisfare anche l'interesse di quelle persone e di quegli istituti che non hanno un interesse legittimo verso l'impresa, ma possono condizionarne l'economicità

LA TEORIA DEGLI STAKEHOLDER (*stakeholder theory*)

L'impresa è definita come un sistema di *stakeholder*, che deve porsi come obiettivo di creare valore per tutti i soggetti i cui interessi convergono nell'impresa



L'obiettivo dell'impresa è la creazione di valore per tutti i suoi *stakeholder*, compresi anche gli azionisti

Le imprese non esistono solamente per fornire un ritorno economico agli azionisti, ma devono perseguire un valore sociale più ampio: creare valore per l'intera società

LE ASSUNZIONI DI FONDO IMPLICITE NELLA TEORIA DEGLI STAKEHOLDER

1. La massimizzazione del valore dell'impresa
2. L'efficienza dei mercati finanziari
3. La disciplina del management
4. I piani di incentivazione azionaria
5. Il mercato per il controllo societario
6. Il diritto societario