

INDICE

INTRODUZIONE	13
CAPITOLO PRIMO	
IL REALISMO STRATEGICO	37
1. Dal realismo politico al realismo strategico	37
1.1 Il realismo politico	37
1.2 Il realismo normativo	57
1.3 Il neorealismo	58
1.4 Il realismo liberale di Aron	59
1.5 Il realismo strategico	60
2. I contributi militari agli studi strategici	64
2.1 Gli studi strategici classici	65
2.2 Le scuole strategiche classiche	72
2.3 I grandi strategisti: Sun Tzu e Clausewitz	74
2.4 Gli studi strategici contemporanei	81
2.5 Le scuole strategiche nucleari	86
2.6 Le strategie contemporanee: strategie nucleari e di dissuasione	87
2.7 La strategia militare e la strategia d'impresa	92
3. I contributi aziendali agli studi strategici	93
3.1 I principali approcci al concetto di strategia negli studi di impresa	93
3.2 I precursori del pensiero strategico	94
3.3 L'approccio razionalista alla strategia	99
3.4 L'approccio dello sviluppo del business	104

3.5	La teoria della contingenza: Hoffer	109
3.6	L'approccio competitivo	111
3.7	L'approccio politico-comportamentale	122
3.8	L'approccio risorse e competenze: Hamel e Prahalad	128
3.9	L'approccio imprenditoriale	131
3.10	L'approccio istituzionale	135
4.	I contributi economici agli studi strategici	161
4.1	La teoria dei giochi	161
4.2	Le finalità e le modalità d'azione	161
4.3	Gli strumenti e le soluzioni	162
4.4	Equilibri forti e deboli	166
4.5	Il dilemma del prigioniero	168
4.6	Esistenza degli equilibri di Nash, strategie miste, selezione e raffinamenti di equilibri	169
4.7	I giochi cooperativi	171
4.8	Alcuni modelli economico-strategici	171
4.9	Limiti della teoria dei giochi	172
CAPITOLO SECONDO		
LA SAGGEZZA E IL METODO DELLA PRAGMATICA DEL VALORE		175
1.	Un approccio sapienziale alla generazione del valore	175
2.	Una proposta di teoria dell'agire imprenditoriale	177
2.1	Le dimensioni dell'agente e dell'agire	180
2.2	L'agire distinto in governo e azione	193
2.3	La saggezza come contenuto essenziale dell'agire	193
2.4	Il metodo del governo dell'agire: l'agire distinto in governo e azione	201
3.	La governance ed il government	206
3.1	La distinzione tra governo, government e governance	206
3.2	Le forme di governo d'impresa	209
4.	La politica nel governo d'impresa	210
4.1	L'impresa come "arena politica"	211
4.2	Il governo del consenso politico	211

4.3 Il governo dell'identità	213
4.4 Il governo del potere politico-sociale	216
5. L'etica nel governo imprenditoriale	221
6. L'organizzazione nell'agire imprenditoriale	223
6.1 L'organizzazione	223
7. La strategia nel governo dell'azione ed il potere	225
CAPITOLO TERZO	
UNA RICOSTRUZIONE DEFINITORIA DI STRATEGIA	227
1. Uno snodo delle teorie sulla strategia	227
2. Il rischio tra determinazione della ricerca del successo e indeterminazione degli esiti	230
2.1 L'indeterminabilità dell'agire e le determinazioni del suo governo	237
3. Una proposta concettuale articolata in tre definizioni	241
3.1 Una sintattica della strategia	242
3.2 Una semantica della strategia	258
3.3 La definizione pragmatica di strategia	261
4. La via tra Sapienza, Tao e Ragione	263
4.1 La Sapienza	263
4.2 Il Tao	263
4.3 La Ragione	264
5. Una tassonomia del concetto di strategia	264
6. La strategia come via categoriale/contingente dell'agire	270
6.1 La strategia come via contingente interpretata/intenzionata dell'azione	271
6.2 La strategia come via categoriale descritta/valutata dell'azione	272
7. La strategia tra piano e potenziale	276
7.1 La logica strategica come logica piano	277
7.2 La logica strategica come logica di potenziale	289
8. La strategia come rotta nel mare e la strategia come corso del fiume	300

CAPITOLO QUARTO

GLI INTERESSI	307
1. Il governo degli interessi	307
1.1 Il conflitto tra gli interessi in gioco	308
1.2 La formazione di coalizioni e lo scambio volontario fra attori politici	310
2. La teoria degli stakeholder	312
3. Il processo di governo degli interessi	315
3.1 Le istanze	315
3.2 Il sostegno	317
3.3 Le risposte	318
3.4 Le reazioni	318
3.5 Il sovraccarico	319
4. La negoziazione nel governo degli interessi	322
4.1 Le tipologie di relazioni negoziali	323
4.2 Il processo negoziale	325
4.3 La professionalità e gli stili negoziali	327
5. L'articolazione degli interessi	329

CAPITOLO QUINTO

LA CONVENIENZA STRATEGICA	331
1. L'etica e la strategia nella convenienza	332
1.1 La convenienza come principio di ordine	333
1.2 I fini e i valori nell'apprezzamento del conveniente	333
1.3 La strategia tra prassi e poiesi della convenienza	334
1.4 La convenienza politica, economica e psicologica	334
1.5 La convenienza e la prudenza come forme di saggezza	335
1.6 La convenienza e gli interessi	337
1.7 Unicità dell'agire globale	338
1.8 I caratteri della convenienza strategica	338
1.9 La valutazione mezzi/fini	340

2. Il potenziale	343
2.1 Il potenziale come superamento della logica di potenza tipico della visione interna	343
2.2 Il potenziale nell'approccio orientale alla strategia	345
2.3 L'innesco del potenziale	347
2.4 L'accumulo del potenziale	348
2.5 Lo scatto e la minimizzazione dell'attrito	349
3. L'occasione	350
3.1 L'occasione come specificazione dei fini alle circostanze	351
3.2 L'occorrente dell'occorrenza	351
3.3 Gli impulsi e i rischi connessi all'occasione	352
3.4 L'occasione nella visione occidentale dell'agire	352
3.5 L'occasione nella visione cinese dell'agire	353
4. L'opportunità	356
4.1 L'opportunismo	357
4.2 Il carattere relazionale del tradimento	365
4.3 L'opportunismo in etica	366
4.4 L'opportunismo in economia	369
4.5 L'opportunismo nella contrattazione	372
CAPITOLO SESTO	
LO STRATAGEMMA	379
1. Lo stratagemma tra oriente e occidente	381
1.1 Dalla fessurazione alla catastrofe	383
1.2 L'innesco dello stratagemma	384
1.3 L'effetto dello stratagemma	385
2. L'intuizione e la logica della scoperta nell'architettare stratagemmi	385
3. L'astuzia nello stratagemma occidentale	400
3.1 Lo stratagemma tra occasione e interpretazione	401
3.2 Lo stratagemma e l'opportunismo	402
3.3 Lo stratagemma e la forza	403
3.4 Lo stratagemma e la seduzione	405

4. I trentasei stratagemmi nella tradizione orientale (Von Senger, 1990 e Cleary, 1991)	406
5. L'effettività	410
5.1 Il problema pragmatico della viabilità	411
5.2 L'effettività viene aumentata intervenendo a monte e cogliendo a valle	412
5.3 L'azione efficace rischia la rigidità	412
5.4 L'effettività e l'efficienza	413
5.5 L'effettività coniuga efficacia ed efficienza rendendole simbiotiche	414
5.6 L'effettività evita di suscitare antagonismi	415
5.7 L'intervento a monte è più profondo e duraturo	415
5.8 L'effettività richiede propensione e disposizione	417
5.9 L'agire per l'effettività a monte e a valle	417
5.10 L'effettività e la strategia come prodromo	418
5.11 L'effettività strategica non è tecnica	419
5.12 L'effettività come lo scorrere dell'acqua	420
5.13 L'effettività nella variazione	422
5.14 L'invocazione dell'effettività	422
6. La manipolazione	424
6.1 L'uso strategico dell'interazione	424
6.2 L'inganno	428
7. L'agire senza azione.	431
7.1 L'agire attraverso la totale astensione dall'azione	433
7.2 I tre principi della non azione	436
7.3 Il vuoto nello svolgimento dell'effetto	439

CAPITOLO SETTIMO

IL PIANO	447
1. I caratteri del piano	447
1.1 La facilitazione del piano	448
1.2 La riduzione di complessità	448

1.3	La trasformazione della finalità in comando	450
1.4	Le origini greche del piano	450
1.5	Il piano di impresa	453
1.6	L'esplicitazione e la formalizzazione delle ipotesi del piano	456
1.7	L'articolazione temporale degli obiettivi e delle scelte e l'articolazione della responsabilità	457
1.8	La verifica di fattibilità e di convenienza	458
1.9	I criteri guida per la compilazione del piano	459
2.	La determinazione delle preferenze in obiettivi	461
2.1	Gli obiettivi	464
3.	La razionalità	469
3.1	La logica dell'azione: un possibile inquadramento dei diversi paradigmi di governo	469
3.2	Le razionalità nella convenienza	483
3.3	La razionalità economica forte classica	486
3.4	La razionalità limitata	487
3.5	La razionalità transazionale	493
4.	La pianificazione	500
4.1	La pianificazione strategica	502
4.2	Una ricostruzione del modello sincretico	505
4.3	I momenti logici della pianificazione	507
4.4	I contributi della pianificazione formale alla formazione della strategia d'impresa.	508
4.5	Il declino della pianificazione formale: verso un nuovo rapporto strategia/pianificazione	512
4.6	La pianificazione come simulazione	513
	BIBLIOGRAFIA	515