



Indice

	<i>pag.</i>
<i>Presentazione</i>	XI
<i>Introduzione</i>	XIII

Capitolo 1

L'imprenditorialità nel XXI secolo

1.1. Imprenditorialità: un concetto multiforme	1
1.2. Il territorio quale categoria dell'azione imprenditoriale	3
1.3. Le istanze per un nuovo modello di sviluppo	6
1.3.1. La sostenibilità e l'imprenditorialità sostenibile	6
1.3.2. La 'Humane Entrepreneurship' quale postura strategica imprenditoriale. Il ruolo del territorio e del 'genius loci'	9

Capitolo 2

L'imprenditorialità: da componente dell'analisi economica a postura strategica

2.1. L'imprenditorialità: concetti introduttivi	15
2.2. Le visioni storiche sull'imprenditorialità	17
2.2.1. I primordi: la teoria classica	17
2.2.2. La scuola neoclassica tra mainstream e avvio di una revisione	18
2.2.3. Schumpeter e l'imprenditore innovatore	18
2.2.4. La scuola austriaca	19
2.3. L'imprenditore innovatore e l'imprenditore nuovo entrante nel settore	20
2.4. Alcune visioni "ponte" fra la teoria economica e gli studi manageriali	23
2.4.1. La evo-rivoluzione di Baumol	23
2.4.2. Il focus sul decision-making di Casson	24

	<i>pag.</i>
2.5. La promessa di Shane e Venkataraman: la legittimazione dell'imprenditorialità come campo di ricerca negli studi d'impresa	25
2.6. Tendenze recenti nelle teorie economiche sull'imprenditorialità	27
2.7. Gli studi sulle determinanti del comportamento imprenditoriale	29
2.7.1. Le caratteristiche demografiche	31
2.7.2. Le caratteristiche psicologiche	32
2.7.3. 'Attitude' e situazione contingente	35
2.7.4. Ambiente e contesto	35
2.7.5. Formazione imprenditoriale	37
2.7.6. I modelli sulle determinanti dell'intenzione imprenditoriale	38
2.8. L'imprenditorialità come postura strategica: l'orientamento imprenditoriale	42

Capitolo 3

Il territorio: categoria dell'azione imprenditoriale

3.1. Il territorio 'bene comune': un'analisi strutturale delle sue componenti	45
3.2. La metafora del territorio come impresa: il governo del territorio	48
3.3. Il territorio quale risorsa dello sviluppo locale e componente dell'innovazione e dell'azione imprenditoriale	51
3.3.1. I distretti industriali	53
3.3.2. I 'milieu locali' e i 'milieu innovateur'	55
3.3.3. I nuovi spazi industriali di Storper e i cluster di innovazione di Porter	57
3.3.4. Le 'learning region'	58
3.3.5. Gli 'spatial spillover'	60
3.4. Il 'genius loci' quale ulteriore elemento di orientamento dell'attività imprenditoriale del XXI secolo	62

Capitolo 4

Sostenibilità e postura strategica imprenditoriale: la Humane Entrepreneurship

4.1. Le istanze per un nuovo modello di imprenditorialità: lo sviluppo sostenibile	67
4.1.1. L'imprenditorialità sostenibile	68

pag.

4.1.2. Il modello di imprenditorialità sostenibile proposto da Shepherd e Patzelt: la relazione con la ‘Humane Entrepreneurship’	71
4.2. La ‘Humane Entrepreneurship’ quale postura strategica imprenditoriale allargata	73
4.3. Le basi teoriche della ‘Humane Entrepreneurship’ quale postura strategica imprenditoriale allargata	74
4.3.1. La Corporate Social Responsibility	76
4.3.2. La Social Identity Theory	79
4.3.3. La Servant Leadership Theory	80
4.4. Le componenti della ‘Humane Entrepreneurship’ quale postura strategica imprenditoriale allargata	81
4.4.1. L’orientamento imprenditoriale	81
4.4.2. L’orientamento alla sostenibilità	83
4.4.3. L’orientamento alle risorse umane	84
4.5. La relazione fra ‘Sustainable Entrepreneurship’, ‘Humane Entrepreneurship’ ed altre nozioni di imprenditorialità	86

Capitolo 5

Humane Entrepreneurship: proposte per una nuova prospettiva

5.1. Il campo di azione della ‘Humane Entrepreneurship’: imprenditorialità, territorio e sostenibilità in senso ampio	89
5.2. La ‘Humane Entrepreneurship’ come metamodello negli studi economico-manageriali: vecchi e nuovi ruoli del territorio	92
5.3. Un modello concettuale di ‘Humane Entrepreneurship’ a livello di impresa: componenti e relazioni	97
5.3.1. I fattori esterni	99
5.3.2. I fattori interni	103
5.3.3. I fattori personali	105
5.3.4. La performance d’impresa e lo sviluppo dell’ecosistema reticolare	107
5.3.5. Verso un ampliamento del concetto di performance d’impresa	109
5.4. ‘Humane Entrepreneurship’: questioni aperte per lo sviluppo di una più ampia e moderna teoria dell’imprenditorialità	111