OIKONOMIÁ

ECONOMIA: NÓMOS (legge) → • divisione • misurazione • amministrazione

* OIKOS (casa) [ΟΙΚΟΣ] → spazio abitato da coltivare

divisione in uno spazio abitato = CONDIVISIONE

CUSTODIRE, GIUSTA MISURA

Beni scarsi = beni economici (finiti)

L'uomo calcola perché vive in un mondo di risorse scarse e persone finite

* ALTERITÀ } RECIPROCITÀ
GIUSTIZIA }

GIUSTIZIA → giusta misura

CALCOLO ECONOMICO: calcolo che tiene conto della giustizia
↳ si è perso nel corso dei secoli

BUSINESS ↦ Affari → interessato solo al profitto che prende il sopravvento sul soggetto
↳ vede solo bisogni, solo consumi, solo profitti

Il bisogno si può soddisfare con un bene, il desiderio no.
Se si vedono solo bisogni [CONSUMISMO]

MANAGEMENT → gestione → riguarda l'impresa ma è interessato agli aspetti costitutivi [come nasce e dinamica di funzionamento]

MICROECONOMIA → oggetto di analisi è l'impresa e le sue relazioni con la domanda

Boeing → cultura che mette avanti le gratificazioni a BT x gli azionisti rispetto a scelte fondate sulla progettazione e le strategie a LT.

HEALTH WARE → Scale-up nel settore delle consulenze in ambito digital health per migliorare la salute tramite le tecnologie

COME NASCE UN'IMPRESA?

Nasce da un'idea di BUSINESS:

> nasce da un prodotto COSA

> A CHI? conoscenza del mercato al quale si intende rivolgersi

> COME? desiderio di sfruttare meglio il marchio, le strutture produttive di una certa impresa

TARGET di MERCATO — A CHI?

Sistema di OFFERTA — STRUTTURA — COSA? — COME?

(canali, comunicazione)

↳ devono essere COERENTI

Il loro insieme rappresenta il MODELLO DI BUSINESS

Deve tener conto del contesto:

Modello di business determina il

MODELLO ECONOMICO

=

Sistema di ricavi, costi operativi, capitale circolante, investimenti in immobilizzazioni, che deriva dalle scelte relative al progetto imprenditoriale.

① Revenue Model
② Modello dei costi operativi
③ Working capital
④ Immobilizzazioni operative.

→ CONCORRENZA

→ AMBIENTE: insieme di forze (che modificandosi fanno cambiare il mio modello di business)

- forze di mercato → DELOCALIZZAZIONE / OUTSOURCING
- forze macro-economiche
- trend ⇄ socio-economici (URBANIZZAZIONE)
  ⇄ tecnologici (AVVENTO INTERNET)
  ↓ regolatori (leggi), (INTRODUZIONE DATI)

CONCORRENZA → diretta: offrono gli analoghi sistemi di offerta
→ indiretta: offrono prodotti diversi che soddisfano gli stessi bisogni
→ potenziale: potrebbero in futuro rivolgersi agli stessi mercati

La sua analisi mi permette di capire l'attrattività di un settore

Sulla concorrenza posso interagire, sull'ambiente no

dato di scoperta viene in commercio

COSA: es. post-it [impresa 3m] 1968 - 1980

Ricercatori cercavano un* adesivo molto potente

Spencer scopre un adesivo che attaccava poco → fallimento

Fly aveva la passione del canto e i loro fogli con le canzoni non stavano sul leggio

↳ usa l'adesivo che non attaccava in modo permanente

A CHI? es. patatine San Carlo / Celtel

gruppo San Carlo nasce nel 1936 da una rosticceria a Milano

vende polli allo spiedo e in aggiunta patatine ↔ come accessorio, molto croccanti

Trasferisce l'attività in un'altra via dove la produzione è più elevata.

COME? es. Zara, Kenzo, Armani

da qualche anno sono entrate nel mercato dell'arredamento

riproponendo lo stesso concept di prodotto ↵

CONCORRENZA ⇝ ogni impresa ha almeno un modello di business

↳ indiretta

↳ es. Ryanair, un suo concorrente diretto è S.Kype: imprese che offrono questo tipo di servizio

in questi giorni per trend regolativo è cambiato l'ambiente ↵

I confini dei settori di 50 anni fa erano ben definiti, oggi sono molto permeabili

Disney 100 anni fa si occupava di cartoni animati

oggi ha negozi di giocattoli, ha parchi divertimento

⇒ per un'impresa è difficile capire da che parte arriverà il cambiamento

master COPY

SISTEMA DI OFFERTA

Rappresenta ciò che l'impresa offre sul mercato:

> ELEMENTI MATERIALI : prodotto (estetica, funzionalità)/prodotti e servizi accessori

> GAMMA → Ampiezza (numero di linee di prodotto)
→ Profondità (data una linea di prodotto il numero di varianti che la costituiscono)

ELEMENTI IMMATERIALI ↔ immagine, status

ELEMENTI ECONOMICI ↔ PREZZI : prezzo, prodotto o pacchetti offerta; TEMPI e MODALITÀ di PAGAMENTO; GARANZIA

TARGET DI MERCATO

a chi è rivolto il sistema di offerta : l'impresa non deve coprire tutto il mercato (perdita di focus e di identità)

[B2C] BUSINESS TO CONSUMERS

[B2B] BUSINESS TO BUSINESS

STRUTTURA → Determina rapporto fra CF e CV e l'ammontare degli investimenti in immobilizzazioni e in capitale circolante operativo

insieme delle risorse materiali [impianti], immateriali [competenze]

Riguarda l'intero network nel quale l'impresa è inserita → SISTEMA di CREAZIONE del VALORE (impresa + suoi partner)

COMUNICAZIONE e CANALI

Scelte relative alla pubblicità, interazione con i clienti sul mercato target

↳ SISTEMA OFFERTA

Scelte dei canali legate a dei vincoli : es. biglietti compagnie low-cost vendute online

Buone performance per Alphabet e Microsoft, colossi di internet e dell'hi-tech grazie alla DIVERSIFICAZIONE

Gamma es. Armani → ambito abbigliamento
linee di prodotto → prodotti differenti → jeans, camicie, scarpe
Più aumento il n° delle linee più la gamma è ampia
DIVERSIFICARE significa aggiungere linee

Profondità → ci muoviamo all'interno della linea
↳ n° di varianti di prodotto che si riferiscono a quella linea
[jeans skinny rosa, j. s. blu, jeans regular fit]
DIFFERENZIARE significa aggiungere varianti a una data linea

MODELLI DI BUSINESS MULTIPLI → due o più interlocutori per il sistema di offerta
↳ non significa DIVERSIFICAZIONE → non si opera in mercati differenti
es. periodici [giornali] ⇒
ci sono due interlocutori (lettori e inserzionisti → pagano affinché pubblicità loro prodotto venga inserito nel periodico)

es. mostre: (pubblico e sponsor ⇆ pubblici/privati)

MERCATO FINANZIARIO

risparmiatori e imprese mediati da intermediari finanziari (banche)

in funzione della NATURA

- MERCATO CREDITIZIO [depositi, mutui]
- M. MOBILIARE [titoli ⇆ azioni/obbligazioni]
- M. ASSICURATIVO

in funzione della DURATA

- M. MONETARIO (12-18 mesi)
- M. CAPITALI (>18 mesi)

in funzione del MOMENTO EMISSIONE

- M. PRIMARIO [titoli di nuova emissione]
- M. SECONDARIO [titoli in circolazione]