



# Indice

|                             | <i>pag.</i> |
|-----------------------------|-------------|
| <i>Indice delle figure</i>  | IX          |
| <i>Indice delle tabelle</i> | XV          |
| <i>Prefazione</i>           | XVII        |

## Capitolo 1

### ***Introduzione, Framework Teorico e Metodologia***

|                                                                                               |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1.1. Introduzione e pianificazione della ricerca                                              | 1  |
| 1.2. Il Disegno della ricerca                                                                 | 8  |
| 1.3. Il <i>Theoretical background</i>                                                         | 13 |
| 1.4. Metodologia adottata tra qualitativa, quantitativa e <i>methodological triangulation</i> | 15 |
| 1.4.1. Metodologia qualitativa                                                                | 22 |
| 1.4.1.1. Lo studio di caso                                                                    | 24 |
| 1.4.2. Metodologia quantitativa e questionario                                                | 27 |
| 1.4.2.1. L'analisi dei dati                                                                   | 30 |

## Capitolo 2

### ***Quadro teorico di riferimento***

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| 2.1. Il quadro teorico di riferimento                      | 35 |
| 2.2. <i>Corporate Social Responsibility</i>                | 39 |
| 2.3. <i>Strategic Management</i>                           | 41 |
| 2.3.1. <i>Strategy &amp; Planning</i>                      | 44 |
| 2.3.2. Strumenti ed attori nella Pianificazione Strategica | 49 |
| 2.3.2.1. I Piani Strategici                                | 50 |
| 2.3.2.2. Il Pianificatore                                  | 50 |
| 2.3.3. La Dinamica Strategica                              | 54 |
| 2.3.3.1. Ideazione                                         | 56 |
| 2.3.3.2. Definizione                                       | 57 |
| 2.3.3.3. Azione                                            | 60 |
| 2.3.3.4. Sorveglianza                                      | 62 |

|                                               | <i>pag.</i> |
|-----------------------------------------------|-------------|
| 2.4. <i>Decision Making Theory</i>            | 65          |
| 2.5. <i>Ethical Decision Making</i>           | 73          |
| 2.6. La Visione Relazionale d'Impresa         | 76          |
| 2.7. <i>Stakeholder Theory</i>                | 80          |
| 2.7.1. <i>Stakeholder engagement</i>          | 82          |
| 2.8. <i>Service logic e value co-creation</i> | 84          |

### **Capitolo 3**

#### ***Il Bilancio Sociale: funzioni e standard nel quadro nazionale e sovranazionale***

|                                                                  |     |
|------------------------------------------------------------------|-----|
| 3.1. Dalla rendicontazione al Bilancio Sociale                   | 89  |
| 3.2. Gli <i>standard</i> del Bilancio Sociale                    | 94  |
| 3.3. Le funzioni del Bilancio Sociale                            | 102 |
| 3.4. Il Bilancio Sociale nel contesto nazionale e sovranazionale | 110 |
| 3.4.1. Il Bilancio Sociale in Italia                             | 112 |
| 3.4.2. Il Bilancio Sociale in Europa e negli Usa                 | 114 |

### **Capitolo 4**

#### ***Il Bilancio Sociale negli Atenei pubblici italiani tra competitività e co-creazione di valore***

|                                                                                                                          |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.1. Innovazioni normative nella PA: managerializzazione e indirizzi per gli Atenei                                      | 117 |
| 4.2. Gli Atenei tra norme e <i>governance</i>                                                                            | 123 |
| 4.2.1. Pianificazione Strategica e Programmazione Triennale                                                              | 129 |
| 4.3. <i>Accountability</i> e rendicontazione sociale negli Atenei                                                        | 136 |
| 4.4. Il Bilancio Sociale negli Atenei pubblici italiani                                                                  | 139 |
| 4.5. La co-creazione di valore attraverso la Visione Relazionale e lo <i>Stakeholder engagement</i> nel Bilancio Sociale | 146 |
| 4.6. L'impatto del Bilancio Sociale nella pianificazione strategica degli Atenei                                         | 149 |

### **Capitolo 5**

#### ***Il caso dell'Università degli Studi di Salerno***

|                                                                                    |     |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 5.1. Premessa metodologica                                                         | 153 |
| 5.2. Il <i>Case study</i> : l'Università di Salerno                                | 155 |
| 5.2.1. L'articolazione organizzativa e il sistema di <i>governance</i> dell'Ateneo | 155 |

|                                                                                                                              | <i>pag.</i> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| 5.2.2. Il processo di rendicontazione                                                                                        | 160         |
| 5.2.3. Il Bilancio Sociale dell'Università di Salerno: contesto<br>normativo, istituzionale ed organizzativo dell'iniziativa | 162         |
| 5.2.4. L'articolazione e le caratteristiche del Bilancio Sociale<br>di Ateneo                                                | 164         |
| 5.3. Lo strumento di indagine: il questionario                                                                               | 168         |
| 5.3.1. L'analisi dei dati                                                                                                    | 169         |
| 5.4. Un'analisi multivariata del questionario sul Bilancio Sociale                                                           | 193         |
| 5.4.1. L'Analisi delle Corrispondenze Multiple                                                                               | 193         |
| 5.4.1.1. I risultati dell'ACM                                                                                                | 193         |
| 5.4.2. La <i>Cluster Analysis</i>                                                                                            | 209         |
| 5.4.2.1. La caratterizzazione delle classi                                                                                   | 210         |
| 5.5. I risultati dell'indagine                                                                                               | 221         |

## **Capitolo 6**

### ***Conclusioni, implicazioni e future direzioni di ricerca***

|                                              |     |
|----------------------------------------------|-----|
| 6.1. Considerazioni conclusive e limitazioni | 223 |
| 6.2. Possibili sviluppi di ricerca           | 226 |
| <i>Bibliografia</i>                          | 235 |
| <i>Sitografia</i>                            | 265 |