



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI BERGAMO
DIPARTIMENTO DI INGEGNERIA GESTIONALE
QUADERNI DEL DIPARTIMENTO[†]

Department of Economics and Technology Management

Working Paper

n. 07 – 2007

Orientamento imprenditoriale e crescita della media impresa

by

Lucio Cassia and Alessandra Colombelli

[†] Il Dipartimento ottempera agli obblighi previsti dall'art. 1 del D.L.L. 31.8.1945, n. 660 e successive modificazioni.

COMITATO DI REDAZIONE[§]

Lucio Cassia, Gianmaria Martini, Stefano Paleari, Andrea Salanti

[§] L'accesso alle *Series* è approvato dal Comitato di Redazione. I *Working Papers* ed i *Technical Reports* della Collana dei Quaderni del Dipartimento di Ingegneria Gestionale e dell'Informazione costituiscono un servizio atto a fornire la tempestiva divulgazione dei risultati dell'attività di ricerca, siano essi in forma provvisoria o definitiva.

Orientamento imprenditoriale e crescita della media impresa

Lucio Cassia^a e Alessandra Colombelli

Università degli Studi di Bergamo
Viale Marconi, 5 - 24044 Dalmine (BG)

Abstract

Tramite la costruzione e l'analisi di un database che raccoglie informazioni di natura economico-finanziaria e i risultati di una *survey* sul tema della media impresa, lo studio si pone un duplice obiettivo. In primo luogo, intende individuare quali sono le peculiarità che costituiscono gli elementi a supporto della crescita della media impresa, anche in confronto con le imprese di minori dimensioni. In secondo luogo, il lavoro si pone l'obiettivo di identificare il ruolo dell'orientamento imprenditoriale tra i fattori che determinano le performance economiche della media impresa. I risultati dell'analisi econometrica per dati panel consentono di individuare le principali determinanti a sostegno della crescita della media impresa; tra queste proattività, propensione al rischio e investimenti finalizzati alla crescita paiono assumere un ruolo significativo.

Parole chiave : competitività, crescita, imprenditorialità, business performance, media impresa

^a Tel: +39 035 2052350 ; Fax: +39 02 70031063
E-mail: lucio.cassia@unibg.it

1. Introduzione

La questione di una specificità dell'industria italiana dal punto di vista della struttura dimensionale pare di interesse rilevante; quando si prende in considerazione presente e futuro dell'industria nazionale, spesso l'attenzione degli analisti converge verso ciò che è ritenuta una delle principali peculiarità del "caso italiano", ovvero l'esistenza di uno *small business sector*. Le principali ragioni alla base di tale specificità sono spesso ricondotte a caratteristiche strutturali del sistema produttivo italiano, quali la struttura familiare delle imprese legata alla forte propensione al mantenimento di proprietà e controllo, il modello produttivo dei distretti industriali in prevalenza costituiti da piccole imprese, la natura del mercato finanziario prevalentemente banco-centrico, una politica industriale a volte protezionista e poco incentivante nei confronti delle imprese di piccole dimensioni.

In anni recenti la letteratura ha attribuito alla peculiarità dimensionale alcune delle principali criticità del sistema industriale italiano, in particolare la diminuzione di competitività sui mercati internazionali, soprattutto nei confronti dei Paesi tradizionali *competitor* dell'economia italiana, quali Germania, Francia e Spagna. L'Italia manifesta infatti da alcuni anni performance economiche inferiori rispetto ad altri Paesi europei in termini di crescita: il prodotto interno lordo cresce ad un tasso inferiore rispetto alla media europea (per il 2006 i dati Eurostat mostrano che l'Italia è cresciuta dell'1,9% contro il 2,9% della UE-25 e il 2,7% dei paesi dell'Euro Area) e, dal 1996, sono in contrazione le quote di mercato nell'esportazione. In questo contesto, i contributi in letteratura relativi alle cause della particolare situazione italiana fanno riferimento a due ambiti distinti; da un lato, viene messo in luce il limitato numero di grandi imprese italiane in settori avanzati o comunque ad alta crescita, anche se operanti in settori tradizionali; dall'altro, si sostiene che la riduzione della competitività delle imprese italiane, evidenziata, *inter alia*, dalla contrazione delle quote di mercato in area internazionale, dipenda anche dall'eccessiva frammentazione e dal fatto che le piccole imprese non sono dotate degli strumenti economici, culturali ed organizzativi per affrontare il mercato globale.

I due ambiti di studio si focalizzano, dunque, su differenti unità di analisi dimensionale, da un lato la grande impresa e dall'altro la piccola, mentre si soffermano in misura minore su una componente importante del sistema produttivo, la media

impresa, che viene spesso aggregata in un unico *cluster* indistinto per Piccole e Medie Imprese (PMI). Negli ultimi anni, tuttavia, il tema delle medie imprese ha attirato l'attenzione di studiosi, amministratori della cosa pubblica e imprenditori, secondo cui non secondario appare il contributo della media impresa alla crescita economica, nella convinzione che essa costituisca la componente più dinamica del sistema industriale italiano. Osservando alcuni indicatori economici si nota come il crescente interesse nei confronti dell'impresa di medie dimensioni abbia motivazioni di fondo; ad esempio, se dal punto di vista quantitativo nel 2003 le medie imprese costituivano lo 0,7% delle imprese manifatturiere italiane, esse generavano comunque più del 12% del valore aggiunto del manifatturiero, al quale è possibile aggiungere un 6% di indotto relativo al volume dei loro acquisti (Mediobanca-Unioncamere, 2006).

Con particolare attenzione al *cluster* della media impresa, il presente lavoro si inserisce nel filone di ricerca volto allo studio delle determinanti che supportano le strategie di crescita imprenditoriale ed i relativi fattori di sviluppo in relazione al contesto competitivo. Questa ricerca si pone come primo obiettivo l'individuazione delle peculiarità che costituiscono gli elementi a supporto della crescita della media impresa, anche in relazione alla differenziazione rispetto alla piccola impresa. In secondo luogo, si intende dare un contributo allo studio sulle relazioni esistenti tra fattori di natura imprenditoriale e performance economiche della media impresa, evidenziando anche in questo caso un diverso orientamento imprenditoriale rispetto alle imprese di minori dimensioni.

A tal fine, tramite la costruzione di un database che raccoglie informazioni relative agli aspetti di natura economico-finanziaria, all'organizzazione, alla gestione, alla formazione del personale, all'innovazione, ai rapporti con il territorio, alla struttura del capitale di imprese sia di medie che di piccole dimensioni, la ricerca analizza le performance delle imprese del campione in modo da evidenziare le peculiarità della media impresa, in particolare nella comparazione con le imprese di minori dimensioni; nell'analisi svolta le piccole imprese costituiscono infatti un termine di confronto per la media impresa.

Il lavoro è strutturato come segue. Il paragrafo 2 delinea il profilo della media impresa, concentrandosi sulla natura e sulle specificità che paiono contraddistinguere tale classe dimensionale nel quadro economico italiano. Nel paragrafo 3 sono esposte

alcune considerazioni riprese dalla letteratura attinente la crescita, al fine di definire le basi su cui si fonda il lavoro empirico qui presentato; in particolar modo si presentano le principali determinanti della crescita individuate in letteratura; in questa fase si pone particolare attenzione al ruolo giocato dall'imprenditorialità in relazione alle performance aziendali. Nel paragrafo 4 viene riportata la metodologia utilizzata ed i risultati conseguiti. Le conclusioni sono presentate nel paragrafo 5, che offre anche alcuni spunti di discussione.

2. Profilo della Media Impresa

Per delineare il profilo della media impresa, con particolare riferimento al caso italiano, occorre innanzitutto definire tale unità di analisi in raffronto alle altre dimensioni d'impresa. Spesso la definizione di media impresa ha assunto una connotazione negativa essendo considerata come un'entità che non rientra nell'insieme né di quelle grandi, né di quelle piccole. Secondo Rullani (2003), "Siccome la teoria attribuisce delle proprietà (positive) alle grandi e delle proprietà (positive) alle piccole, le medie imprese sono quell'insieme di imprese per cui non valgono né le une, né le altre" (pp. 57). Analizzando i lavori sul tema della crescita, pare che la media impresa sia spesso considerata come l'impresa "di mezzo", che rappresenta dunque una fase di transizione dimensionale nel passaggio dalla piccola alla grande (Scott e Bruce, 1988).

In anni recenti, tuttavia, alcuni studiosi, hanno iniziato a focalizzarsi sulla media impresa, riconoscendone individualità e autonomia rispetto alle altre dimensioni aziendali. Colli (2003), spiega come l'emergere della classe dimensionale media sia stata favorita, a partire dai primi anni Novanta, dalla crisi che ha coinvolto sia le grandi imprese sia le piccole. Secondo l'autore a partire dal secondo dopoguerra il capitalismo italiano ha vissuto una marcata polarizzazione della propria struttura produttiva tra imprese grandi e imprese piccolissime. Tuttavia questo paradigma del capitalismo italiano è mutato già nel corso degli anni Settanta e in maniera più diffusa all'inizio degli anni Novanta nel corso di una fase di forte turbolenza dei mercati, offrendo dunque nuove opportunità di sviluppo alle imprese di media dimensione.

In considerazione di questi fenomeni, alcuni lavori di riferimento (Butera, 1998; Caprio e Inzerillo, 2002; Rullani, 2003) evidenziano come le medie imprese si caratterizzino per performance superiori e forniscono una serie di interpretazioni ad un

siffatto fenomeno. Alcune delle determinanti individuate, con particolare riferimento al caso italiano, riguardano principalmente l'uso frequente della struttura di gruppo^b, che spesso ha l'obiettivo del supporto ad una specializzazione produttiva differenziata ed all'apertura ai mercati internazionali. La media impresa pare inoltre caratterizzarsi per una maggiore propensione al rischio in termini finanziari, che contribuisce anche ad una presenza diffusa sui mercati internazionali. Inoltre, il peso della famiglia e della gestione familiare è ancora significativo, anche se si va affermando una gestione di manager esterni che si integra in maniera armonica con la proprietà. La media impresa pare poi differenziarsi per la capacità innovativa e per la connessione con la comunità tecnico-scientifica; spesso è inserita in una rete di forti relazioni con il territorio e con il mercato.

Dall'indagine annuale svolta congiuntamente da Mediobanca e Unioncamere sulla media impresa industriale, è possibile ricavare alcune informazioni che ci permettono di definire meglio il caso italiano e di rilevare l'incidenza di questa classe sull'economia nazionale. L'indagine censisce l'universo delle medie imprese industriali italiane^c. Tra il 1998 e il 2003 le medie imprese in Italia sono aumentate di 517 unità, saldo tra 2113 ingressi e 1596 uscite. La distribuzione geografica evidenzia una notevole diffusione della media impresa nel Nord Ovest, nel Nord Est e nella fascia adriatica, oltre che in alcune province toscane. La regione italiana più densamente popolata di aziende industriali è la Lombardia (Nord Ovest), che ospita il 19,8% delle imprese manifatturiere italiane, ma ben il 31,7% di quelle di media dimensione; altre due regioni dove la numerosità di medie imprese è elevata sono l'Emilia-Romagna e il Veneto.

La capacità competitiva della media impresa si può riscontrare osservando l'andamento dei principali indici di sviluppo tra il 1996 e il 2003, da cui emerge un quadro molto dinamico e soprattutto in crescita nell'arco di tempo preso in esame. Come si osserva dalla Tabella 1, confrontando i risultati di bilancio di medie e grandi imprese, si può notare come il fatturato delle medie imprese sia aumentato di circa il 42,8%, mentre le esportazioni mostrano incrementi del 51,7%, contro valori per le

^b La struttura di gruppo indica la presenza di imprese giuridicamente autonome collegate da legami di proprietà tali da poterle considerare una unica impresa economica.

^c Nello studio di Mediobanca e Unioncamere vengono considerate medie imprese le aziende con un numero di dipendenti compreso tra 50 e 499 e un fatturato tra i 16 e i 260 milioni di euro. Sono escluse dal novero delle medie imprese quelle che, pur rispettando questi parametri, sono appartenenti a gruppi di grandi dimensioni.

grandi imprese rispettivamente pari a +26,4% e +31,2%. Si rilevano trend di crescita migliori per le medie imprese anche in termini di valore aggiunto (+33,3% rispetto a +11,9% per le grandi imprese) e occupati (con un incremento del 18,0% delle medie a fronte di una riduzione del 10,2% delle grandi imprese). Questi indici evidenziano come le prestazioni di crescita della media impresa siano superiori a quelle della grande impresa, avvalorando la considerazione per cui le aziende appartenenti alla classe di medie dimensioni siano in crescita e acquistino un ruolo sempre più importante all'interno del panorama industriale nazionale.

Tabella 1

3. Inquadramento teorico e ipotesi

Al fine di individuare alcune delle specificità delle medie imprese appartenenti al campione in esame, nella presente indagine si fa riferimento ai lavori di ricerca che mettono in relazione la crescita delle PMI con alcune caratteristiche distintive delle imprese. La teoria economica ha, infatti, mostrato crescente interesse nei confronti del tema della crescita, poiché è uno dei fattori di competitività dell'impresa e concilia l'interesse di un ampio numero di *stakeholders*, quali, ad esempio, proprietari, dipendenti, investitori e *policy makers*.

In questo ambito di analisi, la letteratura evidenzia l'ampia panoramica delle diverse determinanti della crescita, tra cui, oltre all'età, al settore, alla proprietà, alla forma legale e alla localizzazione, la dimensione dell'impresa ricopre un ruolo cruciale ed è pertanto una delle variabili più studiate (Evans, 1987; Storey, 1994; Wagner, 1995; Almus e Nerlinger, 1999). In Tabella 2 è riportata una sintesi di alcuni lavori focalizzati su PMI e crescita ponendo in evidenza le determinanti analizzate.

Tabella 2

E' opportuno notare come la letteratura nell'analisi dei processi di crescita si sia spesso focalizzata sul comparto aggregato della piccola e media impresa; nel presente

lavoro, tuttavia, utilizzeremo alcune delle variabili ricorrenti in letteratura evidenziando quali di esse appaiono maggiormente rilevanti ai fini della crescita del segmento della media impresa. Ci attendiamo infatti che le performance della media impresa siano influenzate positivamente da specifiche leve strategiche.

Al fine di gettare luce sulla relazione tra performance delle medie imprese e fattori imprenditoriali, intendiamo inoltre soffermarci con particolare attenzione sulle variabili che attengono alla imprenditorialità. Come la letteratura sul tema ha evidenziato, la crescita viene spesso promossa attraverso l'orientamento imprenditoriale dell'impresa che si manifesta, ad esempio, in termini di attività innovativa e selezione di talenti imprenditoriali (si veda, ad esempio, Cohen e Levin, 1989; Rothwell, 1989; Jovanovic, 2001; Audretsch, 2002). Se in passato, infatti, la letteratura si è spesso concentrata sull'imprenditore, figura cardine attorno alla quale si sviluppa il fenomeno dell'imprenditorialità, in anni recenti ha esteso il concetto di imprenditorialità da un livello individuale ad un livello organizzativo, individuando una serie di caratteristiche che coinvolgono l'intera impresa e che identificano l'orientamento imprenditoriale della stessa. Se dunque per imprenditorialità si intende una caratteristica comportamentale di un individuo, un'organizzazione avrà uno spirito imprenditoriale solo se offrirà ai suoi componenti l'opportunità di assumere un comportamento di natura imprenditoriale. Diversi autori hanno definito l'orientamento imprenditoriale a livello di impresa individuando alcune caratteristiche. Seguendo gli studi di Miller (1983), ripresi e ampliati successivamente da Covin e Slevin (1991) e Lumpkin e Dess (1996), è possibile distinguere tre dimensioni principali dell'orientamento imprenditoriale: innovazione, propensione al rischio e proattività. Ai fini della nostra ricerca, l'individuazione di queste variabili costituisce un prezioso contributo. In linea con questi concetti, ci attendiamo che le medie imprese studiate nel presente lavoro si caratterizzino per un elevato orientamento imprenditoriale e che questo abbia una influenza positiva sulla loro crescita.

4. Metodologia di ricerca

4.1 Raccolta dati e descrizione del campione

L'articolo studia ed inquadra nel *framework* teorico di riferimento i risultati di una *survey* condotta nell'ambito di un progetto di ricerca che ha coinvolto l'Università degli

Studi di Bergamo, l'Università Bocconi e Confindustria. Il campione iniziale selezionato per lo svolgimento della *survey* è costituito dalle imprese operanti nella provincia di Bergamo associate a Confindustria. Si tratta di imprese industriali prevalentemente di medio-grandi dimensioni con una media di circa 70 addetti.

La provincia di Bergamo è particolarmente interessante ai fini della ricerca in quanto si tratta di un territorio ad alta vocazione imprenditoriale, che appare particolarmente interessato ai fenomeni di trasformazione che coinvolgono il tessuto produttivo, anche in virtù di una elevata specializzazione industriale. Inoltre, la provincia, come rilevato dal rapporto di Mediobanca e Unioncamere, è situata in una delle aree a maggiore concentrazione di imprese di medie dimensioni.

L'indagine è stata condotta mediante l'invio di questionari alle 1100 imprese associate a Confindustria, 208 delle quali hanno compilato il form ricevuto; l'indagine ha avuto pertanto un tasso di risposta pari al 19%. Il questionario è stato indirizzato all'imprenditore, con specifico riferimento all'orientamento strategico dell'impresa negli ultimi cinque anni, in relazione a quattro macro-aree: *i*) gli assetti organizzativi e gestionali, con particolare riferimento alla presenza di soci familiari nella struttura proprietaria, negli organi di governo e direzionali, alla managerializzazione e delega, al passaggio generazionale; *ii*) il contesto e gli attori territoriali, ossia i fattori territoriali di competitività, la disponibilità e la qualità del capitale umano, la presenza di effetti-distretto; *iii*) le prospettive e le strategie nel medio termine; *iv*) le fonti di finanziamento, i finanziamenti alla ricerca e all'innovazione, i rapporti con il sistema creditizio.

La base di dati relativa al campione di indagine è stata completata inoltre con dati di natura economico-finanziaria relativi al periodo dal 1999 al 2004, cui fanno esplicitamente riferimento le domande del questionario^d.

L'analisi adotta come definizione di Piccola Media Impresa (PMI) quella in vigore dal gennaio 2005 in tutti gli Stati membri dell'Unione Europea, secondo cui viene definita PMI l'impresa con meno di 250 occupati, un fatturato annuo non superiore a 50 milioni di euro o un totale di bilancio annuo non superiore a 43 milioni di euro. In particolare, si parla di media impresa nel caso in cui il numero degli occupati sia

^d E' stato utilizzato il database AIDA, Bureau van Dijk, che raccoglie i dati di bilancio delle imprese italiane, sia quotate sia non quotate in borsa, con un fatturato non inferiore a un milione di euro.

compreso tra 50 e 249, e il fatturato annuo sia compreso tra 10 e 50 milioni di euro oppure il totale di bilancio tra 10 e 43 milioni di euro.^e

Seguendo la definizione ed i vincoli descritti, dal campione di 208 imprese che hanno risposto al questionario sono state escluse le grandi imprese e le microimprese con un fatturato annuo inferiore al milione di euro. Il campione analizzato si è pertanto attestato su 117 imprese, di cui 38, corrispondenti al 32% del campione totale, di medie dimensioni mentre le rimanenti 79, ossia il 68% del campione, di piccole dimensioni. Il test basato sulla statistica t di Student ($t = 1.5641$) effettuato sulle medie mostra che non vi sono differenze statisticamente significative in termini dimensionali tra la distribuzione delle 117 imprese del campione finale e la distribuzione della popolazione di imprese da cui il campione è stato selezionato. Sulla base di tale test si può dunque assumere che il campione è rappresentativo della popolazione in termini dimensionali. La base di dati finale, comprensiva dei dati di bilancio nel periodo 1999-2004, contiene 685 osservazioni.

Nelle Tabelle 3 e 4 sono riportati alcuni dati di descrizione del campione analizzato. Dalla Tabella 3 si nota come le medie imprese del campione in esame rispecchiano i trend evidenziati a livello nazionale. Nel periodo dal 1999 al 2004, l'impresa "di mezzo" della provincia di Bergamo, con un numero di dipendenti pari a 115 addetti e un fatturato di quasi 21 milioni di euro in media, registra tassi di crescita (7,9% in termini di fatturato e 7,6% in termini di occupati), superiori rispetto a quelli della piccola impresa (pari rispettivamente al 5,8% e 7,5%). Anche in termini di produttività e redditività le medie imprese del campione mostrano performance superiori: i valori medi di ROI e ROS per il periodo 1999-2004 sono pari rispettivamente al 7,4% e 7,0% contro il 6,5% e 5,3% per la piccola impresa.

La Tabella 4 descrive la distribuzione settoriale del campione per classi ATECO a due cifre, suddivisa per piccole e medie imprese. Per entrambe le classi dimensionali i settori che contano il maggior numero di imprese sono metallurgia e fabbricazione prodotti in metallo, che costituiscono rispettivamente per piccole e medie imprese il 20,2% e il 15,8 %, industrie tessili e dell'abbigliamento (10,1% per le PI rispetto al

^e Rispetto alla definizione di Mediobanca e Unioncamere, la definizione UE, adottata nella nuova Raccomandazione 2003/361/EC, è più restrittiva in termini sia di fatturato sia di numero di dipendenti. L'adozione di quest'ultima classificazione nel presente lavoro ha comportato l'esclusione di 8 imprese dal campione che di conseguenza rientrano nella classe di grandi dimensioni.

15,8% per le MI), fabbricazione di macchine e apparecchi meccanici (8,9% per le PI e 18,4% per le MI) mentre il settore della fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche conta maggiormente per le medie imprese (21,0% per le MI rispetto al 6,3% per le PI). La composizione del campione ricalca in larga parte la struttura industriale del territorio di riferimento, caratterizzato da una forte presenza di imprese nei settori tradizionali del comparto manifatturiero.

Tabella 3 e 4

4.2 Variabili

In analogia alla letteratura in tema di PMI (Covin and Covin, 1990; Covin and Slevin, 1991; Lumpkin and Dess, 1996; Wolff e Pett, 2006; O'Regan e Ghobadian, 2006), la variabile dipendente (*Crescita Fatturato*) nel modello proposto si riferisce al tasso di crescita del fatturato. La medesima variabile è spesso utilizzata come indicatore delle performance dell'impresa, in particolar modo negli studi sull'imprenditorialità, poiché si ritiene che l'attività imprenditoriale sia principalmente orientata alla crescita. Tale indicatore è, quindi, di particolare interesse per l'imprenditore e per gli *shareholders*. Nelle analisi presentate, la variabile è calcolata come variazione percentuale annua del fatturato per ciascuna impresa.

Per quanto riguarda le variabili indipendenti inserite nel modello, sono state prese in considerazione le determinanti della crescita considerate in letteratura, nel tentativo di verificare le ipotesi del presente lavoro, ossia che le imprese di medie dimensioni nel confronto con le piccole mostrano un comportamento differente sia rispetto ai fattori che determinano la crescita, sia in termini di orientamento imprenditoriale. Le variabili indipendenti possono essere distinte in due gruppi: i dati di natura economico-finanziaria, che variano in un arco temporale che va dal 1999 al 2004, e i dati *time-invariant*, provenienti dal questionario. Per quanto attiene questi ultimi, le variabili introdotte sono di natura categoriale, ovvero assumono una serie di valori discreti attribuiti mediante le risposte ai quesiti del questionario. Alcune variabili sono *dummy*, mentre le restanti fanno riferimento ad una scala più ampia in funzione del livello di importanza attribuito dalle imprese alle affermazioni riguardanti le strategie ed i

comportamenti adottati utilizzando una scala su 4 livelli^f. La Tabella 5 riporta la descrizione delle variabili prese in esame.

Tabella 5

In primo luogo nel modello è stata inserita la *dummy MI* che assume valore 1 nel caso in cui l'impresa sia di medie dimensioni secondo la definizione in vigore nei Paesi membri dell'Unione Europea e valore 0 altrimenti, per verificare la relazione tra dimensione e crescita, isolando il *cluster* di MI che costituiscono il campione.

Una seconda variabile considerata è l'età dell'impresa, una delle variabili più ricorrenti nella letteratura. Come già rilevato precedentemente (vedi Tabella 2), un numero esteso di studi empirici (Jovanovic, 1982; Storey, 1994; Wagner, 1995; Almus e Nerlinger, 1999; Calvo, 2006), ha dimostrato la relazione inversa esistente tra tasso di crescita ed età, mostrando come siano le imprese più giovani a registrare tassi di crescita più elevati. Pertanto nel modello è stata inserita la variabile *Età* calcolata come logaritmo dell'età ad inizio periodo.

Una ulteriore variabile che gioca un ruolo fondamentale per lo sviluppo delle medie imprese è costituita dall'*Internazionalizzazione*, ovvero la propensione all'export, espressa come incidenza delle esportazioni sul totale del fatturato. Alcuni contributi in letteratura che approfondiscono il caso italiano mostrano come l'internazionalizzazione sia un vero elemento distintivo delle medie imprese (Colli, 2003; Bonaccorsi, 1987). Inoltre, anche in studi su campioni di PMI a livello europeo si osserva una correlazione positiva tra imprese che esportano e crescita (Robson e Bennet, 2000; Wolff e Pett, 2006).

Spesso poi la media impresa mantiene forti relazioni con il territorio e con il mercato, non solo di tipo commerciale, ma anche in termini di scambio di informazioni e di conoscenza. All'interno del network di imprese accade frequentemente che la media impresa assuma un ruolo di leadership nel territorio in cui opera e diventi il nodo centrale della rete. Negli studi sulle PMI è stata spesso verificata l'importanza di collaborazioni esterne ai fini della crescita (Etzkowitz e Leydesdorff, 1997). Per questo

^f Variabile categoriale : 1 = irrilevante, 2 = poco importante, 3 = importante, 4 = molto importante

motivo, nel modello sono state inserite alcune variabili (*Network Impresa, Network Centri Ricerca, Network Società Servizio*) volte a determinare la relazione tra crescita e network che coinvolgono tre tipologie di partner: imprese, istituti di ricerca e società di servizi, pubbliche o private. Tali variabili rappresentano l'importanza attribuita agli attori locali con i quali l'impresa ha intrapreso attività di collaborazione utili allo sviluppo dell'impresa.

Un'altra variabile (*Pressione Competitiva*) presa in esame in questo lavoro cerca di spiegare l'impatto del contesto competitivo sulle performance aziendali. La variabile è calcolata come media del livello di importanza attribuito nei questionari dalle imprese del campione a sette diverse tipologie di pressioni competitive: concorrenza di prezzo, livello qualitativo, costo del lavoro, nuovi concorrenti, costo di sviluppo del prodotto, cambiamento della domanda e cambiamento della tecnologia. In tema di relazione tra turbolenza dell'ambiente esterno e crescita dell'impresa, i contributi della letteratura non sono sempre concordi. Secondo lo studio di O'Regan e Ghobadian (2006) le imprese che percepiscono un alto grado di ostilità dell'ambiente concorrenziale in cui operano manifestano una crescita più elevata per effetto di una maggiore reattività nei confronti della concorrenza. Viceversa, gli studi di Carmeli e Thisler (2004) e Wolff e Pett (2006) sostengono che un ambiente esterno avverso riduce i margini di crescita delle imprese. Infine ci sono studi, come quello di Johnson *et al.* (1999), dove la variabile *external environment* non ha un impatto significativo sullo sviluppo dell'impresa.

Per quanto attiene la struttura proprietaria, secondo alcuni importanti contributi in letteratura (Butera, 1998) la media impresa si pone a metà tra l'impresa familiare e l'impresa manageriale; il peso della famiglia e della gestione familiare in tale tipologia di impresa è ancora significativo anche se si afferma una gestione di manager esterni che si integra in maniera armonica con la proprietà. Pare di interesse indagare che impatto abbia la struttura proprietaria sulla crescita dell'impresa e, pertanto, nel modello è stata inserita una variabile *Familiarità* che assume valore 1 in caso l'impresa sia di tipo familiare, 0 altrimenti.

Infine si è posta particolare attenzione al tema dell'imprenditorialità come determinante della crescita; pertanto nel modello si è cercato di cogliere diversi aspetti della variabile imprenditorialità. In riferimento ai contributi che hanno definito il

concetto di *Entrepreneurial Orientation* (Miller, 1983; Covin e Slevin, 1991; Lumpkin e Dess, 1996), sono stati individuati diversi aspetti connessi alla attitudine imprenditoriale ed in particolare l'innovazione, la propensione al rischio e la proattività. In primo luogo, l'innovazione riflette la propensione di un'impresa a generare nuove idee, sostenere la ricerca e sperimentare nuove soluzioni tecniche ed organizzative ai fini di ottenere performance superiori di crescita. Tra le variabili indipendenti sono state inserite quindi alcune grandezze (*Innovazione Processo, Innovazione Prodotto, Innovazione Commerciale, Innovazione Risorse Umane*) che misurano il livello di importanza che le imprese attribuiscono alle strategie innovative, distinguendo tra innovazione di prodotto, processo, commerciale e risorse umane. Per misurare lo sforzo innovativo è stata introdotta inoltre la variabile *R&D* il livello di spesa in ricerca e sviluppo in percentuale sul fatturato. Tale variabile viene utilizzata come *proxy* dell'innovatività di una impresa in termini di *input*.

In secondo luogo, un'impresa con spiccato orientamento imprenditoriale spesso mostra un comportamento *risk-taking*, che, in riferimento al concetto sviluppato da Knight, può anche essere posta in relazione con l'individuazione di forme innovative di finanziamento del business. In letteratura, infatti, l'assunzione del rischio viene associata alle attività di elevato ricorso a fonti di finanziamento esterne indispensabili per la realizzazione di progetti con alti rendimenti (Covin e Slevin, 1991; Lumpkin e Dess, 1996). Pertanto, una delle variabili del modello (*Innovazione Finanziaria*) è volta a misurare l'innovazione finanziaria come misura indiretta della propensione al rischio.

In terzo luogo, è presa in considerazione la proattività, considerata in contrapposizione alla reattività, ed è associata all'atteggiamento adottato da un'impresa nei confronti dei suoi concorrenti e del mercato. Secondo la definizione proposta da Miles e Snow (1978) un'impresa può essere classificata come proattiva quando adotta strategie che implicano frequenti cambiamenti e una rapida risposta a nuove opportunità di mercato, mentre un'impresa reattiva non definisce una vera e propria strategia ma reagisce appunto ai cambiamenti introdotti sul mercato da altre imprese. Un'impresa proattiva adotta un comportamento da *first-mover*, nel senso che anticipa le tendenze del mercato introducendo nuovi prodotti\servizi prima dei suoi concorrenti. La proattività pone l'impresa disposta ad assumere rischi in un'ottica orientata al futuro per ricercare nuove opportunità e crescere. A questo proposito, alcuni studi recenti (De Clercq *et al.*,

2005) introducono il fattore *proattività* nelle proprie analisi multivariate confermando che questa caratteristica legata all'*Entrepreneurial Orientation* influisce positivamente sullo sviluppo e la crescita. Nel modello pertanto è inserita la variabile booleana *Proattività* che assume valore 1 nel caso in cui l'impresa adotti una strategia volta ad adottare gli sviluppi tecnologici del proprio settore cercando di anticiparne i cambiamenti e 0 se accade il contrario.

Nel modello sono inserite alcune variabili di controllo, *Investimenti*, *Crescita PIL* e le *dummy Settore*. La prima è calcolata come logaritmo naturale delle spese in conto capitale (CAPEX) in rapporto alle immobilizzazioni totali dell'impresa e cattura l'effetto per la parte di crescita dell'impresa dovuta ad un incremento degli *assets* totali. La seconda variabile, *Crescita PIL*, coincide con il tasso di crescita annuale del PIL (a prezzi costanti su base 1995) della regione Lombardia nel periodo dal 1999 al 2004. Questa variabile prende in considerazione l'interazione esistente tra le condizioni economiche del mercato di riferimento per il *cluster* di imprese analizzato e le performance delle imprese del campione, controllando così per i fattori esterni che ne influenzano la crescita. Infine, per tenere conto degli effetti di settore sono state inserite nel modello le variabili *dummy* settoriali. La statistica descrittiva delle variabili indipendenti utilizzate nelle analisi è fornita in Tabella 6 (per ragioni di sintesi non sono riportate le *dummy* settoriali).

Tabella 6

4.3 Modello e descrizione dei risultati

Considerando la natura dei dati che combinano la dimensione temporale e quella *cross-section*, per le stime econometriche viene utilizzato un modello di stima per panel data ad effetti random. Per l'analisi del campione viene proposto il seguente modello econometrico base (Modello 1):

$$Crescita\ Fatturato_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 MI_i + \beta_2 Et\grave{a}_i + \beta_3 Internazionalizzazione_i + \beta_4 Network\ Impresa_i + \beta_5 Network\ Centri\ Ricerca_i + \beta_6 Network\ Societ\grave{a}\ Servizio_i + \beta_7 Innovazione\ Processo_i + \beta_8 Innovazione\ Prodotto_i + \beta_9 Innovazione\ Commerciale_i +$$

$$\beta_{10} \text{Innovazione Risorse Umane}_i + \beta_{11} \text{Innovazione Finanziaria}_i + \beta_{12} R\&D_i + \beta_{13} \text{Pressione Competitiva}_i + \beta_{14} \text{Proattività}_i + \beta_{15} \text{Familiarità}_i + \beta_{16} \text{Investimenti}_{i,t} + \beta_{17} \text{Crescita PIL}_{i,t} + \beta_{18} \text{Settore}_i + \varepsilon_{i,t}$$

Successivamente viene isolato l'effetto di interazione tra quattro variabili rilevanti per la nostra analisi e la dimensione d'impresa. Tale obiettivo è stato ottenuto moltiplicando le variabili *Investimenti*, *Pressione Competitiva*, *Proattività* e *Innovazione Finanziaria* per la *dummy MI* (Modello 2). Con l'inserimento di tali componenti nel modello è possibile isolare l'effetto incrementale delle quattro leve strategiche e, di conseguenza, verificare se esse abbiano un diverso impatto sulla crescita delle medie imprese. I risultati dei due modelli sono riportati nella Tabella 7.

Dal primo modello, in cui la variabile *MI* assume un coefficiente positivo pari a 0,084 (significativo all'1%), si nota in primo luogo come effettivamente il *cluster* di medie imprese cresca maggiormente rispetto alle altre imprese del campione nel periodo di tempo preso in esame, confermando i risultati sulle prestazioni di crescita ottenute dalle medie imprese italiane, come evidenziato dalle analisi preliminari a questo studio (Mediobanca-Unioncamere, 2006). Si può notare che la variabile *Età* ha una relazione negativa con la crescita, ossia imprese giovani crescono maggiormente rispetto a imprese meno giovani. La significatività di questa variabile, e il coefficiente negativo che la caratterizza, è un segnale di continuità con la letteratura precedente. Risulta inoltre significativa ($p < 0,05$) la variabile *Innovazione Finanziaria*, che misura l'orientamento imprenditoriale in termini di assunzione del rischio e incertezza. I risultati della regressione mostrano un influsso positivo dell'innovazione finanziaria sulla crescita del fatturato e conferma la seconda ipotesi alla base della presente ricerca, ossia che le imprese di medie dimensioni mostrano un elevato orientamento imprenditoriale, nello specifico per quanto riguarda la propensione all'assunzione del rischio. Infine risultano significative ($p < 0,01$) le due variabili di controllo inserite nel modello, che presentano entrambe coefficienti positivi consentendo di concludere che le imprese del campione che investono maggiormente crescono a tassi superiori, seguendo, inoltre, l'andamento dell'economia regionale.

Mettendo a confronto i due modelli riportati in Tabella 7 emergono inoltre alcuni fatti di interesse ai fini degli obiettivi posti nel presente lavoro. Inserendo infatti nel

modello le variabili che tengono conto dell'effetto marginale della variabile media impresa, si nota come guadagnino significatività alcune determinanti che non risultano invece significative nel primo modello analizzato; in particolare si fa riferimento alle variabili *Pressione Competitiva* e *Proattività*. In questo senso viene confermata l'idea che la media impresa faccia leva su leve differenti che consentono di raggiungere tassi di crescita maggiori.

Nel secondo modello le variabili *crescita PIL* e *Età* risultano significative, rispettivamente al 1% e al 5% e mantengono lo stesso segno dei coefficienti confermando le considerazioni effettuate in riferimento al primo modello.

Il confronto tra i due modelli consente di rilevare come gli investimenti paiano essere rilevanti ai fini dell'espansione della media impresa. Nel Modello 2 la variabile *Investimenti*MI* risulta significativa al 5% e correlata positivamente alla crescita del fatturato con un coefficiente molto più elevato rispetto alla variabile *Investimenti*. Questo risultato evidenzia come le MI che investono crescono maggiormente rispetto alle altre imprese del campione.

Un secondo risultato di particolare interesse riguarda la variabile *Innovazione Finanziaria* che risulta maggiormente rilevante per le MI, poiché il coefficiente del regressore *Innovazione Finanziaria*MI* (significativo al 5%) che coglie l'effetto marginale delle medie imprese che innovano, è positivo e superiore rispetto al coefficiente della variabile *Innovazione Finanziaria*. Pare dunque che l'orientamento imprenditoriale, in termini di dimensione innovativa e di propensione al rischio, sia propria della media impresa.

Il Modello 2, dove la variabile *Pressione Competitiva*MI* è correlata negativamente ($p < 0,1$) alla crescita, segnala come le imprese di medie dimensioni soffrano la pressione competitiva che impatta negativamente sulla loro crescita. Rispetto a questo tema la letteratura precedente riporta, come già osservato, considerazioni contrastanti. Questo risultato potrebbe essere interpretato considerando che la media impresa, che in generale mostra un elevato grado di internazionalizzazione, risenta in misura maggiore della competizione sui mercati esteri. Inoltre, la struttura organizzativa di dimensioni medie è scarsamente flessibile ed è, pertanto, rallentata nel rispondere ad esempio ai cambiamenti della domanda e della tecnologia.

Inoltre è di rilievo il risultato relativo alla variabile *Proattività*MI* che diviene significativa ($p < 0,1$) considerando l'effetto congiunto con la variabile *MI*. Il coefficiente elevato rispetto al regressore *Proattività* pare verificare come le medie imprese si caratterizzino per un elevato orientamento imprenditoriale in termini di proattività e che ciò le ricompensi in termini di crescita. Questa considerazione è in linea con recenti contributi (Cassia *et al.*, 2006) che evidenziano come imprese operanti in settori tradizionali, spesso in fase di contrazione, siano comunque in grado di esprimere tassi di crescita significativi in presenza di tratti caratteristici, tra cui l'orientamento imprenditoriale.

La *dummy MI* perde significatività (da $p < 0,01$ a $p < 0,1$) e risulta correlata negativamente alla crescita. Le variabili di interazione inserite nel Modello 2 consentono, infatti, di scomporre l'effetto della *dummy MI* in differenti componenti, cogliendo l'effetto incrementale sul tasso di crescita. Catturato l'effetto positivo di investimenti, innovazione e proattività, i risultati mostrano un residuo effetto negativo di *MI* sulla crescita di fatturato, in quanto la componente positiva è già stata incorporata nell'insieme delle medie imprese che fanno leva su alcuni fattori specifici (investimenti, innovazione finanziaria e proattività), come mostrato dalla significatività delle variabili di interazione inserite nel Modello 2.

In Tabella 7 si può inoltre osservare dalla statistica *R-sq overall* come il modello utilizzato consenta di spiegare circa il 14% nel Modello 1 e del 16% nel Modello 2 della varianza dei tassi di crescita. Ogni modello è stato sottoposto a test mediante il Breusch and Pagan Lagrangian Multiplier Test per *random effect* che verifica l'ipotesi nulla di assenza di effetti individuali nel panel. Nei modelli l'ipotesi nulla non viene accettata, indicando che il modello ad effetti *random* è appropriato.

Tabella 7

5. Considerazioni conclusive

L'analisi svolta in questo lavoro è stata focalizzata su due aspetti di indagine relativi alla media impresa, volti ad identificare in primo luogo le determinanti della crescita della media impresa stessa e, secondariamente, il ruolo dell'imprenditorialità nelle performance di crescita. La ricerca si è concentrata su un campione riferito alla

popolazione delle imprese della provincia di Bergamo, un territorio che si caratterizza per una forte vocazione industriale e che costituisce una delle aree italiane a maggiore concentrazione di imprese di medie dimensioni, soprattutto nei settori tradizionali.

I risultati dell'analisi econometrica offrono alcuni spunti di riflessione e confermano le ipotesi sottoposte a test nel lavoro. In primo luogo, la ricerca ha evidenziato come le medie imprese crescano maggiormente rispetto alle altre imprese del campione. L'analisi ha posto inoltre in evidenza, secondo la letteratura sul ciclo di vita, come l'età dell'impresa incida negativamente sui tassi di crescita, evidenziando che le imprese più giovani crescono in misura maggiore. E' stato poi confermato come le imprese che investono maggiormente rilevano tassi di crescita del fatturato più elevati. Questo risultato tuttavia è più significativo nel caso della media impresa, poiché è l'effetto combinato degli investimenti per le medie imprese ad avere un maggiore impatto positivo sulle performance aziendali.

Tra le determinanti della crescita paiono giocare un ruolo di particolare interesse le dimensioni che caratterizzano l'orientamento imprenditoriale delle imprese, quali l'innovazione finanziaria e la proattività. La prima assume un particolare rilievo in considerazione del fatto che spesso le imprese, specialmente quelle di dimensioni medio-piccole, sono solite ricorrere a strumenti finanziari poco sofisticati ed innovativi. Il risultato di una maggior crescita da parte delle imprese che innovano in campo finanziario potrebbe costituire un incentivo per quelle più restie ad innovare proprio in questo ambito. Per quanto riguarda la proattività, i risultati ottenuti sostengono l'idea che imprese con un maggiore orientamento imprenditoriale, ancorché operanti in settori manifatturieri tradizionali, sono in grado di crescere a tassi elevati e superiori alla media. Dall'analisi è parso evidente come anche questo risultato dipenda dalla dimensione dell'impresa, poiché si rileva che le imprese proattive di media dimensione hanno maggiori tassi di crescita del fatturato. E' emerso inoltre che le medie imprese risentono maggiormente della pressione competitiva esterna e che ciò abbia un impatto negativo sulle loro performance.

L'insieme delle considerazioni emerse avvalorava la tesi per cui l'impresa di medie dimensioni andrebbe non solo studiata in modo autonomo, ma anche rivalutata in termini di politiche industriali. Fattori quali la proattività, la propensione al rischio e gli investimenti finalizzati alla crescita possono essere considerati come leve

particolarmente importanti per la media impresa e che le garantiscono performance significative. E' opportuno che tali leve non vengano trascurate né dalle imprese nella formulazione delle strategie competitive, né dai *policy maker* nella definizione delle politiche economico-industriali.

Riferimenti bibliografici

- Almus, M. e E.A. Nerlinger (1999), "Growth of new technology-based firms: which factors matters?", *Small Business Economics*, **13** (2), 141-154.
- Audretsch, D.B. (2002), *Entrepreneurship: A Survey of the Literature*, prepared for the European Commission, Enterprise Directorate General, July.
- Aw, B-Y (2002), "Productivity Dynamics of Small and Medium Enterprises in Taiwan", *Small Business Economics*, **18**, 69–84.
- Bonaccorsi, A. (1987), "L'attività esportativa delle piccole e medie imprese in Italia: una rassegna delle indagini empiriche", *Economia e politica industriale*, **54**.
- Butera, F. (1998), *Natura e ruolo della media impresa*, Franco Angeli, Milano.
- Calvo, J.L. (2006), "Testing Gibrat's Law for Small, Young and Innovating Firms", *Small Business Economics*, **26**, 117–123.
- Caprio, L. e U. Inzerillo (2002), La redditività delle imprese manifatturiere italiane: un confronto internazionale per settori e classi dimensionali, in Galli G. e L. Paganetto (eds.), *La competitività dell'Italia*, Ricerca del Centro Studi Confindustria, vol. II: Le imprese, Il Sole 24 Ore, Milano.
- Cassia, L., Fattore M. and Paleari S. (2006), *Entrepreneurial Strategy: Emerging Businesses in Declining Industries* (Edward Elgar: Cheltenham).
- Carmeli, A. e A.Tishler (2004), "Resources, Capabilities, and the Performance of Industrial Firms: A Multivariate Analysis", *Managerial and Decision Economics*, **25**, 299–315.
- Cohen, W.M. e R.C. Levin (1989), "Empirical Studies of Innovation and Market Structure," in Richard Schmalensee and Robert Willig (eds.), *Handbook of Industrial Organization*, Volume II, Amsterdam: NorthHolland, 1059-1107.
- Colli, A. (2003). Presentazione del volume "Le medie imprese industriali del Nord Ovest", in Mediobanca-Unioncamere, *Indagine sulle medie imprese industriali italiane*, Commenti e testimonianze, Ufficio Studi Mediobanca e Centro Studi Unioncamere.
- Covin, J. G., T. J. Covin, (1990), "Competitive Aggressiveness, Environmental Context, and Small Firm Performance", *Entrepreneurship Theory and Practice* , **14**, 35–50.
- Covin, J. G., Slevin, D. P., (1991), "A conceptual model of entrepreneurship as firm behaviour", *Entrepreneurship Theory and Practice* , **16**, 7–25.

- Davidsson, P. e B. Kirchoff A. Hatemi-J, H. Gustavsson (2002), "Empirical Analysis of Business Growth Factors Using Swedish Data", *Journal of Small Business Management*, **40**(4), 332–349.
- De Clercq, D.D., H.J. Sapienza e H. Crijns (2005) "The internationalization of Small and Medium-Sized Firms", *Small Business Economics*, **24**, 409-419.
- Etzkowitz, H. and Leydesdorff, L. (1997), *Universities in the global economy: A Triple Helix of University-Industry-Government Relations*, Cassell, London.
- Evans, D.S. (1987), "Tests of Alternative Theories of Firm Growth", *Journal of Political Economy*, **95** (4), 657-674.
- Glancey, K. (1998), "Determinants of Growth and Profitability in Small Entrepreneurial Firms", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, **4**(1), 18–27.
- Hall, B. H. (1987), "The Relationship between Firm Size and Firm Growth in the U.S. Manufacturing Sector", *Journal of Industrial Economics*, **35**, 583–606.
- Hymer, S., e P. Pashigian (1962), "Firm size and rate of Growth", *Journal of Political Economy*, **70**(4), 556-569.
- Johnson, P., C. Conway e P. Kattuman (1999), "Small Business Growth in the Short Run", *Small Business Economics*, **12**, 103–112.
- Jovanovic, B. (1982) , "Selection and Evolution of Industry", *Econometrica*, **50**, 508–523.
- Jovanovic, B. (2001), "New Technology and the Small Firm," *Small Business Economics*, **16** (1), 53-55.
- Knight, F.H. (1935), "The Ethic of Competition", *Quarterly Journal of Economics*, **37** (August 1923), 576-624, reprinted in Knight, F.H., *The Ethic of Competition and Other Essays*, New York: Harper & Brothers, pp. 41-75.
- Littunen, H., e T. Tohmo (2003). "The High Growth in New Metal-Based Manufacturing and Business Service Firms in Finland", *Small Business Economics*, **21**, 187–200.
- Lumpkin, G.T., e G.G. Dess (1996), "Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance", *Academy of Management Review*, **21**, 135–172.
- Mediobanca-Unioncamere (2006), *Le medie imprese industriali italiane*, Ufficio Studi Mediobanca e Centro Studi Unioncamere.
- Miles, R.E. e C.C Snow (1978), *Organizational Strategy, Structure and Process*, McGraw-Hill, New York.

- Miller, D. (1983), "The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms", *Management Science*, **29**, 770–791.
- O'Regan, N., e A. Ghobadian (2006), "In search of the drivers of high growth in manufacturing SMEs", *Technovation*, **26**, 30–41.
- Robson, P. J. A., e R. J. Bennett (2000), "SME Growth: The Relationship with Business Advice and External Collaboration", *Small Business Economics*, **15**, 193–208.
- Rothwell, R. (1989), "Small Firms, Innovation and Industrial Change", *Small Business Economics*, **1** (1), 51-64.
- Rullani E. (2003), Media impresa ovvero economia della filiera: una linea di analisi post-strutturalistica per il sistema produttivo italiano, in Mediobanca-Unioncamere, *Indagine sulle medie imprese industriali italiane, Commenti e testimonianze*, Ufficio Studi Mediobanca e Centro Studi Unioncamere.
- Scott, M., e R. Bruce (1988), "Gli stadi di sviluppo della piccola impresa", *Sviluppo e organizzazione*, **108**, luglio-agosto.
- Storey, D.J. (1994), *Understanding the Small Business Sector*, Routledge, London.
- Wagner, J. (1995), "Exports, Firm Size, and Firm Dynamics", *Small Business Economics*, **7** (1), 29-39.
- Westhead, P. e S. Birley (1995), 'Employment Growth in New Independent Owner-Managed Firms in GB', *International Small Business Journal*, **13**(3), 11–34.
- Wolff J. A. e T. L. Pett (2006), 'Small-Firm Performance: Modeling the Role of Product and Process Improvements', *Journal of Small Business Management*, **44**(2), 268–284.

Tabella 1. Indici di sviluppo per Medie Imprese nel confronto con le Grandi Imprese: variazioni % 1996-2003

	<i>Totale</i>	<i>Fatturato Italia</i>	<i>Esportazioni</i>	<i>Valore aggiunto</i>	<i>Dipendenti</i>
<i>Medie imprese</i>	+42,8	+38,6	+51,7	+33,3	+18,0
<i>Grandi Imprese</i>	+26,4	+23,6	+31,2	+11,9	-10,2

Fonte: Mediobanca-Unioncamere, 2006

Tabella 2. Determinanti della crescita secondo la letteratura

<i>Autori</i>	<i>Data</i>	<i>Determinanti della crescita</i>
<i>Hymer, Pashigian</i>	1962	Assets iniziali, dimensione relativa rispetto alla maggiore impresa del settore, trend di crescita del settore.
<i>Jovanovic</i>	1982	Età
<i>Evans</i>	1987	Età, dimensione
<i>Hall</i>	1987	Dimensione
<i>Storey</i>	1994	Età, dimensione, settore di appartenenza; assetti proprietari, forma legale. Natura della clientela e dei fornitori, competizione esterna, struttura
<i>Westhead, Birley</i>	1995	finanziaria, settore di appartenenza, manager azionisti, servizi territoriali di supporto.
<i>Wagner</i>	1995	Età
<i>Glancey</i>	1998	Età
<i>Johnson, Conway, Kattuman</i>	1999	Livello di istruzione del proprietario, competenze, esperienza imprenditoriale, forma legale, tipologia dei clienti, struttura del portafoglio clienti, situazione del mercato.
<i>Almus, Nerlinger</i>	1999	Età, dimensione, localizzazione, settore di appartenenza, forma legale iniziale, cambiamenti nella governance, competenze dei fondatori.
<i>Robson, Bennett</i>	2000	Età, consulenza esterna, competenze professionali, esportazione, profittabilità, tecnologia, innovazione, intensità della concorrenza.
<i>Davidsson, Kirchhoff, Hatemi-J, Gustavsson</i>	2002	Età, dimensione, forma legale, localizzazione, settore di appartenenza, attività di internazionalizzazione, cambiamenti nella governance, assetti proprietari.
<i>Aw</i>	2002	Dimensione, settore di appartenenza, produttività.
<i>Littunen, Tohmo</i>	2003	Network interno, network esterno, strategia, localizzazione, modello direzionale.
<i>Carmeli, Tishler</i>	2004	Competenze manageriali, capitale umano (formazione, esperienza, competenza), verifica interna, cultura organizzativa, incertezza ambiente esterno, settore d'appartenenza.
<i>De Clercq, Sapienza, Crijns</i>	2005	Entrepreneurial orientation, internazionalizzazione
<i>Wolff, Pett</i>	2006	Internazionalizzazione, capacità di innovazione, dimensione, turbolenze ambiente esterno, miglioramento nuovi prodotti, efficienza.
<i>Calvo</i>	2006	Età dell'impresa; dimensione; responsabilità legale; innovazione di prodotto e di processo; settore d'appartenenza.
<i>O'Regan, Ghobadian</i>	2006	Innovazione, struttura proprietaria, capacità organizzative, orientamento strategico, ambiente esterno, e-commerce.

Tabella 3. Descrizione del Campione

<i>Variabili*</i>	<i>MI</i> <i>(No. 38)</i> <i>1999-2004</i> <i>(valori medi)</i>	<i>PI</i> <i>(No. 79)</i> <i>1999-2004</i> <i>(valori medi)</i>
<i>Dipendenti(Numero)</i>	115	36
<i>Fatturato (in migliaia di euro)</i>	20.756	5.117
<i>Crescita annua media fatturato(%)</i>	7,9	5,8
<i>Crescita annua media dipendenti(%)</i>	7,6	7,5
<i>ROI(%)</i>	7,4	6,5
<i>ROS(%)</i>	7,0	5,3

** Le variabili sono calcolate per il periodo 1999-2004 come segue: Crescita annua media fatturato è pari alla media dei tassi annui; Crescita annua media dipendenti è pari alla media tassi annui*

Tabella 4. Descrizione del Campione, distribuzione settoriale

Settori	MI		PI	
	N	%	N	%
<i>14 Estrazione di minerali</i>	0	0.00	1	1.27
<i>15 Industrie alimentari e delle bevande</i>	1	2.63	2	2.53
<i>17 Industrie tessili e dell'Abbigliamento</i>	6	15.79	8	10.13
<i>19 Industrie conciarie, fabbricazione di prodotti in cuoio, pelle e simili</i>	0	0.00	2	2.53
<i>20 Industrie del legno e dei prodotti in legno</i>	0	0.00	1	1.27
<i>21 Fabbricazione della pasta-carta, della carta e del cartone, dei prodotti di carta; stampa ed editoria</i>	1	2.63	4	5.06
<i>23 Fabbricazione di coke, raffinerie di petrolio, trattamento dei combustibili nucleari</i>	1	2.63	0	0.00
<i>24 Fabbricazione di prodotti chimici e di fibre sintetiche e artificiali</i>	1	2.63	6	7.59
<i>25 Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche</i>	8	21.05	5	6.33
<i>26 Fabbricazione di prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi</i>	1	2.63	5	6.33
<i>27 Metallurgia, Fabbricazione prodotti in metallo</i>	6	15.79	16	20.25
<i>29 Fabbricazione di macchine e apparecchi meccanici</i>	7	18.42	7	8.86
<i>31 Fabbricazione di macchine elettriche e di apparecchiature elettriche, elettroniche ed ottiche</i>	1	2.63	2	2.53
<i>34 Fabbricazione di mezzi di trasporto</i>	1	2.63	0	0.00
<i>36 Altre industrie manifatturiere</i>	2	5.26	7	8.86
<i>45 Costruzioni</i>	1	2.63	3	3.80
<i>51 Commercio al dettaglio commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli, motocicli e di beni personali e per la casa</i>	1	2.63	3	3.80
<i>72 Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca, servizi alle imprese</i>	0	0.00	6	7.59
<i>90 Altri servizi pubblici, sociali e personali</i>	0	0.00	1	1.27
Totale	38	100.00	79	100.00

Tabella 5. Variabili Indipendenti

<i>Variabili</i>	<i>Metodo di calcolo</i>
<i>MI</i>	Dummy, dove la variabile assume valore 1 se l'impresa è di medie dimensioni
<i>Età</i>	Log(1999-anno fondazione+1)
<i>Internazionalizzazione</i>	% esportazioni sul totale fatturato
<i>Network Impresa</i>	Variabile Categoriale (1- 4)
<i>Network Centri Ricerca</i>	Variabile Categoriale (1- 4)
<i>Network Società Servizio</i>	Variabile Categoriale (1- 4)
<i>Innovazione Processo</i>	Variabile Categoriale (1- 4)
<i>Innovazione Prodotto</i>	Variabile Categoriale (1- 4)
<i>Innovazione Commerciale</i>	Variabile Categoriale (1- 4)
<i>Innovazione Risorse Umane</i>	Variabile Categoriale (1- 4)
<i>Innovazione Finanziaria</i>	Variabile Categoriale (1- 4)
<i>R&D</i>	Variabile Categoriale (1-3) sulla base della spesa in R&D sul totale fatturato, dove 1=<2%, 2=2-4%, 3=>4%
<i>Pressione Competitiva</i>	Indice, media del livello di importanza attribuito nei questionari dalle imprese del campione a diverse tipologie di pressioni competitive
<i>Proattività</i>	Dummy, dove la variabile assume valore 1 se l'impresa dichiara di adottare una strategia volta ad adottare gli sviluppi tecnologici del proprio settore cercando di anticiparne i cambiamenti.
<i>Familiarità</i>	Dummy, dove la variabile assume valore 1 se l'impresa è familiare secondo la definizione che considera un'impresa familiare quando una o poche famiglie, collegate da vincoli di parentela, di affinità o da solide alleanze, detengono una quota di proprietà sufficiente ad assicurare il controllo dell'impresa
<i>Investimenti</i>	Log (CAPEX/Totale Immobilizzazioni), dove il CAPEX = Immobilizzazioni materiali (t) - Immobilizzazioni materiali (t-1) + ammortamenti
<i>Crescita PIL</i>	Log PIL(t)-Log PIL(t-1)
<i>Settore</i>	Set di dummy settoriali

I valori delle Variabili Categoriali indicano il livello di importanza attribuito nei questionari compilati dalle imprese del campione secondo la scala da 1 a 4, dove 1 = irrilevante, 2 = poco importante, 3 = importante, 4 = molto importante

Tabella 6. Statistica descrittiva

<i>Campione Totale</i>					
<i>Variabile</i>	<i>N. Osservazioni</i>	<i>Media</i>	<i>Std dev</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>
<i>MI (dummy)</i>	685	0.28	0.45	0	1
<i>Età (scala logaritmica)</i>	658	3.26	0.78	0	4.84
<i>Internazionalizzazione (% sul fatturato)</i>	659	28.88	29.82	0	96
<i>Network Impresa (categoriale)</i>	684	2.51	0.97	1	4
<i>Network Centri Ricerca (categoriale)</i>	684	1.33	0.81	1	4
<i>Network Società Servizio (categoriale)</i>	684	1.65	0.87	1	4
<i>Innovazione Processo (categoriale)</i>	674	3.21	0.73	1	4
<i>Innovazione Prodotto (categoriale)</i>	667	3.18	0.77	1	4
<i>Innovazione Commerciale (categoriale)</i>	674	2.96	0.70	1	4
<i>Innovazione Risorse Umane (categoriale)</i>	679	2.89	0.71	1	4
<i>Innovazione Finanziaria (categoriale)</i>	673	2.50	0.88	1	4
<i>R&D (categoriale)</i>	662	1.57	0.74	1	3
<i>Pressione Competitiva (media)</i>	685	2.70	0.50	1.14	3.57
<i>Proattività (dummy)</i>	685	0.62	0.48	0	1
<i>Familiarità (dummy)</i>	684	0.64	0.48	0	1
<i>Investimenti (scala logaritmica)</i>	547	3.00	0.07	1.46	3.05
<i>Crescita PIL (variazione %)</i>	684	1.22	1.01	-0.59	1.90

Tabella 7. - Risultati delle stime econometriche

<i>Variabile indipendente Crescita Fatturato</i>		
<i>Numero osservazioni 489</i>		
<i>Variabili</i>	<i>MODELLO 1</i>	<i>MODELLO 2</i>
	<i>Modello base</i>	<i>Effetto combinato MI e</i> <i>Investimenti, Proattività Pressione</i> <i>Competitiva,</i> <i>Innovazione Finanziaria</i>
<i>MI</i>	0,084 *** (3,11)	-9,811 * (-1,79)
<i>Età</i>	-0,032 ** (-1,83)	-0,040 ** (-2,71)
<i>Internazionalizzazione</i>	-0,000 (-0,55)	-0,000 (-0,36)
<i>Network Impresa</i>	0,009 (0,49)	-0,001 (-0,07)
<i>Network</i>	-0,002	-0,002
<i>Centri Ricerca</i>	(-0,07)	(-0,08)
<i>Network</i>	-0,010	-0,010
<i>Società Servizio</i>	(-0,37)	(-0, 37)
<i>Innovazione Processo</i>	0,015 (0,84)	0,007 (0,41)
<i>Innovazione Prodotto</i>	-0,020 (-1,16)	-0,012 (-0,65)
<i>Innovazione Commerciale</i>	-0,027 (-1,35)	-0,030 (-1,50)
<i>Innovazione Risorse Umane</i>	-0,021 (-1,06)	-0,027 (-1,30)
<i>Innovazione Finanziaria</i>	0,037 ** (2,29)	0,021 (1,15)
<i>R&D</i>	-0,015 (-0,81)	-0,023 (-1,21)
<i>Pressione Competitiva</i>	-0,034 (-0,99)	0,008 (0,21)
<i>Proattività</i>	0,035 (1,30)	0,011 (0,34)
<i>Familiarità</i>	0,022 (0,85)	0,041 (1,50)
<i>Investimenti</i>	4,121 *** (4,46)	2,35 * (1,86)
<i>CrescitaPIL</i>	4,025 *** (3,85)	4,140 *** (4,00)
<i>Settore</i>	Sì	Sì
<i>Investimenti*MI</i>		3,341**

		(1,84)
<i>Innovazione Finanziaria*MI</i>		0,077 **
		(2,12)
<i>Pressione Competitiva*MI</i>		-0,144 *
		(-1,77)
<i>Proattività*MI</i>		0,097 *
		(1,68)
<i>R-sq overall</i>	0,144	0,164
<i>F / Wald Chi-sq.</i>	78,05 ***	89,32 ***
<i>Breusch and Pagan Lagrangian</i>	6,13 **	3,99 **
<i>Multiplier Test</i>		

*La variabile MI è una dummy; Età è calcolata all'inizio del periodo; Internazionalizzazione rappresenta la percentuale delle esportazioni sul totale del fatturato; Network Impresa, Network Centri Ricerca, Network Società Servizio, Innovazione Processo, Innovazione Prodotto, Innovazione Commerciale, Innovazione Risorse Umane, Innovazione Finanziaria, sono variabili categoriali su scala da 1 a 4; R&D rappresenta il livello di spesa per R&D in percentuale sul fatturato; Pressione Competitiva è la media del livello di importanza attribuito nei questionari dalle imprese del campione a diverse tipologie di pressioni competitive; Proattività e Familiarità sono dummy; Investimenti è pari al Log (CAPEX/Totale Immobilizzazioni); Crescita PIL è la variazione percentuale annua; Settore è il set di dummy settoriali, dove l'indicazione Sì significa che il set di dummy settoriali è stato inserito nel modello. Il livello di significatività è espresso come segue: *p < 0,1; **p < 0,05; ***p < 0,01*