

**SELEZIONE PUBBLICA PER TITOLI E COLLOQUIO PER IL CONFERIMENTO DI N. 3 ASSEGGNI EXPERIENCED DI 36 MESI PER LO SVOLGIMENTO DI ATTIVITA' DI RICERCA AI SENSI DELL'ART. 22 DELLA LEGGE N. 240/2010 PRESSO VARI DIPARTIMENTI NELL'AMBITO DEL PROGRAMMA STARS 2020 - AZIONE 1 - I TRANCHE - CUP: F54I19000980001 (TIPO A)
CODICE PICA: 20AR018**

bandito con Decreto del Rettore Rep. n. 210/2020 del 15.05.2020, pubblicato all'Albo di Ateneo il 25.05.2020

PROGETTO DI RICERCA CODICE 1

"Impatto sociale come driver di innovazione dei modelli di business, di gestione delle performance e di rendicontazione per le organizzazioni non profit"

Struttura di ricerca: Dipartimento di Scienze aziendali, economiche e metodi quantitativi

Durata dell'assegno: 36 mesi

Area scientifica: 13 - Scienze aziendali e statistiche

Settore concorsuale: 13/B1 - Economia aziendale

Settore scientifico disciplinare: SECS-P/07 - Economia aziendale

Responsabile scientifico: Prof.ssa Laura Mariani

L'impatto sociale è l'effetto a lungo termine delle attività di un'organizzazione sia sui singoli beneficiari, sia sulla comunità di riferimento. Negli ultimi anni, la misurazione dell'impatto sociale ha acquisito crescente rilevanza per gli attori del terzo settore, laddove la produzione di informazioni affidabili sugli esiti attesi e passati e l'impiego di logiche di efficacia basata sui risultati sono, sempre più spesso, condizioni necessarie per l'attribuzione di risorse da parte di attori pubblici, enti privati e cittadini che sostengono le attività del non profit attraverso sovvenzioni e donazioni (Lumley et al., 2011).

Se da un lato la misurazione di impatto pone una serie di difficoltà operative, dall'altra apre a nuovi scenari che è interessante investigare nella duplice prospettiva organizzativa e di rapporto organizzazione-ambiente.

Con riguardo alla prima prospettiva il presente progetto si propone di investigare se e in che modo la misurazione dell'impatto sociale stia contribuendo a innovare i modelli di business, a forgiare i sistemi di misurazione delle performance attorno a obiettivi di impatto e a influire sui contenuti e sulle modalità di comunicazione dei propri risultati a soggetti esterni, finanziatori in particolare (Obiettivo 1).

Con riferimento alla seconda prospettiva, la ricerca che si intende condurre si propone di comprendere se e in quali condizioni la rendicontazione dell'impatto sociale abbia un effetto sulle decisioni di individui e aziende di donare, prestare risorse finanziarie o acquistare beni o servizi da attori del terzo settore (Obiettivo 2).

La letteratura neo-istituzionale fornisce la cornice teorica di riferimento del progetto (Greenwood and Hinings 1996). In particolare, un framework che integra la nozione di institutional work e aspetti emozionali, particolarmente rilevanti tra gli operatori del terzo settore, sarà sviluppato per perseguire il primo obiettivo di ricerca. La legitimacy theory combinata con la letteratura relativa agli stili decisionali e cognitivi sarà invece utilizzata come lente teorica per il secondo obiettivo di ricerca.

Gli obiettivi saranno perseguiti in simultanea, secondo la scansione temporale di seguito descritta e utilizzando due metodologie diverse.

Obiettivo 1: Analisi di casi studio multipli (12/14). L'analisi congiunta dei casi avverrà adottando un approccio configurazionale - Qualitative Comparative Analysis (Ragin 2000) - finalizzato a identificare le combinazioni di forme di institutional work e altre condizioni organizzative che favoriscono l'orientamento all'impatto sociale.

Fase 1: Review della letteratura e sviluppo del framework della ricerca (6 mesi). Fase 2: Selezione dei casi di studio e interviste preliminari (6 mesi).

Fase 3: Interviste e ricostruzione completa dei casi di studio selezionati (18 mesi)

Fase 4: Analisi dei dati e predisposizione degli output della ricerca con presentazione degli stessi a convegni internazionali (in parziale sovrapposizione con fase 3).

Obiettivo 2: Disegno di ricerca sperimentale. In particolare, artificial survey experiments (Morton & Williams 2010) saranno condotti con diverse categorie di attori – potenziali donatori e clienti di imprese sociali, in particolare – finalizzate a verificare le risposte individuali a diverse tipologie di pratiche di rendicontazione dell'impatto sociale.

Fase 1: Review della letteratura e sviluppo del framework della ricerca (6 mesi).

Fase 2: Operazionalizzazione delle variabili da testare, disegno degli esperimenti, creazione del campione e della mailing list per la somministrazione degli esperimenti e Pre-test di ogni esperimento e conseguente affinamento degli esperimenti (12 mesi).

Fase 3: Somministrazione degli esperimenti (9 mesi).

Fase 4: Analisi dei dati e predisposizione degli output della ricerca con presentazione degli stessi a convegni internazionali (9 mesi).

Da un punto di vista teorico, il progetto contribuirà:

- al dibattito sul tema della misurazione dell'impatto sociale nel terzo, con attenzione particolare ai temi poco indagati dell'apprendimento organizzativo e della risposta dei finanziatori a diverse forme di comunicazione di impatto;

- a sviluppare la teoria neo-istituzionale allargando la prospettiva di analisi al ruolo, raramente considerato, di sentimenti ed emozioni degli institutional worker.

Dal punto di vista empirico, il progetto si differenzia da precedenti lavori contribuendo a comprendere:

- quali siano le combinazioni di condizioni che favoriscono l'assimilazione delle logiche di generazione di impatto sociale all'interno dei modelli di business, dei sistemi di misurazione e della rendicontazione;

- in che modo la comunicazione di impatto sociale possa contribuire al processo di raccolta fondi. L'analisi considererà, in particolare, la risposta di diverse categorie di potenziali finanziatori a diversi stimoli.

Dal punto di vista metodologico, il progetto utilizzerà tecniche di raccolta e analisi raramente utilizzate. Sia l'analisi configurazionale, sia la ricerca sperimentale, infatti, trovano scarsa applicazione nel contesto del non profit e della misurazione di impatto.

In termini manageriali, il progetto fornirà indicazioni per l'implementazione di sistemi di misurazione di impatto e favorirà la diffusione di una cultura manageriale orientata all'impatto. Nel contempo, nuove evidenze sul rapporto tra rendicontazione e comportamenti dei finanziatori potranno essere utilizzate a supporto dello sviluppo di nuove campagne di raccolta fondi nel non profit.

Il progetto consentirà di rafforzare l'expertise interna di UNIBG su terzo settore e impatto sociale e di rafforzare collaborazioni con altri studiosi, sia italiani sia stranieri, con cui il proponente sta svolgendo attività di ricerca.

PROGETTO DI RICERCA CODICE 2

“L’intermediazione delle piattaforme nell’era digitale: costi e benefici”

Struttura di ricerca: Dipartimento di Scienze aziendali, economiche e metodi quantitativi

Durata dell’assegno: 36 mesi

Area scientifica: 13 – Scienze economiche e statistiche

Settore concorsuale: 13/A1 – Economia politica

Settore scientifico disciplinare: SECS-P/01 – Economia politica

Responsabile scientifico: Prof. Salvatore Piccolo

Il ruolo cruciale delle piattaforme digitali, che agiscono come intermediari in numerosi mercati emergenti, è ampiamente riconosciuto sia in ambito accademico che nei circoli di policy. Da un lato, le piattaforme digitali (e.g., Amazon, Booking, Expedia etc.) favoriscono la concorrenza, aumentando la trasparenza dei mercati, e contribuiscono a raggiungere consumatori che altrimenti non sarebbero serviti o, nella migliore delle ipotesi, dovrebbero sostenere costi di ricerca elevati. D'altra parte, in alcune circostanze, questi intermediari sfruttano la loro posizione strategica per estrarre profitti non-competitivi da entrambi i lati del mercato (two-sided markets), inefficienza che viene tipicamente trasferita ai consumatori attraverso prezzi più elevati. La direzione opposta di questi effetti pone nuove sfide intellettuali che sono stimolate da esigenze di politica della concorrenza. Può l'intermediazione delle piattaforme nei mercati digitali danneggiare i consumatori? In tal caso, perchè e sotto quali condizioni? Quali sono gli aspetti che le Autorità di regolamentazione dovrebbero esaminare più attentamente per correggere possibili inefficienze del mercato? Qual è il rischio di scegliere una politica sbagliata?

Valutare gli effetti sul benessere sociale di queste nuove forme di intermediazione non è sempre semplice. Il motivo dipende da alcuni aspetti interconnessi e cruciali che spesso caratterizzano i mercati digitali: (i) la complessità della loro struttura organizzativa (ad esempio, il numero di stadi di intermediazione e contrattazione prima che un prodotto raggiunga i consumatori finali); (ii) la distribuzione del potere contrattuale tra i principali attori di mercato; e (iii) le relazioni contrattuali stipulate tra di loro e, in particolare, l'esistenza di restrizioni contrattuali sulla capacità dei venditori di discriminare tra i canali di distribuzione indiretti (operati dagli intermediari) e i canali di vendita diretta. Gli accordi di parità di prezzo (parity agreements) sono una classe di contratti che, di fatto, impedisce forme di discriminazione di prezzo tra e all'interno dei canali di distribuzione. Pertanto, queste forme contrattuali hanno attirato l'attenzione di Autorità garanti della concorrenza e Autorità di regolamentazione su entrambe le sponde dell'Atlantico. La natura pro- competitiva finora enfatizzata dalla letteratura economica risiede nei limiti che tali pratiche pongono alla capacità dei venditori di canalizzare la domanda finale verso i propri canali di vendita diretta a scapito degli intermediari. Gli effetti negativi sono invece legati all'eccessivo potere di mercato che gli intermediari ottengono dai regimi di parità di prezzo. Lo scopo del progetto di ricerca è di analizzare gli effetti competitivi di questi accordi. Si intende mostrare come essi dipendano, tra le altre cose, da: (i) il tipo di parità; (ii) la struttura verticale del settore; (iii) il modello di business dell'industria (wholesale versus agency); e (iv) l'intensità della concorrenza tra canali di distribuzione diretti e indiretti.

Ciò consentirebbe una politica della concorrenza più efficace, e un'attività di regolamentazione più mirata e meno dispendiosa per la collettività. Inoltre, il progetto intende identificare alcune semplici predizioni empiriche per valutare l'effetto netto sul benessere sociale e sul benessere dei consumatori di tali pratiche. Ciò al fine di guidare analisi empiriche sul tema che al momento sono poco sviluppate e altamente desiderabili per esigenze di policy.

Infine, un aspetto collaterale che il progetto intende sviluppare è quello dello scambio di informazioni tra piattaforme concorrenziali e al tempo stesso tra le imprese che operano e competono sulla stessa piattaforma (Amazon). Le attività si organizzeranno in incontri settimanali con il tutor, nonché attraverso un ciclo di seminari in Italia e all'estero. Obiettivi: tre articoli nel triennio, da consegnare ognuno al tutor a fine di ogni anno.

Il progetto intende perseguire vari obiettivi di carattere scientifico/culturale. In primo luogo, si intende formare un giovane ricercatore su temi alla frontiera dell'economia industriale, ma al tempo stesso con un taglio applicato e rivolto alle sfide normative che l'era digitale pone alla società e agli economisti. In tal senso, si ritiene che un profilo congruo al progetto debba essere caratterizzato da un solido background analitico-quantitativo e provata maturità scientifica. In secondo luogo, le tematiche trattate intendono rafforzare la posizione del gruppo di ricerca sui temi della digitalizzazione, l'importanza dei dati statistici e il supporto teorico al lavoro empirico. Il taglio del progetto è assolutamente innovativo: l'obiettivo del

progetto è quello di offrire spunti originali alla Commissione Europea su temi oggi estremamente importanti, e al tempo stesso suggerire agli addetti ai lavori risultati e tecniche di analisi il cui sviluppo richiede competenze scientifiche difficilmente reperibili in ambito non-accademico. Questo processo ha come fine di dare al ricercatore visibilità internazionale non solo accademica ma anche nei circoli di policy, con una ricaduta positiva non solo per la ricerca ma anche per la terza missione. Infine, il progetto mira a sviluppare conoscenza nel senso più lato, non solo nella forma di pubblicazioni scientifiche che senza dubbio migliorano la visibilità internazionale del Dipartimento e dell'Ateneo, ma intende anche contribuire alla costruzione di un'identità scientifica e culturale volta a porre il gruppo di ricerca in economia di UniBg tra i primi in Italia nel campo dell'economia della concorrenza nonché nel più generale filone di ricerca in law and economics. L'avanzamento della conoscenza e dell'attività di ricerca va intesa nella produzione di articoli scientifici sui temi del progetto, partecipazione a gruppi di ricerca nazionali e internazionali, organizzazione di workshops e seminari.

PROGETTO DI RICERCA CODICE 3

“Interrogare i dati senza conoscere i dati: verso il principio dell'indipendenza dai dati applicato alle collezioni di dati JSON tipiche dei Big Data”

Struttura di ricerca: Dipartimento di Ingegneria gestionale, dell'informazione e della produzione

Durata dell'assegno: 36 mesi

Area scientifica: 09 – Ingegneria industriale e dell'informazione

Settore concorsuale: 09/H1 – Sistemi di elaborazione delle informazioni

Settore scientifico disciplinare: ING-INF/05 – Sistemi di elaborazione delle informazioni

Responsabile scientifico: Prof. Giuseppe Psaila

L'obiettivo del progetto di ricerca è affrontare il problema di interrogare grandi collezioni di documenti JSON, formulando ricerche (query) senza conoscere la loro effettiva struttura. Si dovrà definire un linguaggio standard e di alto livello, che consenta agli utenti di specificare le ricerche di interesse. Si dovrà sviluppare un sistema di esecuzione che dovrà incorporare nuove tecniche di interrogazione flessibili, basate sulla effettiva struttura dei dati. Il tutto dovrà essere sviluppato come estensione del framework denominato J-CO e possibilmente basate sul linguaggio J-CO-QL, al cui sviluppo il responsabile dell'attività di ricerca sta lavorando.