
Estratto

Estratto da un prodotto
in vendita su **ShopWKI**,
il negozio online di
Wolters Kluwer Italia

Vai alla scheda →

Wolters Kluwer opera nel mercato dell'editoria
professionale, del software, della formazione
e dei servizi con i marchi: IPSOA, CEDAM,
Altalex, UTET Giuridica, il fisco.



CAPITOLO I

L'IMPRESA: DEFINIZIONE, OBIETTIVI E TEORIE

di Giovanni Fraquelli, Anna Menozzi e Clementina Bruno

SOMMARIO: I.1. Premessa. – I.2. Impresa e imprenditorialità. – I.2.1. Creatività e innovazione. – I.2.2. Imprenditorialità, management e proprietà del capitale. – I.2.3. Perché intraprendere un’attività d’impresa? – I.2.4. Il caso di Marcobello & C: nascita e sviluppo di un’impresa di successo. – I.3. L’impresa: come si configura l’organizzazione economica che produce beni e servizi? – I.3.1. Fattori produttivi e produzione: input e output. – I.3.2. Flussi reali e flussi finanziari connessi alla produzione. – I.4. Teorie economiche e manageriali sull’esistenza, la struttura e il comportamento dell’impresa. – I.4.1. Teoria neoclassica dell’impresa. L’impresa intesa come fenomeno produttivo. – I.4.2. Perché esiste l’impresa? Per ridurre “il costo d’uso del mercato”. – I.4.3. L’impresa quale sistema organizzato. – I.4.4. L’impresa intesa come “nexus of contracts”. – I.4.5. L’impresa intesa come finzione legale dominata da rapporti di agenzia. – I.4.6. L’impresa intesa come complesso di diritti di proprietà. – I.4.7. L’impresa quale integratore di conoscenza. – I.5. L’interazione contrattuale tra i soggetti interni ed esterni all’impresa: i rapporti di agenzia. – I.5.1. L’asimmetria informativa. – I.5.2. Il rapporto principale-agente. – I.5.3. Azione nascosta e moral hazard. – I.5.4. Informazione nascosta e adverse selection. – I.5.5. Moral hazard o adverse selection? – I.6. I confini dell’impresa. – I.6.1. La gestione delle transazioni: impresa o mercato? – I.7. Profitto, valore e benessere nella società. – I.7.1. Il social welfare nelle imprese orientate al profitto. – I.7.2. Massimizzare il profitto (o il valore dell’impresa). – I.7.3. Perseguire (anche) scopi sociali ... paga? – I.7.4. Una riflessione per concludere... o per cominciare.

I.1. Premessa

L’economia e gestione delle imprese ha come oggetto lo studio della nascita, dello sviluppo e del funzionamento dell’attività

dell’impresa, il nucleo del sistema economico. Diverse teorie economiche, nel tempo, hanno avuto l’obiettivo di spiegare perché nasca un’impresa e perché esistano imprese diverse per dimensioni, natura della proprietà, estensione territoriale, capacità di innovare e affrontare le crisi macroeconomiche.

Una nozione basilare per interpretare questi fenomeni è quella di “contratto”, un termine che, nel diritto come nell’economia, offre una chiave interpretativa delle modalità con cui le imprese organizzano l’attività al loro interno e nel rapporto con clienti, fornitori, istituzioni. Nella definizione e gestione dei contratti è fondamentale l’informazione detenuta dalle parti coinvolte. L’asimmetria informativa tra i contraenti e la qualità dell’informazione che detengono crea situazioni inefficienti e può compromettere il vantaggio di stipulare accordi.

I clienti, i fornitori, le istituzioni e più in generale le controparti (nei rapporti contrattuali) di un’impresa, possono essere identificate con il termine unico “stakeholder”, che significa portatori di interesse. Questo termine pone l’accento sui possibili conflitti tra gli obiettivi dell’impresa e quelli di individui interni ed esterni ad essa e le altre organizzazioni, e chiama in causa le teorie che sviluppano questo tema, come la “stakeholder theory”. A questo argomento è dedicata l’ultima parte del capitolo.

I.2. Impresa e imprenditorialità

Lo sviluppo economico ha quale presupposto l’attività d’impresa, la cui forma essenziale è quella imprenditoriale. Questo concetto assume una formulazione esplicita nei primi anni del ventesimo secolo grazie al contributo di Joseph Alois Schumpeter (1883-1950). Egli sostiene che, grazie alla capacità creativa, l’imprenditore opera una “rottura” rispetto ad un percorso routinario e apporta nuova conoscenza nei prodotti e servizi. Le nuove idee contribuiscono ad incrementare la ricchezza prodotta. Ovviamente, affinché l’idea innovativa si trasformi in realtà occorre un supporto operativo. L’attività imprenditoriale implica “... *the assumption of risk and responsibility in designing and implementing a business strategy or*

starting a business" (Schumpeter, 1949). In sostanza, il processo può riguardare lo sviluppo di nuovi prodotti o il miglioramento di quelli esistenti, l'adozione di nuove tecnologie, di nuovi sistemi organizzativi e relazionali, di nuovi approcci alle vendite, e si realizza tramite l'impresa, che può essere definita genericamente come un soggetto preposto all'attività economica.

Ma come riconoscere l'imprenditore? La letteratura si affida ancora a Schumpeter (1947), sottolineando che la capacità di innovare è caratterizzata da cinque attributi fondamentali: "1. *Introduction of new goods*, 2. *Introduction of new methods of production*, 3. *Opening of new markets*, 4. *Opening of new sources of supply*, 5. *Industrial reorganization*". Pertanto, si avrà imprenditorialità solo laddove si ravvisa la presenza di uno o più degli attributi elencati in precedenza.

I.2.1. Creatività e innovazione

La creatività è un presupposto per l'innovazione ma differisce da quest'ultima. La creatività implica la generazione di nuove idee connesse a invenzioni di prodotti e servizi, a nuovi approcci organizzativi, operativi, e, più in generale, strategici.

Innovare, secondo l'accezione schumpeteriana, implica tradurre "in fatti" concreti le nuove idee. Sono disponibili molte idee e invenzioni, ma queste si trasformeranno in vere innovazioni solo quando saranno implementate.

Occorre però tener conto che la creatività e l'innovazione sono due differenti componenti di uno stesso processo: "*Creativity, which we define as the production of novel and useful ideas by an individual or small group of individuals working together, is often conceived of as the 'fuzzy front end of innovation'*" (Koen et al., 2002), *which we define as the successful implementation of creative ideas within an organization*" (Amabile e Pratt, 2016, pag. 158). In questo senso, la creatività è propedeutica all'innovazione, e può essere intesa come insieme di passi, caratterizzati da incertezza, che precedono il processo innovativo vero e proprio: identificazione del problema da affrontare, individuazione delle idee utili alle soluzioni, selezione delle idee da sottoporre a sperimentazione.

I.2.2. Imprenditorialità, management e proprietà del capitale

In precedenza si è detto che l'attività imprenditoriale si realizza attraverso l'impresa, ma nel qualificare l'imprenditore occorre notare le differenze rispetto alla figura del manager e rispetto a chi apporta i capitali necessari a costituire l'impresa, sebbene lo stesso soggetto, spesso, svolga contemporaneamente le tre funzioni (Alchian and Demsetz, 1972). L'imprenditore individuale svolge la sua attività economica tramite un'impresa alla quale fornisce solitamente anche la maggior parte dei capitali. Come sappiamo, una parte rilevante delle imprese, in Italia e nella maggior parte dei paesi industrializzati, è caratterizzata da piccole e medie dimensioni (cioè sono imprese con meno di 250 dipendenti). Secondo dati dell'Unione Europea, nel 2021 l'UE contava 30,1 milioni di imprese, che davano lavoro a 155 milioni di persone. Di queste, il 99% (29,9 milioni) erano micro e piccole imprese (0-49 persone occupate), che complessivamente impiegavano 75,3 milioni di persone, ovvero il 49% del numero totale di persone occupate nelle imprese. In queste imprese, l'attività imprenditoriale si manifesta individuando ed esplorando nuove opportunità di business, ampliando la gamma dei prodotti o migliorando quelli esistenti.

Da questo punto di vista, anche in un'impresa più grande e più complessa dal punto di vista organizzativo è possibile individuare una figura di imprenditore. L'amministratore delegato di una "corporate", infatti, si trova spesso a gestire il cambiamento, ampliando o indirizzando business verso nuove opportunità: sotto questo profilo, egli assume quindi il ruolo di "*corporate entrepreneur*". Occorre però rilevare che il compito prioritario dell'amministratore delegato è quello legato alla gestione, al "management" dell'impresa, che consiste nella selezione delle risorse, e nell'impiego delle stesse in modo efficiente ed efficace. Allo stesso tempo, nel contesto di un'organizzazione di impresa più complessa, le scelte del manager sono condizionate dal rapporto con gli azionisti, la cui volontà è rappresentata nel Consiglio di Amministrazione, cui il manager deve rispondere.

Chi apporta capitale finanziario all'impresa ha il compito di procurare le risorse necessarie per alimentare l'attività operativa ed intraprendere nuovi progetti. Questo avviene sia nel caso egli

ricopra il ruolo esclusivo di portatore di capitali, sia quando partecipi all'attività imprenditoriale e manageriale, situazione che compare di frequente nell'ambito delle piccole e medie imprese.

Un'utile chiave interpretativa del fenomeno imprenditoriale è quella che distingue la figura dell'imprenditore che costituisce una società da quella del lavoratore autonomo (Levine e Rubistein, 2017). Sebbene i titolari di imprese costituite in forma societaria (il primo caso) debbano far fronte a costi e regolamenti aggiuntivi, essi beneficiano delle principali caratteristiche legali della società ed in particolare dell'identità legale separata (e, a seconda della forma societaria, della responsabilità limitata), che limita il rischio finanziario e legale dei proprietari. Queste caratteristiche legali sono particolarmente preziose per i titolari di imprese che vogliono intraprendere investimenti rischiosi. Al contrario, gli individui eviteranno di costituire una società quando ritengono questi elementi meno importanti. Utilizzando questa distinzione, è possibile osservare che le imprese costituite in forma societaria tendono a intraprendere attività e ad aprire aziende che sono più strettamente allineate con la concezione fondamentale dell'imprenditorialità come fonte primaria di creatività, rispetto alle imprese non costituite in forma societaria. Inoltre, si rileva che le imprese non costituite in forma societaria raramente lo diventano, e viceversa. Questi risultati suggeriscono che la scelta della forma giuridica dell'impresa riflette in larga misura la natura ex ante dell'impresa, non la sua performance ex post.

I.2.3. Perché intraprendere un'attività d'impresa?

Perché determinati individui decidono di intraprendere l'attività d'impresa e altri scelgono di svolgere la loro attività come lavoratori dipendenti? Le chiavi interpretative sono molteplici, e sono state studiate non solo secondo una prospettiva strettamente economica e manageriale, ma anche nella letteratura di carattere psicologico e sociologico. Le spiegazioni più convincenti possono essere sintetizzate in tre principali fattori.

Il primo elemento è riconducibile alle caratteristiche individuali dell'imprenditore. Sotto questo profilo, le teorie psicologiche

suggeriscono che l'imprenditore abbia tratti di personalità distinti rispetto al resto della popolazione (e che il tipo di personalità influenzi anche il grado di successo nell'attività imprenditoriale). Tali teorie evidenziano il ruolo delle motivazioni intrinseche, quali ad esempio il bisogno di realizzazione, il bisogno di autonomia, la percezione di avere il controllo sul proprio destino, il c.d. “*internal locus of control*” (Rotter, 1966) e l'attitudine al rischio. In particolare, il ruolo dell'attitudine al rischio assume rilevanza prioritaria nelle teorie economiche, che si spingono ad individuare nella capacità di affrontare l'incertezza e i rischi ad essa connessa l'essenza stessa della giustificazione alla remunerazione (profitto) dell'imprenditore (Knight, 1921). Kihlstrom e Laffont (1979) partono dal presupposto di una diversa avversione al rischio degli individui. Essi formulano l'ipotesi che gli individui presentino indifferentemente la stessa abilità nel gestire l'attività imprenditoriale o quella lavorativa e sviluppano un modello in cui, fissato un determinato compenso, l'individuo possa scegliere tra una attività indipendente rischiosa o un salario pagato dall'impresa e privo di rischio. Essi dimostrano che i soggetti meno avversi al rischio diventano imprenditori, mentre gli altri scelgono il lavoro dipendente.

Quando si ammette che gli individui differiscano nella scelta delle opportunità a loro date, e quindi che alcuni individui riescano a scoprire delle opportunità che hanno un valore diverso da quelle scoperte da altri, è possibile anche descrivere l'imprenditore sulla base dell'atteggiamento distintivo che lo porta a rispondere a stimoli contingenti invece che sulla scorta di una caratteristica che lo differenzia da altri in ogni situazione (Shane e Venkataraman, 2000).

Un secondo elemento che assume rilevanza nello spiegare il fenomeno imprenditoriale riguarda le istituzioni. Numerose verifiche empiriche attribuiscono alle istituzioni un ruolo determinante rispetto ai tassi di nascita di nuove imprese e nel caratterizzare il processo imprenditoriale. Si tratta delle regole e dei vincoli che caratterizzano le interazioni tra i vari soggetti presenti nella società. Questi vincoli hanno contenuto formale, ma spesso anche informale (North, 1990). Gli aspetti formali riguardano le norme giuridiche e politiche, la tutela dei diritti di proprietà e la contrattualistica privata. Sebbene nel mondo occidentale le nostre vite e l'economia paiano regolate

dalla normativa giuridica e dai diritti di proprietà, queste ultime assumono un ruolo minoritario rispetto agli aspetti informali.

Un terzo elemento, in parte connesso alle istituzioni, riguarda l'ambiente in cui l'imprenditore si trova ad operare. Si tratta della dimensione del mercato, della sua struttura, delle condizioni di competitività e di stimolo al progresso tecnologico. Ovviamente, entrano in gioco il quadro normativo, richiamato in precedenza, ma anche gli aspetti demografici e culturali e le interazioni sociali, la disponibilità di capitali e la sensibilità alle nuove tecnologie intesa in senso lato. In effetti, occorre considerare gli effetti di “*spillover*” derivanti da ogni nuovo investimento, con ricadute sulle opportunità di esperienza e apprendimento imprenditoriale. La Silicon Valley, area a forte impulso innovativo e centro di riferimento per la diffusione dell'alta tecnologia, ne è un esempio.

I.2.4. Il caso di Marcobello & C: nascita e sviluppo di un'impresa di successo

Marcobello, conseguita la laurea triennale in ingegneria ambientale, trova lavoro presso un ente territoriale preposto all'analisi e al rilascio delle autorizzazioni amministrative in ambito ambientale. È un laureato brillante e il suo lavoro risulta apprezzato. Ciononostante, Marcobello è solo parzialmente soddisfatto poiché le conoscenze acquisite, il suo bagaglio formativo e la sua creatività vengono indirizzati verso procedure e pratiche utili, ma sostanzialmente standardizzate e, peraltro, i suoi suggerimenti innovativi rimangono spesso inascoltati.

- *L'idea innovativa*

Per un certo periodo di tempo, Marcobello cerca di ovviare alla routine quotidiana utilizzando parte del suo tempo libero per offrire servizi ad una società di ingegneria addetta alla progettazione e installazione di impianti eolici e fotovoltaici. Sarebbe tentato da un'attività imprenditoriale di consulenza alle imprese e agli operatori privati, ma la sua scarsa conoscenza degli aspetti gestionali pone un freno alla sua iniziativa. La frequenza di un corso di una laurea magistrale in Economia e Gestione dell'Impresa lo induce al grande “passo”.

- *Nascita dell'impresa: esigenza di risorse umane e materiali*

La capacità creativa è già stata sperimentata e Marcobello decide di trasformare le idee in fatti concreti tramite una vera attività d'impresa. A seguito della liquidazione del Trattamento di Fine Rapporto, derivante dalla cessazione del preesistente rapporto di lavoro, egli acquista un computer e attrezzature per ufficio e affitta un locale (acquisendo quindi risorse di natura "reale" e "fisica" che supportano il suo lavoro) in cui avvia la sua attività. Si è trasformato in un imprenditore individuale e dovrà affrontare maggiori rischi. Potrà incorrere in perdite, come accade a numerose iniziative imprenditoriali, e dovrà fronteggiarle con il suo patrimonio personale. In ogni caso, la possibilità di dare spazio alla propria creatività e ai propri interessi supera ogni timore. Il suo reddito complessivo (in qualità di lavoratore, imprenditore e portatore di capitali) sarà strettamente correlato ai servizi che il mercato dimostrerà di apprezzare.

Si avvale anche della collaborazione di un giovane ingegnere e le richieste dei clienti superano ogni previsione.

- *I fabbisogni di capitale circolante*

Nonostante il successo, iniziano le prime difficoltà. Le attuali richieste del mercato sono promettenti, ma l'impresa risulta in crisi di liquidità a seguito della necessità di risorse per finanziare le spese correnti e le dilazioni di pagamento concesse ai clienti (che dal punto di vista finanziario rappresentano risorse investite nel capitale circolante). Infatti, solo alcuni clienti pagano a brevissimo termine, mentre la maggior parte procede a pagamenti di pari passo con la realizzazione delle opere. Gli incassi vanno pertanto a rilento e sono insufficienti per gli investimenti in corso e per avvalersi dei servizi del collaboratore. Inizialmente, il nostro imprenditore cerca di rimediare al problema chiedendo egli stesso dilazioni di pagamento ai fornitori di servizi, ma queste, pur concesse sulla base di un rapporto di fiducia, si rivelano insufficienti.

- *Il finanziamento bancario*

Marcobello si reca in banca e richiede un finanziamento a supporto della sua attività di servizi. La banca è disponibile, ma trattandosi di un'iniziativa relativa a servizi immateriali, l'affidamento (cioè

la disponibilità di credito a breve termine sul conto corrente) risulta limitato e il tasso di interesse sul debito particolarmente elevato. Marcobello è consapevole degli oneri derivanti dal finanziamento, ma il successo professionale lo induce ad accettare le condizioni prospettate dall'istituto di credito.

Il finanziamento consente di migliorare la condizione di liquidità e l'intraprendenza di Marcobello viene ripagata da una crescita formidabile dei volumi di lavoro. L'incremento dell'attività comporta l'esigenza di nuovo personale e ulteriori investimenti. Si ripropone pertanto il problema del reperimento dei fondi necessari alla crescita.

- *La società di persone*

Dopo vari tentativi orientati a richiedere nuovi finanziamenti bancari, Marcobello decide di trovare soci interessati all'attività imprenditoriale. Due amici, con esperienza nel settore, sono disponibili ad accettare il rischio d'impresa e ad apportare i loro risparmi. Viene costituita una società semplice (S.s.) e ogni socio partecipa ad un terzo del capitale sociale.

Anche in questa circostanza, la fiducia accordata a Marcobello viene ripagata da un'ulteriore crescita del fatturato. Il flusso di mezzi liquidi consente l'ampliamento dei finanziamenti bancari, ma l'incremento dei volumi di attività genera impieghi aggiuntivi di capitale circolante e ulteriori fabbisogni finanziari.

- *La società di capitali*

Considerata la difficoltà di trovare nuovi amici disposti a rischiare anche il patrimonio personale, Marcobello e i due soci decidono di trasformare la società di persone in una società per azioni (Marcobello & C. S.p.A.) e di collocare il 49% del capitale sul mercato azionario. L'iniziativa è gradita ai tre soci poiché hanno accumulato un discreto patrimonio individuale e l'operazione consente una salvaguardia rispetto al rischio di "responsabilità illimitata" presente nelle società semplici.

La società per azioni limita la responsabilità dei soci alla sola quota sottoscritta e la possibilità di quotazione in Borsa rende molto più agevole il trasferimento delle quote azionarie. L'ingresso di

nuovi soci, a seguito dell'aumento del capitale sociale, comporta la presenza di un Consiglio di Amministrazione che, nella fattispecie, viene fissato in cinque membri. In effetti, i nuovi azionisti della società sono numerosi, ma sono in grado di eleggere solo due rappresentanti, poiché il controllo della società è nelle mani dei tre soci di maggioranza con il 51% del capitale sociale.

Il processo di crescita rallenta, ma la società ha ormai acquisito una posizione di primo piano nel campo dei servizi energetici e la situazione di liquidità migliora. I soci di maggioranza, nonostante la tiepida accoglienza della minoranza azionaria, orientata ad incassare i proventi conseguiti annualmente dall'attività ordinaria, decidono di reinvestire gran parte dei profitti per acquisire il controllo di una società che fino a quel momento ha svolto attività di collaborazione con la Marcobello & C.

- *Il gruppo azionario e la creazione di “valore”*

L'acquisizione della nuova società comporta la trasformazione della Marcobello & C. S.p.A. in una Holding (Marcobello & C. S.p.A. Holding) che detiene il capitale di due società operative: la Fotovoltaico casa e impresa S.p.A. e la Rinnova con l'eolico S.p.A. La nuova configurazione consente un ulteriore incremento dei volumi di attività e un aumento assoluto del reddito, ma incontra le lamentele degli azionisti di minoranza che sottolineano un calo del rendimento del capitale investito e un'insufficiente creazione di “valore”.

- *Le asimmetrie informative e l'esigenza di incentivare i manager*

Con la crescita e la nuova configurazione orientata alla gestione di più aree di attività, la società è stata progressivamente affidata a manager che non risultano portatori di capitali di rischio (non sono proprietari della società) e presentano interessi che potrebbero non coincidere con quelli degli azionisti: ad esempio, mentre gli azionisti vorrebbero che l'impresa mantenesse livelli di redditività tali da garantire loro la possibilità di ottenere un rendimento adeguato ai loro investimenti (ricevendo dividendi o vendendo le azioni ad un prezzo superiore a quello di acquisto), il manager potrebbe volere gestire un'impresa di maggiori dimensioni, optando per investimenti

che abbiano come obiettivo la crescita ma non, necessariamente, il massimo rendimento. Inoltre, i manager dispongono di informazioni specifiche sull'attività di impresa grazie al lavoro quotidiano svolto al suo interno, informazioni che potrebbero viceversa essere ignote agli azionisti: si creano cioè asimmetrie informative tra proprietà e manager.

La sfida del Consiglio di Amministrazione, quindi, riguarda la capacità di creare un sistema di incentivi per i manager che li induca a recuperare il declino del trend della redditività lamentato dagli azionisti di minoranza.

- *La “lezione” di Marcobello & C.*

Le varie tappe relative al processo di nascita e crescita di Marcobello & C. consentono di portare l'attenzione su alcuni elementi particolarmente significativi dell'attività d'impresa.

Oltre all'aspetto fondamentale dell'idea imprenditoriale, emerge il ruolo delle risorse impiegate e della produzione, intese come quantità di materiali, beni e servizi, e dell'esigenza di trasformare la produzione in “moneta” (vendere, incassare e acquisire liquidità), cioè di reperire i necessari mezzi finanziari; è rilevante il processo di crescita esterna, con l'acquisizione di altre imprese, e l'attività di gruppo tra più imprese. Con la crescita, aumenta la complessità dell'organizzazione interna, basata su rapporti tra soggetti che operano in condizione di asimmetria informativa e caratterizzati da obiettivi potenzialmente divergenti. Si rivela pertanto fondamentale la presenza di sistemi di coordinamento e di incentivazione manageriale che consentano un giusto equilibrio tra gli obiettivi dei numerosi portatori di interessi (*stakeholder*), nella logica della produzione di “valore” per gli azionisti.

Le osservazioni sopra riportate dimostrano che l'attività d'impresa può avere numerose chiavi di lettura che trovano riferimento nel fenomeno innovativo, in quello produttivo e finanziario, negli aspetti contrattuali e organizzativi, nella peculiarità dei rapporti tra i diversi portatori di interessi. Nella prossima sezione verrà proposta una sintesi delle modalità di governo delle risorse nel contesto della produzione in senso stretto e in merito alla natura e dimensione della stessa.

I.3. L'impresa: come si configura l'organizzazione economica che produce beni e servizi?

I.3.1. Fattori produttivi e produzione: input e output

Se si presta attenzione al tema della produzione, l'impresa può essere descritta come un sistema produttivo orientato al soddisfacimento dei bisogni dei consumatori e della collettività. Seguendo quest'ottica, gli elementi fondamentali di un'impresa sono tre:

- 1) input, cioè le risorse materiali e immateriali (quali, ad esempio, le materie prime, il lavoro fisico e intellettuale e il know-how) impiegate dall'impresa;
- 2) processi di produzione, rappresentati dalle trasformazioni fisiche o immateriali e dal trasferimento nel tempo o nello spazio delle diverse risorse disponibili;
- 3) output, cioè il complesso delle merci e dei servizi creati dall'impresa e ceduti al mercato.

In sostanza, sotto questo profilo, l'impresa è un'organizzazione che impiega i fattori produttivi, adotta determinati processi e genera prodotti e servizi per il mercato.

I.3.2. Flussi reali e flussi finanziari connessi alla produzione

In questa sezione verrà fornita una sintesi del fenomeno produttivo traendo riferimenti dal caso Marcobello esaminato in precedenza⁽¹⁾.

Ai fini della nostra analisi, è opportuno partire dalla genesi dell'attività d'impresa. Ogni iniziativa produttiva nasce a seguito di un'idea imprenditoriale. Uno o più individui identificano un bisogno latente presso i consumatori, le famiglie o le altre imprese e si impegnano a realizzare un bene o un servizio che lo soddisfi. In

⁽¹⁾ In merito, si confronti l'ampia trattazione condotta da Zanetti (1997), riportata nella parte II, Cap. I, II e III.

altri casi, un bisogno già esistente e soddisfatto da altri soggetti può essere affrontato con un nuovo bene o servizio ritenuto più gradito e dunque richiesto in alternativa a quello esistente.

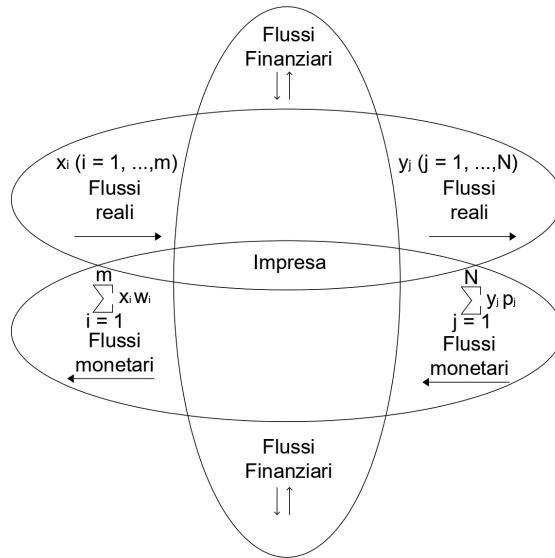
Fino a questo punto, comunque, non esiste ancora una nuova impresa, ma soltanto un'idea creativa. Si osservi la Figura I.1. Per passare all'effettiva realizzazione di questa idea, l'imprenditore deve disporre di risorse finanziarie ed essere disposto ad investirle rischiando di perderle. Alle risorse di un imprenditore si possono aggiungere quelle di altri soggetti che saranno disposti ad investire a titolo di rischio in cambio di una remunerazione. Spesso, è necessario anche che qualcun altro abbia fiducia nelle potenzialità economiche della nuova idea e traduca in concreto tale apprezzamento concedendo credito, cioè mezzi finanziari a titolo di debito. Nel caso in cui ciò avvenga, si avrà un flusso finanziario in direzione dell'impresa al quale se ne contrapporrà un altro di impegni nella direzione opposta (nella figura in alto: "Flussi finanziari ↓↑"). Il portatore dell'idea dovrà infatti remunerare i capitali attinti con un interesse periodico pre-pattuito (nel caso di finanziamenti acquisiti sotto forma di debito) o una quota parte degli eventuali utili (nel caso di finanziamenti con vincolo di rischio).

Si può immediatamente notare il ruolo chiave dei mezzi finanziari. Se il portatore dell'idea non dispone di mezzi finanziari propri o non riesce a convincere i detentori dei mezzi finanziari a concederglieli, la sua resterà, appunto, solo un'idea e non potrà essere realizzata.

Ottenuta la necessaria fiducia nel progetto, il credito o il capitale di rischio, l'iniziativa può concretamente essere avviata. Tramite le risorse finanziarie disponibili sarà possibile acquisire gli input necessari alla realizzazione del prodotto (nella figura: " $(x_i; i = 1, \dots, m)$ Flussi reali"): è il momento dell'aggregazione dei fattori produttivi (lavoro, macchine, impianti, materiali e servizi).

Acquisite le risorse reali, il processo di trasformazione degli input in output può essere avviato, guidato dalla tecnologia e dalla capacità di servizio a disposizione dell'impresa (la tecnologia condiziona l'efficienza e la qualità, mentre la capacità produttiva pone vincoli ai volumi di attività).

Figura I.1. Flussi reali e finanziari derivanti dalla produzione



Legenda: x_i = quantità del fattore i utilizzato; w_i = prezzo del fattore i , $i = 1, \dots, m$; y_j = quantità del prodotto j realizzato; p_j = prezzo del prodotto $j, j = 1, \dots, N$.

Fonte: Fraquelli (2006), pag. 11.

La produzione e il successivo scambio sul mercato delle merci e dei servizi realizzati crea un “flusso reale” verso il mercato, che ha quale presupposto la trasformazione di materiali, del lavoro dell’uomo e del capitale, in altri beni e servizi (nella figura: “ $(y_j; j = 1, \dots, N)$ Flussi reali”). Se riterranno che i beni e servizi prodotti dall’impresa possono soddisfare i loro bisogni, i consumatori saranno disposti a privarsi di una parte della loro ricchezza per acquistarli. A seguito di tale interesse, si origina quindi un flusso monetario in direzione dell’impresa (nella figura: “ $\sum_{j=1}^N y_j p_j$ Flussi monetari”) e verso i proprietari delle risorse (nella figura: “ $\sum_{i=1}^m x_i w_i$ Flussi monetari”). Ovviamente, i proprietari delle risorse saranno disponibili a cederle solo dietro versamento di un corrispettivo, la cui misura si forma sui vari mercati in cui avvengono gli approvvigionamenti.

Il giudizio del mercato è fondamentale. L’attività realizzata dall’impresa avrà un significato economico solo in caso di gradimento

del mercato. Se, infatti, l'impresa avesse realizzato, sia pure con tecnologie complesse e sofisticate, un bene che non incontra il favore e rimane invenduto, tale produzione avrebbe semplicemente un significato fisico-tecnico. Dal punto di vista economico, l'iniziativa si sarebbe tradotta in uno spreco di risorse preziose, che sarebbe stato più corretto utilizzare altrove in modo più proficuo.

Superato il giudizio del mercato, se vi fosse un'assoluta contemporaneità tra i flussi finanziari in entrata (derivanti dalla vendita della produzione) e flussi finanziari in uscita (legati dall'acquisizione delle risorse) l'impresa potrebbe attivare un processo circolare, autoperpetuando la propria attività. Generalmente, ciò non accade perché la produzione richiede tempo e perché, più semplicemente, incassi e pagamenti non coincidono in termini temporali. L'impresa ha quindi l'esigenza di ricorrere sistematicamente a finanziamenti esterni.

In parallelo, occorre rilevare che possono manifestarsi ecedenze di mezzi finanziari (nella figura in basso, "Flussi finanziari ↓↑") che l'impresa procede ad investire, entrando nuovamente sul mercato finanziario, ma questa volta come offerente e non più come richiedente come era accaduto nella fase iniziale. I mezzi finanziari verranno ceduti sul mercato a fronte di adeguati impegni a corrispondere una remunerazione. In molte circostanze, non si assiste a semplici impieghi delle eccedenze finanziarie, bensì ad una strategia in cui l'attività finanziaria diviene un supporto dell'attività operativa e parte integrante dell'operare dell'impresa: un esempio è rappresentato dall'acquisizione di partecipazioni in imprese complementari e dall'assorbimento di concorrenti.

I.4. Teorie economiche e manageriali sull'esistenza, la struttura e il comportamento dell'impresa

Quando ci si interroga sulla natura e sulle motivazioni all'esistenza dell'impresa, le risposte offerte dalla letteratura sono molteplici e sono frutto dell'analisi del processo evolutivo del pensiero economico, della struttura del tessuto produttivo e della tecnologia. Nella fase embrionale della teoria economica, l'attenzione era rivolta al fenomeno produttivo e alle modalità di impiego delle risorse, ai

prezzi, all'offerta e alla domanda. Successivamente, la ricerca ha utilizzato la nozione di "contratto" per sviluppare teorie che enfatizzano l'allineamento degli incentivi *ex ante* (teoria dell'agenzia e disegno dei meccanismi di incentivazione, teoria dei diritti di proprietà) e teorie nelle quali il problema principale è il governo *ex post* delle relazioni tra le parti (Williamson, 2010). Queste teorie pongono interrogativi circa il trade-off tra impresa e mercato, la corporate governance, la struttura dimensionale e proprietaria, la conoscenza.

I.4.1. Teoria neoclassica dell'impresa. L'impresa intesa come fenomeno produttivo

Immaginiamo di calarci nella seconda metà dell'Ottocento, nelle strade di due grandi città, Londra e New York, dove ferve l'attività economica. Siamo colpiti da una miriade di piccole imprese artigianali e imprese commerciali. In tale contesto, il nostro interesse si concentra sulla manifattura, sulla quantità di materiali e lavoro impiegati e sulla dimensione della produzione generata.

Gli economisti del periodo (Jevons, Walras e Menger, negli anni '70 e '80 del XIX secolo; Marshall, all'inizio del XX secolo) hanno cercato di spiegare il fenomeno passando da semplici aspetti descrittivi a modelli interpretativi, supportati da strumenti quantitativi, tesi ad evidenziare la relazione tra le quantità fisiche di input e le quantità di output prodotti e venduti.

L'attenzione è rivolta essenzialmente all'atto produttivo, alla trasformazione delle materie prime e del lavoro nel prodotto finale. L'enfasi viene posta sugli strumenti utili alla produzione, sulla tecnologia, e sull'azione dell'imprenditore orientata all'utilizzo efficiente delle risorse ed alla scelta della quantità da produrre finalizzata alla massimizzazione del profitto. La teoria neoclassica descrive un mercato caratterizzato da perfetta informazione e assenza di rischio imprenditoriale. In questa visione, l'impresa è una funzione di produzione che trasforma gli input in output secondo le leggi della tecnologia ed i vincoli derivanti dalla struttura di mercato in cui opera.

Estratto

Estratto da un prodotto
in vendita su **ShopWKI**,
il negozio online di
Wolters Kluwer Italia

Vai alla scheda →

Wolters Kluwer opera nel mercato dell'editoria
professionale, del software, della formazione
e dei servizi con i marchi: IPSOA, CEDAM,
Altalex, UTET Giuridica, il fisco.

