



## *Economia e gestione delle imprese*

### **IMPRESA QUALE SISTEMA COMPLESSO**

Il profondo cambiamento dell'economia dai mutamenti politici, allo sviluppo mondiale ha prodotto innovazioni nell'organizzazione delle attività produttive e nella ripartizione dell'occupazione.

Da una economia basata sulla manifattura si è arrivati ad una economia post-industriale, fondata sull'espansione del settore dei servizi perché ormai il consumatore mira il suo interesse sulla quantità di servizi associati alla vendita di prodotti.

Tale rinnovamento ha cambiato innovativamente il prodotto sia nel senso fisico includendo le condizioni di acquisibilità e fruibilità del prodotto con un forte impatto sugli aspetti intangibili.

Oggi le imprese devono produrre più IDEE che beni evolvendosi all'interno di processi correlati alla nuova organizzazione internazionale del lavoro.

L'impresa è tradizionalmente definita come un'organizzazione di persone e beni rivolta ad uno scopo produttivo di beni e servizi indispensabili per il soddisfacimento dei bisogni umani.

Tali beni vengono prodotti per poter produrre del credito, quindi un utile o reddito (diff. tra costi e ricavi) all'impresa che ne ha bisogno .

Per realizzare tale reddito l'impresa deve accrescere , mediante operazioni di trasformazione, il valore delle risorse impiegate, in modo da porre in esse non solo beni richiesti da entità esterne ma anche credibili ad un prezzo generatore del reddito atteso.

Per fare ciò l'impresa si strutturalizza in vari settori, al fine di poter dire che l'impresa può essere considerata come:

***l'organizzazione economica che, mediante l'impiego di un complesso differenziato di risorse, svolge processi di acquisizione e di produzione di beni o servizi, da scambiare con entità esterne al fine di conseguire un reddito.***

Si ricavano 4 elementi distintivi dell'impresa: **1)** la presenza di un organizzazione, **2)** lo svolgimento di processi di produzione, **3)** le relazioni di scambio con entità esterne, **4)** la finalità imprenditoriale del reddito.

Possiamo dire anche che l'azienda si può definire come un sistema che si caratterizza per la sua molteplicità di parti componenti, per l'interrelazione delle parti rispetto all'obiettivo da raggiungere.

Un sistema dinamico che muta nelle sue dimensioni e combinazioni di risorse.

La classificazione più nota è quella di Boulding che divide l'impresa in diversi sistemi:

- schemi;
- meccanismi;
- sistemi cibernetici;
- sistemi aperti;
- sistemi a crescita programmata;



- sistemi ad immagine interna;
- sistemi che trattano simboli;
- sistemi sociali;
- sistemi trascendentali.

Ma l'impresa è un sistema sociale di tipo aperto perché è costituita da un insieme di parti od organi, ciascuno dei quali deputato a svolgere una determinata funzione.

Le varie parti formano un tutto organico secondo un disegno unitariamente rivolto al fine economico da conseguire.

È un sistema di tipo aperto, poiché, per vivere, deve intrattenere continue relazioni di scambio con altri sistemi o entità esterne: queste relazioni sono di tipo input, cioè di approvvigionamento di risorse necessarie per la sua alimentazione, e del tipo output, ossia cessione a terzi del prodotto (beni e servizi) del suo funzionamento.

Potrebbe essere definito anche come sistema aperto di tipo socio-tecnico perché oltre al lavoro umano, vi è l'utilizzo di un'organizzazione tecnologica e meccanica.

L'impresa può anche essere definita come un sistema di conoscenza atto a produrre nuova conoscenza.

La quantità e qualità di conoscenza dell'impresa è ovviamente legata al contributo degli uomini che ne hanno fatto o ne fanno parte, perché in certa misura essa è divenuta patrimonio comune, mediante quelle che possono essere definite le routine organizzative, mentre in altra parte deriva indirettamente dalla professionalità di coloro che operano all'interno dell'organizzazione.

*IMMAGINE DELL'IMPRESA VERSO L'ESTERNO E L'INTERNO – I VALORI DIFFUSI NELLA STRUTTURA ORGANIZZATIVA – IL KNOW-HOW* (bagaglio di esperienza posseduto per realizzare determinati scopi) accumulati nel tempo rappresentano la vera essenza dell'impresa.

Le forme istituzionali d'impresa sono:

- a) l'impresa capitalistica nella quale è presente l'imprenditore capitalista, proprietario dei mezzi di produzione e gestore diretto dell'attività produttiva.
- b) L'impresa manageriale, nella quale si ha una scissione tra la proprietà e il governo dell'impresa stessa a causa dell'eccessivo frazionamento della prima e dell'affidamento del secondo a manager professionisti.
- c) L'impresa cooperativa, nella quale vi è una comunicazione assoluta di scopi tra coloro che vi partecipano e vi è un rapporto diretto tra la formazione del capitale e la platea dei soci.
- d) L'organizzazione non profit, nella quale si ha l'amministrazione fiduciaria di capitali forniti prevalentemente dallo Stato o da contribuzioni volontarie allo scopo del raggiungimento sociale.

## **IMPRESA, AMBIENTE E MERCATO**

L'impresa rappresenta una cellula del tessuto socio-economico entro cui si sviluppa la vita di ogni gruppo organizzato, quindi si utilizza in termine "ambiente" per inquadrare i rapporti di struttura e di comportamento fra le imprese e le altre organizzazioni, politiche, sociali, culturali, partecipanti alla vita della società.



In tal senso, l'ambiente può essere inteso come il contesto generale all'interno del quale l'impresa è chiamata a svolgere le sue funzioni definito da una serie di condizioni politiche, legislative, sociali, culturali ed economiche, che determinano il sistema di vincoli ed opportunità entro cui dovrà trovare sviluppo la funzione aziendale.

## **SISTEMA o AMBIENTE POLITICO-ISTITUZIONALE**

- E' definito dalla forma di governo e dall'ordinamento legislativo prevalenti nel territorio considerato, proietta influenze di primaria importanza sulla vita dell'impresa le cui alternative di gestione possono essere fortemente condizionate da leggi e controlli dei poteri pubblici.

## **AMBIENTE CULTURALE-TECNOLOGICO**

- contesto entro cui si affermano le manifestazioni tradizionali della vita materiale, sociale e spirituale di un popolo scienza e tecnologia rappresentano un prodotto della cultura la tecnologia influenza l'impiego delle risorse, mentre la cultura si riflette anche sul consumo sotto forma di beni e servizi prodotti.  
In tal modo la cultura partecipa direttamente ad ogni manifestazione della vita, modellando il comportamento dell'uomo quale cittadino, prestatore di lavoro, consumatore.

## **AMBIENTE DEMOGRAFICO-SOCIALE**

- è condizionato dalla popolazione residente e dalle relazioni fra gli individui e i gruppi che la compongono.

*Ad esempio:*

Classi di età , livelli socio-economici, condizione professionale ecc...

- All'interno di esso si possono avere ripercussioni sui modelli di consumo atteso che le classi dei giovani sono quelle più dinamiche e differenziate nei beni richiesti.  
Molte volte avviene che nell'ambito sociale si vengono a creare dei gruppi, che decidono di eleggere un leader, ovvero un capo, che li porta a gestire i comportamenti e le abitudini di acquisto.

## **AMBIENTE ECONOMICO**

- Coinvolge la sfera di rapporti che vede l'impresa quale protagonista nei confronti dell'aggregato politico sociale inteso come il sistema generale dell'economia, che regola la vita di una certa collettività.  
Va distinto dal concetto di mercato visto che rappresenta il complesso delle macrovariabili (produzione agricola, industriale, ecc; prezzi a moneta; credito e investimenti; ecc). che compongono l'ordinamento economico prevalente in un certo ambito territoriale.  
Abbiamo due tipi di economie rispetto al meccanismo di regolazione della vita economica: economia di mercato si intende un sistema a decisioni decentrate ,

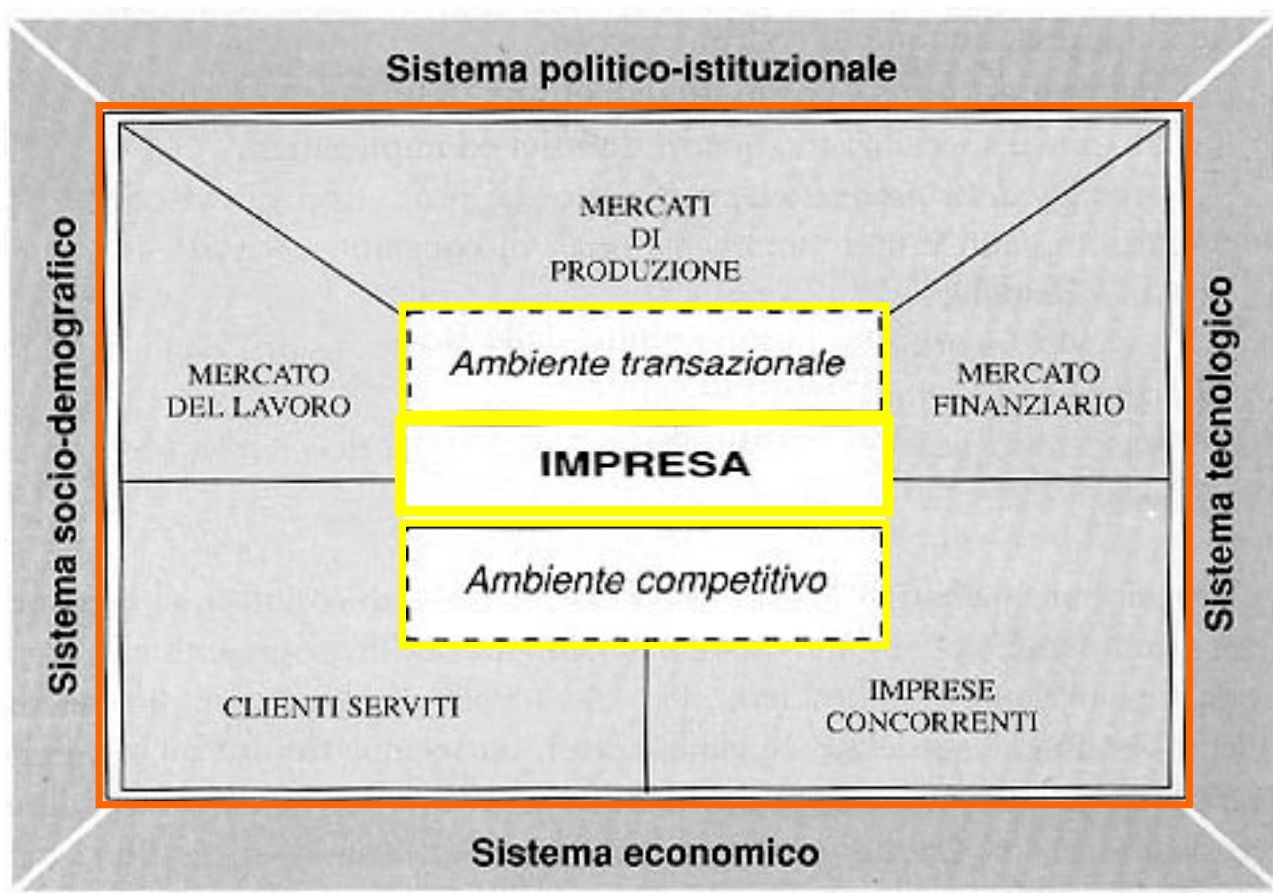


regolato cioè dalle leggi di mercato ed economia di piano s'intende, invece, un sistema in cui le decisioni sono prese solo al centro mediante l'elaborazione di piani governativi nazionali.

Abbiamo due tipi di economie rispetto alla proprietà dei mezzi di produzione: economia liberista ed economia collettivista.

L'impresa si deve relazionare con diversi tipi di mercato:

- a) il mercato del lavoro, costituito dall'offerta di forza lavoro;
- b) il mercato della produzione, composto dai produttori di materie prime, semilavorati, impianti e macchinari, materiali di consumo e servizi utilizzabili per l'attività aziendale;
- c) il mercato finanziario, rappresentato dalle Borse Valori, dagli intermediari finanziari e da altri prestatori di capitale;
- d) il mercato di vendita, costituito dagli acquirenti dei beni o servizi prodotti.



## STRUTTURA

- Attributi di "struttura" del mercato:
  - Grado di concentrazione, di elasticità e differenziazione della domanda
  - Grado di concentrazione dell'offerta



- Grado di differenziazione delle produzioni
- Esistenze di barriere alla concorrenza
- Rapporto di equilibrio fra domanda e offerta

*Una rappresentazione della struttura: le forme di mercato*

**DIFFERENZ.  
PRODOTTO**

	<i>Un venditore</i>	<i>Alcuni venditori</i>	<i>Molti venditori</i>
Prodotto omogeneo	MONOPOLIO	OLIGOPOLIO OMOGENEO	CONCORRENZA PERFETTA
Prodotto differenziato	MONOPOLIO	OLIGOPOLIO DIFFERENZIATO	CONCORRENZA MONOPOLISTICA

**NUMEROSITA' DEGLI OFFERENTI**

**Monopolio:**

- Monopolista, arbitro del prezzo
- Quantità della produzione

**Concorrenza perfetta:**

- Atomizzazione dell'offerta
- Omogeneità dei prodotti
- Trasparenza del mercato (perfetta conoscenza delle alternative)
- Libertà di ingresso nel mercato

**Oligopolio omogeneo:**

- L'esistenza di prodotti differenziati comporta il frazionamento del mercato in tanti sub-mercati ciascuno dei quali è in certi limiti separato dagli altri e, quindi, indipendente nelle sue regole di funzionamento.

***Dall'affermazione del concetto di differenziazione deriva la caduta di uno dei presupposti essenziali della concorrenza perfetta***

**Le barriere all'entrata si collegano:**

- Economie ottenibili nella gestione
  - Economie di scala, apprendimento, di scopo e di relazioni,
- Disponibilità di brevetti o know-how
- Scarsità di fattori produttivi essenziali
- Differenziazioni di prodotti



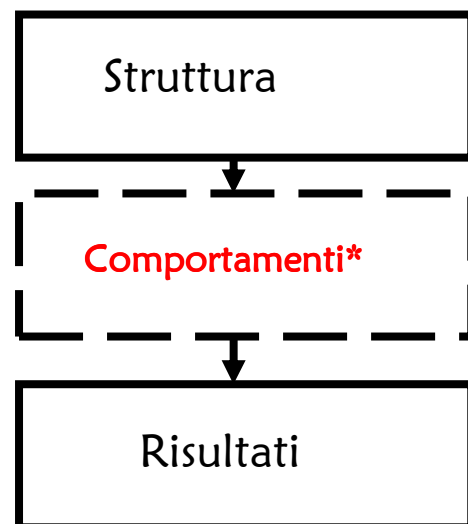
# Interpretazione tradizionale

## Gli Strutturalisti - J.S. Bain (1968)

I cambiamenti nella struttura avvengono per fattori “esterni” alle imprese

L’impresa si adatta a tali cambiamenti e li “subisce”

I risultati sono determinati dalla struttura



**\*Attenzione: i comportamenti sono funzione della struttura**

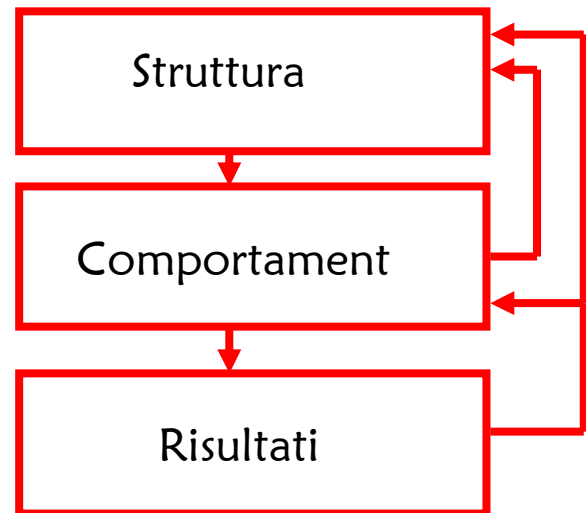


## Interpretazione recente

### I comportamentisti - F.M. Scherer (1980)

Il comportamento delle imprese può influenzare la struttura

I risultati delle imprese possono, a loro volta, orientare i comportamenti delle imprese



Il processo è di natura circolare

#### Comportamenti d'impresa - Struttura

Le imprese, con il loro comportamento, possono influenzare la struttura?

Quale comportamento?

- Reattivo
  - le azioni dell'impresa sono la conseguenza delle variazioni ambientali
- Anticipatorio
  - le azioni dell'impresa tendono ad anticipare le presumibili modificazioni dell'ambiente esterno
- Proattivo
  - le azioni dell'impresa tendono ad influenzare l'ambiente attraverso l'innovazione

#### Risultati

- Risultati economici
- Risultati finanziari
- Risultati patrimoniali
- Quota di mercato
- Livello d'impiego delle risorse
- Soddisfazione dei clienti
- ...



## LE FUNZIONI DELL'IMPRESA E LE TEORIE SULLE FINALITÀ IMPRENDITORIALI

### A) Le funzioni dell'impresa:

#### 1. **Organizzazione economica**

In quanto organizzazione economica, il suo scopo è il soddisfacimento dei bisogni umani mediante la messa a frutto di risorse rinvenibili in natura in misura illimitata, parlando di funzione economico-generale.

Ogni impresa non opera solo a vantaggio della schiera ma contribuisce a far sì che altre aziende possano dedicarsi a soddisfare altri bisogni.

Per quanto riguarda la funzione di sistema sociale essa adempie più limitatamente rispetto alla precedente, ma certamente non è meno essenziale.

#### 2. **Sistema sociale**

L'impresa va vista anche come distributrice della ricchezza creata, rappresentando uno strumento per il soddisfacimento delle necessità, soprattutto di coloro che operano al suo interno ed ha bisogno di forza lavoro, macchinari, materie, servizi cioè deve rivolgersi a lavoratori, finanziatori, fornitori ecc., per poter acquisire il complesso differenziato di risorse di cui necessita.

#### 3. **Struttura patrimoniale**

Parliamo del complesso di beni organizzato e retto per lo svolgimento di processi produttivi.

Funzione possibile attraverso l'impiego di capitale e capacità imprenditoriale.

Un'azienda che non sia in grado di soddisfare i bisogni della collettività è un'organizzazione inutile, che non risponde a finalità economiche e che non acquisisce alcuna legittimazione a sopravvivere. Così, un'organizzazione che non assicuri il dovuto corrispettivo a quanti in essa operano è destinata a disgregarsi, non potendo rispettare alcuna condizione di equilibrio tra sforzi e risultati correlati al suo funzionamento. Infine, un'azienda che non è in grado di generare un profitto di gestione, non può riuscire – sotto il profilo puramente economico – ad alimentare i suoi processi di rinnovamento e sviluppo e, in tempi più o meno lunghi, vede fuggire il capitale in essa investito da più fruttuose opportunità di impiego.

Queste tre funzioni sono strettamente correlate tra di loro, ma tra di esse intercorrono anche dei rapporti antagonisti, nel senso che il privilegiare una, comporta necessariamente una subordinazione delle altre.

### B) Le teorie sulle finalità imprenditoriali:

#### 1. **La teoria della massimizzazione del profitto**

Secondo la teoria economica classica il **profitto** è *“il compenso che spetta all'imprenditore per l'organizzazione dei fattori produttivi”*

Secondo la teoria della massimizzazione del profitto, i comportamenti imprenditoriali sono orientati al conseguimento del più ampio divario positivo tra i ricavi e i costi di gestione.



## 2. La teoria della sopravvivenza aziendale

Secondo la teoria della sopravvivenza sociale, il fine degli imprenditori è quello di assicurare la continuità dell'organismo aziendale.

Ciò si traduce nel puntare al profitto come mezzo per irrobustire la struttura patrimoniale dell'impresa, rifiutando attività gestionali che possano risultare pericolose per la vita dell'organizzazione

## 3. La teoria manageriale dello sviluppo dimensionale

La finalità della creazione del valore risponde agli obiettivi di tutti i partecipanti all'impresa e non soltanto a quelli della proprietà o del management

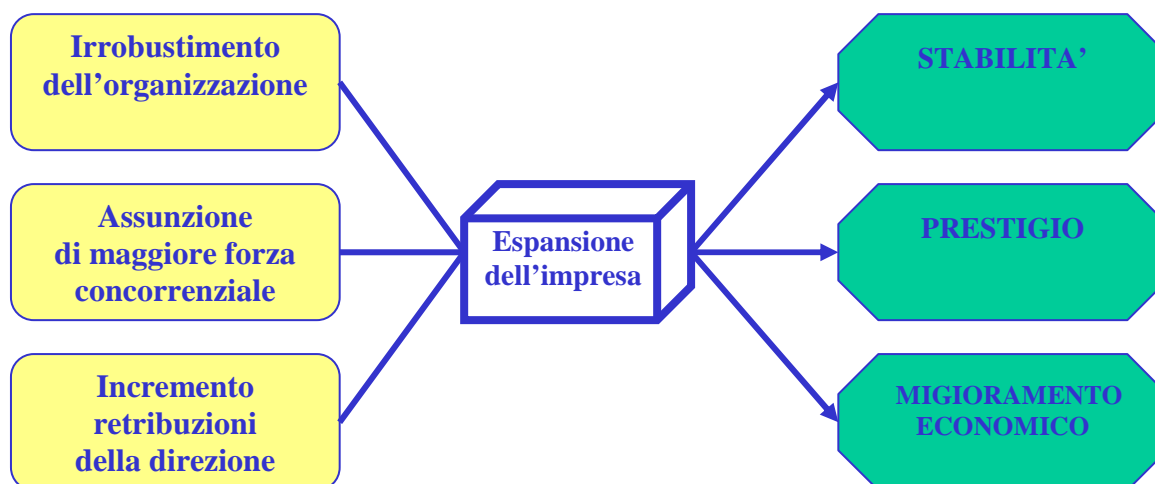
La teoria del valore sostiene che la finalità della gestione è quella di far crescere il valore economico dell'impresa poiché l'attenzione degli imprenditori è rivolta ad aumentare il valore delle quote della proprietà dell'azienda

- orientamento al futuro
- potenzialità di reddito
- trasferimento del valore al mercato

## 4. La teoria della creazione e diffusione del valore

La teoria dello sviluppo dimensionale sostiene che i manager sono più interessati all'espansione dell'impresa.

L'obiettivo primario della conduzione aziendale è il fatturato





### 5. La teoria comportamentistica

La teoria comportamentistica o dei “limiti sociali” alla massimizzazione del profitto pone in rilievo l’**aspetto conflittuale e collaborazionista dell’organizzazione sociale**. La massimizzazione del profitto incontra due serie di vincoli: quelli sociali (di natura interna ed esterna) e quelli di conoscenza.

Il reddito quindi, è un risultato che deriva da *accordi di cooperazione o dalla composizione di conflitti interni ed esterni*. La sua misura non è mai liberamente determinabile dall’imprenditore. Il fine del massimo profitto diviene, così, il fine del **massimo profitto condizionato**

RICAVI (G.1: CONSUMATORI; G.2: CONCORRENTI)						
COSTI						PROFITTO
COSTI DI LAVORO	COSTI DI APPROVVIGI ONAMENTO	COSTI DI FINANZIAMENTO	ONERI FISCALI	COSTI DI ORGANIZZAZIONE	COSTI DI RICERCA E SVILUPPO	
(G 3) Lavoratori	(G 4) Fornitori	(G 5) Finanziatori	(G 7) Pubblica amministrazione			(G 8) Proprietari

### 6. La teoria del successo sociale

La teoria del “successo sociale” sostiene che l’**imprenditore tende al successo**, e il successo è rappresentato dal risultato raggiunti dall’impresa e dal ruolo che attraverso essi riesce a conquistarsi **all’interno della comunità**

Il **successo** sociale è raggiungibile attraverso tre motivazioni principali ordinate in scala crescente:

- profitto
- potere
- prestigio

Le gratificazioni morali si accomunano a quelle economiche, e ciò comporta **un’attenzione agli equilibri economici ed etici**.

La soluzione di dilemmi morali, che sono propri di un sistema di interessi differenziati, sulla base di principi che attingono anche al campo dell’etica aziendale, si rivela, oggi, quale **fattore positivo** caratteristico di una superiore interpretazione della **funzione aziendale**.