

IL CONCETTO DI IMPRESA

Un'impresa è un'istituzione economico-sociale che svolge la funzione di produzione economica di beni e servizi.

In particolare, essa è un'istituzione:

- economica: tradizionalmente è legata ad una redditività, cioè i ricavi che superano i costi (questo vale per tutte le imprese profit);
- sociale: persegue un fine sociale, in quanto, laddove si vada a posizionare, crea lavoro e benessere per la collettività, cioè per tutti i soggetti che vivono nella stessa area geografica e per gli stakeholders (portatori di interesse);

Negli anni gli studiosi si sono interrogati su quale fosse la finalità ultima dell'impresa, a tal proposito, esistono diverse teorie: massimizzazione del profitto, la crescita, la produttività, ecc.

L'IMPRESA COME SISTEMA

Si definisce un sistema come un insieme ordinato (non sconnesso) di parti e di relazioni di parti, che tende naturalmente o è programmato al raggiungimento di un determinato fine.

La visione dell'impresa come sistema è frutto di un'astrazione concettuale, non di una visione oggettiva, e richiama ad un insieme o un raggruppamento che la nostra mente riesce a concepire in modo unitario e ordinato, in virtù delle connessioni e interdipendenze che, direttamente, legano tutte le parti o componenti separate, costituenti l'insieme.

Un sistema è:

- un insieme di parti e, al tempo stesso, insieme orientato al raggiungimento di un fine e non un agglomerato amorfo e privo di direzione (valore del sistema > valore della somma delle singole parti);
- un insieme di relazioni tra parti (es. rapporti interfunzionali).

LE PROPRIETÀ DEL SISTEMA IMPRESA

- Sistema complesso: coinvolge elementi umani, materiali e immateriali, ognuno dei quali ha distinte caratteristiche e svolge funzioni specifiche.
La numerosità degli elementi che caratterizzano l'impresa conduce ad una numerosità di relazioni che fra di essi si instaurano (es. relazioni tra risorse umane e materiali, o tecnologiche).
- Sistema relazionale e aperto: intrattiene rapporti di scambio con l'ambiente esterno.
Gli input del sistema possono essere considerati provenienti dall'ambiente esterno (mezzi finanziari, persone, impianti, materiali, conoscenze obiettivi).
Gli output del sistema si ripercuotono sull'ambiente esterno (ricavi, professionalità, prodotti, servizi, know how, performance).
- Sistema di trasformazione: deve mantenere un determinato equilibrio tra input e output, che può essere rappresentato in termini di efficienza generale:
 - output/input: efficienza operativa (produttività): risultati/mezzi;
 - efficienza economica: ricavi/costi.
- Sistema dotato di un meccanismo di retroazione o feedback: possiede meccanismi di controllo che agiscono sul processo, regolando i punti in cui si

manifestano scostamenti tra output e standard (es. il controllo budgetario).

- Sistema cognitivo: possiede la capacità di acquisire, elaborare, utilizzare la conoscenza, in un processo di apprendimento continuo.
- Sistema finalizzato o teleologico: il fine caratterizza sempre l'attività dell'azienda. È opportuno precisare che l'impresa, in quanto istituzione dell'umano operare in campo economico, non ha né può avere di per sé fini o scopi: può avere una funzione strumentale che:
 - si esplica con l'esercizio dell'attività economica di produzione;
 - è orientata al perseguimento di finalità definite dagli individui che la governano.

FINALITÀ DI IMPRESA...ALCUNE TEORIE

- Teoria dell'economia neoclassica: l'impresa ha come fine ultimo la massimizzazione del profitto.

Alla sua base troviamo delle assunzioni forti, in particolare:

- la razionalità dei soggetti: prendono le decisioni in maniera razionale perché dotati di conoscenza perfetta, ma ciò non accade sempre, infatti, un soggetto potrebbe non agire razionalmente e non avere a disposizione le informazioni necessarie;
 - omogeneità dei prodotti: una delle strategie più usate dalle imprese è la differenziazione del prodotto, concetto opposto all'omogeneità, non verificata nella realtà, tranne in alcuni casi, come per il mercato del petrolio, dell'oro o dell'argento;
 - nessun ostacolo alla piena mobilità dei fattori: ciascun operatore può entrare o uscire dai mercati, anche se nella realtà ci sono tante barriere;
 - il prezzo è un dato: deriva dall'incrocio tra domanda ed offerta, ma questo accade solo per certe tipologie di beni, per cui, tale teoria, alla luce delle considerazioni fatte, è difficilmente applicabile.
- Teoria della massimizzazione delle funzioni obiettivo diverse dal profitto: alcuni studiosi americani, come Marris, negli anni '50 e '60, hanno studiato le grandi corporations americane, cresciute molto a partire dalla crisi del '29. Questi autori, facendo opportune considerazioni, hanno osservato che le imprese presentavano una netta separazione tra proprietà e controllo (management), cioè tra azionisti che mettono il capitale ed i managers professionisti. In particolare, notano che i managers, che avevano potere decisionale, non avevano interesse nel massimizzare il profitto, poiché questo andava agli azionisti, ma erano piuttosto interessati alla crescita dimensionale delle imprese (massimizzazione del tasso di crescita del capitale investito). Ciò perché i managers avevano come obiettivo personale la massimizzazione del proprio prestigio nella cerchia di managers di riferimento americani, che dipende dalla base azionaria, che si ottiene con elevati profitti distribuiti. Tuttavia, essi sanno che questo obiettivo di crescita dimensionale si va a scontrare con il profitto, perché al crescere delle dimensioni si generano delle diseconomie che potrebbero vedere la decrescita del profitto stesso e questo potrebbe comportare che i managers vengano allontanati.

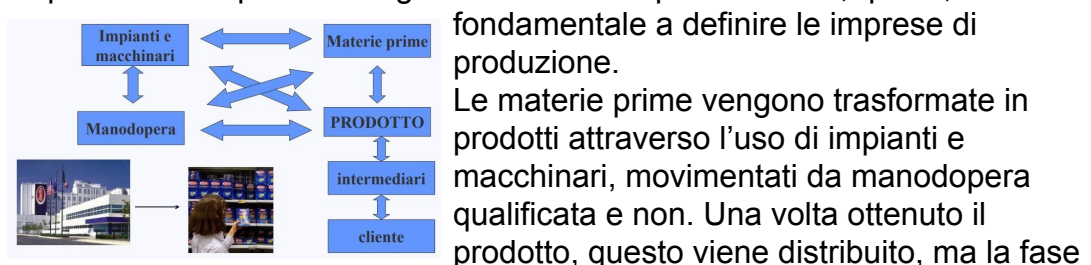
Dunque, secondo queste teorie, è possibile massimizzare altre funzioni obiettivo, ma senza dimenticarsi di stabilire un livello minimo di profitto, che non è più l'obiettivo finale dell'impresa, bensì un vincolo (profitto = vincolo).

- Teoria di soddisfazione: fondata da due studiosi americani degli anni '70, che hanno iniziato a considerare la finalità ultima, analizzando i soggetti che la stabiliscono. Secondo loro, non è l'impresa a stabilire la finalità ultima, per cui l'istituzione in sé non ha obiettivi, ma li hanno i soggetti che fanno parte di tale istituzione. I soggetti sono una pluralità, non esistono solo i managers o gli azionisti, ma anche i lavoratori, i clienti, i fornitori, gli enti locali, lo Stato, ecc. Secondo loro, l'obiettivo finale viene stabilito e dipende dal processo di contrattazione tra tutti questi soggetti, i quali possono avere obiettivi contrastanti tra di loro, che, però, vengono accomunati attraverso quel processo di contrattazione che porta alla definizione di un set di finalità valide pro tempore (per un certo periodo, poi cambiano).

- Teoria olistica (sintesi di tutte le visioni): alcuni studiosi, in primis Caselli, si sono chiesti se si potesse trovare effettivamente una finalità ultima e quale fosse: la sua sopravvivenza nel lungo termine. Secondo loro, questa è la sintesi delle diverse logiche dei soggetti che ruotano intorno all'impresa. Sicuramente la sopravvivenza dipende da un equilibrio tra i costi ed i ricavi, però, gli studiosi hanno visto che le imprese alternano due fasi: una di mantenimento, in cui mancano le decisioni più innovative, e una di innovazione.

CLASSIFICAZIONI DI IMPRESE

- Secondo la tipologia di output:
 - imprese di produzione: sono imprese legate alla produzione di beni, cioè output dalle componenti tangibili. Il sistema di produzione è, quindi,



fondamentale a definire le imprese di produzione.

Le materie prime vengono trasformate in prodotti attraverso l'uso di impianti e macchinari, movimentati da manodopera qualificata e non. Una volta ottenuto il prodotto, questo viene distribuito, ma la fase

distributiva può essere svolta direttamente o meno dall'impresa di produzione (possono anche intervenire soggetti esterni, come le imprese logistiche o intermediari online, come Amazon). Grazie a questa fase i clienti possono accedere al prodotto;

- imprese di servizi: sono legate all'erogazione di servizi intangibili, caratterizzate da:
 - immaterialità;
 - produzione e vendita coincidenti: se il cliente deve partecipare alla produzione del servizio, il momento in cui consuma il servizio coincide con quello della sua produzione;
 - produzione, vendita e consumo avvengono nello stesso tempo e nello

- stesso luogo;
- la proprietà del servizio non è trasferibile: si tratta di una proprietà spesso intellettuale (insegnamento, le capacità dell'erogatore del servizio);
 - l'output non è mostrabile prima dell'uso: è legato al fatto che la produzione e la vendita del servizio coincidono (es. non si può sapere se il servizio di insegnamento fornito da un insegnante è valido prima di aver partecipato ad una sua lezione, ma esistono degli escamotage, basti pensare alle recensioni dei clienti riguardo un servizio alberghiero o di ristorazione);
 - immagazzinabilità: i servizi non possono essere messi a magazzino, perché sono consumati nello stesso momento in cui sono erogati, dunque, ci sarebbero forti ripercussioni sui prezzi, mentre, in caso di scarsa domanda, si erogherebbero servizi a prezzi scontati;
 - intrasportabilità: con le nuove tecnologie si ovvia a questo problema (insegnamenti, chat online, ecc.);
 - partecipazione dell'utente all'erogazione del servizio: concetto di prosumer, dato dall'unione tra producer e consumer, per cui il cliente è produttore e consumatore;
 - contatto diretto tra utente ed erogatore: il sistema di erogazione funziona diversamente rispetto a quello di produzione, perché in esso è fondamentale il ruolo del cliente al fine dell'erogazione del servizio stesso, in quanto, senza di lui il servizio non esisterebbe (es. scuole senza studenti). Interviene poi il personale di contatto che eroga il servizio (es. l'insegnante ed il personale scolastico).



In realtà, la differenziazione tra queste due tipologie d'impresa è sempre più sottile, perché esistono beni che incorporano in sé dosi crescenti di servizi (es. fotocopiatrici).

D'altra parte, esistono servizi che stanno sempre più acquisendo le caratteristiche legate al sistema di produzione dei beni, come la produzione su larga scala, tipicamente legata alla produzione di beni, ma che sta riguardando anche l'erogazione di servizi (es. servizi di telecomunicazione, gas, ecc.).

- Secondo la dimensione:
 - piccole e medie imprese (PMI);
 - grandi imprese.

I parametri che posso utilizzare per classificarle sono:

- quantitativi: sono misure oggettive e certe, quindi, possono essere misurati, come il numero di dipendenti, il fatturato, il totale dell'attivo patrimoniale, gli investimenti fissi ed il valore aggiunto (differenza tra ricavi di vendita e costi di produzione).

L'Unione europea ha interesse nel definire le PMI per capire a chi destinare i fondi, poiché esse sono destinatarie di molti fondi europei, dunque, la Commissione europea ha redatto un documento che definisce tutti i parametri per individuare medie, piccole e micro imprese, in base a:

- numero di dipendenti: inferiore ai 250/50/10;
- volume d'affari: non superiore ai 50/10/2 milioni di €;
- totale dello stato patrimoniale: non superiore ai 43/10/2 milioni di €;
- indipendenza: secondo questo criterio, per essere una PMI, l'impresa deve essere indipendente, cioè non controllata da un'impresa di grandi dimensioni, dunque, non deve essere partecipata per più del 25% del capitale sociale o dei diritti di voto da una o congiuntamente da più imprese che superino i parametri di PMI.

Di solito, per dire che un'impresa è controllata da un'altra, questa dovrebbe avere il 50% + 1 del capitale sociale o dei diritti di voto, percentuale sufficiente, perché si ha la maggioranza nell'assemblea dei soci, durante la quale si prende una fondamentale decisione relativa al controllo dell'impresa, cioè si nomina il consiglio di amministrazione (chi governa).

Osservando la maggior parte delle imprese, nell'assemblea degli azionisti si vota a maggioranza dei presenti (salvo alcune decisioni chiave) e non sempre (soprattutto nelle S.p.a.) sono presenti tutti gli azionisti, quindi, di fatto, chi controlla le imprese lo fa con quote nettamente inferiori al 25%.

L'Unione europea ha deciso di considerare diversi parametri quantitativi, altrimenti si potrebbero fare delle valutazioni errate (es. considerando solo il numero di dipendenti e valutando due imprese con lo stesso fatturato, si potrebbero classificare erroneamente come medie, piccole o grandi imprese, perché una potrebbe avere meno dipendenti dell'altra, in quanto ha investito maggiormente in nuove tecnologie e, di conseguenza, classificare quella con più dipendenti come grande o media impresa e l'altra come piccola);

- parametri qualitativi: sono maggiormente soggettivi, quindi, dipendono dal valutatore (spesso si aggiungono a quelli quantitativi):
 - coincidenza tra proprietà e controllo: nelle PMI chi possiede le azioni spesso è inserito anche nella gestione dell'impresa;
 - struttura organizzativa semplice: per fare funzionare le grandi imprese si ha bisogno di strutture organizzative particolarmente complesse, mentre, per una PMI con pochi dipendenti ci si può anche permettere di avere una struttura organizzativa più semplice, che di solito prevede un capo (es. l'imprenditore proprietario) e poi una serie di dipendenti;
 - assenza di strategie formalizzate: nelle grandi imprese le strategie (percorso che deve seguire un'impresa per raggiungere i suoi obiettivi) di solito sono molto formalizzate, mentre, nelle PMI la strategia è spesso informale e può anche essere inconsapevole.
L'imprenditore sa dove vuole arrivare, ma i suoi piani non sono