

1.4 Le attività economiche di base

di Piero Mella

1.4.1. I bisogni e le aspirazioni dell’uomo

Il punto di partenza della scienza economica è il riconoscimento che l’uomo punta alla sopravvivenza come singolo e come specie e che la vita dell’uomo – la nostra esistenza – è caratterizzata dal sorgere continuo di *bisogni* e di *aspirazioni* e dalla ricerca del loro *appagamento*.

I *bisogni* sono sensazioni *spiacevoli* connesse a stati di disequilibrio psico-fisico, sentite (o supposte) in un dato periodo, che si vogliono eliminare o attenuare o evitare: sentiamo freddo e sorge il bisogno di avere vestiti per proteggerci e di un’abitazione per la notte; sentiamo caldo e sete e ecco il bisogno di una bevanda ghiacciata; dobbiamo raggiungere un amico che abita lontano da noi e in quel momento sentiamo il bisogno del trasporto; percepiamo regolarmente lo stimolo della fame e ogni volta sorge il bisogno di cibo.

L’uomo, fortunatamente, non vive solo per eliminare gli stati spiacevoli della vita, ma sente, o immagina, anche stati piacevoli che tende a conseguire per quanto possibile. Le *aspirazioni* sono stati *piacevoli* che vogliamo acquisire, mantenere o incrementare: il desiderio di un vestito alla moda non deriva tanto dal bisogno di proteggerci dal freddo quanto, piuttosto, dall’*aspirazione* di essere ammirati; sentiamo il bisogno di un’automobile (meglio sarebbe dire che sentiamo il bisogno del trasporto) ma *aspiriamo* a avere una Ferrari o una Jaguar anche se molte altre automobili sarebbero in grado di soddisfare lo stesso bisogno.

Si denomina *soddisfacimento* di un bisogno o *appagamento* di un’aspirazione l’attività o il comportamento volti a conseguire l’annullamento dello stato di disequilibrio connesso al bisogno o l’ottenimento dello stato piacevole connesso all’aspirazione, oppure il risultato di tale comportamento.

La distinzione tra *bisogno* e *aspirazione* è spesso difficile da attuare in modo netto, ma – almeno a titolo d’ipotesi – un criterio appare affidabile: l’intensità del *bisogno* – sia esso primario o secondario – decresce con il soddisfacimento, salvo ripresentarsi in tempi successivi; l’intensità dell’*aspirazione*, invece, *aumenta* con l’appagamento (per cessare, a volte, bruscamente quando sopravviene la noia), come indicato in fig. 1.

Prima classificazione dei bisogni e delle aspirazioni:

- I bisogni possono anche essere distinti in *primari* e *secondari*.
- I *bisogni primari* sono quelli fondamentali per l’uomo quale sistema biologico; sono quelli senza il soddisfacimento dei quali il sistema uomo non potrebbe vivere: cibo, abitazione, vestiario, ecc.

- I *bisogni secondari* sono invece quelli che sono necessari per non vivere male, per un'esistenza migliore: igiene, tempo libero, ecc.
- Possono esservi bisogni e aspirazioni *attuali*, cioè sentiti in un dato istante, o *futuri*, cioè solamente previsti.

Quelli della prima specie sono “sentiti” da un dato soggetto in un dato istante o per un periodo di limitata ampiezza; i secondi sono bisogni non ancora “sentiti” ma solo previsti per istanti o periodi futuri; si ha quindi anticipatamente solo la coscienza della possibilità del loro manifestarsi futuro.

Sento il bisogno attuale di una bibita fresca, ma prevedo fin da ora che domenica prossima andrò a teatro; provo “ora” l'esigenza di acquistare un paio di scarpe, ma prevedo quella di iscrivere mio figlio all'Università tra quattro anni. Possiamo, altresì, distinguere tra bisogni e aspirazioni individuali e collettivi (o di gruppo). Anche se la distinzione è relativa, possiamo considerare individuali quelli “sentiti” da un dato soggetto, presenti nella sua sfera “privata”, mentre quelli della seconda specie sono “sentiti” nell'ambito di un gruppo di soggetti e solo per traslazione sono riferibili ai singoli membri del gruppo.

Tra i bisogni di gruppo si fanno rientrare i *bisogni pubblici*, cioè quelli “sentiti” dall'intera collettività nell'ambito di un dato territorio. L'esigenza di acquistare un'automobile è bisogno o aspirazione di un dato individuo, ma quella di avere un sistema autostradale esteso, efficiente e sicuro è senz'altro esigenza sentita da tutti gli automobilisti; è, quindi, un bisogno collettivo. L'aspirazione di una torre che troneggi sulla propria abitazione è esempio di aspirazione individuale sentita, per esempio, da molte famiglie della Pavia medioevale; l'aspirazione di costruire la Tour Eiffel è esempio di aspirazione collettiva, come pure collettiva è l'aspirazione di conservare queste testimonianze storiche.

Bisogni e aspirazioni sono dunque componenti fondamentali della nostra esistenza e rappresentano le motivazioni fondamentali del comportamento economico in quanto spingono l'uomo a porre in essere attività, azioni, comportamenti per il loro soddisfacimento o conseguimento.¹ Senza i bisogni e le aspirazioni non esisterebbe *comportamento economico*. L'esistenza di bisogni e di aspirazioni si rivela, anzi, solo indirettamente dall'osservazione del comportamento economico dell'uomo volto a conseguirli.

I bisogni e le aspirazioni sono, infatti, elementi intenzionali e non possono essere osservati direttamente ma solo supposti a seguito dell'osservazione del comportamento dell'uomo; è necessario, comunque, ipotizzare la loro esistenza al di là della semplice verifica per auto osservazione.

¹ Per più ampie considerazioni si rinvia a Mella, *Economia aziendale*, UTET, Torino, 1992, cap. 4.

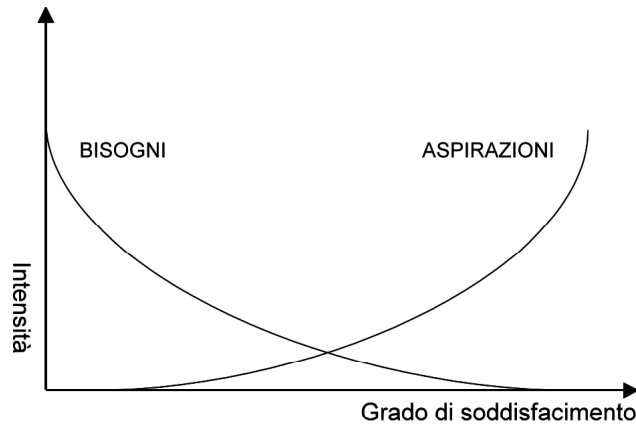


Figura 1. Dinamica dell'intensità dei bisogni e delle aspirazioni.

È immediato rendersi conto del fatto che la *qualità* della nostra vita dipende dal *numero* e dalla *specie* dei bisogni e delle aspirazioni che possiamo soddisfare e, soprattutto, dal modo in cui riusciamo a conseguire tale *soddisfacimento*.

La qualità della nostra vita aumenta sempre più; i *bisogni* fondamentali per la nostra esistenza risultano soddisfatti e sempre più ampio spazio è lasciato per il conseguimento delle nostre *aspirazioni*.

Maslow, suggerisce una scala o piramide di bisogni:²

1. bisogni fisiologici (*physiological needs*): nella società industriale avanzata i bisogni fisiologici (fame, sete, riposo ecc.) sono poco motivanti in quanto ragionevolmente soddisfatti;
2. bisogni di sicurezza (*safety needs*): anche i bisogni di sicurezza sono relativamente ben soddisfatti grazie alla continuità del livello delle risorse e ai sistemi di assicurazione e previdenza sociale;
3. bisogni associativi e d'amore (*belongingness and love needs*): sono irrinunciabili e operanti a livello di comportamento sociale;
4. bisogni di stima sociale (*esteem needs*): corrispondono alle aspirazioni di autostima e di status sociale; essi convergono nell'esprimere il bisogno dell'individuo di definire la sua identità, di individuarsi rispetto all'ambiente; un favorevole senso della propria identità è rafforzato dal riconoscimento e dell'approvazione altrui, dal prestigio e dallo status di cui si fruisce;

² Si veda A. Maslow, *Motivazione e personalità*, Armando, Roma, 1977

5. bisogni di auto realizzazione (*need for self-actualization*): al vertice della gerarchia dei bisogni umani, vi è il bisogno di auto realizzazione. Si tratta del bisogno di realizzare le proprie capacità potenziali, di svilupparsi e crescere in modo autonomo e costante, di essere creativi e ricchi d'ingegnosità.

Se si accetta la distinzione tra *bisogno* e *aspirazione*, appare evidente che i livelli del modello piramidale di *Maslow* non rappresentano solo specie di bisogni ma anche aspirazioni.

1.4.2. I beni e il lavoro

Per soddisfare i bisogni e per conseguire le aspirazioni sono necessari *beni* e *lavoro*. Per *bene* intendiamo “tutto ciò” che può essere impiegato da un individuo per soddisfare i bisogni e appagare le aspirazioni. In termini equivalenti, possiamo considerare *bene* ogni risorsa (mezzo, oggetto, strumento ecc.), *materiale* (casa, stoviglie, panino, vestiti, automobile ecc.) o *immateriale* (film, gita in montagna, partita della squadra del cuore ecc.) che l'uomo può destinare, direttamente, o in via mediata, al soddisfacimento di un bisogno o all'appagamento di un'aspirazione – e, più in generale, alla sopravvivenza – a condizione, però, che tale risorsa sia *scarsa*.

I beni soddisfano i bisogni e le aspirazioni sia con la *quantità* sia con la *qualità* e queste due dimensioni osservative devono sempre essere congiuntamente considerate: per soddisfare i bisogni e le aspirazioni è necessario, impiegare una data «quantità» di beni caratterizzati da una data «qualità». Possiamo, in prima approssimazione, affermare che per il soddisfacimento dei *bisogni* – specie se primari – si ha soprattutto riguardo all'aspetto *quantitativo*, alla quantità del bene impiegato, mentre per l'appagamento delle aspirazioni prevale quello qualitativo.

La velocità con cui decresce il bisogno della sete o della fame dipende dalla quantità dell'acqua o del pane impiegati, mentre l'aspirazione di una pelliccia, di un Rolex o di una Jaguar si connette con la qualità dell'indumento, dell'orologio, dell'automobile. Quale significato dobbiamo attribuire al carattere della *scarsità*? La risposta è semplice: i beni sono relativamente scarsi quando devono essere *ottenuti* e *impiegati* tramite il *lavoro*.

Definiamo *lavoro* ogni *prestazione* umana *spiacevole* – che l'uomo, potendolo, vorrebbe, cioè, evitare, o ridurre al minimo, o migliorare – tramite la quale i beni possono essere ottenuti e applicati per il soddisfacimento delle esigenze umane. È «lavoro» tanto l'attività del minatore che con il piccone stacca il carbone nella miniera quanto quella del pescatore che lancia le reti; tanto l'attività dell'operaio al forno di cottura dei mattoni in una fornace quanto quella della cuoca che impasta la farina e le uova e sforna una buona torta.

Se accettiamo che il lavoro sia un comportamento spiacevole, allora nessun individuo – che non fosse costretto in schiavitù – applicherebbe mai lavoro per ottenere beni non necessari, sovrabbondanti rispetto alle sue motivazioni economiche. Di conseguenza – proprio in quanto ottenuti in quantità limitata con il sacrificio del lavoro – tutti i beni destinabili per soddisfare i bisogni e appagare le aspirazioni sono *scarsi*.

I *beni* e il *lavoro* rappresentano, dunque, *i due elementi fondamentali per il soddisfacimento dei bisogni e per il conseguimento delle nostre aspirazioni*; senza di essi, infatti, non esisterebbe attività economica; in un Eden nel quale tutte le risorse fossero disponibili in quantità sovrabbondante nessuno applicherebbe lavoro o farebbe sacrifici per appagare i propri bisogni e le proprie aspirazioni.

Occorre, tuttavia, osservare che, in molti casi, il *lavoro* può essere *piacevole*, quando rappresenta un mezzo per conseguire aspirazioni di stima sociale e di auto realizzazione. In questo senso, il *lavoro* diventa un *bene*, in quanto è considerato un mezzo per l’appagamento diretto di aspirazioni di prestigio, di professionalità e di reddito. Anche in questa circostanza, tuttavia, com’è intuibile, il lavoro comprende, di norma, aspetti spiacevoli che si tende a ridurre o a eliminare.

Prima classificazione dei beni. Le tre nozioni di qualità

Una fondamentale classificazione riguarda la *natura fisica dei prodotti* e distingue tra:

- beni materiali, o prodotti tangibili (automobili, acqua minerale, farina, pesce ecc.);
- beni immateriali, o servizi, o prodotti intangibili (telefonia, energia, assicurazione, locazioni, consulenze ecc.).

La distinzione appare intuitiva ma, per distinguere con precisione tra le due specie di prodotti, ritengo utile presentare, in fig. 2, l’analisi, ormai classica, di Christian Grönroos.

Una seconda rilevante tipologia riguarda la *destinazione finale dei beni*:

- beni finali, o per il consumo finale, quali, a es.: biscotti, polli, carne di manzo, pesche, vino, camicie, scarpe, partite di calcio, spettacoli teatrali, ventilatori da abitazione, televisori, automobili, trasporto ferroviario, appartamenti in un condominio, gioielli e le altre migliaia di beni che tutti noi utilizziamo nel corso della nostra vita;
- beni strumentali che rappresentano fattori (macchinari, materie o servizi) per la produzione di altri prodotti: per es., macchinari di ogni tipo – torni, frese, trapani, presse –, chip, monitor, calce, mattoni, lamierino di ferro, alluminio, assi di legno, putrelle d’acciaio, vagoni ferroviari, chiese, stadi ecc., in una gamma quasi indescrivibile.

PRODOTTI TANGIBILI O BENI MATERIALI	SERVIZI INTANGIBILI O BENI IMMATERIALI
Tangibili	Intangibili
Omogenei	Eterogenei
Produzione e distribuzione separata dal consumo	Produzione, distribuzione e consumo sono processi simultanei
Una cosa, un oggetto	Un'attività o un processo
Il valore viene prodotto in fabbrica	Il valore essenziale viene prodotto nelle interazioni venditore/acquirente
I clienti (normalmente) non partecipano al processo di produzione	I clienti possono partecipare alla produzione
Possono essere tenuti in magazzino	Non possono essere tenuti in magazzino
C'è trasferimento di proprietà	Non c'è trasferimento di proprietà

Figura 2. Caratteri distintivi dei beni e dei servizi (Fonte: Grönroos C., *From Scientific Management to Service Management: A Management Perspective for the Age of Service Competition*, «International Journal of Service Industry Management», 1994, vol. 5/1, pp. 5-20).

La qualità dei beni: è un elemento essenziale per giudicare l'attitudine di un bene a soddisfare bisogni e aspirazioni. La nozione di qualità non è, però, facilmente definibile; in termini del tutto generali, per *qualità* possiamo intendere almeno tre aspetti:

1. l'insieme delle caratteristiche che rendono un dato bene idoneo a essere utilizzato per qualche scopo; tale forma costituisce la *qualità estrinseca* o *d'uso* o *funzionale*; un bene è caratterizzato da elevata qualità funzionale, se i consumatori la percepiscono funzionalmente idonea a soddisfare i loro bisogni («è un'auto eccezionale: è veloce, economica, con tanto spazio e con una linea [...]»);
2. l'insieme delle caratteristiche che rendono un bene conforme a un campione di riferimento che ne definisce il funzionamento; tale forma di qualità si definisce *qualità intrinseca* o *progettuale* o *strumentale*; un bene gode di qualità strumentale, se il consumatore l'apprezza per la semplicità, la sicurezza, la durata del funzionamento ecc. («è un'automobile così bella, veloce e con tanto spazio [...] peccato che sia sempre dal meccanico»);
3. l'insieme delle caratteristiche che rendono il bene (sacchetti biodegradabili per la spesa all'ipermercato) e il processo con cui si ottiene (basse emissioni di zolfo) non dannosi per l'ambiente; esse formano la *qualità ambientale*;
4. In ogni caso, quando confrontiamo due oggetti in relazione alla loro qualità, sia essa *strumentale*, sia essa *funzionale*, possiamo fare uso di *sensazioni personali* o di *preferenze soggettive* (sapore del cibo, grado di

cottura, presentazione in tavola ecc.), o di *dati tecnici* (robustezza delle carrozzeria, pregio del pellame, precisione nella lavorazione), ma possiamo anche ricorrere a *parametri quantitativi* (precisione nella lunghezza, esattezza nel peso, durata media, velocità, consumo, prezzo ecc.) come accade, ad esempio, quando non consideriamo qualitativamente apprezzabile un oggetto d’oro che abbia un titolo di 650 per mille, anziché di 750; oppure quando ci accorgiamo che un vasetto di marmellata contiene solo 475 grammi di prodotto netto anziché 500, come dichiarato nell’etichetta.

1.4.3. Il consumo e la produzione

Per soddisfare i bisogni e le aspirazioni è dunque necessario *ottenere e impiegare* i beni tramite il *lavoro*. Qualunque *processo economico* svolto per l’*ottenimento* dei beni con il *lavoro* può essere definito *processo di produzione* o “produzione”, semplicemente. Anche l’impiego dei *beni* per soddisfare bisogni o appagare aspirazioni è normalmente attuato con attività di *lavoro* ordinato in processi più o meno articolati.

Ogni *processo economico* tramite il quale s’impiega *lavoro* per la trasformazione dei beni, al fine di renderli atti all’applicazione ai bisogni e alle aspirazioni, si denomina *processo di consumo* o “consumo”, semplicemente. La distinzione tra produzione e consumo non è sempre agevole. Se per ottenere il fuoco un individuo dovesse personalmente reperire combustibile (raccogliere legna) e per la cottura fosse necessario attingere acqua da una fonte lontana, si renderebbe necessario impiegare il lavoro per produrre tali beni; ciò, tuttavia, configurerebbe un *processo di produzione per il consumo* del tutto integrato con l’atto di consumo finale dei cibi cotti. Tale processo viene definito di *auto produzione*.

La raccolta della legna per altre famiglie o il trasporto dell’acqua per altri utilizzatori si configurerebbero, tuttavia, come processi di produzione di beni da impiegare in processi di consumo di altri soggetti. Da questi semplici esempi emerge un criterio generale per distinguere i processi di produzione da quelli di consumo. Sono di consumo quelli svolti da individui che trasformano i beni per impiegarli per il soddisfacimento dei *propri* bisogni e aspirazioni; sono di produzione quelli svolti da soggetti per ottenere beni che essi stessi, oppure altri soggetti, impiegheranno, *successivamente*, in differenti processi di consumo.

In altri termini, il consumo è un processo “terminale”: i beni sono trasformati e applicati ai bisogni e alle aspirazioni; la produzione è un processo “antecedente”, che ha come fine l’ottenimento di beni da destinare per il consumo proprio o di altri soggetti. *Consumo* e *produzione* sono i *processi economici fondamentali* (attività sistematiche) sviluppati dall’uomo con il proprio *lavoro* e con l’utilizzo di *strumenti* (o fattori strumentali).

Essi rappresentano il *comportamento sistematico e durevole* tramite il quale l'uomo può soddisfare le proprie esigenze di vita, individuale e sociale. Gli *strumenti*, complementari al *lavoro*, con i quali l'uomo *consuma e produce* i *beni* sono, a loro volta, *beni* ottenuti con lavoro; si possono denominare *fattori di consumo e di produzione* a seconda dei processi nei quali sono impiegati. Dopo queste definizioni, mi sembra opportuno sviluppare un'ulteriore osservazione: i *processi economici di consumo e di produzione fanno parte dell'attività cognitiva vitale dell'uomo* e uniscono il *know-how*, l'esperienza e la creatività.

1.4.4. La specializzazione produttiva e lo scambio

Le attività di consumo e di produzione si sono andate evolvendo con il progredire della civiltà ed è possibile osservare due fondamentali linee evolutive. In *primo luogo*, agli albori della civiltà l'uomo, "ricco" prevalentemente di bisogni primari – ricercava soprattutto il soddisfacimento dei bisogni applicando il lavoro per ottenere beni privilegiando d'aspetto quantitativo dei beni prodotti rispetto al qualitativo.

A un certo stadio del proprio sviluppo economico una parte della popolazione di un dato territorio arriva sempre a scoprire la qualità e da questo momento ha inizio la rincorsa perpetua al soddisfacimento delle aspirazioni. Com'è immediato oggi osservare, nelle società opulente, nelle quali le aspirazioni si sono sostituite ai bisogni, buona parte dell'attività di lavoro è rivolta alla produzione di "qualità" non più di "quantità".

In *secondo luogo* agli albori della civiltà l'attività di consumo era unita a quella di produzione; poiché la produzione richiedeva lavoro e il lavoro è penoso (faticoso, oneroso), l'uomo produceva solamente i beni dei quali sentiva il bisogno e nella quantità appena necessaria per il consumo; la produzione era *auto produzione* o produzione finalizzata per il consumo.

Nella continua ricerca di minore fatica di lavoro, o di maggiori beni ottenibili, ben presto gli uomini si accorsero che risultava più efficiente – quindi più conveniente – *specializzarsi* nella produzione di qualche bene – ottenendone una quantità maggiore di quella strettamente necessaria per il consumo dello stesso produttore – e di ottenere altri beni tramite lo *scambio*.

Con la *specializzazione nell'attività produttiva* nascono cinque fenomeni:

- a. *la separazione tra «produzione» e «consumo»*: l'uomo non produce direttamente i beni di cui sente il bisogno e solo quelli che può utilizzare e non consuma direttamente i beni ottenuti ma produce beni che altri consumeranno e consuma beni che altri hanno prodotto;
- b. *la diffusione dello «scambio»*; lo scambio è necessario per ottenere i beni da consumare cedendo i beni prodotti;

- c. *la creazione della «moneta» come «mezzo di scambio», onde rendere agevole l’incontro tra la domanda e l’offerta dei beni prodotti. Originariamente era moneta reale, rappresentata da un particolare tipo di bene, divisibile in unità identiche, che, per la sua diffusione, per la sua relativa inalterabilità, per la difficoltà d’imitazione che lo contraddistinguevano aveva i requisiti della liquidità e del valore certo, così da essere generalmente accettato in cambio di altri beni; potevano fungere da moneta reale tanto i chicchi di caffè o di cacao quanto le conchiglie; tanto il sale quanto l’oro; successivamente, alla moneta reale si è sostituita la moneta nominale, costituita da unità convenzionali cartacee che hanno perduto il valore intrinseco che caratterizzava la moneta reale (per es. la moneta aurea); fungono oggi da moneta, in quanto mezzi di regolamento diffusamente accettati, tanto le banconote quanto gli assegni e gli altri titoli di credito (la c.d. moneta bancaria); ultimamente, la moneta nominale tende a essere sostituita dalla moneta virtuale, rappresentata da semplici memorie di unità di credito, o di capacità d’acquisto, che possono consentire di trasferire il credito da un soggetto a un altro con vari strumenti elettronici (carte di credito, home banking, e-banking e simili). Nelle moderne economie la moneta svolge tre funzioni: 1) funge da intermediario degli scambi in quanto consente di trasferire la ricchezza nello spazio tramite scambi monetari; 2) funge da riserva di valore in quanto consente di trasferire la ricchezza nel tempo tramite il risparmio e l’investimento; 3) funge da unità di espressione dei valori e consente, quindi, il *confronto* tra quantità di ricchezza.*
- d. La specializzazione produttiva come forma normale di produzione: potendo ottenere altri beni tramite lo scambio, l’uomo limita la produzione a uno o a pochi beni allo scopo di sfruttare appieno la propria abilità.
- e. Lo svolgimento delle attività economiche in forma organizzata; con la specializzazione nasce l’organizzazione, una struttura stabile di lavoro – denominata organizzazione o sistema organizzativo – formata da gruppi di soggetti, o organi che, prestando il loro lavoro e le loro conoscenze 1) perseguono obiettivi comuni di produzione o di consumo (le attività sono cooperative); 2) svolgono attività specializzate per una data funzione (specializzazione funzionale); 3) svolgono le loro attività in funzione delle attività degli altri soggetti o gruppi (le attività sono coordinate).

Lo *scambio* divenne così, al pari di consumo e di produzione, un’attività economica fondamentale, necessaria per lo svolgimento efficiente delle altre. Con lo scambio due soggetti, A e B, che detengono due beni b_A e b_B , trasmettono l’un l’altro i due beni secondo dati rapporti denominati rapporti di scambio (o anche ragioni di scambio). Lo

scambio di bene contro bene si denomina baratto; quando lo scambio è tra bene contro moneta lo scambio è monetario e il rapporto tra quantità di moneta scambiata e quantità di beni scambiati si definisce prezzo monetario.

1.4.5. L'utilità e il valore

I beni non sono tutti adatti a soddisfare i bisogni e le aspirazioni apportando la stessa soddisfazione. Alcuni beni – pur per lo stesso bisogno – appaiono preferiti a altri, mentre alcuni, utilizzati fino a un dato momento, vengono sostituiti da altri beni. Evidentemente, ciascuno di noi attribuisce ai beni una specifica preferenza. Ai *beni* si possono associare due *indicatori* di preferenza: l'*utilità* e il *valore*.

Si denomina *utilità* l'attitudine dei *beni* a soddisfare i bisogni o a permettere il conseguimento delle aspirazioni. È una dimensione qualitativa di natura tecnica che fa riferimento al rapporto tra il bene e i bisogni e le aspirazioni cui è destinabile.

Si definisce *funzione d'uso* di un bene il mix dei bisogni e delle aspirazioni che esso può soddisfare. L'utilità dipende pertanto dalla funzione d'uso del bene per un dato soggetto.

L'acqua potabile è utile per soddisfare il bisogno della sete; per il cuoco è utile per poter fare bollire i cibi; l'oro e i diamanti sono utili per soddisfare, prevalentemente, le aspirazioni di prestigio a meno che non si abbia bisogno del diamante per incidere una lastra di vetro o di oro per costruire un conduttore elettrico di elevate prestazioni. Ricordando che i beni sono caratterizzati da una «quantità» e da una «qualità», possiamo immediatamente osservare che solitamente l'utilità dei beni destinati al soddisfacimento dei bisogni dipende dalla «quantità» dei beni impiegati, mentre quella dei beni destinati all'appagamento delle aspirazioni è di norma connessa alla «qualità» dei beni. Soggetti diversi possono, tuttavia, tenere comportamenti differenti nei confronti di uno stesso bene; uno potrebbe desiderarlo e l'altro no; uno vorrebbe acquistarlo, un altro venderlo, un terzo tenerlo per utilizzarlo. L'attitudine dei *beni* a essere «desiderati» da qualche soggetto si definisce *valore*. Il valore è sempre soggettivo ma vi è un test sicuro per riconoscere se un bene B ha valore per un dato soggetto S. B ha valore per S – che non lo possiede ma lo desidera – se e nella misura in cui, S sia disposto a cedere un altro bene X per ottenere B. B ha un valore per S – che lo possiede ma non lo desidera più – se e nella misura in cui sia disposto a ricevere un altro bene Y per cedere B. Mentre l'utilità esprime il rapporto bene/bisogno, il valore esprime la relazione bene/soggetto. Il *valore*, pertanto, non deve essere identificato con l'*utilità* in quanto esso dipende, tra l'altro:

- a. dall'utilità del bene (caratteristica tecnica);
- b. dalla provenienza del bene o dal modo in cui è ottenuto (caratteristica dell'origine);

- c. dall’equazione personale del soggetto che lo deve impiegare e dall’ambito sociale in cui vive (caratteristica dell’utilizzatore);
- d. dalla destinazione individuata dalla funzione d’uso, cioè dal tipo e dalla intensità dei bisogni e delle aspirazioni che può soddisfare (caratteristica della destinazione);
- e. dalla relativa abbondanza o scarsità (caratteristica ambientale).

Il valore viene attribuito a un bene da parte di un soggetto mediante l’*apprezzamento*, l’operazione mentale che associa al bene un *indicatore* che esprime il *sacrificio* sopportabile dal soggetto per *ottenere* o per *privarsi* del bene.

L’*indicatore di apprezzamento* più semplice è la *ragione di scambio* (quantità di beni in cambio di un’unità del bene desiderato); nello scambio monetario, l’indice di apprezzamento è costituito dal *prezzo*. L’apprezzamento si attua esprimendo il prezzo, p_B , del bene B e moltiplicandolo per la quantità da valorizzare, Q_B ; pertanto il valore risulta $V_B = p_B \times Q_B$.

Il valore, pertanto, pur essendo soggettivo, si presenta come una dimensione quantitativa; è sempre possibile confrontare valori di beni differenti, purché siano espressi, direttamente o indirettamente, tramite misure monetarie (la sua Ferrari vale come due appartamenti; il Renoir di mio zio vale come il Monet di mio suocero).

Considerando il *valore come espressione quantitativa della desiderabilità di un bene* da parte di un soggetto, tre sono le forme di valore più importanti, sulle quali si fonda l’intero comportamento economico dell’uomo:

- a) *valore di acquisizione*: è il valore di un bene per un soggetto che non lo possiede ma lo vuole *acquisire*; indica il *massimo prezzo*, p_A , che il soggetto è disposto a corrispondere per *acquisire il bene*; tale prezzo si denomina prezzo di acquisizione; il valore di acquisizione si denomina anche *costo di acquisizione (costo di acquisto, come caso particolare, nella compravendita)*;
- b) *valore di cessione*: è attribuito a un bene da un soggetto che lo possiede ma desidera *cederlo*; indica il *minimo prezzo*, p_C , al quale il soggetto è disposto a *cedere il bene*; il valore di cessione si denomina anche *ricavo di cessione (ricavo di vendita come caso particolare nella compravendita)*;
- c) *valore d’uso*: è attribuito da un soggetto che possiede un bene e vuole continuare a utilizzarlo per soddisfare le proprie necessità. Indica il *massimo prezzo*, p_U , che il soggetto sarebbe disposto a pagare per *disporre del bene, se ne venisse privato, o il prezzo minimo da ricevere per privarsi del bene*.

1.4.6. La ricchezza, il risparmio e l'investimento

Con la distinzione tra *utilità* e *valore* è possibile precisare meglio il significato della *produzione* e del *consumo*. Definiamo, innanzitutto, *ricchezza* uno stock di beni, quantitativamente e qualitativamente caratterizzati, dotati di *valore*.

La ricchezza di un dato soggetto o di una data collettività in un certo istante si denomina anche *patrimonio* di quell'individuo o di quella collettività. Con l'aumentare della *ricchezza* disponibile aumenta anche il *benessere*, perché s'incrementa il numero e la varietà (la quantità e la qualità) dei bisogni e delle aspirazioni che possono essere soddisfatti.

La *produzione* è il processo volto a ottenere beni dotati non solo di utilità ma di *valore*; la *produzione* è, perciò, l'attività con la quale l'uomo ottiene la *ricchezza* e acquisisce il *benessere*.

Il *consumo* non è solo l'impiego di beni dotati di utilità ma è applicazione di beni dotati di *valore*; il *consumo* è l'attività economica tramite la quale l'uomo impiega la *ricchezza* per soddisfare i bisogni e per conseguire le aspirazioni.

Lo *scambio*, infine, – in quanto consente la trasmissione dei beni da un soggetto a un altro – rappresenta l'attività economica tramite la quale:

- in un primo momento, si *disgiunge* la produzione dal consumo della *ricchezza*, consentendo la specializzazione delle attività economiche fondamentali;
- in un secondo momento, si *congiunge* la produzione al consumo della *ricchezza*, consentendo all'uomo di sviluppare la propria esistenza.

Produzione, consumo e scambio sono le *attività economiche primarie* ma non sono le sole attività economiche dell'uomo.

L'uomo tende al massimo benessere; non si accontenta, pertanto, di *autoprodurre* o di *autoconsumare* solo quanto necessario per soddisfare i bisogni attuali ma produce e *risparmia* ricchezza per soddisfare i bisogni futuri; poiché è ambizioso, sente l'aspirazione di produrre e di risparmiare sempre maggiore ricchezza per soddisfare una gamma sempre più ampia di bisogni e per cercare di appagare le aspirazioni.

Per ottenere maggiore ricchezza si ricercano livelli sempre più elevati di *produttività* e nasce la specializzazione produttiva che implica lo *scambio*. Oggi, nelle economie con specializzazione produttiva, nessuno consuma ciò che produce e nessuno produce ciò che consuma; lo scambio consente di aumentare il benessere e il *risparmio* consente di accumulare ricchezza e di formare un *patrimonio*. Lo scambio efficiente richiede l'uso della *moneta*.

La moneta, tramite il sistema dei prezzi, rende possibile non solo detenere capacità d’acquisto e trasferirla nel tempo ma anche esprimere quantitativamente la ricchezza, rendendo immediati i confronti tra patrimoni d’individui diversi.

L’ottenimento della ricchezza e l’incremento della ricchezza prima posseduta, in termini di capacità d’acquisto, diventano un fondamentale movente dell’agire economico dell’uomo, vale a dire l’*aspirazione alla ricchezza*. Motivato dall’*aspirazione alla ricchezza* l’uomo accetta il *rischio* di investire parte della sua ricchezza – che diventa *capitale* – con la *speranza* di incrementarla, cioè di avere un risultato economico che si manifesta come incremento del capitale investito.

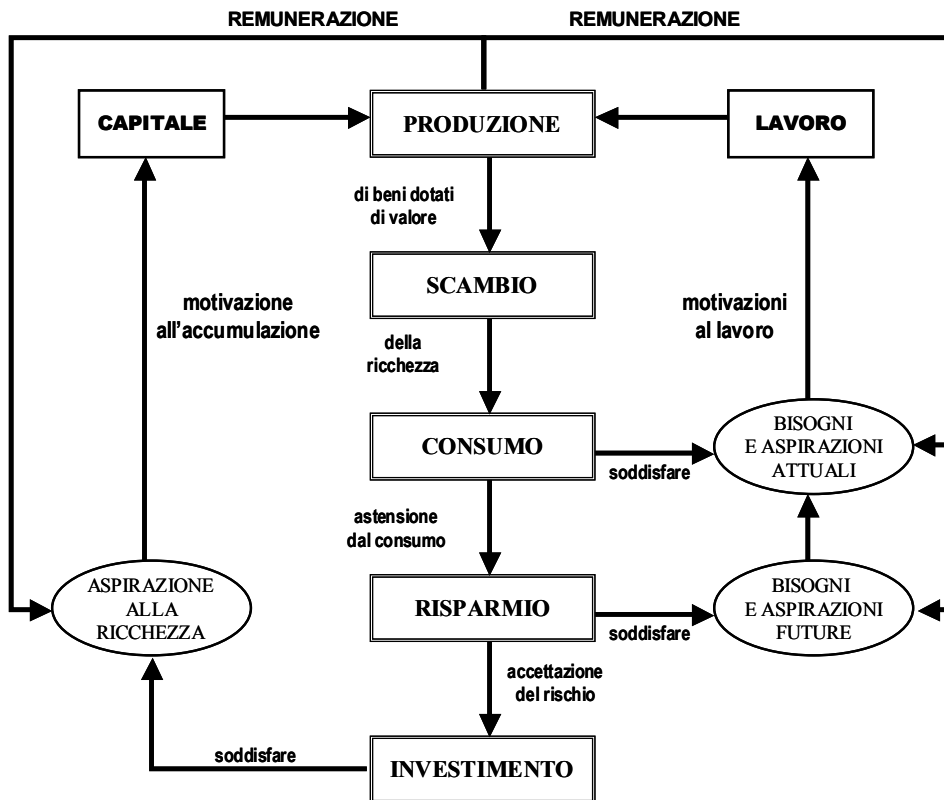


Figura 3 Il ciclo delle attività economiche

Nasce l'*investimento*, inteso quale l'attività con la quale un soggetto pone in rischio una quantità di ricchezza – trasformandola in capitale – per un dato periodo con la speranza di avere un beneficio futuro in termini di maggiore ricchezza. L'investimento presuppone da un lato l'*accumulazione* del capitale e dall'altro, l'accettazione di un *rischio* collegato a una *speranza*. Le attività economiche costituiscono pertanto un sistema di processi interrelati, il cui ciclo può essere sintetizzato nel modello di fig. 3.

1.4.7. Le forme dell'investimento e la «legge generale dell'investimento»

L'investimento rappresenta l'attività economica fondamentale, in quanto è la base per la produzione, quindi per il consumo e il risparmio. Ritengo, pertanto, indispensabile ricordare che l'investimento può presentarsi in quattro forme di base, a seconda del tipo di rischio cui sono sottoposti i capitali investiti:

- investimento economico reale;
- investimento economico produttivo;
- investimento finanziario a rischio assoluto;
- investimento finanziario a rischio relativo.

L'investimento *economico reale* consiste nel mettere a rischio una quantità di ricchezza a un certo tempo – il capitale investito – per acquistare dati beni a dati prezzi, conservandoli per un dato periodo, al fine di rivendere quegli stessi beni ai prezzi disponibili all'epoca in cui i beni saranno ceduti. Il valore dei beni acquistati rappresenta il *costo di acquisto*; il valore dei beni ceduti configura il *ricavo di vendita*. L'investimento ha successo se i *ricavi* di vendita sono superiori ai *costi* di acquisto; altrimenti, parte del capitale viene perduto. La differenza tra ricavi e costi rappresenta il *risultato operativo* dell'investimento e misura la ricchezza prodotta in più, se positivo, o perduta, se negativo, nell'operazione. Possiamo, per astrazione, considerare l'investimento *economico reale* come un *trasformatore economico* di capitale in quanto – tramite due scambi contrapposti – trasforma un capitale disponibile a una data epoca in un capitale, si spera maggiore, in un'epoca successiva.

Si comprende immediatamente che la trasformazione economica è sottoposta a *due specie di rischi*:

- a) il *rischio tecnico*, o di conservazione, di non riuscire a conservare i beni per il periodo di riferimento (allagamenti, incendio, furto, danneggiamento, deperimento, cali, disperdimenti ecc.);
- b) il *rischio economico*, o *di mercato*, di non riuscire a vendere i beni a un prezzo-ricavo superiore al prezzo-costi.

In conclusione, nell’investimento *economico reale* il capitale investito si conserva o si accresce, se i prezzi di vendita dei beni sono almeno pari, o superiori, a quelli di acquisto, a condizione di mantenere integri nel tempo i beni oggetto d’investimento.

L’investimento economico produttivo differisce da quello reale (del quale rappresenta una generalizzazione) per il tipo di operazione attuata con l’investimento del capitale.

Definiamo *economico produttivo* l’investimento nel quale un capitale viene investito per acquistare *fattori produttivi e lavoro*, al fine di produrre altri beni – i prodotti – che verranno successivamente venduti al termine dei processi di produzione. La somma dei costi dei fattori acquisiti investendo il capitale – e “consumati” nei processi produttivi – viene denominata *costo di produzione*. Il rapporto tra *costo di produzione* e *quantità di prodotti* quantifica il *costo unitario medio* di produzione.

Se il *risultato operativo* dell’investimento – pari alla differenza tra ricavi di vendita e costi di produzione – è positivo, viene attuata una trasformazione economica positiva, in quanto il capitale investito si è incrementato; altrimenti la trasformazione economica è negativa e si consegue una perdita di capitale.

Anche nell’investimento economico produttivo la trasformazione economica è sottoposta a *due specie di rischi*:

- il *rischio tecnico*, o di trasformazione, di non riuscire a ottenere i beni al termine dei processi di produzione (processi errati, attrezzature difettose, imperizia dei lavoratori, mancata consegna di componenti, eventi accidentali dannosi ecc.);
- il *rischio economico*, o *di mercato*, di non riuscire a vendere i beni prodotti a un prezzo-ricavo superiore al costo unitario medio di produzione.

Possiamo ora chiarire in quale senso gli investimenti reale e produttivo sono qualificati come *economici*.

La risposta deriva dal fatto che entrambe le forme d’investimento attuano una trasformazione economica di valori, accettando non solo i rischi *tecnici* ma anche e *soprattutto* i rischi di mercato.

I prezzi, in quanto consentono la misura dei valori di scambio, rappresentano l’essenza della trasformazione economica.

L’*investimento finanziario* si manifesta quando un dato capitale – denominato capitale *finanziario* – viene posto in rischio *solo* per formare il capitale necessario per attuare un investimento *economico* (produttivo o reale). In questo senso, *i rischi dell’investimento finanziario derivano da quelli dell’investimento economico cui partecipa.*

L'investimento *finanziario* può assumere due forme:

- a) investimento di capitale *a titolo di rischio assoluto*, o di *equity*; il capitale finanziario viene direttamente *impiegato* per fornire all'investimento economico il capitale investito necessario; il rischio di perdere il capitale finanziario è *assoluto*, in quanto l'investitore a titolo di *equity* sopporta interamente il rischio di perdita dell'investimento *economico*;
- b) investimento di capitale *a titolo di rischio relativo*, o di *debt*; il capitale finanziario viene conferito all'investimento economico a titolo di *prestito*, con diritto a una remunerazione pattuita in anticipo (interesse) e al rimborso integrale del capitale. Il rischio di perdere il capitale finanziario è ancora connesso al rischio dell'investimento economico al quale il capitale viene conferito; è, però, un *rischio relativo* in quanto, in caso di risultato negativo dell'investimento economico, la perdita viene assorbita, innanzitutto, dall'*equity* e, solo se la perdita supera l'*equity*, va a ridurre il capitale finanziario a titolo di *debt*.

Possiamo giungere a una rilevante generalizzazione. Da un lato, nessun investimento economico può essere attuato, se non si attiva contemporaneamente qualche investimento finanziario per consentire la formazione del capitale investito; dall'altro lato, l'investimento finanziario può incrementare il capitale messo in rischio solo se ha successo l'investimento economico nel quale quel capitale è stato investito.

L'investimento finanziario è strumentale per attuare l'investimento economico così come l'investimento economico è strumentale per attuare l'investimento finanziario.

Le due tipologie d'investimento – economico e finanziario, nelle diverse forme – sono complementari e congiunte. Formano un investimento completo denominato *capital investment*. Vale la seguente:

LEGGE GENERALE DELL'INVESTIMENTO: i due investimenti, l'*economico* e quello *finanziario*, non possono avere vita autonoma e distinta ma *devono sempre essere attuati congiuntamente* per formare un *capital investment*. Il *capital investment* sopporta rischi tecnici (di conservazione e di trasformazione) e rischi economici (di mercato) e tutti i capitali finanziari partecipano a tali rischi (in forma assoluta, *equity*, o relativa, *debt*). Il *capital investment* produce un *risultato operativo* che è l'*unica fonte* per remunerare gli investimenti finanziari.

Appare chiaramente che il *capital investment* rappresenta l'attività economica fondamentale in quanto è il motore della produzione, consente la remunerazione del lavoro e del capitale, incentiva al risparmio e soddisfa l'aspirazione alla ricchezza.

1.4.8. *business*

Il termine *business* viene impiegato normalmente in diversi significati, il più comune dei quali è quello di “attività tramite la quale si possono ottenere utili (o profitti)” solitamente ideando, producendo e/o distribuendo un prodotto, non importa di quale specie e in quali volumi.

Non c’è limite al modo di fare business; tutti i prodotti possono essere oggetto di business. In questo senso, si parla del business dei biscotti, delle crociere, del vino, dell’arredamento, dello spettacolo, dell’illuminazione, dei computer ecc., purché l’attività sia innovativa e/o svolta con efficienza.

Quelli che hanno per oggetto produzioni di *prodotti per il consumo* (business delle mele biologiche, dell’allevamento di aragoste, dei supermercati a prezzo unico, delle lavastoviglie, degli occhiali da sole ecc.) sono denominati *Business to Consumer*, solitamente indicati con lo slang “B2C”, di evidente significato.

I business che hanno per oggetto la produzione di fattori per la produzione di altri prodotti (business dei materiali elettrici, dei motori per gru, dei robot industriali, dei sistemi di visione per il controllo di qualità ecc.), sono definiti *Business to Business* e indicati con “B2B”.

Possiamo essere più precisi e definire *business* un *investimento economico produttivo* nel quale viene “posto in rischio” un capitale, per dare vita a una *trasformazione produttiva autonoma*, consistente nell’ideare, produrre e distribuire un prodotto in dati volumi, per un determinato bacino di clienti, o domanda di mercato e per un definito periodo, con l’obiettivo di mantenere e, se possibile, accrescere il capitale investito, ottenendo un profitto (o utile).

Un business nasce, pertanto, con la duplice funzione d’*investimento produttivo* di capitale e di strumento per *produrre beni* da destinare, direttamente o indirettamente, al soddisfacimento di qualche bisogno e di qualche aspirazione. Il business nasce a seguito di una *business-idea* di qualche soggetto che costituisce *ad hoc* un’organizzazione per realizzarla o che è già inserito in qualche organizzazione produttiva che svolge altri business.

L’attività di produzione che realizza il business ha, solitamente, una durata di diversi anni, in ciascuno dei quali si sviluppa un segmento della complessiva trasformazione economico-produttiva. Tale durata viene denominata *vita economica del business*; in essa, anno dopo anno, si sviluppano i flussi di produzione del bene, con i relativi costi (valori consumati) e i flussi delle vendite, con i relativi ricavi (valori prodotti); anno dopo anno, correlando adeguatamente tali flussi, si determinano i risultati economici del business riferiti al segmento di processo produttivo svolto nell’anno.

La vita economica del business può essere normalmente rappresentata con un *modello* che espone la dinamica temporale dei costi, dei ricavi e dei risultati economici

della produzione e è denominato *ciclo di vita del prodotto* o *product lifecycle* composto da quattro fasi, ciascuna delle quali può durare anche molti anni (fig. 4):

1. Fase d'introduzione del prodotto (introduction), eventualmente preceduta dalla fase di lancio; il prodotto, superata la fase di progettazione e di studio di fattibilità, viene posto in vendita. Solitamente, i volumi di vendita sono ridotti, il costo unitario medio è elevato e i prezzi sono contenuti per favorire la conoscenza del prodotto e l'acquisto di sempre più numerosi clienti. I risultati economici sono modesti e non è raro che la fase d'introduzione sia caratterizzata da perdite. Se il prodotto non ha successo, viene ritirato; altrimenti, segue la fase 2);
2. Fase di crescita o espansione (growth); il prodotto viene apprezzato e i volumi di vendita crescono, spesso rapidamente e i clienti diventano numerosi; da un lato, gli elevati volumi contraggono il costo unitario medio; dall'altro, l'apprezzamento da parte del mercato porta a incrementare i ricavi. In questa fase si ottengono profitti annui anche elevati. La crescita non continua all'infinito ma, dopo un eventuale periodo di turbolenza, a essa subentra la fase 3);
3. Fase di maturità (maturity); la fase di crescita porta alla "fidelizzazione" del cliente, che però diventa esigente, richiedendo ulteriori miglioramenti del prodotto (costi che aumentano) e opponendosi a nuovi aumenti di prezzo. Le vendite si mantengono stabili ma non aumentano ulteriormente; i risultati economici annui, sempre positivi, sono a livelli più modesti. La fase di maturità può anche durare a lungo ma, sia per l'apparizione di altri prodotti, sia per la concorrenza di altri produttori, prima o poi arriva la fase 4);
4. Fase di declino (decline); è caratterizzata dalla flessione delle vendite annue. Per sostenerle ancora, a volte si cercano miglioramenti del prodotto (costi che aumentano) e si riducono i prezzi e ciò porta a annullare i risultati positivi e all'ottenimento di perdite. È il momento di cessare la produzione e di ritirare il prodotto. Il business è terminato; occorre sostituirlo con un altro.

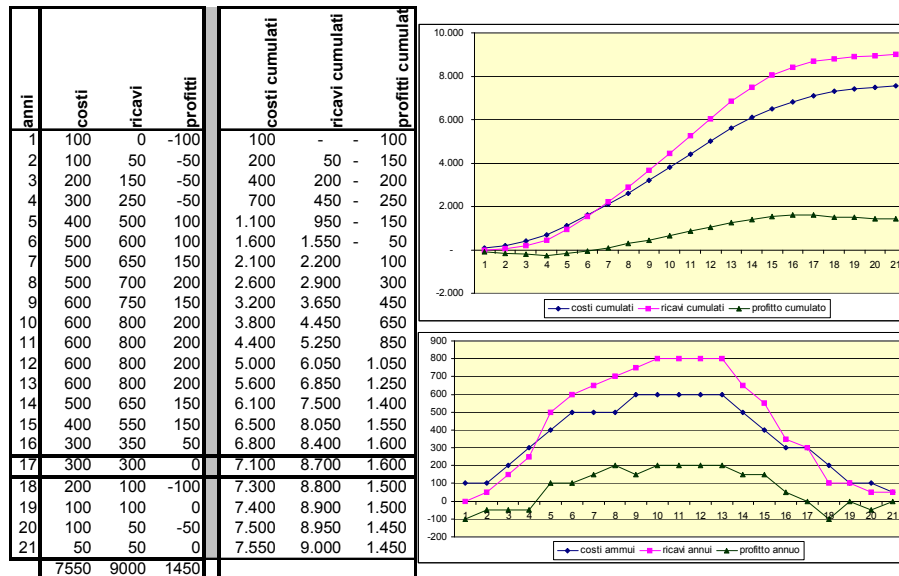


Figura 4. Modello ideale del ciclo di vita di un prodotto

Nella fig. 4 si riconoscono agevolmente le 4 fasi e si individua nell’anno 17 il periodo in cui conviene cessare il business in quanto, oltre a tale anno, i profitti cumulati subiscono una flessione. Ecco una regola generale: il periodo massimo di vita economicamente utile di un business è quello nel quale è massimo il profitto complessivo cumulato; o, in senso equivalente, il periodo nel quale il ricavo annuo (marginale) risulta non inferiore al costo annuo (marginale), producendo un profitto.

Rilevo che una stessa organizzazione produttiva può, ovviamente, sviluppare una pluralità di business, ottenendo differenti prodotti contemporaneamente, finanziati dallo stesso investimento produttivo.

Un complesso di business attuati da una stessa organizzazione produttiva viene definito portafoglio di business. Il rischio del business viene gestito dal management che controlla il business e dimensiona i capitali necessari e la loro ripartizione tra gli investitori. Solitamente il management e l’investitore non hanno le stesse informazioni sul rischio (asimmetria informativa). Per il principio di razionalità, quando è possibile, l’investitore cerca di gestire direttamente l’investimento diventando manager e attuando la gestione diretta del proprio investimento finanziario.

Le due figure, investitore e manager dell’investimento sono così caratterizzate:

Investitore =	Management
sofferta il rischio	gestisce il rischio
ottiene il risultato netto	attua il business e ottiene il risultato operativo

A volte la gestione è solo *indiretta*:

Investitore \neq	Management
<i>ha la proprietà del capitale investito</i>	<i>ha il mandato di amministrare il capitale</i>
sopporta il rischio	gestisce il rischio
<i>ha diritto a un rendiconto dei risultati</i>	<i>ha l'obbligo di rendere conto della gestione</i>
ottiene $RN = RO - IP$	attua il business e ottiene RO

1.4.9. Gli attori economici: le aziende di consumo e di produzione

Le attività economiche dell'uomo sono svolte all'interno di *organizzazioni*. Pertanto gli attori economici fondamentali, che assumono le decisioni di produzione e di consumo non sono gli individui ma le organizzazioni alle quali essi appartengono.

Le *organizzazioni* nelle quali sono assunte le decisioni di produzione, di utilizzo del lavoro e d'investimento dei capitali per la produzione si possono denominare *organizzazioni produttive*. Sono create da lavoratori o da investitori per ricercare una remunerazione per il lavoro o un risultato per i capitali investiti mediante la produzione efficiente.

Le *organizzazioni* nelle quali sono assunte le decisioni di consumo, di risparmio, d'impiego del lavoro e d'investimento finanziario dei capitali si denominano *organizzazioni di consumo*. Sono create per rendere massima l'efficienza del consumo e per soddisfare l'aspirazione al benessere e alla ricchezza.

Dalle nozioni precedenti deriva il modello generale di azienda di produzione indicato in fig. 5.

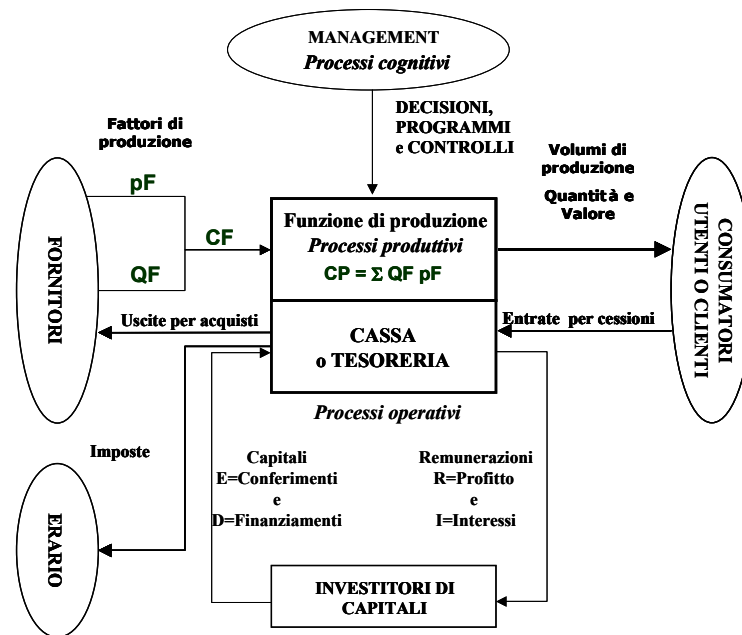


Figura 5. Modello generale di azienda di produzione

1.4.10. I rischi della produzione. Le imprese

Le aziende di produzione sono sottoposte a tre specie di rischi tra loro correlati:

- a. *rischi tecnici*: sono i rischi di non potere *ottenere* le produzioni per fattori tecnici; rientrano in questa classe anche i rischi dovuti a eventi casuali: impossibilità di approvvigionarsi di materie prime, rottura d’impianti, alluvioni, condizioni meteorologiche sfavorevoli ecc.;
- b. *rischi economici*: sono i rischi di non potere *cedere* le produzioni ottenute;
- c. *rischi finanziari*: sono connessi alla possibilità di non riuscire a attrarre capitali di rischio e di debito in quantità adeguata agli investimenti produttivi.

Due sono i rischi economici fondamentali e sono tra loro correlati:

1. *rischio della domanda*: abbiamo definito la produzione come l’attività tramite la quale si ottengono beni o servizi da cedere a altre aziende che li impiegheranno per il consumo o per ulteriore produzione; poiché proprio

dalla cessione delle produzioni ottengono i mezzi monetari per riacquistare i fattori produttivi, appare chiaro che le aziende di produzione possono continuare a vivere solo se riescono a trovare una *domanda* sufficiente per i loro prodotti; il rischio della domanda è un rischio di natura economica in quanto non è sufficiente trovare soggetti che richiedano i beni prodotti perché li ritengano *utili*, ma è necessario che tali soggetti attribuiscono ai beni un *valore* superiore a quello dei fattori che l'azienda ha consumato nei processi produttivi; in mancanza di domanda adeguata, l'azienda che ha prodotto, con consumo di fattori produttivi, non è in grado di recuperare gli investimenti attuati e ottiene un risultato economico negativo; il rischio della domanda deriva dalla *libertà del consumatore*, cioè dalla possibilità del consumatore di avere le informazioni necessarie per potere scegliere liberamente tra i prodotti offerti dalle aziende di produzione;

2. *rischio della concorrenza*: ogni azienda di produzione è sottoposta alla concorrenza di altre aziende che possono offrire gli stessi prodotti, o prodotti analoghi, a condizioni più favorevoli; quando ciò accade la domanda dell'azienda di produzione si riduce e l'azienda si vede costretta a ridurre i prezzi di vendita, ottenendo spesso un risultato economico negativo; il rischio della concorrenza deriva dalla *libertà di iniziativa economica*, cioè dalla possibilità offerta a chiunque, di istituire un'azienda di produzione.

Appare immediatamente evidente che i *rischi economici* si riducono, se le aziende sono in grado di ridurre i prezzi di vendita o di vendere a prezzi più bassi di quelli delle aziende concorrenti, a parità di qualità e di altre condizioni di scambio.

Poiché il prezzo reintegra il costo unitario medio, una riduzione dei prezzi comporta una diminuzione del risultato operativo, per evitare la quale l'azienda deve cercare di ridurre i costi unitari medi, mediante la ricerca di maggiore efficienza produttiva (si rinvia al Cap. 4.7).

In alternativa, le aziende possono ricercare condizioni di *monopolio* per migliorare l'efficienza di negoziazione sui mercati di vendita. Tale possibilità, tuttavia, nei paesi a economia evoluta, viene ostacolata dalla presenza di *leggi antitrust*.

Appare altrettanto immediato osservare che il *rischio finanziario* si controlla producendo un risultato economico in grado di soddisfare le attese di redditività dei finanziatori e dei capitalisti; tale risultato deve essere superiore a quello *equo* atteso e, in ogni caso, non inferiore a quello degli investimenti alternativi (il *costo opportunità* per l'investitore).

Le imprese sono le uniche aziende di produzione che sopportano tutti i rischi della produzione, tecnici, economici e finanziari.

1.4.11. Le aziende di produzione più diffuse: le imprese

Le aziende di produzione possono presentarsi in forme varie; alcune aziende possono produrre per ripartire tra i propri componenti le produzioni ottenute, come accade nelle aziende cooperative; altre volte la produzione è sviluppata nell’ambito di una azienda di consumo per ottenere beni o servizi da destinare al consumo di una data comunità, come accade, per esempio, nelle aziende di produzione di formaggi, di olio e di elisir che spesso nascono nei conventi.

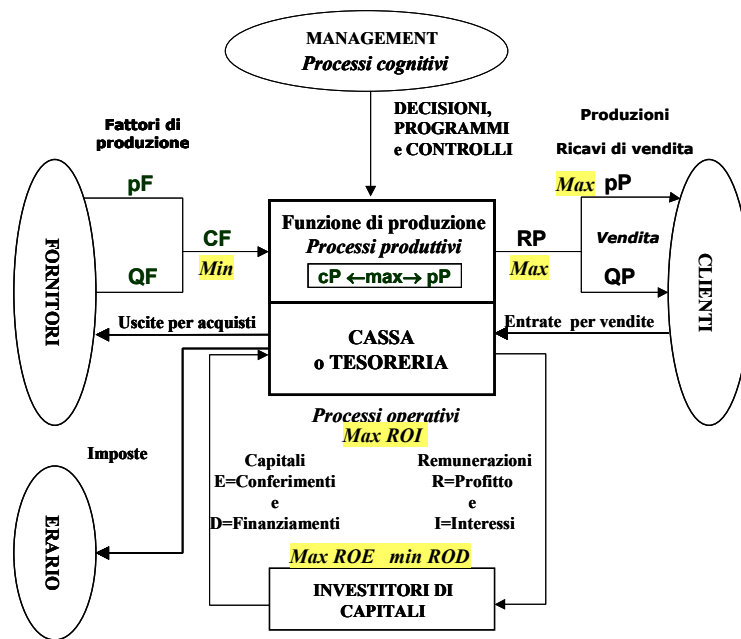


Figura 6. Il modello d’imprese quali organizzazioni business e profit oriented

Normalmente, tuttavia, la produzione è ottenuta per essere ceduta sul mercato, tramite scambi con altre aziende. Le organizzazioni produttive nelle quali si sviluppa un *portafoglio di business* e che devono necessariamente conseguire il profitto per remunerarti i capitali posti in rischio si denominano *imprese*. Le imprese sono, pertanto, organizzazioni business e profit oriente e possono essere rappresentate dal modello di fig. 6. Per meglio comprendere questa definizione è utile analizzare i caratteri delle imprese:

- a. svolgono l’attività di produzione con netta separazione rispetto all’attività di consumo delle aziende dei soggetti che vi operano o che cedono i fattori di produzione;

- b. attuano una trasformazione economica, secondo prezzi, negoziando nel *mercato* le produzioni ottenute;
- c. sopportano il rischio della produzione (rischio della domanda, connesso alla *libertà del consumatore* e rischio della concorrenza, connesso alla *libertà di iniziativa di intraprendere nuove attività produttive*);
- d. ricercano il profitto come condizione economica di esistenza;
- e. ricercano la massima produttività, come condizione per la realizzazione del profitto;
- f. acquisiscono autonomamente le risorse necessarie per la loro esistenza e hanno vita durevole, in quanto la loro teleonomia endogena impone di conservare i valori in esse investiti;
- g. godono di *autonomia imprenditoriale* nelle scelte relative alle combinazioni produttive, nel senso che le decisioni di acquisto dei fattori, di loro trasformazione e di vendita delle produzioni non devono essere subordinate al conseguimento dei fini di altre aziende e il management può attuare ogni azione (nei limiti imposti dal sistema socio-politico) per strutturare un'*organizzazione controllante* nella quale gli incrementi di produttività si traducono in profitto e non in vantaggi per altri soggetti.

Quando non sono presenti tutti questi caratteri l'azienda di produzione non può definirsi impresa.

1.4.12. La funzione economica dell'impresa e del profitto nell'economia contemporanea

Sulla base delle caratteristiche delineate nella definizione proposta al paragrafo precedente, possiamo derivare la duplice *funzione delle imprese nell'economia contemporanea*:

1. da un lato, producono profitti (o utili) per gli investitori, per soddisfare la motivazione della ricchezza che, come sappiamo dal Capitolo 1, rappresenta la più rilevante motivazione dell'agire economico dell'uomo e li induce a mettere in rischio i propri capitali;
2. dall'altro, producono beni e servizi dotati di valore – quale condizione per conseguire profitto –, migliorando la produttività, la qualità, le retribuzioni e le condizioni di lavoro.

Le ragioni per le quali la ricchezza è ambita e l'accumulo di capitale costituisce una delle più potenti aspirazioni umane, esulano, tuttavia, dal campo d'indagine dell'Economia Aziendale; è come domandarsi perché possa piacere un'automobile da

300 all’ora o un orologio da 300 mila € o un quadro pagato 10 milioni ...; non certo solo perché ... soddisfano meglio i bisogni di trasporto, di puntualità e di occupazione del tempo libero!

Sono motivazioni psicologiche, più che fisiologiche e rientrano nel campo d’indagine della sociologia e dell’antropologia; ma sono motivazioni molto potenti... e solo una forte illuminazione interiore potrà farci “entrare nella cruna dell’ago” e produrre altri ... San Francesco.

L’analisi storica dimostra che la ricerca del profitto rappresenta sia una delle più potenti motivazioni dell’investimento – quindi della produzione della ricchezza – sia uno dei più importanti fattori d’incremento della qualità dei beni e di riduzione del prezzo, aumentando il valore dei beni per il consumatore.

Il profitto, da un lato, spinge gli individui a rischiare i loro capitali, investendoli nelle attività produttive; dall’altro, costituisce la più forte motivazione per la creazione di nuovi business. Il profitto diventa anche strumento per ottenere e aumentare le retribuzioni del lavoro (dai cottimi agli accordi retributivi fondati sul riparto della produttività) e per produrre interessi soddisfacenti al capitale di prestito (dalle obbligazioni indicizzate ai “futures”).

Libertà del consumatore e concorrenza tra produttori garantiscono che il profitto possa generarsi solo a condizione che le imprese riescano a incrementare il *valore* dei beni per il consumatore. Ciò rende vitale per le imprese *espandere* le produzioni, *esplorare* nuovi mercati per prodotti vecchi (frigoriferi negli igloo e pellicce all’equatore) o *ideare* nuovi prodotti per bisogni vecchi (celle solari per riscaldare l’acqua e aceto balsamico sulle fragole) e per bisogni nuovi (depuratori antinquinamento, microchip per stazioni orbitanti); e, soprattutto, beni per creare nuove aspirazioni (dai sedili delle automobili con regolazione automatica ai cellulari collegati al web e ai televisori con visione olografica).

La ricerca del profitto deve correlarsi, però, anche, a un miglioramento progressivo della *produttività* e dell’*efficienza di negoziazione*, com’è facile dimostrare.

In effetti, ricordando che il profitto deriva dal risultato operativo – e che $RO = [(pP - cP) \times QP]$ –, appare del tutto evidente che, per ottenere livelli adeguati di risultato operativo, le imprese possono, anzi *devono*, agire secondo una o più di queste tre vie:

- a) tentare di aumentare i prezzi migliorando la qualità,
- b) ridurre i costi unitari,
- c) aumentare la dimensione dell’impresa, cioè dei volumi prodotti.

La prima forma d’intervento – aumento dei prezzi – è, in linea di principio, ostacolata dai rischi della domanda e della concorrenza, cioè dalla *libertà* del consumatore e dalla *libertà* di iniziativa.

Per vincere tali *rischi*, l'impresa ricerca posizioni di "potere" sui mercati degli input e degli output, sia aumentando le proprie dimensioni per ridurre la concorrenza (con acquisizione dei concorrenti), sia ricercando accordi, alleanze, trust ecc. con altre imprese, per imporre i prezzi o uniformare le condizioni di vendita.

Leggi antitrust, vigilanza dei governi, controllo delle barriere doganali, imposizione di dazi, sviluppo dell'associazionismo di lavoratori e di consumatori, calmierazioni dei prezzi ecc. sono azioni volte a ostacolare il raggiungimento di *posizioni di dominio* sui mercati, nel lungo periodo.

Poiché i prezzi dipendono dal valore che il consumatore attribuisce al bene e tale valore dipende anche dalla *qualità*, le imprese, per cercare di contrastare i rischi della domanda e della concorrenza, devono aumentare la *qualità* e la *differenziazione* dei propri prodotti; e è ciò che costantemente osserviamo.

La seconda via – riduzione dei costi di produzione – implica, innanzitutto, un aumento della produttività (si rinvia al Cap. 4.7), mediante forme diverse di razionalizzazione produttiva (design del prodotto, re-engineering dei processi ecc.) o tramite la realizzazione di "economie di scala", aumentando la dimensione dell'impianto produttivo e dei fattori di capacità, o, ancora, razionalizzando i processi tecnici di produzione e di controllo di gestione (dai Decision Support System alla produzione Just-In-Time), favorendo la ricerca scientifica applicata e l'innovazione tecnologica, per ridurre ulteriormente i costi di produzione e incrementare la qualità del prodotto a favore del prezzo, consentendo l'espansione dell'efficienza nell'intero sistema della produzione e del consumo.

La riduzione dei costi unitari può essere conseguita anche con approvvigionamenti di fattori di produzione a prezzi bassi, con varie azioni imprenditoriali, tra cui la localizzazione delle unità produttive in siti nei quali i fattori sono abbondanti e a basso prezzo. Ne è un esempio il fenomeno eclatante della *delocalizzazione*, cioè dello spostamento dei processi produttivi nei paesi in via di sviluppo, per ridurre il costo della mano d'opera e dei servizi produttivi locali.

Da ciò deriva un'evidente conclusione: la ricerca del profitto da parte delle imprese che operano in un sistema di rischi di domanda e di concorrenza porta a una progressiva riduzione dei prezzi e a un aumento continuo della qualità, che rappresentano le due determinanti fondamentali del valore percepito dal consumatore.

La ricerca dell'efficienza produttiva e di mercato rende necessaria, però, anche la terza azione di espansione delle dimensioni d'impresa, sia nel tentativo di acquisire posizioni vicine al monopolio – per imporre le condizioni di prezzo ai fornitori – sia per attuare forme d'integrazione produttiva.

Considerata quale *portafoglio di business*, l'impresa di successo, grazie all'autofinanziamento e all'attrazione di nuovi capitali di *equity* – tramite le Borse –, può accrescere le proprie dimensioni in termini di business attuati e di volumi prodotti,

trasformandosi progressivamente da *impresa a grande impresa*, fino a assumere dimensioni d'*impresa multinazionale* e mondiale.

L'impresa ha nell'*autonomia* imprenditoriale e organizzativa un punto di forza che la contraddistingue rispetto alle altre organizzazioni produttive, perché l'autonomia conferisce al management il potere di decidere autonomamente la composizione del portafoglio dei business, dei processi produttivi e delle fonti di capitale, tenuto conto della soglia di rischio ritenuta accettabile.

Ergo, con il fine di ottenere il *maxROE*, l'impresa rappresenta il più efficiente trasformatore economico e il più efficace produttore di ricchezza, dando risposta alle esigenze di consumo della collettività, aumentando la quantità e la qualità dei beni disponibili per il soddisfacimento dei bisogni e delle aspirazioni dell'intera umanità.

Un'ultima osservazione. La dimensione del profitto non esprime completamente l'efficienza economico-produttiva per il sistema economico nel suo complesso, ma solo per l'impresa che lo consegue.

La dimostrazione è semplice.

Supponiamo che un'impresa produca con un costo di 80 e venda al prezzo di 100, realizzando un profitto di $20=100-80$. Conveniamo, ancora, che l'impresa abbia un aumento di produttività in grado di ridurre i costi a 60. Se il prezzo non varia, tutto l'aumento di produttività si trasforma in profitto che aumenta a $40=100-60$. Una parte di tale profitto, tuttavia, può andare a beneficiare il consumatore, tramite una riduzione del prezzo di vendita, poniamo a 90; un'altra parte può andare a beneficio dei lavoratori, con retribuzioni integrative, poniamo per 15, sicché i costi di produzione salgono a 75. Il profitto misurato per l'impresa è la differenza tra il ridotto prezzo di 90, anziché di 100 e i costi di produzione, aumentati a 75 anziché di 60; esso ammonta, pertanto, a $15=90-75$.

L'impresa ha aumentato la propria efficacia per il sistema economico ma non per il capitalista imprenditore che cerca di contrastare – quando possibile – la distribuzione del profitto attuata nella forma sopra descritta.

1.4.13. Le aziende non-business o aziende di erogazione di servizi di pubblica utilità

Accanto alle imprese, tipiche *business organizations* e tipiche organizzazioni *for profit*, nel sistema economico opera un'altra ampia classe di aziende di produzione definite *non (not for) business organizations* – o anche *aziende di erogazione per l'utenza* – che hanno la caratteristica di *cedere le loro produzioni, senza scambio, a utilizzatori finali esterni all'organizzazione* – denominati *utenti* – i quali non pagano alcun prezzo per i beni ricevuti, solitamente *servizi*. Essi fruiscono dei beni senza alcun corrispettivo o, al più, corrispondendo all'azienda una *tariffa* quale rimborso parziale dei costi di produzione. Si definiscono aziende di *pura erogazione* quelle che erogano i prodotti senza alcuna *tariffa* (Fig. 7).

Le aziende di erogazione che producono e erogano *servizi di pubblica utilità*, per una data collettività di utenti, sono create, normalmente, per finalità di consumo collettivo pubblico. Vengono, pertanto, spesso, denominate *aziende di erogazione di servizi pubblici* o collettivi e rappresentano una parte consistente delle aziende di produzione operanti in una collettività che vive in un dato territorio; solitamente appartengono alle aziende del *settore pubblico*.

Nessuno di noi paga un prezzo per ricevere i servizi (prodotti) della salute, della giustizia, della difesa, della sicurezza, della viabilità, dell'istruzione ecc. Eppure, per la produzione di tali beni, devono essere sostenuti elevatissimi costi di produzione, sia costi fissi (per es. ospedali e attrezzature sanitarie, tribunali e arredi, caserme e armamenti, mezzi per spianare e asfaltare le strade, edifici scolastici e arredi ecc.) sia costi variabili (lavoro, sempre e, inoltre, farmaci, materiale di cancelleria e di archivio, carburanti, energia elettrica ecc.).

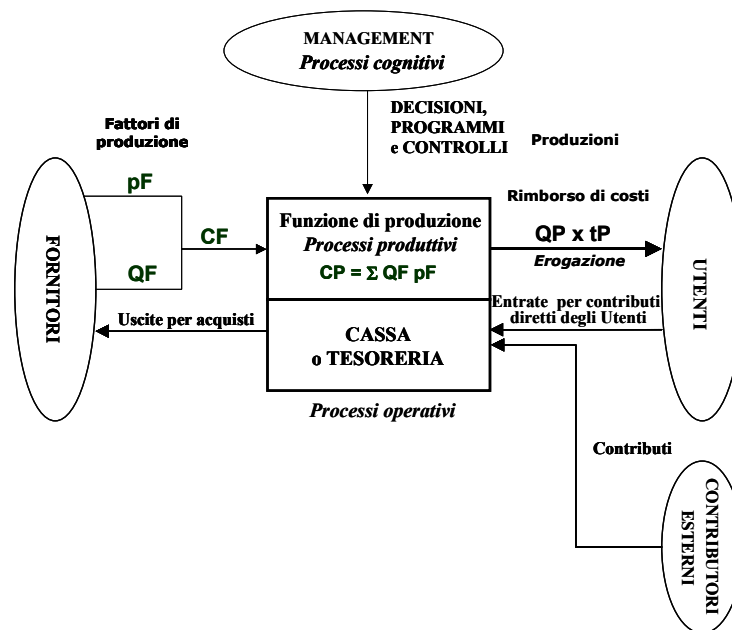


Figura 7. Il modello di *organizzazioni not-for-business organizations*

Per molti beni prodotti dalle aziende di erogazione è previsto un corrispettivo, come accade, ad esempio, per i biglietti dei mezzi di trasporto pubblico, per i contributi

scolastici e universitari, per i ticket sanitari, per le rette negli asili nido e nelle scuole materne. Anche se siamo spontaneamente portati a pensare che tale corrispettivo sia un prezzo, di fatto si tratta di una *tariffa*, che assume la natura di *contributo alla copertura di una quota, più o meno elevata, dei costi di produzione*.

È importante distinguere tra prezzo, pP e tariffa, tP. Per definizione, il prezzo rappresenta il valore attribuito a un’unità di bene in uno scambio.

Per l’azienda produttrice-venditrice, il prezzo deve essere stabilito in misura tale da far *reintegrare* dal cliente-consumatore – tramite le vendite – *il costo di produzione* sostenuto per produrre i beni.

Per il compratore, il prezzo indica il *valore che egli attribuisce al bene* e che è, quindi, disposto a pagare per poterlo utilizzare, coprendone il costo di produzione.

I prezzi, a volte, non possono essere stabiliti dal produttore in misura sufficiente a coprire il costo di produzione perché l’acquirente non è disposto a pagare il prezzo stabilito dal venditore; ciò significa che l’acquirente attribuisce ai beni un valore inferiore al costo dei fattori consumati per produrlo.

Per il *postulato di razionalità*, se il prezzo proposto dai produttori è troppo alto, rispetto al valore attribuito dal consumatore, questi non acquista; se il prezzo accettabile dai consumatori è troppo basso, rispetto al costo di produzione, il produttore non produce.

La dinamica dei business e dei mercati, il miglioramento continuo dell’efficienza e della qualità, la concorrenza tra produttori e la tendenza al monopolio, la pubblicità, il packaging ecc. si fondano tutti su tale regola razionale.

Tale regola, tuttavia, mal si applica per la produzione di servizi pubblici perché il consumatore-fruitor non è quasi mai in grado di attribuire un valore ai servizi fruiti. Il costo per produrre tali servizi, d’altro lato, è normalmente così alto che non potrebbe formarsi un prezzo di cessione accettabile dal consumatore.

Tali servizi vengono pertanto *erogati gratuitamente* (giustizia, difesa, vigilanza, sanità ecc.) o, al più, contro una tariffa (trasporto pubblico, università, asili nido ecc.), la quale, contrariamente al prezzo, non reintegra il costo di produzione, né indica il valore attribuito al bene da parte dell’utente, ma rappresenta solo una quota, *posta a carico dell’utente stesso*, quale contributo per *reintegrare parzialmente* i costi di produzione sostenuti dall’azienda di erogazione.

Le aziende di erogazione sono, pertanto, *non business organizations* proprio in quanto non si pongono obiettivi di vendita ma producono per soddisfare i bisogni e le aspirazioni collettive degli utenti, cui viene richiesta, a volte, una *tariffa* – $tP < cP$ – per un reintegro parziale dei costi di produzione.

La funzione economica e sociale delle aziende di erogazione è facilmente intuibile.

Per la produzione di certi servizi pubblici – per esempio, una laurea in medicina o in lettere moderne – sono richiesti investimenti così elevati – per strutture di laboratorio, biblioteche, aule, docenti, personale ausiliario, energie, servizi di manutenzione, pulizia

ecc. – che nessun individuo singolo potrebbe disporre dei capitali necessari per svolgere i processi di produzione; i costi di produzione per far conseguire una laurea sono talmente elevati che solo pochi studenti-utenti potrebbero pagare il prezzo per darvi copertura integrale.

Dobbiamo chiederci, allora, come le aziende di erogazione possano dare copertura ai capitali necessari per attuare i processi di produzione e come possano conseguire l'economicità. La risposta è analoga a quella già esaminata per le aziende della classe 1.1); le aziende di erogazione possono sviluppare i loro processi di produzione, perché gli investimenti necessari per produrre – per la quota non coperta dalle tariffe – vengono *posti a carico di contributori esterni*.

I soggetti che contribuiscono alla copertura dei costi di produzione delle aziende di erogazione – conferendo, anno dopo anno, i capitali necessari – sono solitamente *enti pubblici* (comune, provincia, regione, stato) che trasferiscono – sotto forma di capitali a copertura dei costi – parte dei tributi (imposte dirette e indirette, tasse ecc.) che essi stessi percepiscono direttamente o indirettamente dalla collettività di riferimento.

Per fruire dei servizi degli asili nido comunali, la famiglia-utente paga una tariffa, ma i costi non coperti dalle tariffe sono posti a carico del Comune. Anche per viaggiare sugli autobus urbani si paga una tariffa – erroneamente percepita come il prezzo della corsa – che copre solo una quota dei costi di produzione del trasporto urbano; il Comune assume a suo carico i residui costi.

I costi per la produzione dei servizi della salute forniti dagli ospedali pubblici e dai centri di assistenza sono coperti da contributi della Regione di riferimento che, a sua volta, ottiene le risorse da trasferimenti dallo Stato, spesso insufficienti (chi non ricorda il dibattito sulle “Regioni in rosso” per la sanità?). Lo Stato, con i tributi raccolti dai contribuenti, copre direttamente i costi di produzione dei servizi della giustizia, sicurezza, vigilanza, istruzione pubblica ecc. erogati senza alcuna tariffa.

In conclusione, *le aziende di erogazione non fanno business, non vendono* le loro produzioni a *clienti* di sorta, ma li *erogano* a tutti gli *utenti* che ne fanno richiesta (da qui il nome di aziende di erogazione), al più contro parziale pagamento di una tariffa.

1.4.14. Aziende not-for-profit

Accanto alle imprese e alle aziende di erogazione operano anche le *non profit organizations*, rappresentate nel modello di fig. 8.

Dalla figura emerge chiaramente che la fondamentale caratteristica di tali aziende di produzione è la mancanza dell'obiettivo del *maxROE*, cioè dell'obiettivo del profitto.

La logica operativa della trasformazione economica viene espressa con la REGOLA OPERATIVA: $[cP \rightarrow \min \leftarrow pP]$, per indicare la tendenza a ridurre il prezzo a livello di costo unitario di produzione o, con un significato equivalente, a produrre il *minROI*.

Anche il ROE viene reso minimo e eventuali capitali di *equity* devono essere conferiti senza attese di redditività.

Queste organizzazioni sono designate, per questo, con il termine aziende senza profitto o aziende non profit, semplicemente o anche non-impresе.

Non devono essere confuse con le aziende di erogazione in quanto le *non profit* sono pur sempre *business organizations* che devono conseguire la propria economicità vendendo le loro produzioni a utenti o a clienti.

La logica delle *non profit organizations* può essere meglio chiarita considerando due classi principali che si distinguono a seconda delle modalità seguite per allineare i prezzi ai costi unitari:

- a. *Customer oriented non profit organizations*: sono caratterizzate dal fatto di operare secondo un programma operativo che impone di ridurre i prezzi al livello dei costi di produzione: [$cP \leftarrow pP$], così che dell’economicità beneficiano solo i clienti sotto forma di minori prezzi o di maggiore qualità. Poiché, comunque, deve valere la condizione che $pP \geq cP$, queste organizzazioni devono essere tenute distinte dalle *non business organizations*, la cui logica operativa presuppone che sia $pP < cP$. Sono esempi tipici di aziende di questa classe le cooperative di consumo, nelle quali, almeno in teoria, l’azienda di produzione opera per abbassare i costi e i prezzi, rinunciando al profitto.
- b. *Supplier oriented non profit organizations*. In questa classe si possono includere le organizzazioni che applicano un prezzo di vendita analogo ai prezzi di mercato e allineano a esso i costi unitari medi, aumentandoli, secondo la logica [$cP \rightarrow pP$], sotto forma di maggiori prezzi di acquisto dei fattori o d’integrazioni di prezzo. Ne sono esempi le cooperative di produzione o di lavoro, nelle quali il profitto viene annullato dai maggiori prezzi di acquisto dei fattori o dalle più elevate remunerazioni concesse ai cooperatori. Non devono essere confuse con le *profit sharing to labour organizations* che prima producono il profitto e poi lo distribuiscono, per loro scelta, ai portatori di lavoro.

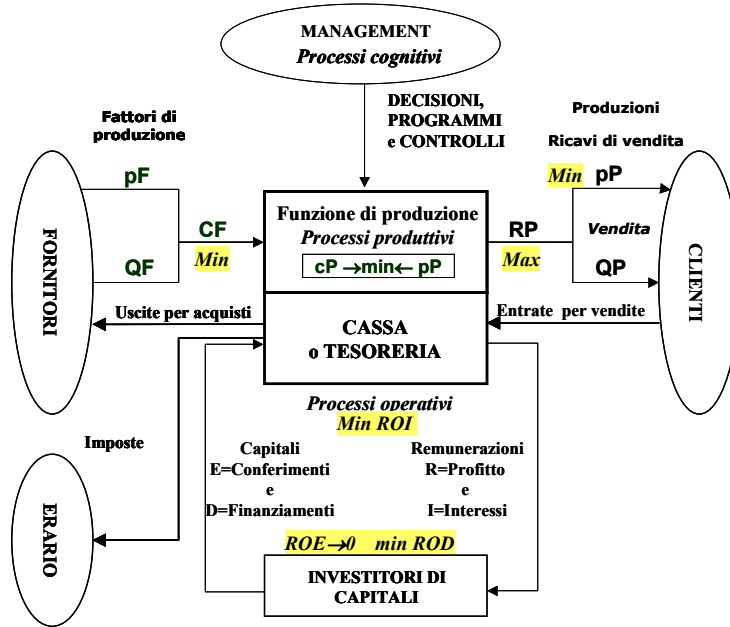


Figura 8. Not-for-profit organizations o aziende di produzione non profit.