

Nozione di bisogno

Si considerano bisogni tutte le manifestazioni fisiche o psicologiche che esprimono uno stato di insoddisfazione

Soddisfazione dei bisogni

Per poter soddisfare i bisogni l'uomo si appropria del valore contenuto nei beni, materiali e immateriali, attraverso il godimento degli stessi.

La soddisfazione del bisogno presuppone quindi:

1. La disponibilità di beni
2. Il godimento degli stessi attraverso la relativa appropriazione del valore che contengono

Nozione di consumo

Per consumo si intende ogni atto mediante il quale il soggetto che lo pone in essere si appropria del valore contenuto nei beni.

Classificazione delle differenti tipologie di consumo

Il consumo viene distinto in:

- a. Consumo finale;
- b. Consumo intermedio.

Consumo finale

Il consumo finale si riferisce all'utilizzo del bene per soddisfare i bisogni cosiddetti finali, ossia i bisogni manifestati dalle comunità di persone che utilizzano il valore contenuto nei beni senza dar vita a beni intermedi

Consumo intermedio

Il consumo intermedio si riferisce all'utilizzo del valore dei beni e servizi per porre in essere nuovi beni e servizi che, a loro volta possono essere impiegati o per il consumo finale o per altri consumi intermedi.

Classificazione dei beni

Per le nostre finalità i beni possono essere classificati in relazione

- 1) alla materialità o meno degli stessi;
- 2) al modo in cui durante gli atti di consumo rilasciano il loro valore.

Classificazione dei beni

In relazione al grado di materialità dei beni possiamo classificare gli stessi in:

1. Beni materiali;
2. Beni immateriali.

Classificazione dei beni

In relazione al modo in cui i beni rilasciano il loro valore è possibile distinguere gli stessi in:

1. Beni a fecondità semplice;
2. Beni a fecondità ripetuta.

Attività di produzione

Per attività di produzione si intende quell'attività in cui differenti beni vengono trasformati ed assemblati attraverso l'utilizzo del valore in essi contenuto, per dar vita a nuovi beni e servizi, di norma di valore maggiore.

Prima nozione di azienda

L'azienda è quel "luogo" dove viene svolta l'attività produttiva sintetizzando in beni e servizi il valore contenuto:

1. Nei beni disponibili;

2. Nelle capacità umane che partecipano al suddetto processo produttivo.

Prima nozione d'azienda (segue)

Dalla nozione di azienda data ne deriva che la funzione delle aziende è quella di utilizzare il valore dei beni e servizi a disposizione per dar vita a nuovi beni e servizi con un valore superiore a quello consumato.

Detti beni e servizi prodotti dall'azienda saranno poi consumati per dar vita ad altri beni e/o servizi (consumo intermedio) o per soddisfare bisogni umani (consumo finale).

Differenti nozioni di valore

Nel corso del tempo al termine valore sono stati attribuiti differenti significati.

Ai nostri fini è utile fare riferimento alla distinzione, riconducibile ad A. Smith, tra:

1. Valore d'uso;
2. Valore di scambio.

Valore d'uso

Il valore d'uso esprime l'utilità del particolare bene e si riferisce all'attitudine dello stesso a soddisfare un bisogno.

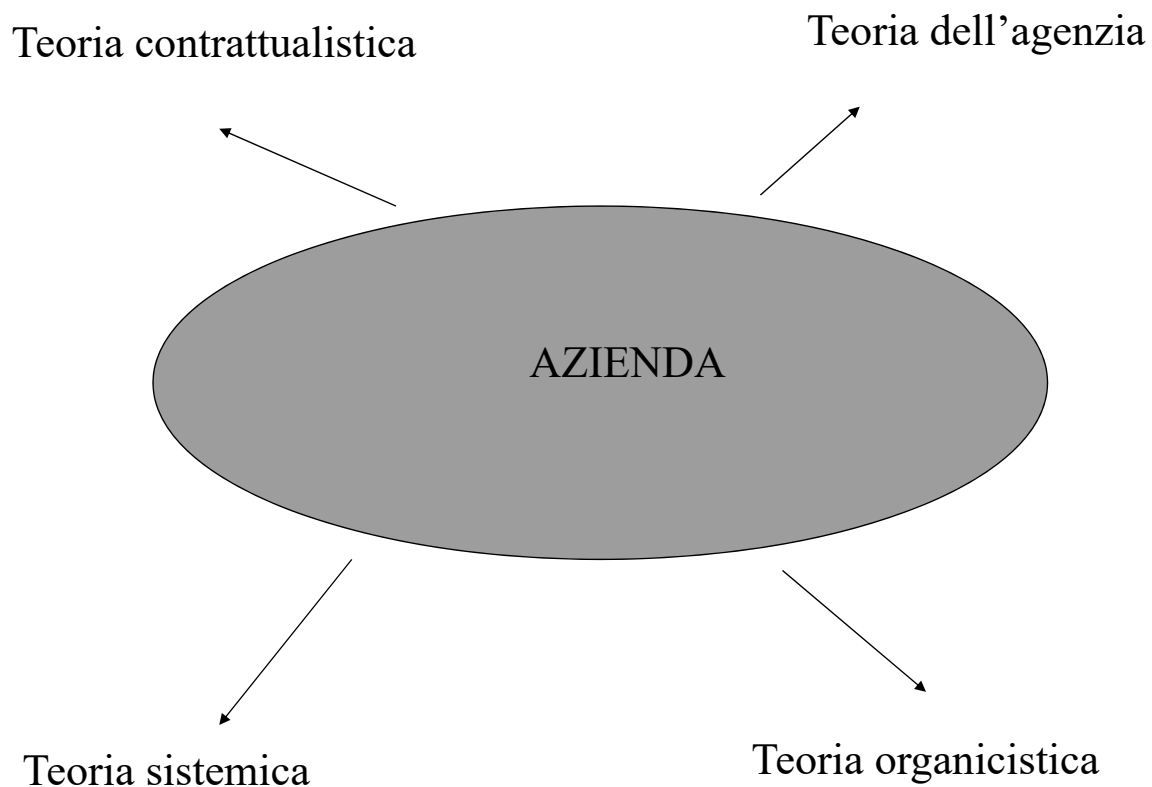
Il concetto di valore d'uso fa riferimento a delle caratteristiche del bene in sé, in quanto capace, attraverso il suo consumo, di soddisfare un dato bisogno umano.

Per un medesimo bene il valore d'uso può cambiare da soggetto a soggetto, e per lo stesso soggetto nel corso del tempo.

Valore di scambio

Il valore di scambio rappresenta il potere di acquistare altri beni che il possesso di un dato oggetto conferisce.

Il valore di scambio di un bene dipende dalle condizioni del mercato nel quale i beni vengono acquistati e venduti ed il metro di misura dello stesso si esprime attraverso la moneta.



Teoria contrattualistica

Prendendo le mosse dalla circostanza che ogni fatto interaziendale deve essere regolato da norme di diritto positivo nasce la teoria cosiddetta contrattualistica.

Secondo questa teoria l'azienda può essere interpretata come un insieme coordinato di contratti.

Limiti della teoria contrattualistica

La teoria contrattualistica si afferma nella prima metà del XX secolo e si diffonde principalmente nei paesi con una solida tradizione di studi di diritto.

Detta teoria, tuttavia, essendo rigidamente ancorata alle norme, non riesce ad adattarsi ed a spiegare i comportamenti umani, e quindi aziendali, che di fronte all'evolversi sempre più rapido dell'ambiente sempre meno possono rispondere con procedure standardizzate. Detta teoria fornisce dunque una visione parziale del complesso fenomeno aziendale.

Teoria dell'agenzia

La teoria dell'agenzia interpreta il fenomeno aziendale all'interno del contratto di "mandato".

La figura del "mandante" sarebbe rappresentata dai proprietari che affidano ai managers, appunto i mandatari, il compito di gestire il loro capitale affinché frutti nel miglior modo possibile.

Oggetto della teoria dell'agenzia

La teoria dell'agenzia concentra la propria attenzione sui possibili conflitti tra mandante ed agente, e sui costi che vengono sostenuti per limitare possibili comportamenti opportunistici del management.

Mentre la proprietà aziendale è, infatti, principalmente interessata alla remunerazione del capitale, il management ha interesse principalmente a:

1. Assicurare la sopravvivenza e lo sviluppo dell'impresa;
2. Mantenere ed al limite migliorare il proprio posto all'interno dell'azienda.

Limiti della teoria dell'agenzia

Anche la teoria dell'agenzia presenta, come la teoria contrattualistica, una visione parziale del fenomeno aziendale, che non può essere semplicemente ricondotto ed esaminato in relazione al rapporto tra mandante ed agente.

Teoria sistemica

Secondo la teoria sistemica l'azienda può essere interpretata come un insieme coordinato di parti (risorse umane e materiali) legate da rapporti di interdipendenza e complementarietà per il raggiungimento di un determinato fine.

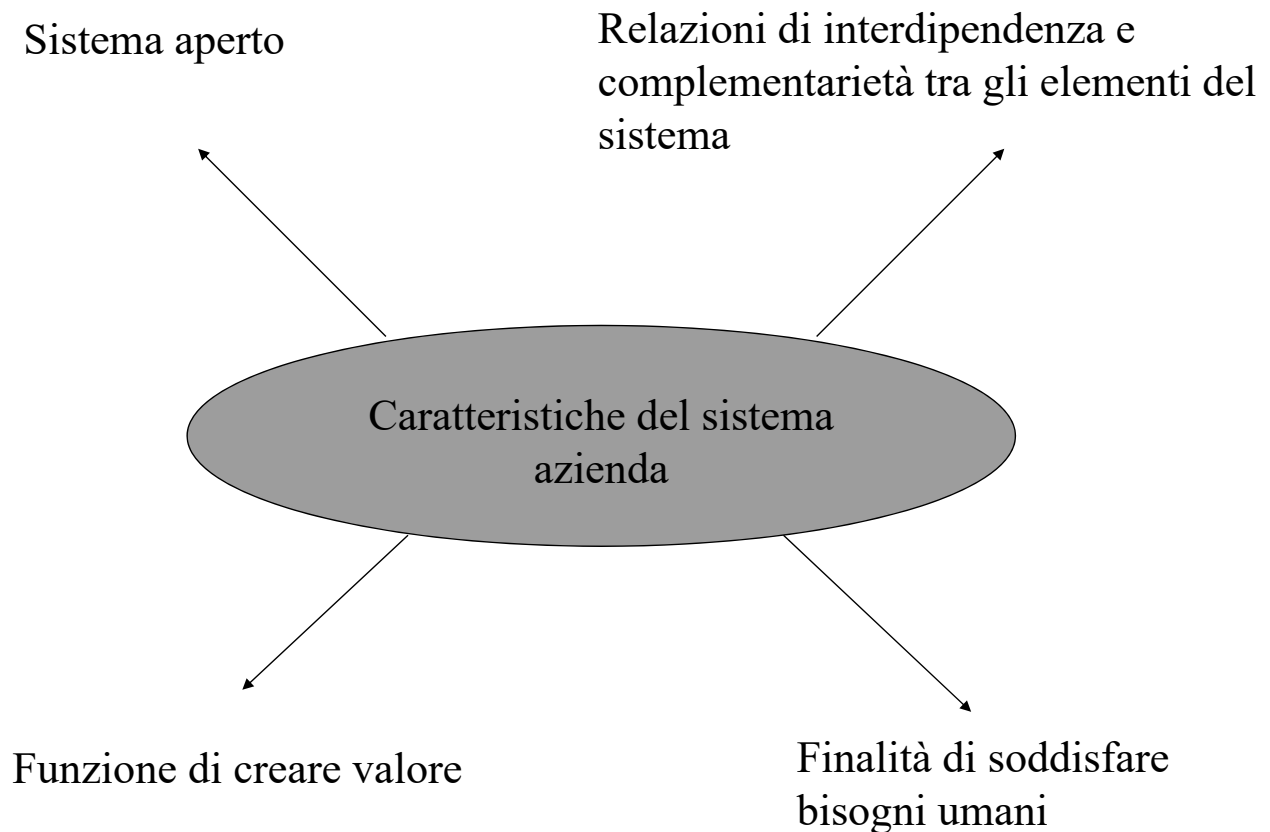
Per cogliere l'essenza e le logiche di funzionamento di qualsiasi sistema occorre considerare non soltanto gli elementi che lo compongono, ma anche le relazioni che tra questi si instaurano.

Differenti tipologie di sistemi

Secondo detta teoria i sistemi possono essere distinti in:

- 1.Sistemi chiusi;
- 2.Sistemi aperti.

L'azienda è un tipico esempio di sistema aperto, dal momento che opera continuamente scambi di energia (valore) in entrata ed in uscita con l'ambiente circostante.



Limiti teoria sistemica

La teoria sistemica pone un'eccessiva attenzione alla prospettiva meccanicistica dell'azienda.

Secondo questo approccio i problemi aziendali di efficacia e di efficienza possono essere risolti attraverso l'impiego di strumenti statistici e matematici, con la conseguenza però di perdere di vista la componente umana dell'azienda che difficilmente può essere costretta entro rigidi algoritmi.

Teoria organicistica

Secondo la teoria organicistica l'azienda non può essere ricondotta semplicemente ad un insieme coordinato di contratti o di risorse organizzate per il raggiungimento di un determinato fine, ma può essere definita come un individuo economico vivente che, grazie ai contratti in essere ed alle risorse a disposizione può assolvere alla sua funzione di creare valore in maniera durevole nel tempo.

Condizioni di esistenza dell'azienda

Le condizioni di esistenza dell'azienda sono:

1. L'esistenza di una comunità di persone;
2. Il riconoscimento giuridico;
3. La disponibilità di un sistema di risorse (patrimonio)

Condizioni di esistenza dell'azienda: la comunità di persone

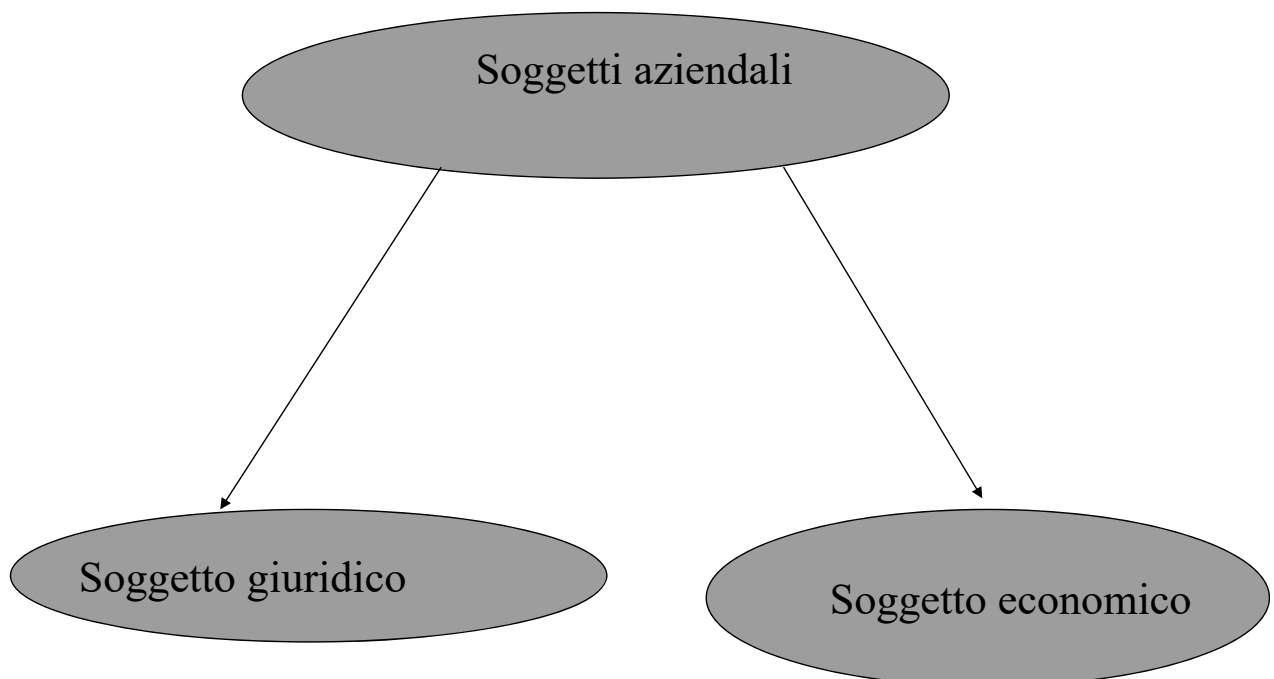
La prima condizione di esistenza di un'azienda è che sia presente in essa una comunità di persone, ossia un insieme coordinato ed organizzato di persone.

Questa comunità di persone utilizza il sistema di risorse presente in azienda sulla base del sistema di conoscenze per svolgere un'attività economica di creazione di valore.

Categorie di soggetti che compongono la comunità aziendale

All'interno della comunità aziendale è possibile individuare tre categorie di soggetti:

1. I portatori di capitale proprio;
2. I managers;
3. I dipendenti.



Il soggetto giuridico: nozione

Il soggetto giuridico è il titolare dei diritti e degli obblighi derivanti dallo svolgimento dell'attività aziendale.

Può essere soggetto giuridico qualsiasi entità, sia essa persona fisica o persona giuridica, cui l'ordinamento riconosce la possibilità di essere soggetto di diritto.

Soggetto giuridico: impresa individuale

Nella forma più semplice il soggetto giuridico è rappresentato dall'imprenditore persona fisica.

Nel caso dell'imprenditore individuale, vi è piena coincidenza tra il soggetto giuridico ed il soggetto economico, salvo i casi in cui la persona non abbia la piena capacità di agire (interdetto, inabilitato, minore, minore emancipato).

Soggetto giuridico: le società

Molto spesso l'attività aziendale non viene svolta in forma individuale, bensì in forma societaria.

Nel nostro ordinamento sono previste le seguenti forme societarie:

1. Società semplice;
2. Società in nome collettivo;
3. Società in accomandita semplice;
4. Società a responsabilità limitata;
5. Società per azioni;
6. Società in accomandita per azioni.

Condizioni per riconoscimento di una persona giuridica

L'esistenza di un ente da un punto di vista giuridico richiede che si verificano le seguenti condizioni:

1. L'ente persegue un fine lecito;
2. L'ente ha a disposizione un patrimonio di risorse da impiegare per il raggiungimento del fine;
3. L'ente ha ricevuto un riconoscimento secondo le norme dello stato in cui opera.

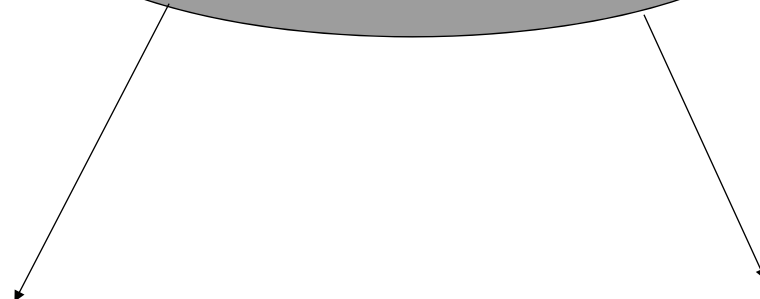
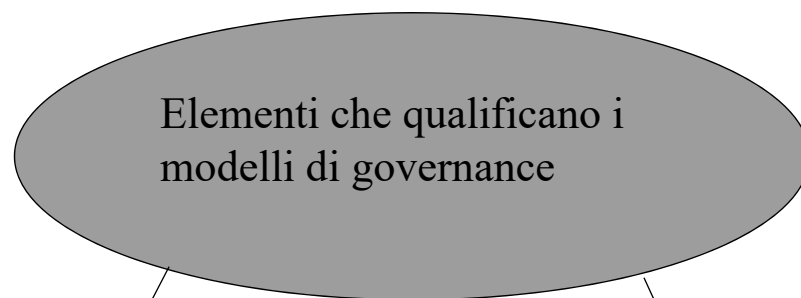
Soggetto economico

I soggetto economico è quella persona o gruppo di persone cui spetta il supremo potere volitivo nell'azienda.

Il soggetto economico, a differenza del soggetto giuridico, è **sempre** riconducibile ad una o più persone fisiche.

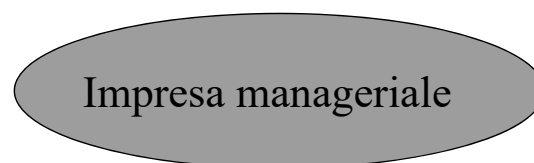
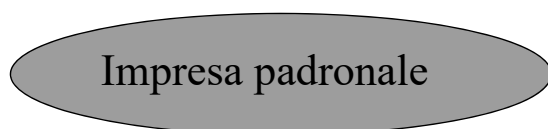
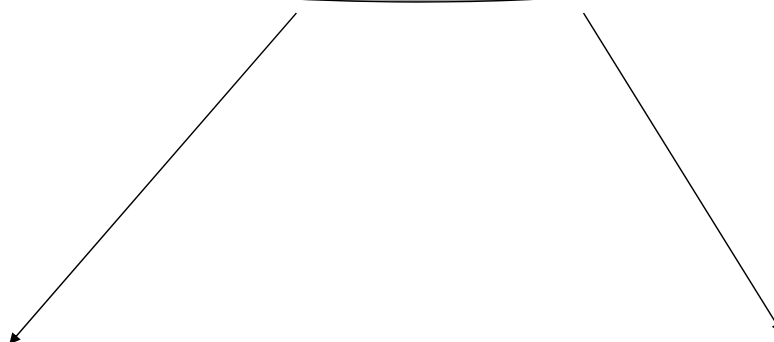
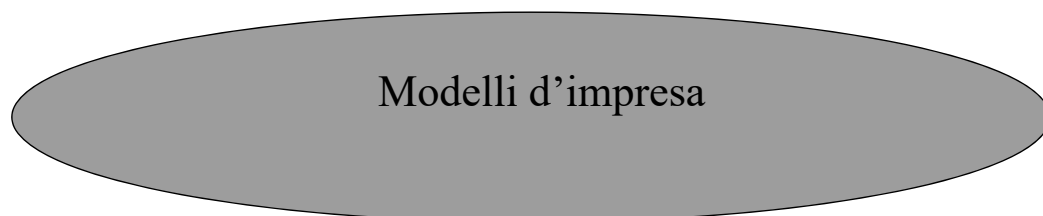
Soggetto economico: nozione di governance

Con il termine governance viene indicato l'insieme dei principi e dei meccanismi che regolano l'esercizio del potere all'interno dell'impresa.



Composizione delle compagne proprietaria

Stabilità della compagne proprietaria



Caratteristiche dell'impresa padronale

1. La proprietà è concentrata e tendenzialmente stabile;
2. È visibile la presenza dell'imprenditore.

Punti di forza dell'impresa padronale

- Forte componente di imprenditorialità (Intuito, intraprendenza, leadership)
- Dedizione personale che non si limita a rapporti razionali ma coinvolge aspetti emotivi
- Rapidità nelle decisioni

Punti di debolezza dell'impresa padronale

- Debolezza finanziaria
- Debolezza manageriale

Le caratteristiche dell'impresa manageriale

Nell'impresa manageriale l'individuazione del soggetto economico è meno chiara rispetto al caso dell'impresa padronale.

In queste realtà, infatti, le funzioni che erano concentrate in un'unica persona sono svolte da due distinte categorie di soggetti:

1. Azionisti
2. Managers.

Conflitti all'interno dell'impresa manageriale

- Gli azionisti investono il loro capitale, di norma non sono coinvolti nella gestione e mirano esclusivamente alla remunerazione in termini di dividendi e di aumento del valore dello stesso capitale;
- I managers investono anche loro un capitale, ossia il loro capitale umano, e si attendono una remunerazione non solo in termini di retribuzioni, ma anche di accrescimento del valore del suddetto capitale.

Conflitti all'interno dell'impresa manageriale (segue)

Per soddisfare le proprie finalità i manager sono interessati allo sviluppo ed alla sopravvivenza dell'impresa.

Può accadere che sopravvivenza e sviluppo si pongano in contrasto con le aspettative di profitto degli azionisti.

Differenti tipologie di impresa manageriale

A seconda dell'incidenza di ciascuna delle due realtà che compongono il soggetto economico, è possibile individuare due tipologie di imprese manageriali:

1. Public company (diffuso soprattutto negli USA, es. Coca Cola e IBM);
2. Impresa consociativa (diffuso soprattutto in Germania ed in Giappone, es. Mitsubishi e Honda).

Caratteristiche della public company

- Estrema polverizzazione dell'azionariato per cui non esiste una posizione di controllo;
- Capitale aperto;
- Autorevolezza della componente manageriale.

Limiti della public company

Forte orientamento dell'attività aziendale verso gli obiettivi del management e potenziale conflitto con gli obiettivi degli azionisti.

A causa di questi conflitti si è assistito alla fine del XX secolo, negli USA, ad una forte concentrazione della proprietà azionaria.

Caratteristiche dell'impresa consociativa

- Una parte dell'azionariato è diffuso e polverizzato (come P.C.);
- Una restante parte costituisce un nocciolo duro stabile composto da banche, investitori istituzionali, famiglia d'origine, gruppi di dipendenti.

Caratteristiche del “nocciolo duro” dell’impresa consociativa

- Comune interesse nella continuità dell’impresa;
- Inesistenza di un un unico azionista di controllo.

Limiti dell’impresa consociativa

- Lentezze decisionali e conseguenti difficoltà nel riorientare l’impresa;
- Conservatorismo e prudenza nelle scelte strategiche;
- In alcune realtà (Giappone) esasperata ricerca della crescita;
- Limiti alla concorrenza.

Il S.E. nelle aziende pubbliche

Le aziende pubbliche, al pari delle imprese, svolgono anche loro un processo volto alla creazione di valore.

La creazione di valore, in queste realtà, è orientata alla soddisfazione di interessi di carattere generale.

In queste aziende il soggetto economico è una realtà composta da tre categorie:

- 1.Cittadini;
- 2.Politici
- 3.Managers.