

Nascita dell'Economia Aziendale

L'**Economia Aziendale** quale scienza che elegge l'azienda a proprio esclusivo oggetto di studio - analizzandone tutti i diversi ed interrelati aspetti e studiandone tutti i vari caratteri - nacque ufficialmente nel 1927 ad opera di **Gino Zappa**.

La prolusione letta in occasione dell'inaugurazione dell'anno accademico 1926-27 nel Regio Istituto Superiore di Scienze Economiche e Commerciali di Venezia fu, a posteriori, definita una "rivoluzione".

Gino Zappa, Tendenze nuove negli studi di ragioneria, Milano, 1927

Ciò nonostante l'**Economia Aziendale** può essere giustamente considerata l'evoluzione naturale della **Ragioneria**.

L'innovazione zappiana fu estremamente rilevante sotto tre diversi profili:

scientifico

→ Riordinando le discipline, le teorie e le tecniche sino ad allora diffuse

metodologico

→ Combinando saggiamente il momento deduttivo con quello induttivo

concettuale

→ Elaborando un'originale concezione di azienda nonché formulando un nuovo sistema contabile ed una generale teoria del valore

L'innovazione zappiana

Con la fondazione dell'Economia Aziendale, Zappa si proponeva di realizzare una **sistemazione scientifica** - nell'unità di indirizzo e di metodo - delle varie discipline e tecniche precedentemente esistenti nonché dei copiosi studi che, a Suo dire, erano stati fino a quel tempo scompostamente condotti.

Proprio per questa ragione, Zappa mostrò grande attenzione alla definizione della metodologia da adottare, ben conscio che non è solo l'oggetto di studio - che, peraltro, può essere comune anche ad altre dissimili discipline - ma soprattutto il **metodo** a contraddistinguere una scienza.

Il **metodo induttivo** risponde adeguatamente alle esigenze proprie delle scienze naturali le cui ricerche richiedono inevitabilmente la sperimentazione sul campo così da poter osservare direttamente l'evoluzione dei fenomeni, mentre il **metodo deduttivo** si addice alle scienze astratte - come la matematica - dove il rigore logico dei ragionamenti e delle argomentazioni è necessario e sufficiente a dare esauriente dimostrazione ai teoremi enunciati.

Per l'Economia Aziendale, sia il metodo deduttivo sia quello induttivo, se separatamente ed isolatamente adottati, non sono in grado di rispondere alle esigenze conoscitive proprie di tutte le scienze sociali; essi, dunque, devono essere sapientemente "dosati" poiché rappresentano momenti indispensabili che si completano e s'integrano vicendevolmente.

➡ L'applicazione pedissequa del metodo deduttivo potrebbe condurre alla formazione di un abito mentale angusto ed egocentrico fondato sull'implicito presupposto che lo schema teorico elaborato sia aprioristicamente ottimale.

➡ L'applicazione ottusa del metodo induttivo potrebbe condurre a generalizzare ogni proposizione riscontrata nell'osservazione la quale, però, si limita assai spesso a poche fattispecie di cui non è stata preventivamente verificata la rappresentatività rispetto all'universo indagato.

I "numeri" dell'Economia Aziendale

Negli studi economico-aziendali l'osservazione dei fenomeni, colti in taluni aspetti peculiari, non può essere solo descrittiva, dovendo invece necessariamente condurre a **determinazioni quantitative** capaci di interpretare il significato della realtà indagata.

L'**applicazione della Matematica** è meramente strumentale, non potendosi quest'ultima sostituire alle valutazioni economico-aziendali, imprescindibilmente soggettive, che è necessario compiere al fine di cogliere la profonda essenza dei fenomeni economici indagati.

I fenomeni sociali sfuggono inesorabilmente al rigore matematico, non prestandosi ad essere rappresentati attraverso le sue limpide quanto asettiche espressioni logiche, in quanto non possono essere costretti entro gli angusti schemi delle semplici relazioni biunivoche di causa-effetto.

Di conseguenza, è doveroso ricordare che la precisione dei dati ottenuti grazie all'elaborazione matematica, per quanto scrupolosa ed accorta, costituisce solamente esattezza formale che, tuttavia, non è in grado di garantire la validità dei risultati raggiunti.



I fenomeni economico-aziendali
- dopo essere stati quantificati adottando gli opportuni algoritmi -
devono essere interpretati



La formalizzazione dei fenomeni aziendali in espressioni matematiche è sempre una semplificazione, un'approssimazione e, talvolta, una mistificazione della realtà indagata.

Prima formulazione del concetto di Azienda

Nella **prima** e celebre **definizione zappiana**, l'azienda è concepita quale «*coordinazione economica in atto che è istituita e retta per il soddisfacimento di bisogni umani*».

Nella concezione zappiana spicca la **strumentalità** dell'azienda, in quanto attività economica:

- sempre tesa all'ottenimento di un'**utilità**;
- ove tale utilità risiede nel fatto che l'espletamento dell'attività economica è teso alla **soddisfazione di taluni bisogni umani**;
 - ✓ spesso coloro che coordinano l'attività economica così da originare un'azienda sono animati dall'intento di trarre un **personale vantaggio** e, dunque, di soddisfare - direttamente o indirettamente - un proprio bisogno;
 - ✓ talvolta, però, le motivazioni degli individui che agiscono dando vita all'azienda sono altruistiche e, quindi, l'utilità va a **vantaggio di terzi soggetti** che possono anche non aver partecipato, nemmeno in modo marginale, all'attività aziendale.

Consistendo in un'attività economica **finalizzata all'ottenimento di un'utilità**, nell'azienda non può mai mancare il **momento produttivo**, mentre alcune delle altre fasi possono talora essere assenti.

L'azienda è lo strumento ideale per la creazione di valore economico.

Benché non esplicitato nella definizione zappiana, l'azienda non può essere realizzata senza:

- persone ⇒ **elemento soggettivo**
- mezzi ⇒ **elemento oggettivo**

I caratteri della «... coordinazione economica in atto ... »

Oltre alla sua strumentalità, dalla primigenia definizione zappiana emerge il carattere della **dinamicità**. Zappa, infatti, si oppose vistosamente alle precedenti e contemporanee teorie che coglievano l'azienda nei suoi elementi costitutivi personali e materiali, contemplandola staticamente.

Dopo la prolusione zappiana, l'orientamento degli Studiosi è stato decisamente unanime nel considerare l'azienda un fenomeno prettamente dinamico.

La primigenia definizione zappiana pose in evidenza anche il carattere della **sistematicità** ravvisato:

- ✓ nei **mezzi** impiegati che costituiscono l'elemento oggettivo indispensabile per lo svolgimento dell'attività economica in forma aziendale;
- ✓ nelle **scelte** e nei susseguenti **comportamenti** degli attori, costituenti l'elemento soggettivo imprescindibile per dare realizzazione all'attività economica;
- ✓ negli **accadimenti**, cioè nei fatti in cui si concreta l'attività **economica** espletata in forma aziendale.

L'essenza aziendale può essere efficacemente compresa e rappresentata

assimilando l'azienda ad un organismo vivente
analogia organicista

assimilando l'azienda ad un sistema meccanico
analogia meccanicista

In tal modo, l'azienda può essere intesa come *cellula di un organismo vivente* o, se si preferisce, come *l'ingranaggio di un complesso meccanismo*.

Cos'è e cosa non è l'Azienda

AZIENDA = AZIONE

È un'attività economica "qualificata", cioè connotata da peculiari requisiti che valgono a distinguerla dalle forme non aziendali.

Malgrado ciò che si crede comunemente, l'azienda **NON È** un luogo fisico ove avviene la produzione.

AZIENDA ≠ FABBRICA

Nonostante la codificazione civilistica, l'azienda **NON È** neppure il «complesso di beni organizzati dall'imprenditore per l'esercizio dell'impresa» (ex art. 2555 C. C.).

AZIENDA ≠ PATRIMONIO

A dispetto delle convinzioni popolari, l'azienda **NON È** il soggetto che la realizza.

AZIENDA ≠ ATTORE

L'AZIONE PUÒ ESSERE ECONOMICA,
L'UOMO NON È MAI ECONOMICO

Riconoscendo l'inscindibile complessità ed unitarietà del pensiero e dell'azione dell'uomo, l'Economia Aziendale ha potuto concentrarsi sulla dimensione economica del suo agire, riconoscendogli la possibilità di stabilire e di perseguire finalità anche meta-economiche che restano, però, fuori dal suo dominio scientifico.

Concezione istituzionale dell'Azienda

Secondo un'opinione comune e largamente diffusa, l'agire isolato dell'uomo in campo economico sarebbe tanto infruttuoso da potersi considerare un caso del tutto eccezionale.

L'osservazione della realtà rese manifesto che il compimento dell'attività economica ad opera di individui singoli costituiva ormai un fatto del tutto isolato e trascurabile per la sua improbabilità.

Assai più proficuamente, infatti, gli uomini, riunendosi in gruppi, riescono a compiere opere significative ed anche a realizzare attività economiche “**qualificate**”, cioè svolte “**in forma aziendale**”.

Si definisce **istituto sociale** ogni gruppo di persone che, nel perseguimento di un **comune obiettivo**

- di qualsivoglia natura
- purché durevole

svolgono svariate attività, tra cui – inevitabilmente – quella economica

- rispettando definiti **codici etici**
- avvalendosi di **beni economici**

«L'azienda è un istituto economico destinato a perdurare che, per il soddisfacimento dei bisogni umani, ordina e svolge in continua coordinazione, la produzione, o il procacciamento e il consumo della ricchezza».

Gino Zappa, *Le produzioni nell'economia delle imprese, vol. I*, Giuffrè, Milano, 1957, p. 37.

Seconda formulazione del concetto di Azienda

Secondo Gino Zappa l'azienda venne fatta *astrattamente* derivare dalla nozione di *istituto sociale* del quale rappresenta l'attività economica "qualificata".

➡ L'astrazione è quel *processo logico* per il quale un fenomeno viene considerato avulso da tutti gli altri fenomeni fra i quali pur tuttavia sono presenti molteplici relazioni ed intimi legami.

Nacque così la **concezione istituzionale** dell'azienda, rispetto alla quale l'esistenza dell'istituto sociale divenne un pre-requisito immancabile e qualificante.

Tale concezione ha reso possibile separare logicamente i fini dell'uomo - molteplici e misti nella loro natura - propri dell'istituto sociale, dalla funzione economica attribuita all'azienda.

Ne derivano due importanti conseguenze:

➡ la strumentalità dell'azienda rispetto a *fini* anche *non economici* perseguiti dall'istituto sociale

➡ l'esclusione del *consumo* dall'ambito aziendale, per due ordini di motivi:

- in quanto il consumo costituisce il momento del soddisfacimento dei bisogni e, dunque, riguarda i fini che definiscono la destinazione dell'utilità;
- in quanto il consumo è squisitamente individuale e, dunque, atto estraneo alla logica "collettiva" sottesa alla nozione di istituto sociale dal quale l'azienda è fatta derivare.

I caratteri dell'«... istituto economico destinato a perdurare ...»

La seconda definizione zappiana confermò il carattere della **strumentalità** sottolineando il preciso e non casuale collegamento tra l'istituto sociale - cioè un gruppo stabile di persone tese al perseguimento di finalità non effimere - e l'azienda.

In tal modo, la costituzione ed il funzionamento dell'azienda dipendono dalla sua funzionalità rispetto al raggiungimento dei fini istituzionali.

Nondimeno, pur dipendendo dall'istituto sociale, le finalità di quest'ultimo non devono travisare o pregiudicare la natura economica dell'azienda.



Più lontane dall'ambito economico sono le finalità perseguite dall'istituto sociale e più cresce la possibilità che logiche non economiche prevarichino le ragioni - squisitamente economiche - dell'azienda.

Il carattere che, più di tutti, è enfatizzato dalla seconda definizione zappiana è la **durabilità**.

In effetti, l'azienda viene intesa come attività economica istituita, cioè tesa a perdurare nel tempo così da essere resa istituto.

Seppur in modo diverso - e, in un certo senso, complementare - viene sottolineato che *l'azienda è un fenomeno di tempo*.

Benché la natura dinamica dell'azienda la renda perennemente mutevole e varia nelle sue forme espressive, essendo strumento tendenzialmente durevole, in quanto al servizio di finalità non effimere, essa tende a preservarsi stabilmente, al di là di ogni superficiale apparenza.

Il carattere sintesi dell'aziendalità

Tra i caratteri desunti dalle definizioni zappiane c'è un grande assente: un carattere taciuto, ma che li sintetizza tutti

AUTONOMIA

Ogni azienda - *se è tale* - deve possedere una sua individualità economica che le permetta di non essere confusa con altre manifestazioni di pseudo-aziendalità.

L'autonomia va intesa in senso:

- ✓ **endogeno** → rispetto alle restanti operazioni non economiche svolte dall'istituto sociale
- ✓ **esogeno** → rispetto alle aziende ed alle attività economiche svolte da altri istituti sociali

Nessuna azienda può considerarsi totalmente e completamente indipendente giacché essa è cellula di un organismo vitale ovvero ingranaggio di un meccanismo complesso; l'autonomia è, dunque, sempre parziale e relativa.

AUTONOMIA ≠ INDIPENDENZA

L'autonomia è un carattere di aziendalità fondamentale - benché sottinteso - in quanto se l'azienda non è e non si mantiene autonoma è destinata a perdere anche gli altri suoi caratteri.

L'azienda è autonoma se possiede - in sé - la **capacità di auto-generarsi**, ovvero sia di mantenersi durevole, sistemica, dinamica così da essere efficace strumento per il perseguimento dei fini stabiliti dall'istituto sociale dal quale deriva.

Creazione di Valore

La capacità di auto-generarsi dell'azienda - da cui dipende la sua stessa autonomia - è legata alla sua capacità di **creare valore**, assolvendo durevolmente alla funzione assegnatale dall'istituto sociale.

La funzione strumentale dell'azienda si realizza nella creazione di utilità e, quindi, di **VALORE**.

Affinché l'azienda possa assolvere durevolmente la propria funzione creatrice di valore, è indispensabile che sia preservata vitale.

Come per qualsiasi altro strumento, anche per l'azienda è necessario rispettarne le regole di buon funzionamento - “avvertenze” e “modalità d'uso” - cosicché ne siano preservate e potenziate le condizioni di vitalità economica.



Valore *soggettivamente attribuito* alla creazione ottenuta
deve essere maggiore

Valore *soggettivamente attribuito* ai fattori impiegati per realizzare tale creazione

L'apprezzamento del livello di utilità e di sacrificio è sempre un'espressione personale e soggettiva.

Nondimeno, se non si riesce ad “oggettivare” tale espressione di valore, è impossibile:

- stabilire se l'agire economico rispetta il principio di vitalità economica;
- individuare in modo assolutamente razionale se le scelte assunte sono le migliori.

Classificazione delle Aziende

I criteri in base ai quali si possono classificare le aziende sono assai numerosi e vari.

La validità di un criterio non può essere confutata a priori: una classificazione non è accoglibile in astratto, bensì solo se permette di rappresentare la realtà indagata in modo utile rispetto allo scopo cognitivo perseguito.

Il *criterio proposto* tiene conto della **destinazione** - decisa dall'istituto sociale - del **valore creato**

La destinazione può avvenire:

- all'interno dell'istituto sociale { **azienda di erogazione** (cessione gratuita)
- all'esterno dell'istituto sociale { **azienda di produzione** (cessione gratuita)
azienda di produzione in forma di **IMPRESA** (cessione onerosa)

Diversamente, accolto il concetto di azienda quale «... coordinazione economica in atto ... », appaiono inaccoglibili - sotto il profilo logico - i seguenti criteri, per quanto molto diffusi:

il fine perseguito dall'azienda

- *profit*
- *non profit*



L'azienda - in quanto azione - non può avere alcun fine, assolvendo esclusivamente alla *funzione economica di creazione del valore*.

il soddisfacimento dei bisogni umani

- *diretto*
- *indiretto*



Il soddisfacimento dei bisogni umani è il fine ultimo cui *strumentalmente* tende ogni azienda, ma le modalità che lo regolano non le competono.