



## **Lezione 4**

---

# **Corso di Economia e Gestione delle Imprese a.a. 2009-2010**

**Prof. Elena Cedrola**

[elena.cedrola@unimc.it](mailto:elena.cedrola@unimc.it)

<http://docenti.unimc.it/docenti/elena-cedrola>

# Contenuti lezione 4: le funzioni dell'impresa e le teorie sulle finalità imprenditoriali

---

Le funzioni dell'impresa

Le teorie classiche sulle finalità imprenditoriali:

- La massimizzazione del profitto
- La sopravvivenza aziendale
- La creazione e diffusione del valore
- Lo sviluppo dimensionale

Le nuove teorie sulle finalità imprenditoriali

# Le funzioni dell'impresa

---

L'impresa vive intorno a una rete di rapporti interpersonali (clienti – fornitori – finanziatori)

- > aspetti cooperativo-conflittuali, che dipendono dalle finalità dei soggetti.
  - > funzioni di maggior rilievo per l'impresa:
    1. in quanto organizzazione economica (bisogni umani)
    2. in quanto sistema sociale (necessità dei dipendenti)
    3. in quanto struttura patrimoniale (produzione di reddito)
  - > queste funzioni sono strettamente legate, ma spesso sono antagoniste ed hanno un ordine di priorità, variabile.
-

# Le finalità del comportamento imprenditoriale

---

Strategie e politiche aziendali dipendono strettamente dalle finalità imprenditoriali, che variano:

- Imprenditore proprietario (valori)
- Manager delegato.

Esistono diverse teorie sulle finalità imprenditoriali:

1. Massimizzazione del profitto
2. Sviluppo e sopravvivenza aziendale
3. Creazione e diffusione del valore
4. Sviluppo dimensionale

# La teoria della massimizzazione del profitto

---

**Profitto:** compenso che spetta all'imprenditore per l'organizzazione dei fattori produttivi. Ma ci sono poi 4 correnti interpretative.

1. Corrispettivo per il coordinamento dei fattori di produzione (lavoro dell'imprenditore)
2. Remunerazione per il rischio corso nell'attività aziendale
3. Premio per colui che promuove l'innovazione (Shumpeter)
4. Valore subordinato a condizioni esterne (imperfezioni di mercato – posizioni monopolistiche)

Queste 4 visioni risultano complementari, anche se una preminenza è da attribuire alla remunerazione per il rischio (esiste anche in presenza di manager).

# La teoria della massimizzazione del profitto

---

**Comportamenti del gruppo imprenditoriale:** ottenimento del divario maggiore tra ricavi e costi di gestione.

Teoria astratta: tempo? rischio?

- Tempo: massimizzo su uno o più esercizi, su una o più operazioni?
- Rischio: quali sono i limiti accettabili?
- Che ne è degli investimenti sugli intangibili, che spesso hanno ampio respiro (immagine, marchio, formazione del personale)?
- ... e di alcune politiche di differenziazione?
- Che ne è degli interessi dei portatori di interesse “altri”?

-> il profitto è solo uno delle finalità imprenditoriali

# La teoria dello sviluppo e della sopravvivenza aziendale

---

Nasce soprattutto come espressione degli interessi dei manager.

## **Sopravvivenza: continuità aziendale**

- ☐ Profitto per irrobustire la struttura patrimoniale
- ☐ Rifiutare attività con altro rischio

**-> il profitto è strumentale alla continuità di funzionamento dell'impresa**

(Drucker) Misura il raggiungimento delle finalità con riferimento a:

- ☐ Posizione occupata nel mercato (f/d vs/ concorrenza)
- ☐ Innovazione
- ☐ Risorse umane e finanziarie (per investimenti)
- ☐ Redditività (fonte di sviluppo del capitale dell'impresa)

(Galbraith) Sottolinea l'importanza di un profitto che consenta l'autofinanziamento (minore dipendenza da fonti esterne) -> maggiore autonomia del gruppo manageriale.

---

# La teoria della creazione e diffusione del valore

---

Questa finalità risponde agli obiettivi di tutti i partecipanti dell'impresa. 2 finalità da assegnare alla gestione d'impresa.

- 1. Creazione di valore:** si intende il valore economico dell'impresa (non il differenziale tra ricavi e costi, ma la potenzialità di produrre risultati sempre maggiori) -  
> **legato alla filosofia della qualità totale**  
(miglioramento qualitativo e migliore immagine aziendale)
- 2. Diffusione del valore:** creazione di valore azionario
  1. Preminente per l'imprenditore proprietario,
  2. per il management -> remunerazione azionisti

# La teoria manageriale dello sviluppo dimensionale

---

Questa finalità risponde agli obiettivi dei manager perché impatta:

- Sulla sopravvivenza aziendale (obj. stabilità)
- Sul potere concorrenziale -> redditività aziendale (obj. prestigio personale)
- Sul potere e le retribuzioni personali (obj. miglioramento economico)

**Sviluppo dimensionale:** ampliamento del volume d'affari (crescita del fatturato piuttosto che del profitto) (Baumol)

-> ricerca della combinazione qualità/prezzo che massimizzino il volume d'affari dell'impresa

-> vengono anche trascurati i fattori morali e sociali

# Le nuove teorie sulle finalità imprenditoriali

---

- ❑ La teoria comportamentistica o dei limiti sociali alla massimizzazione del profitto
- ❑ La teoria del successo sociale ed i rapporti con l'etica d'impresa

# La teoria comportamentistica o dei limiti sociali alla massimizzazione del profitto

---

La situazione cooperativo-conflittuale tipica dell'impresa evidenzia i limiti della teoria della massimizzazione del profitto.

-> Assicurare un giusto equilibrio tra le aspirazioni dei vari gruppi che sono coinvolti nel sistema aziendale:

- esterni (clienti, fornitori, distributori, finanziatori, P.A.)

- interni (proprietari, dirigenti, dipendenti, ...)

Si possono generare conflitti quando non si riesce a stabilire un rapporto

# La teoria comportamentistica o dei limiti sociali alla massimizzazione del profitto

---

I gruppi sociali in relazione diretta con l'impresa sono:

- Consumatori o utilizzatori dei beni o servizi prodotti
- Concorrenti
- Forze lavoro occupate nell'impresa
- Fornitori di beni e servizi
- Distributori
- Organi della pubblica amministrazione
- Conferenti il capitale proprio dell'azienda.

Essi generano influenze sull'ampiezza finale del profitto.

---

# Analisi dell'equazione aziendale del profitto in rapporto ai gruppi sociali

| <b>RICAVI</b><br>(G. 1: CONSUMATORI; G.2: CONCORRENTI) |                             |                        |                        |                                   |                         |                             |                      |
|--------------------------------------------------------|-----------------------------|------------------------|------------------------|-----------------------------------|-------------------------|-----------------------------|----------------------|
| <b>COSTI</b>                                           |                             |                        |                        |                                   |                         |                             | <b>PROFITTO</b>      |
|                                                        |                             |                        |                        |                                   |                         |                             |                      |
| COSTI DI LAVORO                                        | COSTI DI APPROVVIGIONAMENTO | COSTI DI FINANZIAMENTO | COSTI DI DISTRIBUZIONE | ONERI FISCALI                     | COSTI DI ORGANIZZAZIONE | COSTI DI RICERCA E SVILUPPO |                      |
| (G 3)<br>Lavoratori                                    | (G 4)<br>Fornitori          | (G 5)<br>Finanziatori  | (G 6)<br>Distributori  | (G 7)<br>Pubblica amministrazione |                         |                             | (G 8)<br>Proprietari |

# Analisi dell'equazione aziendale del profitto in rapporto ai gruppi sociali

---

## Incremento **Ricavi**:

- Aumento il prezzo
- Aumento la quantità venduta

|                                                                                                      |                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Consumatori</b><br>Non acquisto<br>Altro fornitore<br>Ridurre la quantità<br>Prodotto sostitutivo | <b>Concorrenti</b><br>In situazioni di<br>mercato stazionario<br>-> riduzione dei<br>prezzi |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|

# Analisi dell'equazione aziendale del profitto in rapporto ai gruppi sociali

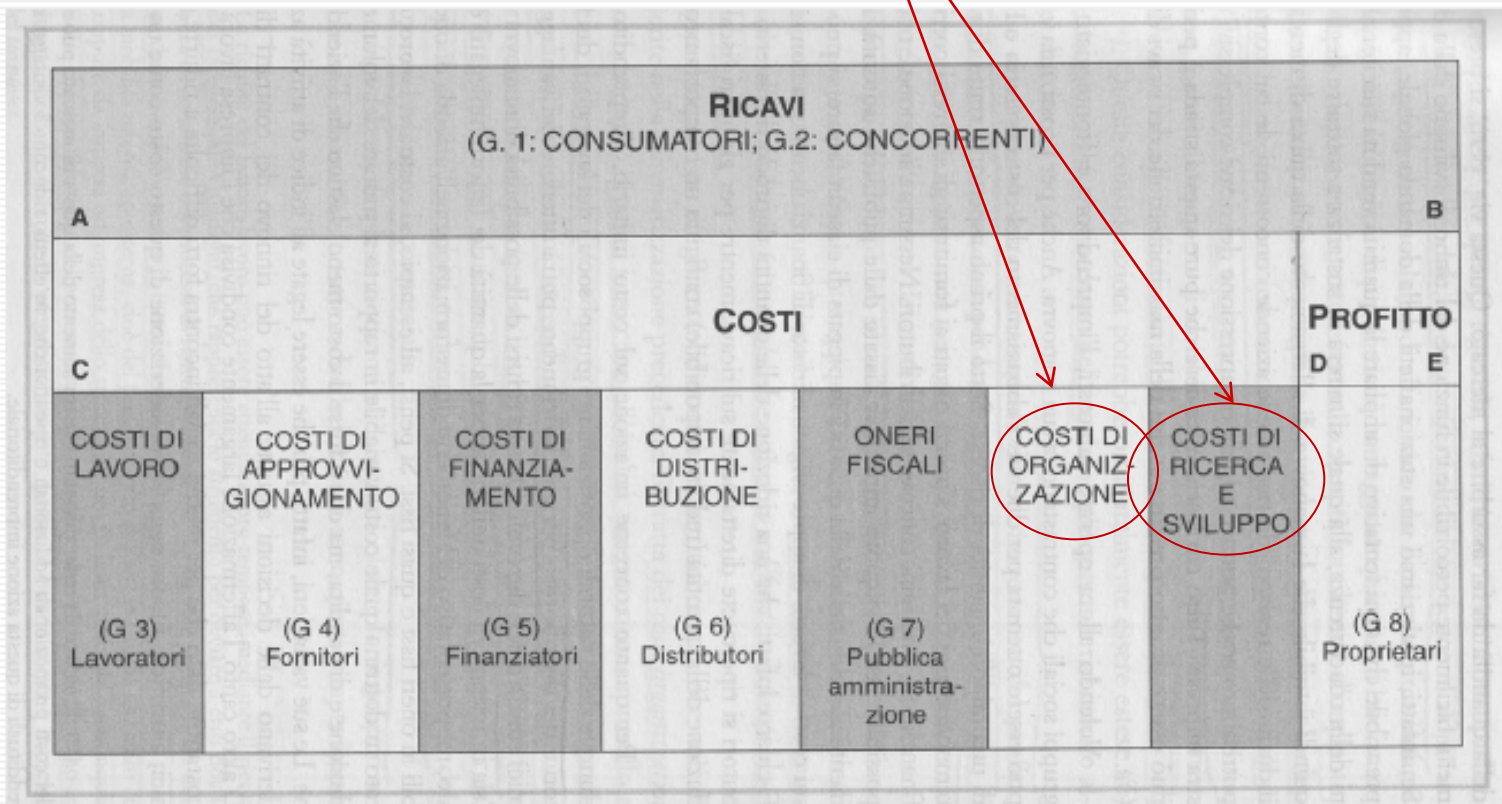
---

## Riduzione dei **Costi**:

- Riduzione del costo unitario
  - Riduzione remunerazione del lavoro
  - Riduzione dei prezzi pagati ai fornitori
  - Minori interessi pagati ai finanziatori
  - Minori margini per i distributori
- Impiego di una minore quantità di risorse (es. lavoro job sharing – lavoro a tempo determinato ...)

# Analisi dell'equazione aziendale del profitto in rapporto ai gruppi sociali

Quali opportunità? Innovare!



# La teoria comportamentistica o dei limiti sociali alla massimizzazione del profitto

---

In definitiva:

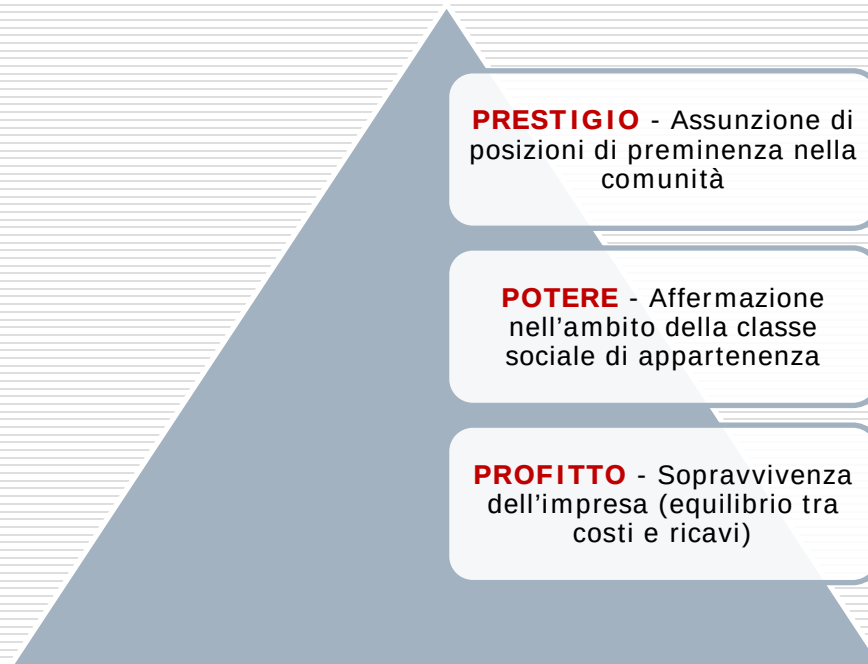
- L'equilibrio tra costi e ricavi aziendali è difficilmente modificabile in assenza di innovazione nella gestione
- L'innovazione nell'organizzazione e nel mercato richiedono il sostenimento di costi che di solito vengono ridotti in periodo di crisi
- Il profitto è una quantità residuale che risente delle situazioni di crisi

**-> parliamo di massimo profitto condizionato**

# La teoria del successo sociale

---

L'imprenditore è mosso solo da interessi economici o da traguardi nella sfera sociale?



# Riferimenti libri di testo

---

➤ Sciarelli Cap. 4