

## L'obiettivo dell'Impresa... ovvero, sempre meglio sapere dove stiamo andando piuttosto che non saperlo...

di [Roberto Pasquini](#)

Pubblicato il 21 marzo 2009

...considerazioni sull'obiettivo dell'impresa (Anna Maria Pirro)

### **Prima parte: considerazioni iniziali sull'obiettivo dell'Impresa**

Nella teoria tradizionale, quella che ogni allievo di un corso di economia comincia a studiare al primo giorno di lezione, l'obiettivo dell'impresa è rappresentato dalla massimizzazione del profitto. Per conseguire tale obiettivo occorre determinare la quantità prodotta che consente di rendere massima la differenza fra ricavi e costi. La quantità prodotta sarà poi assorbita dal mercato? La risposta è affermativa, non sorge il minimo dubbio. Tuttavia per rispondere in modo così netto e certo a questo quesito occorre ipotizzare (e sono ipotesi di non poco conto) che sul mercato dei prodotti viga la concorrenza perfetta, che tutte le imprese abbiano le stesse dimensioni, che i prodotti siano tutti perfettamente uguali, che il prezzo di equilibrio renda uguale la domanda e l'offerta effettiva, ma anche potenziale. A questo punto nessun compratore avrebbe una domanda insoddisfatta, nessun acquirente avrebbe un accumulo di merce in magazzino e le aspettative di entrambi sarebbero perfettamente realizzate. Il tempo in questo contesto non esiste e non potrebbe esistere, in quanto le contrattazioni devono avvenire in un unico istante, altrimenti sarebbe possibile per qualcuno, alla luce delle contrattazioni concluse, strappare condizioni migliori per la propria impresa rispetto alle altre. Invece si è tutti insieme, in un unico mercato dove le informazioni sono conosciute da tutti allo stesso livello e tutti possono prevedere perfettamente il futuro.

Nel mercato dei capitali, l'ipotesi di concorrenza perfetta implica che, se l'imprenditore ha bisogno di un finanziamento, l'unico elemento determinante sarà il prezzo che sarà disposto a pagare. Se l'impresa è disposta a pagare il prezzo stabilito dall'incontro fra domanda e offerta, potrà acquisire tutte le risorse di cui ha bisogno. Nell'istante in cui tutti gli imprenditori e tutti i fornitori di capitale si incontrano in questo immenso mercato, se l'offerta di capitale è maggiore della domanda il prezzo dello stesso scenderà, viceversa accadrà se il capitale è scarso rispetto alle esigenze delle imprese. Ma alla fine, anzi, nell'unico magico istante ipotizzato dalla teoria, domanda ed offerta, sia effettiva che potenziale, si eguagliano e l'equilibrio finanziario viene raggiunto e mantenuto.

La premessa è stata un pò lunga, ma necessaria per capire che, ogni volta che una delle

ipotesi alla base della teoria della concorrenza perfetta viene meno, gli effetti delle azioni e delle decisioni dell'impresa sono completamente diversi, pertanto anche l'obiettivo dell'impresa varia radicalmente a seconda delle condizioni in cui si trova ad operare. Nella realtà il mercato si configura in modo diverso rispetto alla concorrenza perfetta. Un operatore può essere più grande di altri, un gruppo di operatori si può associare a scapito di altri, se i costi di produzione sono alti solo operatori più grandi potranno sostenerli e quindi entrare nel mercato. Anche nel caso in cui gli operatori hanno tutti una dimensione simile possono accordarsi sulle strategie e quindi stabilire prezzi più alti rispetto a quelli ottimali del regime teorico della concorrenza. Se poi anche gli acquirenti sono un numero limitato o, addirittura uno solo, le cose cambiano ulteriormente e gli obiettivi della singola azienda non sono così univocamente definibili...

## **Seconda parte: alcune considerazioni tratte dalla realtà di tutti i giorni**

La realtà esiste, proviamo ad ammetterlo...Cosa accade all'obiettivo dell'impresa se applichiamo alcune considerazioni proprie della realtà di tutti i giorni e dei tempi in cui viviamo?

Al di là del lungo e copioso dibattito teorico conseguente l'abbandono dell'ipotesi di concorrenza perfetta sui mercati, della passione con cui viene sostenuto nelle Università è oggetto di convegni, viaggi di studio, acquisizione di cattedre e di titoli, ciò che è importante è capire che qualsiasi elemento della realtà, quando inserito nella teoria cambia sostanzialmente il risultato.

Una prima considerazione che vorrei sottoporre all'attenzione generale è, ad esempio l'effetto dell'introduzione del fattore "tempo". Il tempo esiste: se ciò non fosse non invecchieremmo così velocemente e non arriverebbe così presto il Natale, tutti gli anni, per farci impazzire con il "che cosa regalare" "cosa cucinare per il pranzo della vigilia"... Per tornare alla vita dell'Impresa, la produzione impiega tempo per essere realizzata, si deve decidere quanto produrre e sostenere i costi di produzione in un momento precedente rispetto a quando la merce arriverà sul mercato. Nel momento in cui il prodotto sarà pronto per entrare nel mercato le condizioni di domanda potrebbero essere diverse da quelle ipotizzate all'inizio del processo di produzione, forse perché l'imprenditore ha sbagliato in pieno, quindi sarebbe meglio che cambiasse mestiere, oppure, e questo complica di molto le cose, nel momento iniziale l'impresa aveva elementi che riteneva sufficienti per una buona previsione della domanda futura, ma il futuro non può essere previsto con certezza anzi, al contrario, ogni decisione viene presa in condizioni di incertezza e quindi ogni decisione dell'imprenditore è un'assunzione di rischio. Il futuro è un'incognita che può rappresentare un'opportunità di crescita ogni volta che le aspettative previste si realizzano, ma anche una serie di problemi da risolvere quando gli elementi e le circostanze che hanno determinato una scelta aziendale cambiano all'improvviso e ne sopraggiungono altre completamente impreviste. Il primo effetto di aspettative che non si realizzano, ad esempio è l'accumulo di scorte indesiderate che diventano per l'azienda un peso,

un secondo effetto è finanziario, i fattori produttivi devono comunque essere pagati, quindi si deve attingere a risorse accumulate in precedenza perché il flusso effettivo dalle vendite non è sufficiente a coprire i costi sostenuti.

Infine, ricordiamo sempre che i gusti sono gusti. Un altro elemento che influenza l'obiettivo dell'impresa è la considerazione che i prodotti non sono tutti uguali. Aggiungiamo poi che le imprese non hanno tutte le stesse dimensioni. Un'ipotesi molto forte, che la realtà smentisce sotto tutti gli aspetti è che l'impresa che necessita di un finanziamento lo ottiene incondizionatamente, basta che sia disposta a pagare. Infatti, anche ammettendo un imprenditore particolarmente sicuro di sé pronto a pagare il finanziamento a qualsiasi tasso, potrebbe non trovare un operatore disposto a concedere il finanziamento.

Inoltre, poiché non esiste una sola forma di finanziamento e nemmeno una perfetta informazione fra gli operatori, ci potrebbero essere alcune imprese, solitamente più grandi, che hanno informazioni più complete, maggiori possibilità di scelta dello strumento finanziario e un gran numero di finanziatori disposti a concedere credito. Altre imprese, invece, che dispongono di minori informazioni, concluderanno contratti meno vantaggiosi. Inoltre chi non ha tanti finanziatori disponibili a concedere credito, deve accontentarsi delle condizioni offerte senza poter contrattare per spuntare condizioni migliori. In una realtà come quella appena descritta, non vale solo ciò che hai, ma anche chi sei e il fatto di avere una buona idea da realizzare non significa che troverai finanziatori disposti a crederci come ci credi tu....

Soluzioni per crescere - Anna Maria Pirro

21 Marzo 2009

**Copyright © 2021 - Riproduzione riservata Commercialista Telematico s.r.l**

Copyright © 2021 - Riproduzione riservata Commercialista Telematico s.r.l