

Massimo Ciambotti

**TEMI E RICERCHE
DI ECONOMIA AZIENDALE**

**Imprese, imprenditorialità,
capitale umano**

FrancoAngeli

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: *www.francoangeli.it* e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

Massimo Ciambotti

**TEMI E RICERCHE
DI ECONOMIA AZIENDALE**

**Imprese, imprenditorialità,
capitale umano**

FrancoAngeli

Questa pubblicazione è stata realizzata con il contributo del Dipartimento di Economia, Società, Politica (DESP) dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo.

Copyright © 2015 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

INDICE

Introduzione pag. 7

PARTE PRIMA SCRITTI DI ECONOMIA AZIENDALE

- 1. Gli studi di Economia Aziendale e la Teoria organizzativa** » 13
- 2. Appunti e riflessioni sul Pensiero di natura di Giacomo Contri** » 25
- 3. Etica ed Economia** » 48
- 4. Corporate governance e banche** » 62
- 5. Il non profit: terzo pilastro dell'economia** » 67
- 6. Considerazioni sulla Storia della Finanza d'impresa di Vincenzo Comito** » 75

PARTE SECONDA IMPRESE, IMPRENDITORIALITÀ ED ECONOMIA LOCALE

- 7. Realtà e prospettive di sviluppo dell'imprenditorialità femminile** » 81
- 8. Lo sviluppo dell'imprenditorialità immigrata in Italia e le relazioni con il contesto territoriale** » 101

9. Le piccole e medie imprese di fronte alla sfida della competitività: lo strumento dei contratti di rete	pag.	112
10. La struttura della distribuzione commerciale nella Regione Marche: caratteristiche e processi evolutivi	»	135
11. La storia dei manufatti museali attraverso l'economia del territorio	»	188

**PARTE TERZA
CAPITALE UMANO, FORMAZIONE, UNIVERSITÀ**

12. Capitale umano e formazione/istruzione: una sfida per il futuro	»	205
13. La valutazione della qualità nelle Università italiane	»	225
14. L'impatto della valutazione della ricerca sui Dipartimenti e sugli Atenei	»	233

INTRODUZIONE

Il presente volume raccoglie una serie di interventi e relazioni presentate dall'autore in diversi convegni o incontri pubblici negli ultimi dieci anni, aventi a tema argomenti tipici degli studi di Economia Aziendale, spesso affrontati anche in modo interdisciplinare.

Nell'espone i vari contributi si è preferito seguire non una logica temporale, ma tematica, suddividendo il lavoro in tre parti.

Nella prima parte sono raccolti alcuni contributi su tematiche poste a confronto con discipline affini all'Economia Aziendale (l'Organizzazione Aziendale, la Tecnica Bancaria, la Finanza Aziendale) o distanti da questa (la Psicologia e la Psicanalisi). In particolare, vengono evocati i concetti di azienda, di competenza, di profitto, di organizzazione, rispetto ai quali l'autore dimostra quanto la nostra dottrina economico aziendale abbia ancora da dire allo studioso di oggi in vari campi disciplinari. Ciò perché l'originaria visione zappiana dell'azienda risulta fondata su una dimensione antropologica e sociale universale e perenne, che vede l'attività economica volta al bene comune e caratterizzata da elementi di relazionalità e interdipendenza. L'economicità e la durabilità delle aziende sono principi che ne connotano la fisiologia e fondano la possibilità stessa del loro sviluppo, secondo tutte le dimensioni costitutive delle aziende stesse e in relazione ai particolari contesti sociali e ambientali nei quali esse operano.

In questo gruppo rientrano anche alcuni approfondimenti di tematiche che hanno avuto crescente attenzione da parte degli studiosi di Economia Aziendale: l'economia delle aziende non profit e il rapporto tra etica ed economia. Circa questo ultimo tema, l'autore, ben consapevole del rischio di trattare in modo ideologico l'innesto di argomentazioni etiche in campo economico o economico aziendale, come un'aggiunta o una copertura rispetto a prassi e comportamenti guidati esclusivamente da interessi parziali

e fondati su criteri puramente economicistici e utilitaristici, si sforza di considerare ciò che è alla base del giudizio etico o dell'assunzione di valori umani che orientino le scelte del soggetto economico e di tutti coloro che vivono nelle aziende. Si assume, quindi, un significato non relativistico di etica, privilegiando una concezione antropologica dell'uomo che ne affermi la dignità in rapporto a tutto il creato e fissi i termini della sua responsabilità individuale e sociale.

Nella seconda parte del volume figurano alcuni contributi che riguardano tematiche di frontiera dell'imprenditorialità: quelle relative all'imprenditorialità immigrata e femminile e quella connessa al ruolo dei rapporti di collaborazione e delle alleanze tra imprese, realizzate attraverso lo specifico strumento dei contratti di rete, introdotto dal nostro legislatore. I primi due contributi richiamano filoni di studio emergenti, con una valenza specifica e importanti implicazioni su diversi aspetti della gestione, specie di carattere organizzativo (gestione delle risorse umane, stile direzionale, processi interni di valutazione e formazione). Anche il tema dei contratti di rete è recente, ma si collega al classico tema del capitale relazionale e delle strategie di aggregazione o collaborazione, che in quelle di piccola e media dimensione diventa oggi di estrema rilevanza, nell'attuale epoca di sfide globali e di accresciuta competizione a livello internazionale.

Alcuni contributi approfondiscono i caratteri e le linee evolutive di un particolare contesto economico territoriale, quello della Regione Marche. Nello specifico, vengono riportati i risultati di un'indagine svolta proprio per conto della Regione sulla struttura della distribuzione commerciale nelle varie aree provinciali. Sono forniti dati aggiornati riferiti a due periodi diversi pre e post-crisi (2005 e 2012), delineando l'evoluzione della struttura commerciale in termini di unità locali di imprese e di numero di addetti nell'ambito dei vari comparti del settore del Commercio e spingendosi come analisi sino ai sistemi locali del lavoro e ai singoli Comuni delle diverse Province. Viene fornita anche una mappatura tipologica regionale delle unità del commercio al dettaglio, evidenziando anche le differenze di consistenza tra le Province marchigiane stesse.

L'economia marchigiana è poi indagata anche attraverso il richiamo storico delle caratteristiche del suo sviluppo, viste attraverso la lente dei manufatti museali che arricchiscono o possono arricchire ulteriormente i vari Musei del Territorio (o Demoantropologici) presenti in molti Comuni della Regione.

La terza parte del volume affronta importanti questioni legate allo sviluppo del capitale umano (investimenti, politiche al servizio del benessere sociale, formazione/istruzione, ruolo della famiglia e delle imprese), sia

nella prospettiva del rapporto con i processi formativi in generale, sia in relazione alla vita delle nostre Università. In particolare, viene approfondito il tema della valutazione della qualità dei processi formativi e della ricerca nelle Università. Come noto, sono in atto profondi cambiamenti nel nostro sistema universitario, collegando sempre più la distribuzione delle risorse (finanziarie, ma anche, di riflesso, quelle umane) tra le Università alla valutazione della qualità della ricerca, delle politiche di reclutamento, dei risultati della didattica, anche con riferimento alla componente internazionale. Un aspetto poco indagato è quello delle conseguenze che tali cambiamenti di politica nell'assegnazione delle risorse hanno sulle stesse strutture universitarie: vengono, quindi, toccati aspetti di *governance* degli Atenei, considerando anche le significative implicazioni che dal punto di vista organizzativo e contabile sono state generate dall'impatto con questi cambiamenti negli ultimi anni.

PARTE PRIMA
SCRITTI DI ECONOMIA AZIENDALE

1. GLI STUDI DI ECONOMIA AZIENDALE E LA TEORIA ORGANIZZATIVA*

Questa tavola rotonda mette insieme studiosi di Organizzazione Aziendale, di Economia Aziendale e di Marketing e ciò non credo provochi alcun disagio in ognuno di noi, per almeno due motivi: la matrice comune data dallo studio dell'economia delle aziende sotto diversi angoli visuali e considerando diverse tecniche e metodi di analisi; e la volontà (sentita, esplicita) di confrontarsi sulle questioni epistemologiche e di contenuto che sono alla base delle nostre discipline.

L'occasione ci è data dalla recente pubblicazione della monografia di Bruno Maggi *De l'agir organisationnel*, Octarès Editions, Toulouse, 2003¹.

La lettura del libro di Maggi colpisce per l'impostazione di fondo della sua Teoria dell'Azione Organizzativa, che al di là dei referenti scientifici (in primis, Weber, ma anche Simon, Thompson e altri), a mio parere, risulta perfettamente coerente con l'origine etimologica del termine organizzazione.

L'analisi semantica, condotta in un articolo da Eddo Rigotti², ci ricorda l'origine greca del termine, in cui compaiono *ergon* (opere, lavoro) e *orga-*

* Intervento alla tavola rotonda su "Il contributo della teoria organizzativa agli studi economico-aziendali", Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, 10 giugno 2004. Alla tavola rotonda, coordinata da Michela Marchiori dell'Università di Urbino e con la presenza del prof. Bruno Maggi dell'Università di Bologna, hanno partecipato, oltre all'autore di questo scritto, i professori Giovanni Costa dell'Università di Padova, Giancarlo Ferrero dell'Università di Urbino, Anna Grandori dell'Università Bocconi di Milano, Giovanni Masino dell'Università di Ferrara e Marco Zamarian dell'Università di Trento.

¹ Altri testi di Bruno Maggi presi a riferimento per i lavori della tavola rotonda sono: "L'azione organizzativa in Thompson e oltre" in J.D. Thompson, *L'azione organizzativa*, Isedi, Torino, 1991, pp. 1-58; *Razionalità e benessere*, Etas, Milano, 1990; "La teoria dell'azione organizzativa" (co-autore R. Albano), in R. Nacamulli, G. Costa (a cura di), *Manuale di organizzazione aziendale*, Vol. 1, *Le teorie dell'organizzazione*, Utet, Torino, 1996, pp. 220-249.

² E. Rigotti, "Organizzazione: abbozzo di analisi semantica di una parola prestigiosa", in *Synesis*, n. 1, 1991, pp. 9-11.

non (strumento e apparato, in senso biologico); oppure *organikòs* (insieme di parti che costituiscono un'unità capace di vita autonoma) ed *energheia* (attività, dinamismo intrinseco). Perciò, due facce compongono la stessa medaglia del termine organizzazione e del verbo organizzare. Il rimando è, infatti, duplice: da una parte, all'attività, all'opera, all'efficienza, all'agire che si dota di strumenti; dall'altra, alla coordinazione, alla coerenza, alla razionalità (Rigotti, 1991, p. 9). L'azione organizzativa coniuga i due aspetti, nel suo essere un agire (forma dell'agire sociale) che commisura tendenzialmente i mezzi ai fini, in modo razionale. Ma, l'agire può a sua volta essere visto nella sua angolatura di processo (processo dell'azione) e di modo (dell'azione), ossia di risultato. Ne derivano differenze profonde: se diciamo organizzazione d'impresa pensiamo non all'atto dell'organizzare, ma al suo risultato, cioè ad una strutturazione composta ad unità. La polisemia del *nomen actionis*, insomma, è in rapporto con il tipo di oggetto: posso intendere un "realizzare qualcosa" (far esistere qualcosa con ordine e razionalità, come per esempio organizzare una festa) oppure il portare ordine e razionalità in qualcosa che già esiste. Il secondo aspetto consente di ipostatizzare il processo stesso, cioè di conferire stabile sussistenza ad una processualità.

È con questa accezione che penso abbia preso le mosse la Teoria di Bruno Maggi: l'azione organizzativa come razionalità, gioco di relazioni o di strutture relazionali che gli individui producono e riproducono incessantemente, entro una realtà che, in origine, ne era sprovvista o non risultava adeguata rispetto ad un qualche compito e ad un qualche fine. Questo nesso tra organizzazione e bisogno, domanda, esigenza, non deve venir mai meno: l'organizzazione è, in sé stessa, la risposta ad un bisogno, ad un compito complesso, che non consente risposta individuale e immediata, ma chiede l'elaborazione di una ratio che, introdotta in una pluralità che ne è sprovvista, la rende efficace in rapporto alle esigenze o alla domanda stessa. Il tasso di positività di un'organizzazione sarebbe pertanto determinabile in rapporto alla rispondenza al compito (efficacia) e in rapporto al fine (potremmo dire moralità): tant'è che se il fine è negativo, anche la realtà organizzata è negativa (es. l'organizzazione mafiosa) (Rigotti, 1991, p. 11).

Se viene meno questo nesso, l'organizzazione si assolutizza, riducendo a variabili tutti i suoi correlati: il soggetto o i soggetti che la promuovono, gli attori organizzativi, il fine perseguito. Lo studio organizzativo diventerebbe lo studio di una realtà disumana: insomma, il comportamento organizzativo delle persone non può essere una cosa separabile dalla teoria dell'organizzazione (e qui di nuovo il concetto di organizzazione come processo di azioni e decisioni risponde bene a questa esigenza).

Vengo ora alla **prima questione** posta dalla coordinatrice della nostra

tavola rotonda Michela Marchiori, quella del **metodo** da impiegare nelle nostre discipline e, soprattutto, se e quanto viene resa esplicita nei nostri studi la scelta epistemologica adottata.

Riguardo questo aspetto, vorrei sottolineare **due passaggi**.

Il **primo passaggio** si lega al concetto stesso di Metodo, che è una parola che deriva dal greco *meta-odon* (da *odos* = strada), ossia lungo il cammino, attraverso il cammino; oppure dal latino come “procedimento” o “processo”, attraverso il quale io arrivo a conoscere l’oggetto. Ora, chiediamoci, quando un metodo può dirsi scientifico? Sicuramente quando esso è adeguato, adatto, a conoscere il suo oggetto. In tal senso, non esiste, come afferma Anna Grandori³, una *one best way* metodologica: il metodo di ricerca, infatti, è imposto dall’oggetto. Il metodo stabilisce i motivi adeguati con cui fare i passi nella conoscenza dell’oggetto. L’uso della ragione è una flessione della capacità che l’uomo ha di conoscere, la quale implica diversi metodi, o procedimenti, secondo il tipo degli oggetti: non ha, quindi, un metodo unico, ma è polivalente (metodo matematico-statistico, metodo della dimostrazione empirica, metodo filosofico o della logica ecc.).

Il **secondo passaggio** riguarda il metodo legato alle scienze sociali. Queste – come l’economia aziendale e le scienze economiche, la sociologia, le scienze politiche, la psicologia, il diritto – si differenziano dalle scienze naturali per l’oggetto di studio (hanno alla base il comportamento umano, anziché una realtà fisica, e quindi includono aspetti affettivi, simbolici, sociali) e per una diversa posizione dell’osservatore (che è sempre parte del processo, in quanto collegato appunto al comportamento umano, e non parte esogena, e può basarsi sui rendiconti degli attori come fonte di dati)⁴. Quindi, il metodo non può essere lo stesso, deve essere adeguato alla conoscenza di tale oggetto. E qui viene il difficile: le caratteristiche delle scienze sociali rendono più difficile stabilire il metodo adeguato di conoscenza.

Su questo aspetto, giustamente Vicari⁵ introduce la differenza tra soggettività (della cosa osservata) e soggettivismo (dell’osservatore): le scienze so-

³ A. Grandori, “Epistemologia ed Economia Aziendale: note per un dibattito”, in S. Vicari (a cura di), *Metodo e linguaggio in Economia Aziendale*, Egea, Milano, 1992, p. 25.

⁴ Circa la metodologia e l’epistemologia delle scienze sociali rispetto a quelle naturali si rimanda a F.A. Hayek, “La presunzione del sapere”, in F.A. Hayek, *Conoscenza, mercato, pianificazione*, il Mulino, Bologna, 1988, pp. 211-224.

⁵ S. Vicari, “Metodo e linguaggio nell’accademia economico-aziendale italiana”, in S. Vicari (a cura di), op. cit., pp. 105 e segg. Cfr. A. Canziani, *La ricerca nelle scienze sociali. Note metodologiche e pre-metodologiche*, Paper n. 1 del Dipartimento di Economia Aziendale dell’Università degli Studi di Brescia, Brescia, 1999 e S. Facciopieri, *Linguaggio e metodo in Economia Aziendale*, Working paper n. 4, Venezia, 1993.

ciali sono caratterizzate dalla soggettività dell'oggetto di conoscenza, ma anche da un'inevitabile soggettivismo (la questione della visione del mondo che uno abbraccia, ovvero di punti di vista differenti dai quali si parte per impostare una ricerca). Osservano Airoidi, Brunetti, Coda⁶, nel campo delle scienze dell'uomo, ogni valutazione è relativa e non può avere valore "normativo" assoluto, poiché implicitamente o esplicitamente si basa su particolari opzioni di valori e poiché sono sempre rilevanti i limiti di conoscenza e di razionalità dei processi che portano alla formulazione delle teorie. La questione fondamentale, a nostro parere, è quella, da un lato, di non sforzarsi di considerare oggettiva (cioè esaustivamente misurabile, in quanto predeterminata rispetto agli attori), una cosa che è soggettiva in sé; e, dall'altro lato, di non abbandonarsi ad un a-priorismo che precluda alla conoscenza di quello che accade nella realtà. Nel suo senso aristotelico, la conoscenza si fonda nella constatazione di una realtà esterna (non nasce dentro il soggetto); se prevale il soggettivismo, la realtà diventa la proiezione di ciò che è dentro l'uomo, dei suoi punti di vista, dell'opinione che l'uomo ha o si fa della realtà stessa. Il punto di vista soggettivo è inevitabile nell'uomo, ma non deve "forzare" la realtà, ovvero indurre ad interpretare la realtà perché questa sia conforme al punto di vista⁷. D'altra parte, è da conservare come sempre valido l'antico adagio scolastico secondo il quale la verità è l'adeguazione della conoscenza alla realtà (*veritas consistit in adaequatione intellectus et rei*)⁸.

Possiamo, al riguardo, rimandare anche a due citazioni di autori molto diversi tra loro. La prima è un aforisma di un grande scrittore, Gilbert Keith Chesterton, che osservava: «L'oggetto è un oggetto; può esistere ed esiste infatti al di fuori della mente, o in assenza della mente. E, pertanto, allarga la mente di cui diviene parte. La mente conquista una nuova provincia come un imperatore; ma solo perché la mente ha risposto al suono del campanello come un servo. La mente ha aperto le porte e le finestre, perché la naturale attività di chi abita l'interno della casa è di cercare quel che è all'esterno della casa. Se la mente basta a sé stessa, è insufficiente per se stessa. Per questo occorre che si nutra del fatto in sé stesso; come un organo, ha un oggetto che è oggettivo, il nutrimento dello strano duro cibo della realtà»⁹. L'altra citazione è di Albert Einstein, che affermava: «L'idea teo-

⁶ G. Airoidi, G. Brunetti, V. Coda, *Economia Aziendale*, il Mulino, Bologna, 1994, p. 26.

⁷ Nei *Topici*, 1, 11 Aristotele scriveva che è da pazzi chiedersi le ragioni di ciò che l'evidenza mostra come un fatto.

⁸ Cfr. M. Ciambotti, *L'influenza dei fattori culturali sul controllo manageriale*, LINT, Trieste, 2001, pp. 16-19.

⁹ G.K. Chesterton, *San Tommaso d'Aquino*, Giovanni Volpe Editore, Roma, 1971, cap. 8, pp. 246-248.

rica non nasce al di fuori e indipendentemente dall'esperienza, né può derivare dall'esperienza per puro procedimento logico. È il prodotto di un atto creativo»¹⁰. Se ciò è vero per la fisica, figuriamoci per le scienze sociali!

Ma quali sono le conseguenze di questa posizione?

Qui si passa alla **seconda questione** posta da Michela Marchiori (nell'ordine da lei indicato sarebbe la terza), ossia il rapporto tra costruzioni teoriche e pratica aziendale rispetto alle nostre discipline. In sostanza, ci si chiede se la scienza della gestione o dell'amministrazione aziendale sia legata alla trasmissione di modelli (soluzioni empiricamente determinate) o di competenze metodologiche (criteri per sapersi orientare nella scelta degli strumenti o delle pratiche per raggiungere i risultati dell'azione organizzata).

La *business administration* e l'organizzazione aziendale sono scienze sociali empiriche, di tipo applicato, con il compito di produrre utilità o valore e riducendo gli elementi di casualità nella pratica manageriale, tramite l'offerta di basi scientifiche ed empiricamente determinate per l'assunzione delle decisioni¹¹. Ciò non significa che per esse è necessario rinunciare alla formulazione di teorie o alla costruzione di modelli (per esempio, modelli causali o esplicativi dei comportamenti o modelli descrittivi di processi complessi di cui si cerca di prevedere l'evoluzione).

La nostra Economia aziendale si è sempre caratterizzata per la compresenza delle sue due versioni, la positiva (formulazione di leggi e teorie) e la normativa (che risponde al bisogno di azione e che traduce in forma prescrittiva alcune conclusioni della ricerca positiva), mentre quest'ultima ha da sempre caratterizzato gli studi nordamericani. Non possiamo guardare alle nostre materie contrapponendo la teoria alle applicazioni, coloro che hanno il compito di sviluppare teorie e chi ha il compito di applicarle, di tradurle in azioni; oppure separando nettamente i giudizi di valore e i giudizi conoscitivi¹². Entrambe queste versioni hanno per oggetto la realtà dell'azienda. Tuttavia, la sola versione teorica risulta inadeguata a comprenderla nella totalità dei suoi fattori (a causa della complessità del sistema azienda che non consente talvolta di identificare tutte le variabili in gioco e a causa dell'impossibilità di stabilire dei processi lineari e meccanismi sicuri di causa-effetto); e la sola versione normativa e prescrittiva, tesa a spiegare ciò che

¹⁰ A. Einstein, "Sulla teoria generalizzata della gravitazione", in *Le Scienze*, n. 129, 1979.

¹¹ Cfr. J.D. Thompson, "On building an Administrative Science", in *Administrative Science Quarterly*, vol. 1, n. 1, 1956, pp. 102-111.

¹² Cfr. S. Vicari, "Metodo e linguaggio nell'accademia economico-aziendale italiana", op. cit., pp. 106 e segg. Cfr. R. Ferraris Franceschi, *Problemi attuali dell'economia aziendale*, Giuffrè, Milano, 1998.

la realtà dovrebbe essere o ciò che si dovrebbe fare in base alle cose che si conoscono, rischia di andare oltre la realtà stessa, imponendo prescrizioni più di quanto non sarebbe giustificato dalla teoria positiva, oppure di fondarsi su induzioni circoscritte ad aspetti assai limitati della realtà stessa.

Queste due versioni non sono come due rette parallele che non si incontrano mai. Isa Marchini, già negli anni Sessanta, sottolineava che, partendo da posizioni diverse, la concezione positiva unitaria e sinergica dello Zappa, ossia un corpo dottrinale autonomo basato sui principi della coordinazione economica, della continuità e dell'unitarietà della gestione, dei cui fenomeni aziendali lo studioso cerca di studiarne le relazioni intercorrenti in termini di uniformità generali, e la concezione normativa della scuola angloamericana, basata sull'individuazione e i contenuti che devono avere le fondamentali funzioni manageriali, giungono ad una sostanziale identità di contenuto dell'amministrazione economica delle imprese (i processi di economico governo aziendale individuati nel modello zappiano trovano, infatti, riscontro nelle fondamentali funzioni manageriali che secondo gli autori anglosassoni devono essere esercitate allo scopo di governare razionalmente l'impresa)¹³.

Emerge, tuttavia, la necessità di una sintesi più stringente. Come evidenzia giustamente Rusconi¹⁴, una visione troppo immediatamente pragmatica della scienza può impedire la costruzione di nuovi modelli teorici, che possono a loro volta costituire la base per nuove e feconde ricerche sperimentali e applicazioni pratiche (non è il caso di scomodare nuovamente Aristotele che diceva che una scienza è tanto più profonda ed importante quanto meno è legata a fini pratici); le teorie, a loro volta, hanno bisogno di analisi metodologiche, di ricerche sperimentali, di procedure inferenziali (l'osservazione dei casi è importantissima), di osservazioni storiche che accrescano le conoscenze e portino a giudizi conoscitivi da coniugare con i giudizi di valore (il carattere normativo, quindi, c'è sempre ed è successivo a quello positivo, come sottolinea Vicari¹⁵).

L'economia aziendale conserva, quindi, i caratteri di una scienza ipote-

¹³ I. Marchini, "La pianificazione d'impresa ed il suo contributo al controllo operativo" in *Rivista dei Dottori Commercialisti*, n. 2, 1963, pp. 116 e segg. Cfr. anche I. Marchini, *La contabilità preventiva di esercizio e la contabilità dei costi nell'impresa industriale*, Giappichelli, Torino, 1988, pp. 40 e segg. I tradizionali processi di governo aziendale, individuati nel modello zappiano (organizzazione, gestione e rilevazione), trovano oggettivo riscontro nelle principali funzioni manageriali che devono essere esercitate allo scopo di governare in modo razionale l'impresa (organizzare, pianificare, controllare).

¹⁴ G. Rusconi, "Induzione e deduzione nelle ricerche di economia aziendale", in *Rivista Italiana di Ragioneria e di Economia Aziendale*, n. 5-6, 1986, p. 248.

¹⁵ S. Vicari, "Metodo e linguaggio...", op. cit., p. 106.

tico-deduttiva, in cui il momento di elaborazione e derivazione dei modelli teorici è autonomo, ma in un continuo confronto flessibile con le ricerche sperimentali, e quindi, con il momento induttivo¹⁶. La vera questione, per dirla con Masini¹⁷, risiede nel corretto impiego delle ipotesi: infatti, «la scelta consapevole delle ipotesi è mezzo di appropriato svolgimento della ricerca scientifica e delle indagini per le decisioni nella pratica».

Il carattere normativo-valutativo delle discipline aziendali non consiste tanto nell'enunciare definizioni "a priori" dell'azienda, oppure postulati di comportamenti aprioristici basati su valori dati, in base ai quali si giudica l'azienda (es. economicità, autonomia, innovazione, socialità ecc.), quanto nello studio concreto delle condizioni di equilibrio dell'azienda e nell'analisi e confronto di tali valori, affinché si possa giudicarne la compatibilità tra loro e rispetto alla ragion d'essere dell'azienda¹⁸.

Può risultare utile accennare a due esempi di tale sforzo di ricerca coerente con una visione unitaria e sinergica dell'azienda, esempi vicini tra loro e rintracciati nell'ambito degli studi di Economia Aziendale.

Il primo esempio, ripreso da Rusconi¹⁹, è quello dello studio dei valori che stanno alla base del comportamento aziendale e delle teorie "istituzionaliste" sulle strategie aziendali (Vittorio Coda e la sua scuola). Si tratta di studi basati molto sulla casistica e sulla ricerca di quali sono i motivi del successo o dell'insuccesso delle imprese, con la convinzione che entrambe le condizioni (fisiologiche o di successo e patologiche) sono da osservare, per non precludersi la possibilità di vedere, per dirla con Amaduzzi, se «dietro all'apparente disordine non si stia profilando un diverso tipo di ordine ancora da studiare in futuro»²⁰.

Il secondo esempio riguarda lo studio della relazione tra cultura antropologica, cultura aziendale, obiettivi gestionali e scelte degli strumenti di decisione e di controllo²¹.

Vicari opportunamente afferma che «man mano che una disciplina

¹⁶ G. Rusconi, "Induzione e deduzione...", op. cit., pp. 225-249, in particolare p. 248.

¹⁷ C. Masini, *L'ipotesi nella dottrina e nelle determinazioni dell'economia di azienda*, Giuffrè, Milano, 1961 e in AA.VV., *Saggi di economia aziendale e sociale in memoria di Gino Zappa*, vol. III, Giuffrè, Milano, 1961 (prefazione).

¹⁸ G. Rusconi, "Induzione e deduzione...", op. cit., p. 246.

¹⁹ *Ibidem*, pp. 246-247.

²⁰ Citazione ripresa da G. Rusconi, op. cit., p. 247, che riporta quanto direttamente udito affermare da Aldo Amaduzzi nella lezione inaugurale dell'anno accademico 1985.

²¹ Si rimanda ampiamente agli studi di Giuseppe Catturi (per esempio, "Cultura aziendale e strumenti per il controllo di gestione", in *Studi & Informazioni*, n. 4, 1992) e di Catturi, Riccaboni (*Management control and National culture*, Cedam, Padova, 1996). Si veda anche M. Ciambotti, op. cit.