



Dipartimento di Scienze Politiche

Cattedra di Sociologia Economica

IL PROCESSO CONCORRENZIALE COME ESPLORAZIONE DELL'IGNOTO

Relatore:

Chiar.mo Prof. Simona Fallocco

Candidato:

Angelo Chiovetta 067552

ANNO ACCADEMICO 2013/14

INDICE

INTRODUZIONE	pag. 4
CAPITOLO PRIMO	
ALLE ORIGINI DI UNA TEORIA DELL'IMPRENDITORIALITÀ	
1.1 La natura dell'imprenditorialità	pag. 5
1.2 Conoscenza e funzione imprenditoriale	pag. 8
1.3 Il capitale	pag. 12
1.4 Scuola Neoclassica vs Scuola Austriaca	pag. 15
CAPITOLO SECONDO	
LA TEORIA DELL'IMPRENDITORE: UN CONFRONTO TRA SCHUMPETER E KIRZNER	
2.1 La figura di Joseph Schumpeter	pag. 22
2.2 Le posizioni all'interno del dibattito austriaco	pag. 23
2.3 Distruzione creatrice	pag. 25
2.4 La figura di Israel Kirzner	pag. 30
2.5 Conoscenza umana e disequilibrio nel mercato	pag. 31
2.6 Imprenditorialità e concorrenza	pag. 34
CAPITOLO TERZO	
IL DIBATTITO SULL'IMPRENDITORIALITÀ	
3.1 Il pensiero critico di Kirzner, Hazlitte e White	pag. 38
3.2 L'imprenditore politico	pag. 40

3.3 L'imprenditore moderno

pag. 42

CONCLUSIONI

pag. 44

*A mia mamma
e a mio papà*

INDICE

INTRODUZIONE	pag.	4
CAPITOLO PRIMO		
ALLE ORIGINI DI UNA TEORIA DELL'IMPRENDITORIALITÀ		
1.1 La natura dell'imprenditorialità	pag.	5
1.2 Conoscenza e funzione imprenditoriale	pag.	8
1.3 Il capitale	pag.	12
1.4 Scuola Neoclassica vs Scuola Austriaca	pag.	15
CAPITOLO SECONDO		
LA TEORIA DELL'IMPRENDITORE: UN CONFRONTO TRA SCHUMPETER E KIRZNER		
2.1 La figura di Joseph Schumpeter	pag.	22
2.2 Le posizioni all'interno del dibattito austriaco	pag.	23
2.3 Distruzione creatrice	pag.	25
2.4 La figura di Israel Kirzner	pag.	30
2.5 Conoscenza umana e disequilibrio nel mercato	pag.	31
2.6 Imprenditorialità e concorrenza	pag.	34
CAPITOLO TERZO		
IL DIBATTITO SULL'IMPRENDITORIALITÀ		
3.1 Il pensiero critico di Kirzner, Hazlitte e White	pag.	38
3.2 L'imprenditore politico	pag.	40

3.3 L'imprenditore moderno

pag. 42

CONCLUSIONI

pag. 44

Introduzione

Alla vigilia del XIX secolo l'Europa versava in un momento di sconforto, dovuto ai forti squilibri economico-sociali che attanagliavano l'Europa intera. La rivoluzione francese portava un'aria nuova che provocava sommosse popolari in quasi tutte le principali città europee. I plurisecolari assetti socio-politici europei venivano travolti. Le riforme erano poco incisive e deboli. Una paralisi culturale interessava tutti i settori della società. Sicuramente a patirne in maggior misura era l'economia. La popolazione era consapevole che i progressi seguenti alla rivoluzione industriale erano ancora poco valorizzati e sfruttati, accentuando un'ormai insostenibile condizione di arretratezza. Dall'agricoltura all'industria, la scarsa intraprendenza di coloro i quali detenevano il capitale produceva un lento ritmo di sviluppo che non aveva la forza per garantire le sicurezze di un tempo. Il vigore con cui la classe aristocratica difendeva il proprio potere basato sulla totale obbedienza dei sudditi stava conducendo l'Europa produttiva al tracollo finanziario e sociale. La società aveva bisogno di un cambiamento, di un rinnovamento radicale, per avviare un vero e proprio processo di modernizzazione strutturale. Bisognava uscire dal tunnel della fame, dovevano crearsi i presupposti per un rinnovamento politico, sociale ed economico, condizioni basilari per la nascita della società contemporanea.

In tal senso, serviva una figura "nuova", in grado di imprimere la spinta necessaria in un contesto di crisi e stagnazione. Una figura nuova che, sul piano economico, poteva coincidere con quella dell'"imprenditore", il quale, con la propria intraprendenza, oltre che con i propri capitali, potesse contribuire a creare le condizioni di un rinnovamento non soltanto economico ma anche sociale e politico della società.

1° Capitolo

Alle origini di una teoria dell'imprenditorialità

1.1 La natura dell'imprenditorialità

Alla fine del XVIII secolo, con l'affermazione della classe borghese, un'impetuosa ondata di modernità porta alla creazione di una nuova società, in cui occupa un posto rilevante la figura dell'imprenditore. Ciò nondimeno, «le origini di questa parola sono intrise di misteri. Anche il suo significato è alquanto misterioso: serve in genere a indicare colui che interpreta il magico “spirito d'impresa”, l'istituzione destinata a generare benessere innovando costantemente lo scenario economico -in particolare il mercato- nel quale opera»¹.

A coniare questo termine fu Cantillon, noto filosofo ed economista irlandese, il quale chiamò l'odierno imprenditore “entrepreneur”. In particolare, «per Cantillon, “entrepreneur” è colui che acquista risorse a prezzi certi (costi) per trasformarle e rivenderle a prezzi incerti (ricavi), tant'è che il rischio costituisce l'elemento che caratterizza la sua attività. Cantillon, infatti, inserisce in questa categoria, con scelta piuttosto bizzarra, anche mendicanti e ladri. Accenna all'ansia imprenditoriale di guadagno che può spingere l'imprenditore a usare ogni mezzo fino a imbrogliare i suoi clienti. Suddivide in due classi – imprenditori e salariati – gli abitanti di una nazione e conclude affermando che² (...) tutti gli scambi e la circolazione dello Stato avvengono per il tramite di questi imprenditori»³.

Il termine coniato per rappresentare questo nuovo protagonista della scena economica è di matrice francese. E non è un caso: la Francia a quei tempi è attraversata da subbugli pre-rivoluzionari che mettono in circolo un moto ondosso,

¹ G. Dioguardi, *Saggio sulla natura del commercio in generale*, Ed. Einaudi, Torino 1955, p. 34.

² G. Dioguardi, *Op. cit.*, p. 34.

³ G. Dioguardi, *Op. cit.*, p. 39.

il cui risultato porterà al transito dalla cosiddetta “società chiusa” alla “società aperta”. Una società in cui il mercato si avvia a diventare sempre più l'istituzione sociale dominante. E attraverso il mercato si crea una mentalità innovativa. Nasce un soggetto coraggioso il quale, realizzando “un’impresa”, rompe la tradizione ed il vecchio ordine costituito costruendo una società a cooperazione volontaria e libera.

«In Francia il termine *entrepreneur* era utilizzato fin dall’Alto Medio Evo per designare quelle persone che avevano l’incarico di effettuare azioni importanti che, in genere, avevano a che fare con la guerra o con la realizzazione di grandi progetti legati alla costruzione di cattedrali. In castigliano uno dei significati del termine *empresa*, secondo il Diccionario della Real Academia Española è quello di “azione ardua e difficile che inizia valorosamente”. In effetti, sin dal Medio Evo si iniziò ad utilizzare il termine per denominare le insegne di alcuni ordini di cavalleria che, sotto giuramento, si assumevano l’impegno di realizzare una determinata e importante azione»⁴. Pertanto, attraverso quest’impresa, i cavalieri intraprendevano una valorosa azione che li avrebbe portati a raggiungere degli obiettivi.

Friedrich A. Hayek, nei suoi studi, riconosce queste antiche tradizioni nell’uso del termine, collocate all’interno dell’analisi economica di origine continentale. Esse non si rifanno, come spesso si afferma ai calvinisti ed ai protestanti scozzesi, ma sono il risultato di innumerevoli studi portati avanti dai domenicani e dai gesuiti, esponenti della cosiddetta Scuola di Salamanca durante il “Siglo de Oro” (il secolo d’oro per la Spagna che va dal 1500 al 1600). Hayek iniziò a convincersi dell’origine cattolica e spagnola di certe istituzioni economiche a partire dagli anni Cinquanta, grazie all’influenza di Bruno Leoni, noto giurista italiano. Leoni fece notare all’economista austriaco che gran parte dei reperti letterari si rifacevano al contributo della tradizione greca, romana e tomista e non solo ai filosofi scozzesi del XVIII secolo⁵.

⁴ P. Zanotto, *La Scuola Austriaca. Mercato e creatività imprenditoriale*. Ed. Rubbettino, Catanzaro 2003, p. 44.

⁵ P. Zanotto, *Op. cit.*, p. 65.

Prima di giungere a Cantillon, notevoli e numerosi furono gli studi portati avanti da diversi autori in ambito economico. Il primo a dover essere menzionato è quello di Diego de Covarrubias y Leyva. Questi, nel 1555, espose “l’essenza della teoria soggettiva del valore”, affermando che «il valore delle cose non dipende dalla sua natura oggettiva ma dalla valutazione soggettiva degli uomini, anche qualora tale stima sia sconsiderata»⁶. Concludendo con un esempio pratico: «nelle Indie il grano vale più che in Spagna perché là gli uomini lo valutano di più, e ciò a prescindere dal fatto che la natura del grano sia la stessa in entrambi i luoghi»⁷. Nello stesso periodo Luis Saravia de la Calle scrisse *Instrucción de mercaderes*: un libro incentrato sulla figura dell’imprenditore, definito “mercadante”, e grazie allo studio di questa figura asserisce che «coloro i quali valutano il giusto prezzo delle cose in base al lavoro, ai costi e ai pericoli di colui che commercia o produce le merci, commettono un grave errore; giacché il giusto prezzo è determinato dall’abbondanza o dalla mancanza di merci, di commercianti e di moneta, non dai costi, dal lavoro e dai pericoli»⁸.

Altro importante contributo è quello di Luis de Molina, il quale introduce il concetto di “competizione imprenditoriale” alla maniera di fattore stimolante per la crescita e lo sviluppo della società. Competizione intesa come concorrenza, ossia «quel processo di rivalità fra compratori che tende ad elevare il prezzo»⁹.

La migliore esposizione sulla concorrenza tra imprenditori è probabilmente, tuttavia, quella illustrata da Jerònimo Castillo de Bovadilla nel libro *Política para corregidores*. In esso si afferma che «l’essenza della concorrenza consiste nel cercare di “emulare” il concorrente»¹⁰. Castillo de Bovadilla enuncia inoltre la seguente legge economica: «i prezzi dei prodotti diminuiranno con l’abbondanza,

⁶ D. Covarrubias y Leyva, *Omnia Opera II*, Ed. Scoti, Venezia 1604, p. 131.

⁷ D. Covarrubias y Leyva, *Op. cit.*, p. 131.

⁸ L. Saravia de la Calle, *Instrucción de mercaderes*, Colección de joyas bibliográficas 1949, p. 53.

⁹ R. de Roover, *Scholastic Economics. Survival and lasting Influence from the Sixteenth Century to Adam Smith*, in *Quarterly Journal of Economics* 1955, p.169.

¹⁰ O. Popescu, *Estudios en La historia del pensamiento económico latinoamericano*, Ed. Plaza y Janès, Buenos Aires 1987, pp. 141-159.

l'emulazione e la concorrenza dei venditori»¹¹. Da qui in poi per tutto il secolo gli Scolastici spagnoli del Siglo de Oro produssero una serie innumerevole di scritti riguardanti il sistema economico, che diventeranno secoli dopo i principali principi teorici della Scuola Austriaca di economia. Tra questi: «la natura dinamica del mercato e l'impossibilità di raggiungere il modello di equilibrio»¹², «la riscoperta del principio della "preferenza temporale"»¹³, «il carattere profondamente distorto dell'inflazione sull'economia reale»¹⁴, «l'analisi critica dell'attività bancaria gestita attraverso la "riserva frazionaria"»¹⁵, «la scoperta che i depositi bancari formano parte dell'offerta monetarista»¹⁶, «l'impossibilità di organizzare la società attraverso mandati coattivi per mancanza dell'informazione necessaria al fine di dare un contenuto di coordinazione ai medesimi»¹⁷, «la tradizione liberale secondo la quale ogni intervento ingiustificato sul mercato costituisce una violazione del diritto naturale»¹⁸.

In definitiva, possiamo affermare che vi sono fondate ragioni attestanti la nascita del pensiero economico e soprattutto imprenditoriale in Spagna, patria di grandi economisti, i quali hanno indirizzato gli studi verso modelli e teorie utilizzati ancora oggi.

1.2 Conoscenza e funzione imprenditoriale

Dalla tradizione economica "latina" ha inizio un filone di studi che troverà la sua sistematizzazione teorica nei contributi della "Scuola Austriaca di Economia". «Per comprendere l'influenza degli Scolastici spagnoli sulla Scuola Austriaca, è necessario ricordare, in primo luogo, che nel XVI secolo l'imperatore e re di Spagna Carlo V destinò suo fratello Ferdinando I alla corona d'Austria. "Austria"»

¹¹ J. Castillo de Bovadilla, *Política para corregidores*, Instituto de Estudios de Administración Local, Madrid 1978, p. 2.

¹² J. T. de Salas, *Comentarios in secundam secundae D. Thomae de contractibus*, Lyon 1617.

¹³ M. de Azpilicueta, *Comentario resuelto riode cambios*, Madrid 1965.

¹⁴ P. Zanotto, *Op. cit.*, p. 73.

¹⁵ P. Zanotto, *Op. cit.*, p. 74.

¹⁶ P. Zanotto, *Op. cit.*, p. 74.

¹⁷ J. de Mariana, *Discurso de las enfermedades de la Compañía*, Madrid 1768.

¹⁸ J. de Mariana, *Op. cit.*

significa, etimologicamente, “ parte orientale dell’Impero”; Impero che in quei tempi comprendeva la quasi totalità dell’Europa continentale, con l’unica importante eccezione della Francia, isolata e circondata da forze spagnole»¹⁹. È quindi dalle relazioni storiche instauratesi tra Spagna e Austria che si può comprendere la connessione e l’influenza che la prima scuola ha avuto sulla seconda, la Scuola Austriaca, che si caratterizza per il grande realismo ed il rigore dei suoi presupposti analitici. Scuola, che nutre uno spiccato interesse verso la figura imprenditoriale e basa i suoi studi su assunti prettamente individualistici, opponendosi al paradigma neoclassico.

Per gli studiosi della Scuola Austriaca la funzione imprenditoriale coincide con l’azione umana, quindi, si potrebbe dire che tutti gli individui che agiscono per modificare il presente e realizzare obiettivi futuri svolgono una funzione imprenditoriale. Una definizione, questa, molto ampia, che rimane comunque in accordo con l’originario significato del termine. Basta guardare ai vari sinonimi europei: *impresa* in italiano, *empresa* in spagnolo, *entrepreneur* in inglese e francese, e ricollegarsi all’etimologia della parola, *in prehendō* in latino, per riconoscere che in questo termine sono contenuti i significati di “scoprire, vedere, percepire”, tutti ricollegabili al termine “azione”. D’altro canto, quando gli austriaci parlano di “azione” riconoscono in essa una forza propositiva, che tende continuamente a scoprire, vedere, percepire nuovi mezzi per raggiungere determinati fini.

«Per comprendere la concezione austriaca della natura della funzione imprenditoriale bisogna quindi prendere le mosse dal modo in cui l’attività imprenditoriale modifica o fa cambiare l’informazione e la conoscenza posseduta dall’agente»²⁰. Da un lato, scoprire, vedere, percepire nuovi fini e mezzi presuppone un’apertura mentale che porta il soggetto a modificare le conoscenze iniziali con nuove informazioni che prima non possedeva. Dall’altro lato, tale scoperta modifica il quadro di informazioni o conoscenze che egli possiede. «Di qui sorge una domanda fondamentale: quali sono le caratteristiche rilevanti che

¹⁹ P. Zanotto, *Op. cit.*, p. 74.

²⁰ P. Zanotto, *Op. cit.*, p. 45.

informazione e conoscenza devono possedere per l'esercizio dell'attività imprenditoriale?»²¹ Secondo il punto di vista della teoria Austriaca si tratta di una conoscenza: “soggettiva, esclusiva, dispersa, tacita, trasmissibile e che si crea ex nihilo tramite l'esercizio della funzione imprenditoriale”. La funzione imprenditoriale non impone alcun tipo di mezzo per essere conseguita, non presume alcun costo e, pertanto, è sostanzialmente creativa. Questa creatività dà luogo a benefici che vengono detti «benefici imprenditoriali puri»²².

Come conseguenza di ogni atto imprenditoriale si riproducono tre effetti di straordinaria importanza. «In primo luogo, la funzione imprenditoriale crea nuova informazione che prima non esisteva. In secondo luogo, tale informazione si trasmette nel mercato. In terzo luogo, come conseguenza dell'atto imprenditoriale, gli agenti economici coinvolti *apprendono* a comportarsi ognuno in funzione della necessità degli altri»²³.

Ciascun atto imprenditoriale implica la creazione di una nuova informazione o conoscenza. Chiunque si renda conto dell'esistenza di una possibilità di guadagno, crea nella propria mente un'informazione o conoscenza che prima non possedeva. Quest'informazione verrà trasmessa nel mercato. «Di fatto, trasmettere qualcosa a qualcuno significa fare in modo che questo qualcuno generi o crei nella sua mente parte dell'informazione che era stata già scoperta o inventata da altri individui»²⁴. Infine, gli attori all'interno del mercato imparano ad agire in modo coordinato, ossia a disciplinare il loro comportamento in funzione dei bisogni altrui, a prescindere dal contesto in cui si agisce.

«Detto in altri termini, senza l'esercizio della funzione imprenditoriale che si svolge liberamente in un'economia di mercato non si genera l'informazione necessaria affinché ogni agente possa calcolare o stimare in maniera adeguata il

²¹ P. Zanotto, *Op. cit.*, p. 46.

²² P. Zanotto, *Op. cit.*, p. 51.

²³ P. Zanotto, *Op. cit.*, p. 52.

²⁴ P. Zanotto, *Op. cit.*, p. 53.

valore posseduto da ciascuna possibilità di scelta. “Senza funzione imprenditoriale, il calcolo economico non è possibile”»²⁵.

Altro elemento da tenere in considerazione è lo Stato. In realtà se «esiste la libertà di perseguire i fini e gli interessi, questi faranno da incentivi e renderanno possibile, a colui che esercita una funzione imprenditoriale ispirata da tali incentivi, la percezione e la scoperta di quell’informazione pratica rilevante e necessaria per il perseguimento dei fini proposti. Se al contrario ci sono aree proibite o limitate. Perciò, non essendo perseguibile il fine non potrà agire da incentivo e, come conseguenza, non si percepirà né si scoprirà l’informazione pratica necessaria per il suo perseguimento»²⁶.

In tale caso, come conseguenza delle restrizioni istituzionali si danneggeranno gli individui che nemmeno si renderanno conto dei fini che non potranno essere raggiunti.

La funzione imprenditoriale è per definizione competitiva. «Il termine “competizione” proviene etimologicamente dal latino *cum petitio* (concorrenza simultanea di pretese riguardo alla stessa cosa rivendicata da più proprietari) formato da *cum* (con) e *petere* (chiedere, attaccare, cercare). La competizione consiste, pertanto, in un processo dinamico di rivalità e non nel cosiddetto “modello di concorrenza perfetta”, nel quale vari offerenti fanno la stessa cosa, vendono tutti allo stesso, e nel quale paradossalmente nessuno entra in competizione con se stesso»²⁷. Ciò significa che dal momento in cui un attore cerca di guadagnare sull’informazione da lui scoperta, gli altri individui non potranno sfruttare la stessa conoscenza per guadagno. Nel caso in cui, però, l’opportunità di guadagno è stata scoperta solo parzialmente ed è stata sfruttata solo parzialmente, possono intervenire nuovi attori a sfruttarla nel caso in cui finiscano di scoprirla.

²⁵ P. Zanotto, *Op. cit.*, p. 55.

²⁶ P. Zanotto, *Op. cit.*, p. 57.

²⁷ J. Huerta de Soto, *Método y crisis en la Ciencia Económica*, in Hacienda Pública Española 1994, pp. 33-48.

È un processo che non si esaurisce mai, perché ogni azione imprenditoriale crea e distribuisce conoscenze, trasformando continuamente la realtà e provocando continui squilibri risolvibili tramite un nuovo processo creativo e rimettendo in moto, quindi, un circolo vizioso che, se non dall'esterno, è difficile da arrestare. Infine, tutto ciò «permette che tale sviluppo sia, in ogni circostanza storica e nel rispetto della condizione umana, appropriato e armonioso, perché gli squilibri che costantemente si creano con il progressivo avanzare della civiltà allo stesso tempo tendono ad essere scoperti ed eliminati dalla stessa forza imprenditoriale dell'azione umana»²⁸. L'imprenditore crea coesione all'interno della società e ne rende possibile lo sviluppo armonioso, origina una specie di «big bang sociale»²⁹ con una conseguente crescita senza limite della conoscenza.

1.3 Il capitale

L'uomo, quando agisce, vuole raggiungere determinati fini attraverso una serie di mezzi che considera adeguati per il loro perseguimento. In questo senso, entrano a far parte dello scenario di cui si è finora parlato vari concetti, di fondamentale importanza per la figura che si cerca di inquadrare e descrivere. I primi due ad essere menzionati sono: «“valore e utilità”, concetti che hanno un'accezione psichica, proiettati dall'attore in base ai fini ed ai mezzi»³⁰. I mezzi sono scarsi per definizione, perché se così non fosse, in base al fine da raggiungere non sarebbero nemmeno presi in considerazione. Fini e mezzi quindi non sono “dati”, ma consistono nella capacità dell'imprenditore di saper creare o scoprire i mezzi ed i fini più idonei in ogni circostanza della propria vita. Quando l'attore decide di raggiungere un fine, calcola i mezzi necessari per poterlo raggiungere, formulando un “piano” da attuare in un determinato periodo di “tempo”. «Il piano è quindi la rappresentazione mentale prospettica compiuta dall'attore riguardo le distinte tappe, elementi e possibili circostanze, che possano essere messe in relazione con l'azione. Ogni azione umana si sviluppa nel tempo,

²⁸ P. Zanotto, *Op. cit.*, p. 59.

²⁹ P. Zanotto, *Op. cit.*, p. 60.

³⁰ P. Zanotto, *Op. cit.*, p. 92.

inteso non in senso deterministico o newtoniano, cioè meramente fisico o analogico, ma nella sua concezione soggettiva, vale a dire così come il tempo è sentito e sperimentato direttamente dall'attore nel contesto della propria azione»³¹.

Si può affermare che la distanza che intercorre tra l'attore e il raggiungimento del suo scopo è costituita da tappe, realizzabili in un arco temporale di medio o lungo periodo. Non sembra azzardato, quindi, affermare che, tanto maggiore sarà il tempo impiegato per raggiungere un determinato scopo, tanto più valore l'attore darà allo stesso e altrettanto ne riceverà dall'acquisizione del risultato.

Questa formulazione logica è di facile comprensione, in quanto, se non si attribuisse maggior valore ai risultati delle azioni che vengono realizzate in un arco di tempo lungo, esse non verrebbero nemmeno prese in considerazione dall'attore, il quale opterebbe per azioni temporalmente brevi. Quindi, il fattore temporale diviene un elemento imprescindibile nell'azione imprenditoriale, il quale, nella maggior parte dei casi preferirà raggiungere i suoi obiettivi quanto prima.

Le tappe intermedie che, per raggiungere il suo obiettivo, dovrà superare l'imprenditore vengono denominate «beni di capitale»³². In ognuna di esse si realizzerà un processo produttivo.

«La conditio sine qua non per produrre beni di capitale è il “risparmio”, intesa come rinuncia al consumo immediato»³³. Ciò significa che l'attore potrà realizzare un nuovo processo produttivo ogni qualvolta rinuncerà a fermarsi dopo aver soddisfatto un bisogno.

Per la comprensione di quanto scritto, si ritiene di fondamentale importanza l'esempio fornito da Eugen Böhm-Bawerk su Robinson Crusoe. Robinson Crusoe si trova in un'isola deserta e per vivere raccoglie manualmente more dagli alberi. Dopo un po' di tempo si rende conto che non può più raccogliere more perché non ci arriva con le mani. “Imprenditorialmente” capisce che con un bastone, potrebbe

³¹ G.P. O'Driscoll e M.J. Rizzo, *The Economics of the time and Ignorance*, Ed. Routledge, London 1996, pp. 133-158.

³² Kirzner, *Essay on capital and interest: An Austrian Perspective*, Ed. Elgar, Aldershot 1996, pp. 13-122.

³³ Paolo Zanotto, *Op. cit.*, p. 95.

arrivare più in alto. Egli calcola quanto tempo ci vuole per trovare questo bastone e ripulirlo per renderlo utilizzabile in cinque giorni. Deve perciò, durante la fabbricazione del bastone, accumulare e razionalizzare il consumo di more per sopravvivere quei cinque giorni senza raccolta. In seguito all'organizzazione della propria azione, Robinson Crusoe esegue il suo progetto, di cui fanno parte il risparmio di una parte delle more che raccoglie e la diminuzione del loro consumo. Evidentemente ciò presuppone un enorme sacrificio, che secondo lo stesso verrà abbondantemente remunerato col conseguimento dello scopo. Pertanto, decide di ridurre il consumo di more per dieci giorni, accumulando la quantità necessaria per sopravvivere durante la fabbricazione del bastone. Con questo esempio lo scrittore mette in luce che ogni processo d'investimento è anticipato da un iniziale risparmio. Ciò lo si deduce dal fatto che Robinson Crusoe comincia a fabbricare il bastone solo dopo essersi accertato di avere le riserve necessarie per sopravvivere. Se i suoi calcoli risultassero corretti, dopo quei cinque giorni avrebbe il bastone, che è una tappa intermedia più lontana rispetto alla raccolta di more compiuta fin'ora. Inoltre non deve avviare dei processi esageratamente estesi in rapporto al risparmio conseguito. «Robinson Crusoe deve cercare di coordinare nel miglior modo possibile il suo comportamento presente in relazione al suo prevedibile comportamento futuro»³⁴. Robinson Crusoe è pertanto un capitalista, che consuma meno di ciò che produce, mettendo a disposizione beni di consumo, utilizzabili dai lavoratori durante la produzione.

Come ben noto, gli individui, per un valore pressoché uguale, preferiscono un bene presente invece che futuro. Come conseguenza della furbizia imprenditoriale, nella società si formerà un “prezzo di mercato” dei beni presenti in riferimento a quelli futuri. La differenza che verrà a crearsi tra il prezzo del bene presente ed il prezzo del bene futuro è il “tasso d'interesse”. Ciò porterà risparmiatori e capitalisti ad attuare strategie di mercato che agevolino entrambi, nel senso che, da un lato i risparmiatori avranno un oggetto di valore più elevato quando la produzione sarà terminata, dall'altro lato, i capitalisti trarranno benefici

³⁴ Paolo Zanotto, *Op. cit.*, p. 97.

ammortizzando la mancata produzione di un bene dal maggior prezzo del nuovo bene in produzione.

Il risultato di tutto ciò sarà la costituzione del “capitale” che è diverso dai “beni di capitale”³⁵, vale a dire: «una stima o un giudizio soggettivo sul valore di mercato che gli imprenditori attribuiscono ai beni di capitale e in funzione del quale costantemente li comprano e li vendono cercando di ottenere in ogni transazione benefici economici»³⁶.

Pertanto, in un’economia socialista dove non esistono né prezzi di mercato, né mercato libero, pur esistendo beni di capitale, non verrà ad esistere il capitale, ma non solo. Il fatto stesso che sia un’economia pianificata dallo Stato, in cui quindi il libero mercato è assente, renderà impossibile l’esistenza dell’imprenditore, che a causa delle restrizioni statali non potrà effettuare il libero «calcolo economico relativo all’estensione orizzontale e verticale delle varie tappe del processo produttivo»³⁷.

È quindi di facile comprensione quanto importante sia il “prezzo di mercato” o “tasso d’interesse” dei beni presenti in relazione a quelli futuri, perché regola il rapporto tra consumo, risparmio ed investimento nella società capitalista, che nel caso contrario verrebbe a mancare.

1.4 Scuola Neoclassica vs Scuola Austriaca

Un grandissimo esponente, tra i più rilevanti della Scuola Austriaca, Ludwig von Mises, ribaltò ciò che agli inizi degli anni trenta era diventata la teoria economica per eccellenza, quella “neoclassica”.

I Neoclassici hanno basato i loro studi su modelli economici che avrebbero dovuto rappresentare la realtà e che concretamente la rappresentano. Fu una

³⁵ L'insieme di beni strumentali, materiali e immateriali, componenti i processi produttivi, sia per la singola impresa che per il sistema economico nel suo complesso.

³⁶ P. Zanotto, *Op. cit.*, p. 101.

³⁷ P. Zanotto, *Op. cit.*, p. 101.

grande scoperta sapere che matematicamente si sarebbe potuto rappresentare un periodo storico e ciò che è avvenuto in quel determinato periodo.

È molto importante e di grande utilità costruire modelli che possono essere applicati in tutti i casi. Non meno rilevante rimane l'idea secondo cui si parlerebbe di una vera e propria rivoluzione, che cambia il modo di studiare il mondo, ma, attraverso modelli statici, che non cambiano al mutare dei fenomeni che si intercorrono in un determinato arco temporale e che non tengono conto dello sviluppo e dell'innovazione che verrà a crearsi dall'azione imprenditoriale.

Léon Walras uno tra i più noti esponenti della scuola marginalista, elabora il modello di «“equilibrio economico generale” descritto da un sistema di equazioni simultanee col quale si pretende di spiegare la formazione dei prezzi di mercato dei differenti beni e servizi»³⁸. In realtà, Walras compie l'errore di mettere in relazione grandezze variabili che di fatto non sono simultanee ma si succedono in maniera “sequenziale” all'avanzare del processo produttivo o dello scopo da raggiungere. Enfasi che si riscuote nel pensiero di Clark, il quale, afferma che la produzione ed il consumo sono simultanei. Evidentemente Clark dimentica che la produzione è anticipata dall'incipit imprenditoriale, il quale creerà un'informazione, risparmierà e, attraverso un nuovo processo produttivo, darà vita ad un bene che verrà immesso sul mercato e consumato ad un determinato prezzo.

Secondo la Scuola Austriaca ulteriore sbaglio dei Neoclassici è pensare che la “teoria dei giochi” sia l'unico modo per descrivere il processo di mercato. La teoria dei giochi studia situazioni di conflitto cercando soluzioni concorrenziali e cooperative tramite modelli matematici. Modelli capaci di emulare matematicamente il comportamento dell'uomo, in cui però, l'innovazione, l'intelligenza, la creatività dello stesso non giocano alcun ruolo, oppure sono totalmente assenti, perdono di credibilità e trascurano l'esistenza dell'imprenditore. Questa posizione è, dunque, in netta contrapposizione con la teoria austriaca, che pone al centro l'imprenditore come elemento che anima il

³⁸

P. Zanotto, *Op. cit.*, p. 110.

mercato. Nella teoria dei giochi tale elemento non è presente, nella teoria dell'equilibrio generale non ce n'è proprio bisogno. Se fosse possibile realizzare teorie economiche immaginando che la capacità di identificare soluzioni attraverso strategie innovative non giochi alcun ruolo, allora verrebbe a cadere tutto un sistema di regole su cui è stato edificato il sistema economico odierno. In questo senso, l'importanza attribuita alla tesi neoclassica potrebbe essere definita un baluardo contro la moderna società capitalistica.

Sulla base di questi principi vengono a delinarsi gli studi di questo grande autore. «Secondo Mises, in effetti, ciò che contraddistingue la Scuola Austriaca, e che le assicurerà una fama imperitura, è proprio il fatto di essere portatrice di una teoria dell'azione economica e non di una teoria dell'«Equilibrio economico»»³⁹. Questi applicò benissimo questa concezione dinamica del mercato in nuove aree inesplorate, creando una teoria dell'imprenditorialità completa e precisa e soprattutto dando l'input teorico per la rinascita della scuola.

Sulla scia della concezione soggettivistica di Menger, Mises si rende conto che in tutti i sistemi sociali v'è l'individuo. E sostiene che ogni qualvolta l'individuo agisce, lo fa speculativamente e quindi imprenditorialmente.

Proprio per questo formula una «teoria della funzione imprenditoriale intesa come la capacità dell'essere umano di creare e di rendersi conto delle opportunità soggettive di guadagno o di beneficio che sorgono nel proprio contesto, agendo di conseguenza per sfruttarle»⁴⁰. Il principio fondamentale che muove l'azione imprenditoriale trova così la sua genesi nella “capacità creativa”: «Soltanto la mente umana, che dirige l'azione e la produzione, è creativa»⁴¹. Tuttavia Mises non si riserva critiche per il fatto che «anche gli errori popolari derivati dal ritenere che il beneficio imprenditoriale derivi dalla semplice assunzione di rischi, quando invece il rischio non dà luogo se non ad un costo ulteriore del processo

³⁹ L. von Mises, *Autobiografia di un liberale*, Ed. Rubbettino, Soveria Mannelli 1978, p. 66

⁴⁰ P. Zanotto, *Op. cit.*, p. 135.

⁴¹ L. von Mises, *Human Action: A Treatise on Economics*, Yale University press 1949, p. 136.

produttivo, il quale niente ha a che vedere con il beneficio imprenditoriale»⁴². Non astenendosi dal criticare l'idea secondo la quale la funzione imprenditoriale può essere comprata e venduta nel mercato a seguito di una formazione culturale. Contrariamente ritiene: «per riuscire negli affari all'uomo non occorre il diploma di scuola commerciale. Queste scuole preparano subalterni per lavori di routine, non imprenditori. L'imprenditore non può essere "preparato". Si diventa imprenditori cogliendo l'opportunità di colmare una lacuna»⁴³.

Inoltre, l'imprenditore non cerca soltanto di creare congetture o nuove informazioni rispetto ai propri obiettivi, ma è anche la chiave per capire la spontanea propensione coordinatrice che nasce nel mercato libero e che continua fin quando non interviene lo Stato a dettarne i limiti. «È questa capacità coordinatrice della funzione imprenditoriale che, come si è visto, rende possibile la spiegazione di un corpus logico della teoria economica senza la necessità di incorrere nei vizi dell'analisi "scientista" (matematica e statistica) la quale, basata su postulati di costanza, proviene dall'estraneo mondo della fisica e delle scienze naturali, di cui è una brutta copia»⁴⁴.

Dall'analisi di Mises si deduce che per i neoclassici all'interno di un modello di equilibrio fossero disponibili tutte le informazioni riguardanti il periodo storico di riferimento.

Per Mises i Neoclassici sono in errore e lo si può desumere da questa affermazione, «L'illusione che un ordine razionale d'amministrazione economica sia possibile in una società basata sulla proprietà pubblica dei mezzi di produzione deve la sua origine alla teoria del valore degli economisti classici e la sua persistenza all'errore di molti economisti moderni di applicare coerentemente alle proprie conclusioni utilitaristiche il teorema fondamentale della teoria soggettivista [...]. In realtà furono gli errori di questa scuola a far prosperare le idee socialiste»⁴⁵. Se venisse a mancare la creatività umana verrebbe a nascere un

⁴² L. von Mises, *Op. cit.*, pp. 777-779.

⁴³ L. von Mises, *Op. cit.*, p. 301.

⁴⁴ P. Zanotto, *Op. cit.*, p. 136.

⁴⁵ L. von Mises, *Op. cit.*, p. 201.

problema di libertà, come avviene nel socialismo. La mancanza dell'informazione per coordinare la società da parte degli attori individuali condivisa dai neoclassici da vita ad un "calcolo economico" errato. Per il calcolo economico l'agente deve disporre di un'informazione nuova, cosa impossibile all'interno del socialismo dove lo Stato impedisce all'imprenditore lo scambio libero e volontario di moneta.

Mises in questo senso riesce a stabilire una connessione tra il "mondo soggettivo delle valutazioni individuali" e il "mondo esterno delle valutazioni dei prezzi di mercato" stabiliti in unità monetarie. Il collegamento è possibile solo nel caso in cui si possa scambiare attraverso un prezzo che raffiguri realmente il bene. Informazione che successivamente potrà essere utilizzata dall'imprenditore come valida, al fine del calcolo economico.

Pertanto, conclude Mises, «laddove non esistano libertà di mercato, prezzi di mercato, prezzi di libero mercato e/o denaro, non è possibile effettuare alcun calcolo economico "razionale", intendendo con tale termine il calcolo effettuato disponendo dell'informazione necessaria (non arbitraria) per portarlo a termine»⁴⁶. In definitiva ha affermato che socialismo ed imprenditore non vadano tanto d'accordo.

Per ultimo, partendo dal presupposto secondo cui scienze sociali e scienze dell'azione umana coincidano, riesce a formulare in maniera lineare una teoria economica. Se gli uomini agiscono secondo una scala di valori, se a causa dei mezzi scarsi soddisfano i fini più urgenti e se tra due beni identici in due momenti diversi preferiranno quello presente. Sapendo che l'azione umana si sviluppa nel tempo ed il tempo è scarso allora l'uomo agirà seguendo gli insegnamenti dettati dall'esperienza onde perdere tempo utile per il raggiungimento di altri obiettivi. «L'esperienza si utilizza unicamente per indirizzare la curiosità del ricercatore verso determinati problemi. Essa indica che cosa si deve ricercare, ma non il cammino metodologico lungo il quale bisogna procedere alla ricerca della

⁴⁶ P. Zanotto, *Op. cit.*, p. 130.

conoscenza»⁴⁷. In questo senso subentrerà la “storia”, diventando la costituzione teorica che permetterà di interpretare la realtà.

Questo insieme di elementi costituirà la struttura portante dell’azione umana nel presente, lasciando comunque l’individuo incerto per il futuro. L’uomo, in rapporto al suo futuro, è attanagliato da molta incertezza. La si può soltanto diminuire, senza mai arrivare ad annullarla. Solo se si possiedono buone conoscenze teoriche ed esperienza si può comprendere la ragione per la quale l’uomo agisce in un modo piuttosto che in un altro. «È esattamente per tale motivo che ci sono persone maggiormente capaci di pianificare il loro futuro da un punto di vista imprenditoriale. Si può così definire l’imprenditore come colui che agisce alla luce di ciò che per lui sarà la futura evoluzione dei fatti»⁴⁸. In questo senso, secondo Mises, «siamo tutti imprenditori, perché tutti gli uomini ogni giorno agiscono tenendo sempre presente ciò che credono accadrà nel futuro»⁴⁹. L’uomo avendo capacità imprenditoriale può avanzare previsioni riguardo avvenimenti futuri, «ma nessun economista, in nessun modo, in quanto scienziato, può avanzare predizioni concrete e determinate di natura quantitativa, geografica e temporale. Se si dedica a tale tipo di previsioni, l’economista abbandona immediatamente l’ambito scientifico per trasferirsi in quello umano e imprenditoriale della predizione. Mises ritiene pertanto che costringere l’economia a formulare predizioni di tipo scientifico alla stregua delle scienze naturali significa non solo avere un’erronea concezione della metodologia della scienza economica, ma anche ignorare il modo in cui si vive e la stessa natura umana»⁵⁰.

Sulla scia del maestro Mises, Friedrich August von Hayek continua la critica alla Scuola Neoclassica divenendo una delle figure intellettuali di maggiore rilievo del XX secolo tant’è che nel 1974 la sua carriera viene onorificata col Premio Nobel.

⁴⁷ P. Zanotto, *Op. cit.*, p. 137.

⁴⁸ P. Zanotto, *Op. cit.*, p. 139.

⁴⁹ P. Zanotto, *Op. cit.*, p. 139.

⁵⁰ P. Zanotto, *Op. cit.*, pp. 139-140.

Mises dedica la sua prima parte di vita allo studio dei cicli economici. Conoscendo molto bene la teoria del capitale di Böhm-Bawerk, Hayek sa che maggiore sarà il risparmio, minore sarà il consumo. Diretta conseguenza di questo meccanismo sarà una riduzione del prezzo. Ciò crea, da un lato, il cosiddetto “effetto Ricardo”, consistente in una maggiore domanda di investimenti, che porterà ad un incremento dei salari reali e la riduzione dei prezzi di consumo dovuta dal risparmio. Dall'altra parte, ciò provoca un accrescimento relativo dei benefici imprenditoriali grazie al fatto che i prodotti tendono ad acquisire valore grazie a tassi d'interesse bassi dovuti all'abbondanza del risparmio. «Risultato combinato di questi effetti è un allargamento della struttura produttiva, che diventa maggiormente capital-intensiva grazie ai finanziamenti determinati dalle risorse reali risparmiate in maggior quantità»⁵¹.

Hayek non si astenne dal criticare il fondatore della Scuola di Chicago, Knight, il quale sosteneva il mito del capitale che si auto-produce spontaneamente, ignorando la struttura del processo produttivo formata da tappe ed annullando il ruolo dell'imprenditore quale stimolo per la creazione e il mantenimento delle stesse.

Infine criticò Keynes, accusandolo non solo di non aver formulato una teoria del capitale che veda come principio fondante la struttura produttiva per tappe elaborata da Böhm-Bawerk, ma anche di essere caduto nella spirale del “sottoconsumo”, chiudendo sulla cura alla grande depressione con un'affermazione molto forte: «pane per oggi e fame per domani»⁵².

⁵¹ F.A. Hayek, *Contra Keynes and Cambridge, The Collected Works of F.A. Hayek IX*, Ed. Routledge, London 1995.

⁵² F.A. Hayek, *Op. cit.*

2° Capitolo

La teoria dell'imprenditore: un confronto tra Schumpeter e Kirzner

2.1 La figura di Joseph Schumpeter

Schumpeter è un economista e scienziato sociale vissuto tra la fine del 1800 e la prima metà del 1900. Ebbe modo, quindi, di vedere sia la Prima Guerra Mondiale e le sue conseguenze, la crisi del '29, sia la Seconda Guerra Mondiale e la sua conclusione. Non vide e certamente nemmeno poté immaginare cosa sarebbe successo con la guerra fredda, e soprattutto non poté rendersi conto della trasformazione del sistema sovietico, infatti quando parla di socialismo ha in mente una società che non è quella totalitaria dell'ex URSS. Questo va detto perché, da liberale qual era, non sarebbe stato così "morbido" sul socialismo, se avesse conosciuto gli errori ed orrori del sistema sovietico.

Nasce in Moravia nel 1883 da una famiglia molto ricca,: il padre era imprenditore tessile e quindi conosceva la classe imprenditoriale. Dopo la morte dello stesso, grazie al secondo matrimonio della madre, entra nell'ambiente aristocratico. Questi sono due elementi da prendere in considerazione poiché forniscono un giudizio preciso sul ruolo che l'aristocrazia avrebbe potuto giocare nella società capitalistica del XX secolo. Grazie al fatto che fosse relativamente ricco e frequentasse ambienti benestanti della società, ebbe una formazione molto ampia e completa, era consapevole delle riflessioni e teorie degli studiosi che lo avevano preceduto. Ciò gli consentirà di scrivere una storia del pensiero economico abbastanza approfondita e puntuale. Studia diritto ma mai praticherà veramente l'avvocatura.

Prima tappa fondamentale della sua formazione è Vienna, siamo alla fine 1800 inizi 1900, periodo in cui stava divampando il dibattito metodologico tra Scuola Austriaca di Carl Menger e la Scuola Storica Tedesca, il cui più autorevole

rappresentante era Gustav Schmoller. Quindi arriva in un momento particolarmente fecondo della storia intellettuale austriaca. Nonostante frequentasse la facoltà di legge, partecipò al dibattito tra economisti e soprattutto frequentò i seminari degli allievi di Menger dove ebbe modo di entrare in contatto con Mises, il più importante degli allievi. Particolare, questo, estremamente importante in quanto gli permette di conoscere e approfondire i termini del dibattito economico, influenzandone le posizioni. Tuttavia, non può essere considerato un “austriaco” perché le sue tesi non sono perfettamente coincidenti con quelle degli studiosi austriaci, ma non c’è dubbio che l’influenza c’è stata ed è stata forte. Lascerà Vienna (che diventa filo-tedesca) per trasferirsi a Londra: il mondo anglosassone, dal punto di vista degli studi economici, è il mondo dell’utilitarismo, è il mondo in cui l’economia neoclassica di matrice utilitaristica è dominante. Qui entrerà in contatto con Léon Walras e soprattutto con Alfred Marshall, autorevole rappresentante della scuola neoclassica. L’influenza di un pensiero di origine diversa da quella che lui aveva respirato in Austria finisce per condizionarlo. Più tardi si trasferirà in America dove morirà lasciando in sospeso una parte di una delle più importanti opere “Capitalismo socialismo e democrazia”.

2.2 Le posizioni all’interno del dibattito austriaco

Non c’è dubbio che, dal punto di vista metodologico, Schumpeter sia un individualista: per lui, infatti, i fenomeni sociali devono spiegarsi a partire dalle azioni individuali. Peraltro, fu proprio lui a coniare nel 1908 l’espressione *individualismo metodologico*, sottolineando la sua approvazione per quello che considera il metodo più adatto per l’analisi dei fenomeni sociali. Ciò nondimeno, per Schumpeter, il fondamento ontologico non è importante per la scienza economica, cioè non è necessario stabilire se esiste la società o esiste l’individuo, mentre per gli individualisti metodologici questa differenza è molto importante. Se si considera il fatto che esista soltanto l’individuo, con le sue conoscenze parziali e disperse, centro della società, allora non può che concepirsi un ordine sociale spontaneo. Sappiamo anche che la parola “spontaneo” di fatto è sinonimo

di “libero”, per cui l’unico ordine sociale compatibile con la teoria della società spontanea, è la società aperta, quindi il liberalismo che pone al centro l’individuo, la cui libertà ha tale importanza che nessun ordine sociale può trascurare. L’ordine sociale compatibile con la teoria delle conseguenze spontanee inintenzionali è la società aperta, in cui vengono meno i tre monopoli: economico (nessuno detiene il monopolio dei mezzi di produzione, i quali appartengono ai privati che ne dispongono come vogliono), culturale (non c’è monopolio della conoscenza perché dispersa e fallibile; non c’è un individuo che si fa portatore di una conoscenza superiore quindi nemmeno un’autorità politica concentri il potere nelle sue mani), e religioso (la società è secolarizzata e laica). Essere liberali coincide con l’essere sostenitori del modello popperiano della società aperta. *La società aperta è aperta a più valori, a più visioni del mondo filosofiche e a più fedi religiose, ad una molteplicità di proposte per la soluzione di problemi concreti e alla maggior quantità di critica. La società aperta è aperta al maggior numero possibile di idee e ideali differenti, e magari contrastanti. Ma, pena la sua autodissoluzione, non di tutti: la società aperta è chiusa solo agli intolleranti*⁵³. Schumpeter, invece, cercherà di far coincidere l’essere liberale in economia con l’essere socialisti in politica, un mélange non concepibile per gli individualisti metodologici i quali non accetterebbero mai un regime socialista ad economia pianificata.

Punto di snodo per gli studi seguiti da Schumpeter è l’idea secondo cui la scienza economica fosse arrivata ad un risultato magistrale. Grazie alla teoria dell’equilibrio generale gli studiosi dell’economia hanno prodotto modelli applicabili a qualsiasi fenomeno, indipendentemente dal tempo e dal luogo in cui si realizzano. Infatti, per la scienza economica si raggiunge un traguardo da cui è difficile prendere le distanze, un successo che suscita accesi dibattiti ancora oggi. Questi vuole formalizzare dei modelli per spiegare i fenomeni. Nella pratica non lo farà in quanto si dedicherà molto più alla sociologia economica. È da riconoscergli che a differenza dell’economia neoclassica, pur manifestando ammirazione verso questi modelli, li critica, evidenziando la staticità degli stessi.

⁵³ http://it.wikipedia.org/wiki/Karl_Popper#Osservazione_e_teorica

Modelli che, si hanno l'elemento positivo di essere storici ed applicabili ad ogni fenomeno, ma essendo statici non consentono di vedere come quel fenomeno muta. Per questo motivo comincia a riflettere sul concetto proprio di *cambiamento* ed in particolare di *sviluppo*. Dice che, certamente, un economista deve essere in grado di applicare i modelli che derivano dal traguardo di Walras relativo alla teoria dell'equilibrio economico generale, ma nello stesso tempo deve porsi il problema di come si produce lo sviluppo economico. È il primo a far coincidere il concetto di sviluppo con il concetto di innovazione.

Secondo Schumpeter l'innovazione, può avere luogo in uno dei seguenti casi:

1. produzione di un nuovo bene o di una sua nuova qualità;
2. introduzione di un nuovo metodo di produzione;
3. apertura di un nuovo mercato;
4. conquista di una nuova fonte di approvvigionamento di materie prime e di semilavorati;
5. riorganizzazione di una qualsiasi industria (come la creazione di un monopolio o la sua distruzione).

2.3 Distruzione creatrice

In Schumpeter è dominante la figura dell'innovatore capace di rompere con lo status quo per creare qualcosa di nuovo. In tal senso, la sua "distruzione" è creatrice. *The opening up of new markets and the organizational development from the craft shop and factory to such concerns as US Steel illustrate the process of industrial mutation that incessantly revolutionizes the economic structure from within, incessantly destroying the old one, incessantly creating a new one ... [The process] must be seen in its role in the perennial gale of creative destruction; it cannot be understood on the hypothesis that there is a perennial lull*⁵⁴. Quindi l'innovazione è da un lato creatrice perché nuova, dall'altro distruttrice perché l'idea nuova, creativa dell'imprenditore, deve essere tale da distruggere quanto di vecchio è presente sul mercato. *Schumpeter identified innovation as the critical*

⁵⁴ http://en.wikipedia.org/wiki/Creative_destruction#Media_reflections_of_creative_destruction

*dimension of economic change. He argued that economic change revolves around innovation, entrepreneurial activities, and market power. He sought to prove that innovation-originated market power could provide better results than the invisible hand and price competition. He argues that technological innovation often creates temporary monopolies, allowing abnormal profits that would soon be competed away by rivals and imitators. He said that these temporary monopolies were necessary to provide the incentive necessary for firms to develop new products and processes*⁵⁵. Ma quando si parla ed in che senso si indica *l'idea nuova*? Come diventa innovatore un imprenditore? Per conquistarsi uno spazio nel mercato, deve avere un'idea nuova, creativa e nello stesso tempo distruttrice di uno status quo: ma nuovo in che senso? Un'idea è nuova se soddisfa un bisogno nuovo, offrendo sul mercato qualcosa che non c'è. Oppure un fattore produttivo nuovo (si pensi all'industria tessile con l'invenzione dei materiali acrilici che non si stropicciano), oppure una tecnica nuova che, per esempio, consente di abbassare i costi di produzione. Quindi l'imprenditore o come lo chiama Schumpeter *spirito selvaggio* è un innovatore quando è in grado di immettere nel mercato qualcosa che possa soddisfare le aspettative dei consumatori. *He coined the word Unternehmergeist, German for entrepreneur-spirit, and asserted that "... the doing of new things or the doing of things that are already being done in a new way" stemmed directly from the efforts of entrepreneurs*⁵⁶. Sociologicamente l'imprenditore schumpeteriano è il soggetto innovatore, che ha la capacità e la prontezza di cogliere i segnali del mercato, attraverso idee nuove e "geniali". Pertanto, ogni individuo potrebbe essere portatore di un'idea nuova e quindi imprenditore.

Afferma perciò che l'essere imprenditore e la classe imprenditoriale non coincidono necessariamente con l'alta aristocrazia, come pensavano Weber e Sombart. Essi identificavano lo spirito imprenditoriale con lo spirito borghese. Questa capacità di innovazione e sviluppo non è in capo ad una classe in particolare, né all'aristocrazia né, ancor meno, alla borghesia. La capacità di

⁵⁵ http://en.wikipedia.org/wiki/Joseph_Schumpeter#Innovation

⁵⁶ http://en.wikipedia.org/wiki/Joseph_Schumpeter#Entrepreneurship

innovare e imprimere una svolta può venire da qualsiasi classe sociale e individuo a condizione che abbia *capacità di leadership* e sappia cogliere i segnali del mercato, aggregare i consensi e le risorse economiche. Pone in evidenza, quindi, anche i tratti economici della figura imprenditoriale, capisce che essere imprenditore nel 1700, quando è nato il capitalismo, significava essere uno che aveva accumulato capitale. Diversamente, nella società del suo tempo questo non sarebbe bastato. «[...] il capitale [...] è un “servo sciocco” di qualcun altro»⁵⁷. All'imprenditore non bastano i capitali; deve avere determinate caratteristiche e capacità, quali appunto doti di leader. Inoltre, segno dell'evoluzione dei tempi, Schumpeter capisce che se è vero che tutti potrebbero essere imprenditori producendo un'idea nuova, hanno bisogno comunque del capitale. Quindi, accanto alle qualità di leadership, bisogna avere la capacità di sfruttare le condizioni legate all'accesso al credito. Di fondamentale importanza in questo senso diventa il ruolo delle banche, gli istituti di credito che all'epoca iniziavano a divenire colossi della finanza internazionale. *In Schumpeter's vision of capitalism, innovative entry by entrepreneurs was the disruptive force that sustained economic growth, even as it destroyed the value of established companies and laborers that enjoyed some degree of monopoly power derived from previous technological, organizational, regulatory, and economic paradigms. However, Schumpeter was pessimistic about the sustainability of this process, seeing it as leading eventually to the undermining of capitalism's own institutional frameworks*⁵⁸. In questo senso pone in evidenza come, rispetto alla figura dell'imprenditore di Weber e Sombart, non è più il capitano d'industria che cumulava titolarità dei mezzi e gestione dell'impresa a rompere col passato, adesso l'imprenditore deve possedere energia innovativa per rompere nel mercato. Sa pure che rispetto ai tempi delle origini del capitalismo, la figura del proprietario della fabbrica ormai è distinta da colui che

⁵⁷ L. Einaudi, *Individualismo, Mercato e Storia delle Idee*, Ed. Rubbettino, Soveria Mannelli, 2008, p. 267.

⁵⁸ J.A. Schumpeter, *Capitalism, Socialism and Democracy*, Ed. Routledge, London 1942, p. 139.

gestisce la fabbrica. Riguardo ai tecnici⁵⁹ di cui parla Veblen, sui quali lo stesso aveva molta fiducia, Schumpeter ripone scarsissimo affidamento. Nulla togliendo al fatto che, nel mondo contemporaneo, la figura dell'imprenditore non è più quella del passato, la figura dell'imprenditore si è scissa da quella del manager. A differenza di Veblen che confidava nell'apporto che avrebbe dato il mondo dei tecnici, lui ne diffida totalmente, perché, a suo avviso, il burocrate è l'emblema di chi esegue. Schumpeter ha una visione romantica dell'imprenditore. Innanzitutto: l'imprenditore non è mosso dal solo profitto, che è il premio dell'innovazione, ma da qualcosa di più complesso. Per Schumpeter «la sua condotta e le sue motivazioni non sono 'razionali' in alcun altro senso. Ed in nessun senso la sua motivazione caratteristica è di tipo edonistico. C'è poi la volontà di vincere. Volontà di lottare, da una parte, dall'altra la volontà di ottenere il successo in quanto tale piuttosto che i frutti del successo. In questo senso l'attività economica diventa piuttosto simile allo sport. Una terza famiglia di moventi è costituita infine dalla gioia di creare. Può essere sia semplice piacere del fare: il semplice uomo economico riesce a fatica a portare a termine la sua giornata di lavoro, mentre il nostro tipo ha un'eccedenza di energia che può destinare al campo economico come anche ad altri campi d'attività e introduce il cambiamento nell'economia e osa nell'economia, per amore del mutare e dell'osare e delle difficoltà come tali»⁶⁰.

Non è il tecnico a partorire l'idea creatrice, fonte di sviluppo. Comunque, pur diffidando dei tecnici, dei burocrati, dei manager, prende coscienza del fatto che, nella società cui fa riferimento, l'imprenditore è una figura difficile da individuare, soprattutto perché lo spirito che aveva fatto nascere il capitalismo si è perso. Come gran parte degli studiosi di sociologia economica del suo tempo, non si esime dal dare una spiegazione della crisi della società capitalistica e del declino del capitalismo liberale, congiungendo in ultima analisi la sua spiegazione della crisi alla figura imprenditoriale. Ritiene che tra le cause possibili del

⁵⁹ Oggi parliamo di manager intendendo le persone che hanno responsabilità sui processi aziendali.

⁶⁰ <http://www.generativita.it/focus/vivaio/alleanze-per-lo-sviluppo-premium/2011/10/13/l%E2%80%99imprenditore-civile-e-la-virtu-dell%E2%80%99innovazione/>

disfacimento della società capitalistica ci sia anche la mancanza di una personalità che metta in risalto le doti umane. Uno dei fattori che potrebbe far uscire il mondo dalla crisi, è proprio lo spirito imprenditoriale, lo spirito innovativo del passato. La spiegazione che fornisce Schumpeter è analoga a quella fornita da altri autori come ad esempio Weber. Agli albori della società capitalistica l'uomo, al di là della ricerca del guadagno, era mosso da una filosofia di vita, una ben precisa impostazione etica, che andava oltre la ricerca di uno stile di vita migliore, un' enfasi che adesso ritiene sia sparita. Il capitalista moderno va alla ricerca del profitto e mira all'accumulazione del capitale, poco importa come, perdendo quindi quella caratteristica innovativa o quello spirito borghese di cui parlava Weber.

Schumpeter ritiene che accanto all'affievolimento dello spirito imprenditoriale, che non riesce a manifestarsi, ci sono altri due problemi: l'aristocrazia come classe ormai definitivamente in declino e il ruolo giocato dagli intellettuali durante la crisi. L'ascesa del socialismo e la lotta proletaria danno una spallata a questo tipo di sistema portando la società verso posizioni anticapitalistiche. Ciò perché l'aristocrazia è una classe ridimensionata e non ha più la forza per aiutare i borghesi, i quali entrano in crisi a causa dell'emergere di una consistente classe proletaria e il mondo intellettuale, in un periodo di sottoccupazione, non accetta la sua condizione in quanto possiede la presunzione delle proprie idee e posizioni. Individua anche delle cause politiche, non sottovaluta il ruolo di Marx e l'importanza che il marxismo sta avendo, infatti concorda con Marx nel ritenere che il capitalismo contiene le condizioni per il suo superamento, ritiene anche che il capitalismo abbia fatto il suo tempo e che il futuro sia il socialismo (anche se Marx parlava poco di socialismo, parlava di marxismo). Se per Marx il capitalismo finisce per cause economiche (vedi la legge della caduta tendenziale del saggio marginale di profitto e relativa crisi di sovrapproduzione e sottoconsumo), per Schumpeter, le cause non sono economiche, sono culturali e politiche. Cause politiche che possono essere ricondotte all'indebolimento della classe imprenditoriale. Infatti, afferma che la pressione fiscale rappresenta un disincentivo ad investire, in questo senso l'intervento dello Stato finisce per

ridimensionare anche la voglia, la spinta a fare investimenti. Per cui si è verificato una sorta di circolo vizioso, dove la classe già in crisi, si ritrova con uno Stato che invece di agevolarla, impone altri impedimenti. Quindi non è il mercato autoregolato ad aver messo in crisi il capitalismo, è la politica interventista che frenando il mercato e impedendogli di autoregolarsi produce malessere. Il problema che ne deriva non dipende quindi dall'autoregolazione del mercato ma dal fatto che è troppo regolato. «È come se la distruzione creatrice teorizzata da Joseph Schumpeter si fosse inceppata. E non perché nel mondo manchi la creatività. È vero il contrario»⁶¹, gli uomini sono sempre più creativi, ciò che manca è l'aiuto culturale e politico che in passato avevano creato le condizioni per uno sviluppo legittimo e armonioso.

2.4 La figura di Israel Kirzner

Israel Mayer Kirzner è nato a Londra il 13 febbraio del 1930. Si trasferì a Città del Capo, in Sud Africa dove cominciò i suoi studi universitari che terminarono al Brooklyn College nel 1955. Kirzner inizialmente voleva studiare business e contabilità e dovendo scegliere un corso opzionale, andò in biblioteca, cominciò a consultare tutti i libri di tutti i professori dell'università e notando che Mises era il professore che aveva scritto più libri, decise di seguire il suo corso⁶². Abbagliato dalle teorie dell'austriaco, sotto il suo coordinamento, intraprese un dottorato alla New York University dove divenne professore emerito.

Il più grande contributo di Kirzner è sicuramente lo studio sull'imprenditorialità. Egli tenta di unire in un'unica teoria, gli studi di Mises e Hayek, parlando di imprenditorialità misesiana e apprendimento hayekiano. Grazie ai suoi studi, diverrà una tra le figure più importanti della rinascita della Scuola Austriaca degli anni '70. Importanza che si può rilevare nelle parole di R. Swedberg, il quale, pur non essendo molto vicino alle posizioni di Kirzner, afferma: «modern accounts of entrepreneurship usually add a section on

⁶¹ E. Pedemonte, *Morte e resurrezione dei giornali*. Ed. Garzanti, Milano 2010, p. 112.

⁶² Intervista di I. Kirzner a *Austrian economic newsletter*, Mises Institute, Auburn Alabama, Usa 1992.

Schumpeter's theory; they typically also contain a discussion of the works of a few other individuals, such as Israel Kirzner. More complete versions add something about the works of the two founder of neo-Austrian economics, Friedrich von Hayek and Ludwig von Mises»⁶³. Punto messo in rilevanza da Baron, noto autore, che rimarca: «spetta a Kirzner (dopo Schumpeter) il merito di aver riportato in primo piano la figura dell'imprenditore in quanto fulcro dell'attività economica»⁶⁴. L'inglese è quindi l'autore che ha creato un ponte tra i vecchi studiosi del passato e le possibili teorie future. È lui che crea nuovi imperativi nello studio economico, allineando il pensiero austriaco al neoclassicismo, ma soprattutto è grazie ai suoi lavori che alcune questioni quali libertà, giustizia e società corretta divengono cruciali per capire la realtà.

2.5 Conoscenza umana e disequilibrio nel mercato

«Böehm-Bawerk è stato [...] il primo a dire espressamente che in linea di principio l'intero valore del prodotto dovrebbe ripartirsi in lavoro e terra, se il processo di produzione dovesse svolgersi con una perfezione ideale. Ciò richiede, naturalmente, che l'intero sistema economico sia esattamente adattato alle produzioni intraprese e che tutti i valori siano aggiustati ai dati; che tutti i piani economici siano svolti insieme armoniosamente e che niente disturbi la loro esecuzione»⁶⁵.

Partendo da questo principio, Mises nel 1922 scrive: «Il concetto di stato stazionario rappresenta un ausilio per la speculazione teorica. Nel mondo reale, non c'è alcuno stato stazionario, poiché le condizioni in cui ha luogo l'attività economica vanno soggette a incessanti cambiamenti, che le capacità umane non sono in grado di impedire»⁶⁶. Continua aggiungendo: «In ogni sistema economico in mutamento, tutte le attività economiche sono caratterizzate dall'incertezza

⁶³ R. Sweberg, *Entrepreneurship: The Social Science View*, Oxford University Press 2010, pp. 13-14.

⁶⁴ H. Baron e M. Passerella, *Competition without equilibrium. The "entrepreneurial discovery" in Austrian economic theory*, Online at [http://mpra.ub.unimuenchen.de/28505/MPRA Paper No. 28505](http://mpra.ub.unimuenchen.de/28505/MPRA_Paper_No.28505), posted 29. January 2011, p. 15.

⁶⁵ J. A. Schumpeter, *Teoria dello sviluppo economico*, Ed. ETAS, Milano 2002, p. 31.

⁶⁶ L. Von Mises, *Socialismo*, Ed. Rusconi, Milano 1989, p. 230.

rispetto al futuro [...]. L'attività economica è necessariamente un'attività di speculazione, perché si basa su un futuro incerto. La speculazione è ciò che lega le varie e isolate azioni economiche nella trama complessiva dell'attività economica della società nel suo insieme»⁶⁷. Precisa inoltre che il punto di equilibrio, o stato stazionario, esiste all'interno del mercato ma non è un punto di partenza bensì di arrivo.

Successivamente, precisamente nel 1937, Hayek pone come problema centrale dell'economia, la conoscenza. Quando gli agenti del mercato vanno ad operare devono avere una conoscenza completa dei fattori produttivi, conoscenza che dovrebbe esserci dal principio ma che in realtà manca. «Se osserviamo il problema dalla parte dei produttori, dovremmo supporre che essi siano perfettamente informati dei desideri e delle richieste dei consumatori. E tuttavia precisa Hayek, “ a ben vedere, questi elementi non possono essere considerati fatti noti; piuttosto, essi dovrebbero essere visti come problemi, la cui soluzione dev'essere fornita dal processo concorrenziale”. E ancora: “il vero problema non è quello di appurare se sia possibile ottenere date merci e dati servizi a costi marginali dati, ma quello di individuare quale merci e servizi” verranno richiesti»⁶⁸.

Kirzner, muovendo dallo studio di questi autori, concepisce un mercato non perfettamente concorrenziale in cui la domanda e l'offerta dei beni, all'interno del mercato, in principio non si equivalgono. L'equilibrio perfetto non esiste ma va creato, attraverso la lotta continua in una situazione di disequilibrio. Kirzner afferma: «Buona parte della teoria contemporanea dei prezzi ruota attorno al modello di concorrenza perfetta. Nonostante tutte le critiche che negli ultimi quarant'anni sono piovute addosso a tale modello, esso ha ancora oggi un posto di primo piano [...]. L'insoddisfazione per la teoria della concorrenza perfetta ha prodotto nuovi modelli, che si occupano di varie strutture di mercato imperfettamente concorrenziale, ma che sono riusciti a strappare al modello di

⁶⁷ *Ivi*, p. 239-240.

⁶⁸ L. Infantino, *Individualismo, Mercato e Storia delle Idee*, Ed. Rubbettino, Soveria Mannelli, 2008, p. 273.

concorrenza perfetta la sua posizione di preminenza [...]. La mia idea è che non solo il modello di concorrenza perfetta non ci aiuta a comprendere il processo di mercato, ma che i modelli di concorrenza imperfetta, sviluppati per sostituirlo non sono molto più utili»⁶⁹. La Scuola Austriaca sottolinea ripetutamente l'ignoranza antropologica degli individui. Il fatto che essi operano in equilibrio sta invece a significare che i membri della collettività, pur non essendo onniscienti, operino conoscendo tutto ciò che possa essere rilevante al fine di prendere una decisione all'interno del mercato, da ciò si può dedurre che essi si troveranno in equilibrio solo nel momento in cui «nessuna decisione risulterà ineluttabile, e nessuna opportunità verrà persa. Ciascun partecipante al mercato avrà previsto correttamente tutte le decisioni rilevanti degli altri; avrà progettato i suoi piani nella piena consapevolezza di ciò che non può fare nel mercato, ma nello stesso tempo sarà pienamente consapevole di ciò che è in grado di fare nel mercato»⁷⁰.

Dire che il mercato è perfettamente concorrenziale è come affermare l'esistenza dell'equilibrio perfetto, un'analisi incapace di dare al mercato stesso una ragion d'essere. Se operasse l'homo œconomicus, un individuo onnisciente, in grado di sapere tutto, questi potrebbe disporre della conoscenza di tutti gli altri attori e coordinare i loro piani. In realtà, secondo Kirzner, le cose stanno diversamente: «Noi vediamo che il mercato come composto, in ogni periodo di tempo, dalle decisioni di consumatori, di imprenditori produttori e di proprietari di risorse che interagiscono tra di loro. Non tutte le decisioni, in un dato istante, possono essere portate a termine, poiché molte di esse possono consistere in previsioni errate e dipendere da decisioni che in realtà non verranno adottate. Oppure, molte delle decisioni che in un dato momento vengono portate a termine con esito positivo possono non rivelarsi la migliore linea di azione possibile»⁷¹. È così che il «contatto con le decisioni degli altri comunica informazioni delle quali coloro che prendono le decisioni non disponevano in origine. Se si rendono conto che i loro piani non possono essere portati a termine, si accorgono pure che le

⁶⁹ I. Kirzner, *Concorrenza e imprenditorialità*, Ed. Rubbettino, Soveria Mannelli 1997, pp. 39-40.

⁷⁰ I. Kirzner, *Op. cit.*, p. 43.

⁷¹ I. Kirzner, *Op. cit.*, p. 41.

previsioni sulle decisioni degli altri sono state troppo ottimistiche. Oppure apprendere che l'eccessivo pessimismo ha fatto perdere delle opportunità di mercato allettanti. È facile prevedere che le informazioni sui piani degli altri, acquisite successivamente, possono generare, in un posteriore periodo di tempo, una revisione dell'insieme delle decisioni»⁷². Il processo di mercato consiste dunque in quell'insieme di cambiamenti decisionali, derivanti da un flusso di informazioni, compiuti dagli appartenenti al mercato stesso. Ciò significa che le informazioni portano ad una ripianificazione dei mezzi necessari per raggiungere un determinato fine. Tramite queste informazioni vengono colmate le lacune, l'ignoranza e il disequilibrio che ne deriva. Si parla, comunque, di aggiustamenti, in quanto nessuno è in grado di catturare o prevedere tutti gli elementi del processo. Nel caso in cui tutte le decisioni collimassero perfettamente, nessuno sarebbe disposto a migliorare le opportunità offerte sul mercato, dato che nessun altro metterebbe a disposizione utilità migliori. Il fatto stesso che il mercato sia in disequilibrio crea le condizioni del processo competitivo e la concorrenza è il fattore chiave dei miglioramenti del medesimo.

2.6 Imprenditorialità e concorrenza

Chi è l'individuo che compete all'interno del mercato?

Per rispondere a questa domanda Kirzner afferma: «Immaginiamo un mercato in cui tutti coloro che in un dato momento vi partecipano siano in realtà incapaci di imparare dalla loro esperienza. Gli acquirenti potenziali che sono tornati a casa a mani vuote [...] non hanno appreso che è necessario superare le offerte degli altri acquirenti; i venditori potenziali che tornano a casa con beni e risorse invendute [...] non hanno imparato che, se vogliono vendere, devono accontentarsi di prezzi più bassi. Gli acquirenti che hanno pagato prezzi alti non si rendono conto che avrebbero potuto ottenere gli stessi beni a prezzi minori; i venditori che hanno venduto a prezzi bassi non si accorgono che avrebbero potuto ottenere prezzi più

⁷²

Ibidem.

alti»⁷³. Si esce da questa empasse introducendo individui che siano capaci di cogliere le sfide del mercato e sappiano vendere i propri prodotti a prezzi maggiori del loro valore. Chi è così astuto da mettere in pratica questo giochetto può essere chiamato “imprenditore” in quanto è colui che ha notato «immediatamente le opportunità di profitto che esistono a causa dell’ignoranza dei partecipanti originari al mercato, ignoranza che permane a causa della loro incapacità di imparare dall’esperienza»⁷⁴.

La conoscenza e l’equilibrio di mercato annullano perciò il processo concorrenziale, sopprimendo la figura imprenditoriale che acquista importanza e rilievo in situazioni di ignoranza e disequilibrio, mettendo in luce elementi ignoti o ignorati che concretizzano un guadagno o incrementano il profitto.

Emergono così tre questioni da porre in rilievo.«Il punto chiave è che l’imprenditorialità pura si esercita solo in assenza di risorse iniziali [...]. L’imprenditore puro osserva l’opportunità di vendere qualcosa a un prezzo superiore di quello al quale può acquistarla. Da ciò segue che chiunque è imprenditore potenziale, perché il ruolo puramente imprenditoriale non presuppone alcun patrimonio iniziale particolare sotto forma di attività di valore»⁷⁵.

1. «Il processo concorrenziale di mercato è essenzialmente imprenditoriale: la comprensione del carattere concorrenziale del processo di mercato e del suo aspetto imprenditoriale ci insegna che le due nozioni di concorrenza e di imprenditorialità sono, almeno nel senso qui utilizzato, analiticamente inseparabili; sicché a prescindere da quale termine si sceglie di utilizzare, le due

⁷³ I. Kirzner, *Op. cit.*, p. 47.

⁷⁴ I. Kirzner, *Op. cit.*, pp. 47-48.

⁷⁵ I. Kirzner, *Op. cit.*, pp. 49-50. Non a caso Mises ha affermato: «Il profitto non è in relazione, né è dipendente dall’ammontare del capitale impiegato dall’imprenditore. Il capitale non genera profitto. Profitto e perdita sono interamente dovuti al successo o all’insuccesso dell’imprenditore nell’adattare la produzione alla domanda dei consumatori» (*L’azione umana*, p.286). È perciò con ragione che Einaudi parlava del capitale come di un « servo sciocco di qualcun altro» (*Che cosa ha detto Cantillon?*), in R. Cantillon, *saggio sulla natura del commercio in generale*, p.XVI.

nozioni devono essere sempre riconosciute e intese semplicemente come due facce della stessa medaglia»⁷⁶.

2. «Il processo concorrenziale-imprenditoriale fa sì che, in ciascun periodo, la struttura delle decisioni degli altri partecipanti al mercato, proprio perché vengono alla luce nuove opportunità (sotto forma di nuove soluzioni o di nuovi problemi e soluzioni), sia più ricca, offra maggiori possibilità di scelta»⁷⁷.

Se quanto detto in questi tre punti è chiaro, allora non c'è assegnazione rigida dei ruoli, si può infatti operare, invece che con individui i quali a seconda dei casi imparano o non imparano dall'esperienza, con persone partecipi ed attenti ai cambiamenti del mercato. Il processo rimarrà sempre imprenditoriale, ma invece di lavorare con imprenditori cosiddetti "puri", si prenderanno in considerazione le diverse azioni individuali attribuendone un aspetto prettamente imprenditoriale. Inoltre, si può abbandonare la scia della semplice economia di scambio per osservare il processo produttivo.

Il mercato altro non sarà che il luogo in cui vengono scambiate decisioni attraverso le quali chi possiede risorse elaborerà un piano di vendita verso i produttori, i produttori elaboreranno un piano di acquisto di risorse e un piano di vendita verso gli acquirenti, i consumatori a loro volta elaboreranno un piano di acquisto verso i produttori. Il produttore si troverà al centro di questo processo cercando di sfruttare opportunità prima sconosciute. «In questa prospettiva l'imprenditore è il motore del sistema, colui che in un certo senso dà l'avvio che rende possibile lo sfruttamento delle opportunità, l'interazione, lo scambio, il coordinamento dei piani individuali. La sua azione consiste nell'essere attenti, nell'avere una speciale perspicacia, nel notare le opportunità di profitto ancora non colte e sfruttarle»⁷⁸. L'imprenditorialità solo allora coinciderà con il termine coniato da Kirzner "alertness" (prontezza, essere alerti).

⁷⁶ I. Kirzner, *Op. cit.*, p. 50.

⁷⁷ I. Kirzner, *Op. cit.*, p. 50.

⁷⁸ A. Gianturco Gulisano, *L'Imprenditorialità di I. Kirzner, L'etica della proprietà e la moralità del profitto nel libero mercato imperfetto*, Ed. Rubbettino. Soveria Mannelli 2012, p. 16.

L'imprenditore, tramite la sua intuizione, produrrà uno scambio di informazioni che nella realtà, situazione di disequilibrio in cui i piani individuali non coincidono, porterà al coordinamento delle azioni. «La regola è semplice e ovvia: il coordinamento delle informazioni assicura il coordinamento delle azioni. Non appena una sola mente diviene consapevole della situazione e delle intenzioni di due individui diversi, tra i quali esistono le condizioni per uno scambio reciprocamente vantaggioso, e percepisce così l'opportunità che gli si presenta [...] siamo sicuri che un'azione coordinerà le decisioni, i piani e le azioni dei due individui interessati. *Il processo imprenditoriale-concorrenziale diviene visibile non solo in quanto genera una tendenza verso l'equilibrio, ma in quanto scopre e corregge i piani e le decisioni individuali che sono discordanti. Il profitto è perciò l'indice della capacità di scoprire situazioni non note e di servirle*»⁷⁹. Pertanto la figura imprenditoriale può essere riassunta con la formula popperiana: “*problemi-teorie-critica*”, perché l'imprenditore individua un problema, propone delle soluzioni e infine, si adegua alle critiche dei consumatori che potranno accettare o no la proposta.

Il tutto è possibile dal momento in cui viene ad affermarsi uno “stato di diritto” che vada a regolare l'attività capitalistica. Come diceva Weber “l'avventuriero capitalista” è sempre esistito dalla civiltà babilonese ad oggi. Da sempre ha avuto come obiettivo finale il profitto, ottenuto pacificamente attraverso il dono o coercitivamente attraverso la violenza. Ma, l'attività imprenditoriale può nascere alla luce di un quadro normativo che regoli lo scambio reciproco all'interno del mercato.

⁷⁹ L. Infantino, *Op. Cit.*, p. 279-280.

3° Capitolo III

Il dibattito sull'imprenditorialità

3.1 Il pensiero critico di Kirzner, Hazlitt e White

Kirzner di certo non risparmia critiche agli autori che si sono soffermati sulla figura imprenditoriale. «Kirzner scrive “allertamente (ma passivamente)”, “passivo ma allerte”, e quel “ma”, refuso o no che sia, rimanda ancora una volta alla differenza tra l’essere allerti e l’essere passivi. In questo modo l’autore rimarca ancora, in modo forte e perfino e perfino disgiunto dalla sua *alertness*, che l’imprenditore è “puramente passivo e [...] sotto condizioni statiche; ma allo stesso tempo mette in contrapposizione l’*alertness* alla passività. Nello stesso paper del 1999 Kirzner afferma che quando si passa ad una considerazione di multi-periodo, “la rilevanza delle caratteristiche attive e aggressive dell’imprenditore di Schumpeter diventano comprensibili ed importanti, ative appunto. Il problema è che, come si vedrà, il “single-period” non esiste»⁸⁰. A tal proposito afferma che: «Nel sistema di Schumpeter, l’imprenditorialità provoca un’interruzione del flusso circolare, [...] partendo dall’equilibrio. Per me, al contrario, il ruolo imprenditoriale, sebbene sia ovviamente la causa del movimento all’interno del sistema, ha un’influenza equilibratrice; è la prontezza imprenditoriale a cogliere le opportunità non notate che crea la tendenza verso il regolare flusso circolare dell’equilibrio»⁸¹. Quindi Schumpeter è un individualista incoerente che fa agire l’imprenditore in una situazione d’equilibrio.

Kirzner di certo non le manda a dire nemmeno a Frank Knight. «Questi pone infatti in evidenza soprattutto la situazione *ex post*, la residualità del profitto rispetto ai redditi contrattualmente concordati. E tuttavia, così facendo, non presta sufficiente attenzione al ruolo attivo dell’imprenditore, il quale viene *ex ante*

⁸⁰ A. Gianturco Gulisano, *Op. Cit.*, p. 27.

⁸¹ I. Kirzner, *Op. cit.*, pp. 132-133.

sospinto dal convincimento che, per quanto futuro e incerto, il profitto ci sarà, e coronerà la sua attività di coordinamento dei piani individuali»⁸².

Infine lo studioso si differenzia da Bronfenbrenner, «che identifica l'imprenditorialità non con le responsabilità manageriali, organizzative o innovative, ma con la natura precaria delle proprie rivendicazioni; e vede nel profitto un compenso per le incertezze dovute alla mancanza di un diritto contrattuale al reddito. Ovviamente, Kirzner non nega la condizione di incertezza in cui opera l'imprenditore. La sua teoria va però più in profondità, perché riconosce qualcosa che spiega la stessa incertezza: il procedimento di scoperta e la funzione di coordinamento dei piani individuali, di cui l'imprenditore è artefice»⁸³.

Va ricordato che anche a Kirzner sono state mosse delle critiche, a volte costruttive, che lo hanno aiutato nello studio della figura. Da sottolineare sono quelle di Hazlitt e White, i quali affermano che utilizzare termini come “immaginare e scoprire una opportunità di profitto” sono fuorvianti se non li si associa alla capacità di saper sfruttare le occasioni che si presentano. «E quindi, solo nel momento in cui una opportunità viene concretamente realizzata e vede la luce la si può definire tale, esattamente come per ciò che riguarda la teoria del valore soggettivo. Altrimenti si cadrebbe nella presunzione fatale di definire le opportunità con dei criteri totalmente discrezionali e arbitrari applicati ai fatti, eventi ed oggetti di analisi da un osservatore esterno»⁸⁴. Ciò li porta a sostenere che non tutti i cambiamenti conducono al profitto, un cambiamento produce ricchezza solo nel momento in cui esso viene sfruttato, se, infatti, si potesse stabilire *ex ante* un'opportunità di profitto verrebbe a cadere l'intero studio imprenditoriale. «L'attore sociale non può scoprire, e neanche creare le opportunità: le immagina e poi le coglie mettendo insieme diversi piani individuali. In questo stesso momento egli crea qualcosa, ma non l'opportunità, quanto piuttosto il fatto in se di mettere insieme diversi piani di diversi soggetti

⁸² L. Infantino, *Op. Cit.*, p. 282.

⁸³ L. Infantino, *Op. Cit.*, p. 283.

⁸⁴ A. Gianturco Gulisano, *Op. Cit.*, p. 36.

coordinandoli tra loro e questo fatto crea di per se un valore aggiunto»⁸⁵. Ciò condurrà Hazlitt e White, facenti parte del filone rothbardiano, ad accusare Kirzner di non avere una prospettiva austriaca, in quanto la teoria secondo cui l'opportunità di profitto è oggettivamente data è di matrice neoclassica. In realtà Kirzner sfrutta la funzione imprenditoriale con lo scopo di ricondurlo all'interno del mercato. In alcuni casi, questi, viene frainteso. In verità ciò che vuole mettere in luce è quanto il potere imprenditoriale influisca, durante il raggiungimento dello stato di equilibrio, nel mercato. Invero, prende in considerazione una serie di fattori quali: la conoscenza, il caso, la fortuna, il profitto e tutte le variabili politiche che limitano o incrementano questo potere. Non a caso, il fulcro del suo discorso è questo: «risorsa o no, investimento o meno, rimanendo più alla radice, c'è sempre un costo/opportunità nell'essere allerti (anche se questo lo si voglia intendere inconsapevole) e nell'agire imprenditorialmente, che consiste (quantomeno) nel tempo impiegato e nel costo/opportunità stesso di qualsiasi azione»⁸⁶.

3.2 L'imprenditore politico

Un primo abbozzo di imprenditorialità politica la si può trovare nell'analisi schumpeteriana di "democrazia procedurale". Schumpeter afferma che non esiste democrazia del popolo, bisogna superare l'idea che sia il popolo a scegliere i propri rappresentanti. La realtà è che sono i rappresentanti del popolo a concorrere tra di loro per farsi scegliere attraverso un metodo di preferenze. La classe politica è paragonabile all'idea che lui ha degli imprenditori. I politici sono coloro che competono tra loro offrendo all'elettorato un prodotto. Le politiche sono un prodotto che l'elettorato sceglie selezionando tra diversi candidati. Il popolo ha in realtà il semplice ruolo di selezionare dei prodotti. La politica è fatta da un gruppo di persone che devono avere la capacità di proporre. Il politico è il politico-imprenditore (Anthony Downs).

⁸⁵ A. Gianturco Gulisano, *Op. Cit.*, p. 37.

⁸⁶ A. Gianturco Gulisano, *Op. Cit.*, p. 34.

Il politico non opera per il bene comune, ma è colui che razionalmente offre il suo prodotto mettendosi in concorrenza con altri politici che offrono altri prodotti. Al consumatore-elettore non spetta che scegliere tra le varie offerte. Vincerà colui che avrà proposto il prodotto più innovativo.

In questo quadro la differenza tra imprenditore politico e privato è abissale. Infatti, secondo Randall Holcombe, il primo promuove trasferimenti di benessere attraverso un comportamento rent-seeking a somma-zero. L'imprenditore-politico trova occasione di profitto attraverso la promulgazione di leggi e regolamenti che provocano politiche inefficienti, così mentre gli errori degli imprenditori-privati danneggiano il profitto, i pubblici possono contare sulla tolleranza dei contribuenti.

Invece, secondo Daniel Sutter bisogna prendere in considerazione tre punti: «1) quella legata alla burocrazia, per, cui per esempio, le burocrazie servono “i desideri degli imprenditori politici con i quali condividono scopi comuni: un’espansione dell’attività (e del budget) degli Enti”; 2) quella per cui i politici “stimolano direttamente la domanda percepita dei loro “servizi” dando denaro dei contribuenti ad interessi di specifiche lobby; 3) e quella legata alla pubblicità che gli attori e le istituzioni politiche fanno di sé stesse, “la pubblicità politica sembrerebbe promuovere consenso sulle politiche pubbliche prevalenti” [...]. In questo modo, l'imprenditorialità politica nella forma della pubblicità politica facilita il processo di rent-seeking»⁸⁷.

Infine, Lopez «enfattizza nella Public Choice la visione che il legislatore, cercando di ottenere il suo obiettivo, a volte investe in beni di capitale politici che lo spostano nel futuro verso quell'obiettivo, anche se nel presente lo muove lontano da esso. Nell'adattamento del processo di mercato a questo modello di investimento, il legislatore confronta queste possibilità di investimento con alcuni gradi di incertezza strutturale»⁸⁸.

⁸⁷ A. Gianturco Gulisano, *Op. Cit.*, p. 73.

⁸⁸ A. Gianturco Gulisano, *Op. Cit.*, p. 73.

3.3 L'imprenditore moderno

«Se lo interpretiamo come un Principe di Machiavelli, l'imprenditore deve essere anche uomo fortunato per poter vincere i rischi posti dal caso in un mondo sempre più caratterizzato da irrazionalità»⁸⁹.

L'imprenditore odierno si colloca all'interno di un sistema complesso di interazioni che rendono incerto ed irrazionale la sua opera di rinnovamento. Lo sviluppo tecnologico e scientifico, dopo la rivoluzione industriale degli anni '60, ha creato uno scenario di complicata comprensione, che spesso mette in seria difficoltà gli operatori del mercato. Molti autori hanno preso in considerazione questo momento storico per realizzare un'analisi completa sul ruolo che egli stesso assume nel mondo contemporaneo, cercando di non tralasciare la linea di collegamento con il passato.

Per esempio, Peter F. Drucker agli inizi degli Anni Ottanta «insegnava come staccarsi dal passato, tuttavia sempre tenendo conto della tradizione, per dirigere il futuro verso l'innovazione e il cambiamento. Un cambiamento continuo in un mercato oramai globale, caratterizzato dalla new economy fatta di commercio elettronico e di informatica, che spesso si trasforma in net economy ovvero nell'economia delle reti di comunicazione, in particolare degli scambi attuati attraverso reti globali del tipo Internet. Quel mercato oggi è invaso da innovazione continua e costante, che muta perennemente -rendendolo incerto- lo scenario in cui l'imprenditore deve operare»⁹⁰.

Handy continuava dicendo che oramai il cambiamento è imprevedibile, quindi difficile da gestire.

L'imprevedibilità del cambiamento sembra mettere di nuovo in gioco "il caso". «Sembra infatti tornare attuale l'antico detto di Pindaro, il filosofo poeta dell'antica Grecia: "Nelle azioni è il caso che decide la vittoria, di sforzi non fare

⁸⁹ <http://www.gianfancodioguardi.it>

⁹⁰ <http://www.gianfancodioguardi.it>

spreco"»⁹¹. Concetto ribadito da Niccolò Machiavelli il quale teorizzava «Iudico che fortuna sia arbitra della metà delle azioni nostre, ma che lei ne lasci governare l'altra metà a noi»⁹². Dunque, se lo si interpreta come il Principe di cui parla Machiavelli, l'imprenditore deve essere fortunato per poter vincere i rischi posti dall'imprevedibilità, svolgendo un ruolo di costante innovazione e, soprattutto, intraprendendo sempre nuove sfide imprenditoriali.

Per riuscire a conquistare una fetta di mercato l'imprenditore, quindi, deve intraprendere azioni di marketing efficaci, «acquisendo cioè una serie completa e sufficiente di notizie sullo scenario ambientale nel quale operare, e, quindi, sul mercato, sui prodotti presenti, sui gusti dei potenziali clienti, sulla concorrenza»⁹³. Informazioni di fondamentale importanza durante il processo produttivo, sia per quanto riguarda il prodotto che per i costi di gestione e produzione. «Si impiegheranno quindi strumenti di programmazione tecnica (diagrammi a barre di Gantt o sequenziali tipo PERT), affiancandoli con sistemi informatizzati di elaborazione amministrativa dei dati che possano in tempo reale fornire il quadro esatto anche dell'andamento economico, analizzando gli scostamenti di budget per poter impostare eventuali azioni retroattive (di feedback) in grado di aggiornare costantemente la rotta dell'impresa, dirigendola verso i risultati voluti»⁹⁴.

Per quanto la figura imprenditoriale sappia cogliere gli stimoli innovativi provenienti dallo sviluppo tecnologico, non bisogna dimenticare che il consumatore rivolge il proprio interesse solo a prodotti che possano soddisfare le proprie aspettative. Naturalmente le qualità intrinseche al prodotto devono raggiungere il consumatore, così che lo stesso possa soddisfare il proprio bisogno nella maniera migliore. In questo senso assumono un ruolo fondamentale l'informazione e la comunicazione, gli unici sistemi in grado di veicolare l'offerta proveniente dall'impresa, verso la domanda del consumatore. È l'informazione, quindi, la colonna portante dell'imprenditorialità del XXI secolo.

⁹¹ <http://www.gianfancodioguardi.it>

⁹² N. Machiavelli, *Il principe*, Ed. Einaudi, Torino 1961, pag. 121.

⁹³ <http://www.gianfancodioguardi.it>

⁹⁴ <http://www.gianfancodioguardi.it>

Conclusioni

Dallo studio della figura imprenditoriale emergono due aspetti concordanti ed allo stesso tempo in conflitto tra loro. Da un lato la tradizione, una classe privilegiata che non vuole rompere col passato, ma che verrà investita da un'ondata di rinnovamento che conduce il continente verso continue innovazioni, scoperte, miglioramenti. Dall'altro lato, invece, fa i primi passi la propensione al cambiamento, emergono nuove personalità che grazie al loro spirito d'intraprendenza incarnano il rinnovamento dell'uomo alla ricerca di condizioni migliori nelle quali vivere.

Due aspetti fondamentali nello studio di una figura che forse ancora oggi viene sottovalutata, ma che a parere di molti è il Deus ex machina che ha trascinato il mondo allo sviluppo. Uomo colto, lungimirante e molto aperto al cambiamento, spesso precursore del cambiamento, l'imprenditore, col suo spirito elastico, flessibile, ottiene un successo inimmaginabile, dal commercio alla produzione industriale, all'agricoltura, alle attività finanziarie, al progresso tecnologico e scientifico. Elemento decisivo del suo successo è sicuramente la varietà delle iniziative portate avanti.

Non è sbagliata a proposito «la definizione classica dell'*Entrepreneur* che nel modello inglese riuniva in una sola persona le funzioni di capitalista, finanziere, produttore, mercante e venditore»⁹⁵. Una figura particolare, che grazie al suo carisma riesce a tirar fuori il meglio da ogni attività che intraprende. Esce fuori dagli schemi e dai preconcetti dell'uomo antico e, pur operando in condizioni avverse, grazie alla sua elasticità mentale rompe lo status-quo, divenendo simbolo e modello della società aperta. L'impegno, la caparbia, la disinvoltura mostrata nel muoversi in tutti i campi della società, la capacità di intessere relazioni durevoli con qualunque persona venisse in contatto con lui, determinano il successo inaspettato ma voluto di un uomo che soprattutto oggi rappresenta il

⁹⁵ C. Wilson, *The Entrepreneur in the Industrial Revolution in Britain*, in "Explorations in Entrepreneurial History", Ed. Sheila Ogilvie 1955, pp. 132 e sgg.

cuore pulsante dell'economia. Questo atteggiamento imprenditoriale sarà dunque proemio di un lento ma irrefrenabile successo, non soltanto economico e finanziario, ma anche ideale. Una nuova cultura investe il mondo e l'imprenditore, che accende curiosità, suscita interesse, stimola senso critico, diviene la figura centrale di un cambiamento radicale che investe il mondo intero.

Il "paladino" su cui scaricare le colpe dei propri fallimenti e affidare i propri sogni, che si rimbocca le maniche per raggiungere i propri obiettivi e, per dirlo con le parole di *Giovanni Falcone*, che cerca di *compiere fino in fondo il proprio dovere, qualunque sia il sacrificio da sopportare, costi quel che costi, perché è in ciò che sta l'essenza della dignità umana*, ecco cos'è l'imprenditore.

BIBLIOGRAFIA e SITOGRAFIA

- AZPILICUETA M. DE (1965), *Comentario resolutivo riode cambios*, Madrid.
- BARON H. e PASSERELLA M. (2011), *Competition without equilibrium. The “entrepreneurial discovery” in Austrian economic theory*, Online at <http://mpra.ub.unimuenchen.de/28505/MPRA Paper No. 28505>, posted 29.
- CASTILLO DE BODAVILLA J. (1978), *Política para corregidores*, Instituto de Estudios de Administración Local, Madrid.
- COVARRUBIAS Y LEYVA D. (1604), *Omnia Opera II*, Ed. Scoti, Venezia.
- DIOGUARDI G. (1955), *Saggio sulla natura del commercio in generale*, Ed. Einaudi, Torino.
- EINAUDI L. (2008), *Individualismo, Mercato e Storia delle Idee*, Ed. Rubbettino, Soveria Mannelli.
- GIANTURCO GULISANO A. (2012), *L’Imprenditorialità di I. Kirzner, L’etica della proprietà e la moralità del profitto nel libero mercato imperfetto*, Ed. Rubbettino, Soveria Mannelli.
- HAYEK F.A. (1995), *Contra Keynes and Cambridge, The Collected Works of F.A. Hayek IX*, Ed. Routledge, London.
- HUERTA DE SOTO J. (1994), *Método y crisis en la Ciencia Económica*, in *Hacienda Pública Española*.
- INFANTINO L. (2008), *Individualismo, Mercato e Storia delle Idee*, Ed. Rubbettino, Soveria Mannelli.
- KIRZNER I. (1992), *Austrian economic newsletter*, Mises Institute, Auburn Alabama, Usa.
- (1996), *Essay on capital and interest: An Austrian Perspective*, Ed. Elgar, Aldershot.
- (1997), *Concorrenza e imprenditorialità*, Ed. Rubbettino, Soveria Mannelli.
- MACHIAVELLI N. (1961), *Il principe*, Ed. Einaudi, Torino.
- MARIANA J. DE (1768), *Discurso de las enfermedades de la Compañía*, Madrid.
- MISES L. VON (1949), *Human Action: A Treatise on Economics*, Yale University press.

- (1978), *Autobiografia di un liberale*, Ed. Rubbettino, Soveria Mannelli.
- (1989), *Socialismo*, Ed. Rusconi, Milano.

O'DRISCOLL G.P. e RIZZO M.J. (1996), *The Economics of the time and Ignorance*, Ed. Routledge, London.

PEDEMONTE E. (2010), *Morte e resurrezione dei giornali*. Ed. Garzanti, Milano.

POPESCU O. (1987), Popescu, *Estudios en La historia del pensamiento econòmico latinoamericano*, Ed. Plaza y Janès, Buenos Aires.

ROOVER R. DE (1955), *Scholastic Economics. Survival and lasting Influence from the Sixteenth Century to Adam Smith*, in *Quarterly Journal of Economics*.

SALAS J.T. DE (1617), *Comentarii in secundam secundae D. Thomae de contractibus*, Lyon 1617.

SARAVIA DE LA CALLE L.(1949), *Instruccìon de mercaderes*, Coleciòn de joyas bibliogràficas.

SCHUMPETER J.A. (1942), *Capitalism, Socialism and Democracy*, Ed. Routledge, London.

- (2002), *Teoria dello sviluppo economico*, Ed. ETAS, Milano.

SWEBERG R.(2010), *Entrepreneurship: The Social Science View*, Oxford University Press.

WILSON C. (1995), *The Entrepreneur in the Industrial Revolution in Britain*, in "Explorations in Entrepreneurial History", Ed. Sheilag Ogilvie.

ZANOTTO P. (2003) *La Scuola Austriaca. Mercato e creatività imprenditoriale*. Ed. Rubbettino, Catanzaro.

<http://www.gianfancodioguardi.it>

http://it.wikipedia.org/wiki/Karl_Popper#Osservazione_e_teorìa

http://en.wikipedia.org/wiki/Creative_destruction#Media_reflections_of_creative_destruction

http://en.wikipedia.org/wiki/Joseph_Schumpeter#Innovation

http://en.wikipedia.org/wiki/Joseph_Schumpeter#Entrepreneurship

<http://www.generativita.it/focus/vivaio/alleanze-per-lo-sviluppo-premium/2011/10/13/1%E2%80%99imprenditore-civile-e-la-virtu-dell%E2%80%99innovazione/>

BIBLIOGRAFIA e SITOGRAFIA

AZPILICUETA M. DE (1965), *Comentario resolutivo riode cambios*, Madrid.

BARON H. e PASSERELLA M. (2011), *Competition without equilibrium. The “entrepreneurial discovery” in Austrian economic theory*, Online at <http://mpra.ub.unimuenchen.de/28505/MPRA Paper No. 28505>, posted 29.

CASTILLO DE BODAVILLA J. (1978), *Política para corregidores*, Instituto de Estudios de Administración Local, Madrid.

COVARRUBIAS Y LEYVA D. (1604), *Omnia Opera II*, Ed. Scoti, Venezia.

DIOGUARDI G. (1955), *Saggio sulla natura del commercio in generale*, Ed. Einaudi, Torino.

EINAUDI L. (2008), *Individualismo, Mercato e Storia delle Idee*, Ed. Rubbettino, Soveria Mannelli.

GIANTURCO GULISANO A. (2012), L'Imprenditorialità di I. Kirzner, *L'etica della proprietà e la moralità del profitto nel libero mercato imperfetto*, Ed. Rubbettino, Soveria Mannelli.

HAYEK F.A. (1995), *Contra Keynes and Cambridge, The Collected Works of F.A. Hayek IX*, Ed. Routledge, London.

HUERTA DE SOTO J. (1994), *Método y crisis en la Ciencia Económica*, in *Hacienda Pública Española*.

INFANTINO L. (2008), *Individualismo, Mercato e Storia delle Idee*, Ed. Rubbettino, Soveria Mannelli.

KIRZNER I. (1992), *Austrian economic newsletter*, Mises Institute, Auburn Alabama, Usa.

- (1996), *Essay on capital and interest: An Austrian Perspective*, Ed. Elgar, Aldershot.

- (1997), *Concorrenza e imprenditorialità*, Ed. Rubbettino, Soveria Mannelli.

MACHIAVELLI N. (1961), *Il principe*, Ed. Einaudi, Torino.

MARIANA J. DE (1768), *Discurso de las enfermedades de la Compañía*, Madrid.

MISES L. VON (1949), *Human Action: A Treatise on Economics*, Yale University press.

- (1978), *Autobiografia di un liberale*, Ed. Rubbettino, Soveria Mannelli.
- (1989), *Socialismo*, Ed. Rusconi, Milano.

O'DRISCOLL G.P. e RIZZO M.J. (1996), *The Economics of the time and Ignorance*, Ed. Routledge, London.

PEDEMONTE E. (2010), *Morte e resurrezione dei giornali*. Ed. Garzanti, Milano.

POPESCU O. (1987), Popescu, *Estudios en La historia del pensamiento econòmico latinoamericano*, Ed. Plaza y Janès, Buenos Aires.

ROOVER R. DE (1955), *Scholastic Economics. Survival and lasting Influence from the Sixteenth Century to Adam Smith*, in *Quarterly Journal of Economics*.

SALAS J.T. DE (1617), *Comentarii in secundam secundae D. Thomae de contractibus*, Lyon 1617.

SARAVIA DE LA CALLE L.(1949), *Instruccìon de mercaderes*, Coleciòn de joyas bibliogràficas.

SCHUMPETER J.A. (1942), *Capitalism, Socialism and Democracy*, Ed. Routledge, London.

- (2002), *Teoria dello sviluppo economico*, Ed. ETAS, Milano.

SWEBERG R.(2010), *Entrepreneurship: The Social Science View*, Oxford University Press.

WILSON C. (1995), *The Entrepreneur in the Industrial Revolution in Britain*, in "Explorations in Entrepreneurial History", Ed. Sheilag Ogilvie.

ZANOTTO P. (2003) *La Scuola Austriaca. Mercato e creatività imprenditoriale*. Ed. Rubbettino, Catanzaro.

<http://www.gianfancodioguardi.it>

http://it.wikipedia.org/wiki/Karl_Popper#Osservazione_e_teorìa

http://en.wikipedia.org/wiki/Creative_destruction#Media_reflections_of_creative_destruction

http://en.wikipedia.org/wiki/Joseph_Schumpeter#Innovation

http://en.wikipedia.org/wiki/Joseph_Schumpeter#Entrepreneurship

<http://www.generativita.it/focus/vivaio/alleanze-per-lo-sviluppo-premium/2011/10/13/1%E2%80%99imprenditore-civile-e-la-virtu-dell%E2%80%99innovazione/>