



Dipartimento di Scienze Politiche

Cattedra di Sociologia Economica

La teoria dell'imprenditorialità:  
passioni e valori nella definizione della natura imprenditoriale.

RELATORE:

Prof. ssa Simona Fallocco

CANDIDATO:

Chiara Bonavoglia

Matr. 081212

ANNO ACCADEMICO 2017/2018

# **INDICE**

<b>INTRODUZIONE</b>	pag.4
<b>CAPITOLO PRIMO</b>	pag.6
<b>ALLE ORIGINI DELLA TEORIA DELL'IMPRENDITORIALITA'</b>	
1.1 L'origine della figura imprenditoriale	pag.6
1.2 Dalla tradizione francese alla visione austriaca	pag.7
1.3 Rischio, incertezza e disequilibrio	pag.9
1.4 Il ruolo dell'imprenditore nel processo di mercato	pag.11
<b>CAPITOLO SECONDO</b>	pag.14
<b>IL CONTRIBUTO DI JOSEPH ALOIS SCHUMPETER</b>	
2.1 Chi è Joseph A. Schumpeter?	pag.14
2.2 Schumpeter e l'individualismo metodologico	pag.15
2.3 La teoria del cambiamento	pag.16
2.4 Il processo di distruzione creatrice	pag.18
2.5 Teorie alternative all'imprenditorialità	pag.21
<b>CAPITOLO TERZO</b>	pag.23
<b>LA FIGURA DI ISRAEL I. KIRZNER</b>	
3.1 Biografia di Kirzner	pag.23
3.2 Il processo di mercato e la sua teoria	pag.24
3.3 Il ruolo dell'imprenditore	pag.26
3.4 Concorrenza e imprenditorialità	pag.28
3.5 Confronto con Schumpeter	pag.29
3.6 Critiche	pag. 31

<b>CAPITOLO QUARTO</b>	pag.34
<b>RAY KROC E L'ASCESA DELL'IMPERO MCDONALD'S</b>	
4.1 La figura di Ray Kroc	pag.34
4.2 La rivoluzione di San Bernardino	pag.36
4.3 La fondazione dell'impero McDonald's	pag.38
<b>CONCLUSIONE</b>	pag.41
<b>ABSTRACT</b>	pag.43
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	pag.44

# INTRODUZIONE

Il concetto di imprenditorialità, oggi, costituisce il motore che muove non soltanto l'economia ma anche le società di interi Paesi. Questo concetto ha radici molto solide che risalgono al XVIII secolo dove è emersa una nuova figura che spicca sulla classe borghese: l'imprenditore.

Risulta di notevole interesse indagare sulla funzione imprenditoriale e analizzare come nelle varie epoche storiche essa sia stata di volta in volta interpretata in maniera diversa dagli studiosi, i quali ne hanno dato spiegazioni condizionate da contesti storici e geografici differenti.

Le interpretazioni che si sono diffuse maggiormente sono quelle generate da due scuole di pensiero distinte: da una parte vi è la teoria neoclassica, con la teoria dei prezzi e dell'equilibrio generale, dall'altra la teoria austriaca con l'individualismo metodologico.

Principalmente l'obiettivo di questo elaborato è mettere a confronto i contributi più significativi all'interno del panorama imprenditoriale con uno sguardo al passato e un'applicazione nel presente.

Nel primo capitolo si analizzeranno principalmente le origini della figura imprenditoriale dal punto di vista etimologico per poi passare ad una analisi storica in cui la figura imprenditoriale viene osservata all'interno del mercato assieme ad altre variabili come, ad esempio il rischio, l'incertezza, l'equilibrio, che sono determinanti nella definizione del ruolo imprenditoriale.

Nel secondo capitolo l'attenzione si sposta completamente sul primo e notevole contributo alla teoria dell'imprenditorialità dato da Joseph Alois Schumpeter, economista austriaco tra i maggiori del XX secolo. Il termine solitamente usato per sintetizzare la visione del capitalismo di Schumpeter è quello di *Distruzione Creatrice*. Al centro di questa visione si staglia la figura dell'imprenditore. L'imprenditore è colui che rischia sia risorse proprie sia risorse prese in prestito per investire in innovazione. Quando lo sforzo di innovazione è coronato da successo allora si può affermare che l'imprenditore ha modificato lo scenario economico, ha fatto sorgere un nuovo mercato oppure ha introdotto un nuovo metodo di produzione.

Nel terzo capitolo l'attenzione si sposta su un'altra figura determinante nella teoria dell'imprenditorialità: Israel M. Kirzner. L'idea del mercato come processo di scoperta anziché come equilibrio economico generale, fa parte del patrimonio teorico della Scuola Austriaca come si può vedere in opere come *Concorrenza e Imprenditorialità* di Kirzner basate sulle idee di Mises e Hayek sull'imprenditorialità e il processo di mercato.

Importanti saranno le critiche poste a Kirzner che lo stesso autore poi, pone nei confronti di altri autori che si sono occupati della teoria dell'imprenditorialità e dei suoi aspetti principali.

Fondamentale sarà anche un confronto con Schumpeter sia per quanto riguarda la concezione del ruolo dell'imprenditore, sia per quanto riguarda la spiegazione del profitto.

Nel quarto ed ultimo capitolo attraverso un esempio attuale Ray Kroc, colui che ha lanciato nel mondo il colosso McDonald's, voglio sottolineare come la figura dell'imprenditore sia cambiata negli anni e allo stesso tempo presenti ancora nelle sue caratteristiche di base, gli elementi su cui gli autori analizzati nei

capitoli precedenti hanno fondato la loro dottrina. Un vero e proprio esempio di continuità tra l'imprenditore di ieri e l'imprenditore contemporaneo.

# CAPITOLO PRIMO

## ALLE ORIGINI DELLA TEORIA DELL'IMPRENDITORIALITÀ'

### 1.1 L'origine della figura imprenditoriale

Nel XVIII secolo vi erano già gli elementi per poter definire ed elaborare una compiuta teoria dell'imprenditore.

Secondo la *International Encyclopedia of Social Sciences*: "Il termine *entrepreneur* venne utilizzato nella lingua francese prima dell'avvento di un qualsiasi concetto di funzione imprenditoriale.

Gli uomini impegnati in importanti spedizioni militari venivano definiti *entrepreneurs* nel senso di imprenditori, di persone che intraprendono. Fu facile, partendo da questo utilizzo, ricorrere al termine anche per ciò che riguardava altri generi di avventure. Dopo circa il 1700, il termine *entrepreneur* venne sovente adoperato dai francesi per riferirsi ai costruttori di strade, ponti, porti e fortificazioni dello Stato e anche, alquanto più tardi, agli architetti"<sup>1</sup>.

La parola fu usata per la prima volta da un economista banchiere irlandese Richard Cantillon nel cap.XIII del suo *Essai*: "Il fittavolo è un imprenditore che promette di pagare al proprietario, per il suo podere o la sua terra, una somma fissa di denaro[...] "senza che egli sia sicuro del vantaggio che potrà trarre da questa impresa.[...] Il fittavolo porta le derrate al mercato della città, o le vende al mercato del borgo più vicino, oppure vi sono di quelli che si mettono a fare gli imprenditori per questo trasporto. Costoro si impegnano a pagare al fittavolo un prezzo stabilito per le sue derrate, che è poi il prezzo del mercato di quel giorno, per ritrarne nella città un prezzo incerto, che deve servire tuttavia a pagare le spese di trasporto e lasciar loro un profitto per la loro impresa; ma le variazioni giornaliere nel prezzo delle derrate in città, per quanto non siano forti, rendono il loro profitto incerto. Questi imprenditori non possono mai sapere la quantità del consumo nella loro città, e neppure per quanto tempo i loro clienti continueranno a comprare da loro, visto che i loro concorrenti cercheranno con tutti i mezzi di portar loro via i clienti. Tutto ciò è causa di tanta incertezza per tutti questi imprenditori, che ogni giorno se ne vede qualcuno far fallimento. [...] essi possono venir suddivisi in due classi, e cioè in imprenditori e in salariati; e [...] gli imprenditori è come se avessero un salario incerto, mentre tutti gli altri hanno un salario certo per tutto il tempo in cui ne usufruiscono, sebbene le loro funzioni e il loro rango siano assai differenti. [...] Tutti gli altri sono imprenditori, sia che si mettano a condurre la loro impresa disponendo di un fondo, sia che si facciano imprenditori del loro stesso lavoro

---

<sup>1</sup> Thomas C. Cochran, voce *Entrepreneurship*, in David L. Sills (editors) *International Encyclopedia of the Social Science*, The Macmillan Co, New York & London, 1972, p.87.

senza alcun fondo, e si possono considerare viventi nell'incertezza; anche i mendicanti e i ladri sono imprenditori di questa classe”<sup>2</sup>.

Secondo Cantillon, la caratteristica peculiare dell'imprenditore non era il possesso dei capitali, che potevano essere suoi o presi a prestito, ma l'assunzione del rischio dell'acquisto dei fattori produttivi a prezzo di mercato, del costo della loro combinazione e della vendita a prezzo incerto. La definizione che Cantillon dà degli imprenditori gli consente di includere nella categoria anche le classi dei "mendicanti" e dei "ladri". Il che può apparire un'interpretazione ampia e azzardata del termine e comunque abbastanza curiosa.

## 1.2 Dalla tradizione francese alla visione austriaca

Numerosi studiosi, nel secolo successivo, approfondirono le loro indagini sulla figura dell'imprenditore: per citarne alcuni tra i più noti, Jean-Baptiste Say identificò l'imprenditore nel ruolo di coordinatore e dirigente della produzione e del commercio<sup>3</sup> e fu il primo ad assegnare all'imprenditore un posto preciso nello schema del processo economico<sup>4</sup>. Carl Menger, fondatore della scuola austriaca caratterizzata dall'individualismo metodologico che concentrava la propria attenzione sulla figura umana, l'uomo agisce perché si trova in una situazione di disequilibrio. Secondo Menger: “Colui che intraprende la realizzazione di un progetto produttivo deve perciò fronteggiare una situazione problematica; di qui, l'incertezza dell'esito<sup>5</sup>. Ossia: ciò che sta alla base di tutto è la situazione problematica, data dal tentativo di offrire quel che si pensa sarà richiesto, e che si pensa sarà richiesto a un prezzo remunerativo. Fondamentale fu il contributo, come vedremo, di Joseph Schumpeter che ne evidenziò la funzione innovativa, soffermandosi sul concetto di distruzione creatrice come primo autore a fornire una completa teoria dell'imprenditorialità. Frank Knight associò anch'egli l'individuo al concetto di rischio, in riferimento al capitale investito, mettendo in risalto le differenze con il ruolo del manager.

L'argomento fu archiviato e trascurato tra la fine del '700 e la prima metà '900, in quanto venne sviluppata e diffusa una nuova teoria composta da scuole di pensiero differenti, che avevano preso piede in Europa: la scuola marshalliana in Inghilterra, quella mengeriana in Austria e la emergente teoria walrasiana nel resto del continente. Nonostante alcune dissomiglianze, le citate scuole di pensiero seguivano una stessa metodologia economica che fu definita teoria neoclassica. Alla base del pensiero neoclassico si mantenne la c.d. teoria dei prezzi, che poneva i prezzi al centro dell'equilibrio tra decisioni di acquisto e di vendita, ed era applicabile a

---

<sup>2</sup> Richard Cantillon, *Saggio sulla natura del commercio generale*, introduzione di Luigi Einaudi, a cura di Sergio Cotta e Antonio Giolitti, Giulio Einaudi editore, Torino 1955, p.39.

<sup>3</sup> *In Traité de économie politique*, 1803.

<sup>4</sup> Joseph A. Schumpeter, *Storia dell'analisi economica*, Bollati Boringhieri, Torino 1990, p.672 Vol. II.

<sup>5</sup> C. Menger, *Principi fondamentali di economia*, trad. it., Galeati, Imola, 1909, pp.19-20.

tutti i tipi di beni e servizi; inoltre, essa si proponeva di utilizzare un approccio ‘economico’ alla struttura di mercato, trascurando tutte le componenti superflue ed analizzando soltanto prezzi, domanda e offerta.

L’impostazione dominante, parlando di teoria neoclassica in senso stretto, mancava degli strumenti necessari per esplicare efficacemente il processo di funzionamento dei mercati, tuttavia era in grado di evidenziare dettagliatamente quelle relazioni potenzialmente prevalenti in mercati già funzionanti.

Dopo gli anni Trenta, alcune delle scuole di pensiero presero direzioni distinte: gli esponenti della tradizione mengeriana ritenevano che la dottrina predominante (marshalliana-walrasiana) si fosse focalizzata talmente sulle logiche matematiche, da offuscare le peculiarità dell’interpretazione neoclassica; tra questi, spiccavano Ludwig von Mises e Friedrich Hayek.

Mises 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”<sup>6</sup>.

E aggiunge: “In ogni sistema economico in mutamento, tutte le attività economiche sono caratterizzate dall’incertezza rispetto al futuro [...]. l’attività economica è necessariamente un’attività di speculazione, perché si basa su un futuro incerto”<sup>7</sup>. Mises precisa che la condizione stazionaria potrebbe essere quel punto di equilibrio verso il quale noi pensiamo che tendano tutte le forme di attività economica e che sarà effettivamente raggiunto se nel frattempo non interverranno nuovi fattori. In altre parole lo stato stazionario potrebbe essere un punto finale di equilibrio e mai un punto di partenza.

A partire dal 1937, Hayek pone la conoscenza come “problema veramente centrale dell’economia quale scienza sociale”<sup>8</sup>. Evidenzia che l’idea generale di equilibrio indica “che esiste compatibilità fra i diversi piani che gli individui che [...] compongono la società hanno formulato”<sup>9</sup>. Affinché si realizzi tale compatibilità, è necessario che tutti gli operatori abbiano una “conoscenza completa dei fattori rilevanti”<sup>10</sup>. Ma tale conoscenza è esattamente ciò che manca. Se osserviamo il problema dalla parte dei produttori, dovremmo supporre che essi siano perfettamente informati delle richieste e dei desideri dei consumatori. Hayek precisa “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 quali merci e servizi”<sup>11</sup>.

Nel frattempo Mises aveva costruito un modello di ‘*economia uniformemente rotante*’ caratterizzata dall’eliminazione del cambiamento nei dati e dell’elemento tempo. Il sistema è in perpetuo flusso ma rimane sempre allo stesso posto<sup>12</sup>.

---

<sup>6</sup> L. Von Mises, *Socialismo*, trad. it., Rusconi, Milano, 1989, p.230.

<sup>7</sup> L. Von Mises, *Socialismo*, trad. it., Rusconi, Milano, 1989, pp. 239-240.

<sup>8</sup> F.A. Von Hayek, *Economia e conoscenza*, trad. it., in F.A. von Hayek, *Conoscenza, mercato, pianificazione*, (a cura di Franco Donzelli), Il Mulino, Bologna, 1988, p.246, corsivo aggiunto.

<sup>9</sup> Op. cit., p. 236. Vedi anche F.A. Von Hayek, *The Pure Theory of Capital*, Routledge & Kegan Paul, Londra 1941, pp. 18-9.

<sup>10</sup> F.A. Von Hayek, *Il significato della concorrenza*, trad. it., in *Conoscenza, mercato, pianificazione*, cit., p. 296.

<sup>11</sup> Op. cit., p. 297.

<sup>12</sup> L. Von Mises, *L’azione umana*, trad. it., Utet, Torino, 1959, pp. 241-2. L’edizione originale di quest’opera è del 1949; ma, come è noto, essa è solamente una versione rivenduta di *Nationalökonomie: Theorie des Handelns und Wirtschaftens*, pubblicato a Ginevra nel 1940.



In tale sistema, non c'è “scelta e il futuro non è incerto, poiché non differisce dallo stato presente conosciuto. “È un mondo di automi senz'anima e senza pensiero”<sup>13</sup>. La realtà è però ben diversa: “l'azione è scelta e lotta con un futuro incerto”<sup>14</sup>. Ed è in tale situazione di permanente disequilibrio che nascono i profitti e le perdite, che invece “non hanno posto in un mondo ideale di normalità e di equilibrio”<sup>15</sup>. Secondo l'autore “sono gli stessi imprenditori, infatti, a creare una forza evolutiva nel mercato, tramite promozione e speculazione come energie di interesse e di profitto; se mancasse nel mercato tale spinta imprenditoriale, prescindendo da ulteriori cambiamenti, esso si troverebbe in una situazione perenne di stasi”<sup>16</sup>. Nello stato di equilibrio di un'economia immaginaria, non c'è spazio per l'attività dell'imprenditore, tuttavia è necessario porre l'enfasi sulle azioni e decisioni umane, considerando l'uomo non come un soggetto che si limita ad assumere decisioni, entro confini di scopi e mezzi dati, ma come *homo agens*, che agisce in un mondo incerto al fine di “*eliminare il disagio e stare meglio*”<sup>17</sup>.

### 1.3 Rischio, incertezza, disequilibrio

L'imprenditore neoclassico non è un individuo proteso verso idee innovatrici o ricerche di nuove opportunità, né bisogni da soddisfare, ma risulta un mero controllore e organizzatore della produzione, che ha il compito di individuare la funzione più adeguata a raggiungere gli obiettivi, assicurandosi che gli elementi siano combinati correttamente tra loro. L'imprenditore, ad eccezione fatta per considerazioni di breve periodo, non erra in nessun caso, ma agisce sempre nel ‘migliore dei modi possibili’. Per questa ragione, tutti potrebbero diventare imprenditori, poiché è necessario semplicemente seguire il percorso già tracciato da altri imprenditori, i quali a loro volta hanno utilizzato uno schema predeterminato con obiettivi stabiliti e metodi già sperimentati.

A tal proposito è necessario introdurre il rischio che è una componente ineliminabile del processo imprenditoriale in un contesto caratterizzato dall'incertezza<sup>18</sup>: incertezza sugli eventi esterni, sulle decisioni prese dagli altri produttori o dai consumatori, sulle condizioni del credito, sulle condizioni del mercato al momento della vendita. Tale incertezza deriva dalla naturale e insuperabile condizione che vede l'imprenditore costantemente alle prese con il problema della scarsità di risorse e dei limiti conoscenze.

---

<sup>13</sup> Op. cit., p. 243.

<sup>14</sup> *Ibidem*.

<sup>15</sup> Op. cit., p. 286.

<sup>16</sup> L. Von Mises, *Human Action*, Yale University Press, New Heaven, 1949.

<sup>17</sup> Israel M. Kirzner, *Concorrenza e imprenditorialità*, Rubbettino, 1977, p. 73.

<sup>18</sup> La distinzione tra rischio e incertezza risale ad un classico contributo del 1921 dell'economista Frank H. Knight, che riferiva al rischio come a una situazione in cui è possibile calcolare una certa distribuzione di probabilità degli esiti e, perciò prevedere le eventuali misure per farvi fronte, mentre l'incertezza come a una situazione in cui questa possibilità non sembrerebbe essere data. Cfr. Knight (1960).

Pertanto, ” il suo successo o insuccesso dipende dalla correttezza della sua anticipazione di eventi incerti. Se erra nella sua comprensione delle cose a venire è spacciato”<sup>19</sup>.

L’incertezza è la fonte ultima da cui derivano profitti e perdite, i quali non ci sarebbero se tutti gli imprenditori anticipassero correttamente lo stato futuro del mercato. Il rischio è perciò una componente altresì preziosa dell’attività imprenditoriale, giacché sfidare l’incertezza è una condizione per guadagnare profitto, il quale sarà tanto maggiore quanto maggiore sarà la capacità di scoprire situazioni nuove e di servirle adattando la produzione alla domanda dei consumatori. La sfida stimola, cioè, il processo creativo necessario a definire e strutturare soluzioni a nuovi problemi aperti e il profitto imprenditoriale è la ricompensa che l’imprenditore guadagna per esercitare giudizio e avviare una nuova attività in una situazione incerta. Perciò l’imprenditore è considerato come: “Colui che intraprende la realizzazione di un progetto produttivo deve perciò fronteggiare una situazione problematica; di qui, ovviamente, l’incertezza dell’esito. Ossia: ciò che sta alla base di tutto è la situazione problematica, data dal tentativo di offrire quel che si pensa sarà richiesto, e che si pensa sarà richiesto a un prezzo remunerativo”<sup>20</sup>.

Vi sono inoltre i rischi legati alle risorse produttive, quando le loro caratteristiche potrebbero rivelarsi diverse da quelle attese, da contrastare tramite l’acquisizione di tutte le informazioni necessarie a riguardo. È possibile affermare che l’imprenditore neoclassico si trova ad essere soggetto ad una duplice fonte di rischio, una concernente le asimmetrie informative sulle variabili esogene in grado di influenzare la funzione di produzione, gli investimenti ecc.; l’altra in riferimento alla scelta delle risorse di produzione e quindi interna all’impresa<sup>21</sup>.

Un altro aspetto importante da considerare sono le problematiche in riferimento al modello di concorrenza perfetta, Kirzner ci dice:” Buona parte della teoria contemporanea dei prezzi ruota attorno al modello di concorrenza perfetta [...]. L’insoddisfazione per la teoria della concorrenza perfetta ha prodotto nuovi modelli, che si occupano di varie strutture di mercato imperfettamente concorrenziale, ma che non sono riusciti a strappare al modello di 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”<sup>22</sup>.

Come esaminato, la tradizione austriaca sottolinea l’ignoranza da cui sono affetti gli operatori economici; l’ipotesi di un mercato perfetto sta invece a significare che tutti gli operatori conoscono tutte le informazioni e di conseguenza si trovano in equilibrio. “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”<sup>23</sup>.

---

<sup>19</sup> R. De Mucci e R. Bitetti, *Disoccupazione Imprenditorialità e crescita*, Rubbettino, 2016, p. 91.

<sup>20</sup> Lorenzo Infantino, *Prefazione* all’edizione italiana di *Concorrenza e Imprenditorialità* di I. M. Kirzner, pp.10-11.

<sup>21</sup> Enrico Colombatto, *Op, cit.*, p.6.

<sup>22</sup> I.M. Kirzner, *Concorrenza e Imprenditorialità*, pp. 39-40.

<sup>23</sup> I.M. Kirzner, *Concorrenza e Imprenditorialità*, p. 43.

Un'analisi del genere è logica pura in quanto se l'individuo viene considerato onnisciente, sarebbe in grado di disporre della conoscenza di tutti gli altri attori e potrebbe consapevolmente coordinare i loro piani.

La realtà è ben differente. Scrive Kirzner:” Noi vediamo il mercato come composto, in ogni periodo di tempo, dalle decisioni dei consumatori, di imprenditori, di produttori e di proprietari di risorse che interagiscono tra 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 un dato momento vengono portate a termine, con esito positivo possono non rivelarsi la migliore linea di azione possibile”<sup>24</sup>.

Il processo di mercato *consiste quindi dei cambiamenti sistematici dei progetti, cambiamenti generati dal flusso di informazioni che deriva dalla partecipazione al mercato stesso*”<sup>25</sup>. Ciò significa che, tramite la continua riformulazione dei piani, resa possibile dalle informazioni fornite dal mercato, cerchiamo di colmare la nostra ignoranza e il disequilibrio da essa determinato<sup>26</sup>.

Infine Kirzner precisa:” Se il processo concorrenziale compisse il suo corso fino alla fine [...] ovviamente, in questa situazione di equilibrio del mercato, la concorrenza non è più una forza attiva. Quando il processo di mercato si arresta [...], si arresta il processo concorrenziale<sup>27</sup>. La concorrenza è quindi originata da una situazione di disequilibrio.

## **1.4 il ruolo dell'imprenditore nel processo di mercato**

Per comprendere il processo di mercato 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 alti. [...] introduciamo ora un gruppo di individui esterni, che non sono né potenziali venditori né potenziali acquirenti, ma che sono capaci di percepire le opportunità di profitto imprenditoriale; cioè, sono capaci di vedere dove un bene può essere venduto a un prezzo maggiore di quello al quale può essere acquistato. [...] questo gruppo di imprenditori noterebbe immediatamente le opportunità di profitto *che esistono a causa dell'ignoranza iniziale dei partecipanti originari al mercato*, ignoranza che permane a causa della loro incapacità di imparare dall'esperienza<sup>28</sup>.

---

<sup>24</sup> I.M. Kirzner, *Concorrenza e imprenditorialità*, p. 43.

<sup>25</sup> *Ibidem*, corsivo aggiunto.

<sup>26</sup> Lorenzo Infantino, *Prefazione* all'edizione italiana di *Concorrenza e Imprenditorialità* di I.M. Kirzner, p. 16.

<sup>27</sup> I.M. Kirzner, *Concorrenza e Imprenditorialità*, p.46.

<sup>28</sup> Op. cit., p.47

La conoscenza e l'equilibrio spengono il processo concorrenziale; e sopprimono lo spazio occupato dalla funzione imprenditoriale.

Quando le decisioni di tutti i partecipanti al mercato arrivano a collimare completamente, di modo che ogni progetto prevede correttamente i progetti corrispondenti degli altri partecipanti, e non esiste la possibilità che piani modificati siano simultaneamente preferiti dai relativi partecipanti, all'imprenditore non resta più niente da fare. Non potrà scoprire la possibilità di acquistare da chi ha sottostimato il desiderio dei potenziali acquirenti, per poi vendere agli acquirenti desiderosi di acquistare [...]. Quindi, non potrà contribuire a quella redistribuzione delle risorse o dei prodotti che consente di superare l'inefficienza e la mancanza di coordinamento generata dall'ignoranza nel mercato, perché in equilibrio non c'è né ignoranza né mancanza di coordinamento<sup>29</sup>.

L'ignoranza e il disequilibrio sono invece l'*habitat* della concorrenza, che è un processo in cui gli imprenditori, gettando luce su elementi fino a quel momento ignoti, realizzano un guadagno<sup>30</sup>.

Un'economia che pone l'accento sull'equilibrio tende, quindi, a sottovalutare il ruolo dell'imprenditore. Tale ruolo viene in qualche modo identificato con i movimenti da una posizione di equilibrio ad un'altra, con le *innovazioni* e con i cambiamenti dinamici, ma non con la dinamica del processo di riequilibrio in sé.

Invece di occuparsi dell'imprenditore, la teoria prevalente dei prezzi si è occupata dell'impresa, ponendo fortemente in rilievo l'aspetto della massimizzazione del profitto. È tale enfasi ha erroneamente condotto molti studiosi della teoria dei prezzi a intendere la nozione di imprenditore semplicemente come il luogo, all'interno dell'impresa, in cui vengono prese le decisioni di massimizzazione del profitto. È stata completamente trascurata la funzione dell'imprenditore di sfruttare la maggiore conoscenza delle differenze di prezzo nel sistema economico<sup>31</sup>.

Il punto chiave, invece, 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 acquistarlo. Da ciò segue che *chiunque* è imprenditore potenziale, perché il ruolo puramente imprenditoriale non presuppone alcuno patrimonio iniziale particolare sotto forma di attività di valore. [...] 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 nozioni devono essere sempre riconosciute e intese semplicemente come due facce della stessa medaglia"<sup>32</sup>.

La concorrenza, per i teorici dell'equilibrio, ha preso a riferirsi allo stato di cose in cui i soggetti concorrenti già presenti sono talmente numerosi che non c'è più spazio per un ulteriore ingresso [...]<sup>33</sup>.

L'aspetto più infelice di questo uso del termine è chiaramente quello che, riferendosi a una situazione in cui non c'è spazio per un ulteriore sviluppo del processo concorrenziale, la parola è venuta ad indicare l'esatto

---

<sup>29</sup> Op. cit., p. 63.

<sup>30</sup> Lorenzo Infantino, Prefazione all'edizione italiana di *Concorrenza e imprenditorialità* di I.M. Kirzner, p. 17.

<sup>31</sup> I.M. Kirzner, *Concorrenza e Imprenditorialità*, p.64.

<sup>32</sup> Op. cit., p. 50.

<sup>33</sup> Op. cit., p. 65.

contrario dell'attività tipica del processo. [...] qualsiasi scostamento della realtà dalle condizioni di equilibrio è stato etichettato come il contrario di *concorrenziale*, e pertanto, per estensione, come effettivamente *monopolistico*<sup>34</sup>.

Di contro:” 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 [...], sia più ricca, offra maggiori possibilità di scelta<sup>35</sup>.

L'imprenditorialità coincide allora con la prontezza (*alertness*), con la capacità di scoprire nuovi obiettivi<sup>36</sup>. Viene vista come una sorta di attività di coordinamento, ossia: *Nel sistema dei prezzi di equilibrio, ogni individuo che prende le decisioni dispone di una serie di segnali pienamente coordinanti che [...] permette a tutti i piani di coincidere*<sup>37</sup>. Nella realtà, siamo in una situazione di disequilibrio dove i piani individuali non coincidono ma l'attività imprenditoriale spinge verso il coordinamento<sup>38</sup>.

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”*<sup>39</sup>.

---

<sup>34</sup> Op. cit., p. 65.

<sup>35</sup> Op. cit., p. 50.

<sup>36</sup> Op. cit., p. 77.

<sup>37</sup> Op. cit., p. 303.

<sup>38</sup> Lorenzo Infantino, Prefazione all'edizione italiana di *Concorrenza e imprenditorialità* di I.M. Kirzner, p. 19.

<sup>39</sup> I.M. Kirzner, *Concorrenza e imprenditorialità*, p.304, corsivo aggiunto.

## CAPITOLO SECONDO

### IL CONTRIBUTO DI JOSEPH ALOIS SCHUMPETER

#### 2.1 Joseph Alois Schumpeter

Joseph Alois Schumpeter fu un economista austriaco, tra i maggiori del XX secolo. Nacque nel 1883 a Triesch, in Moravia allora parte dell'Impero Austro Ungarico, da una famiglia appartenente all'etnia tedesca dei Sudati. Nella capitale dell'impero, Schumpeter studiò presso la facoltà di diritto dove, in seguito, si specializzò in economia. Dopo una breve esperienza professionale come avvocato al Cairo, Schumpeter fece ritorno in patria, ottenendo l'incarico di professore d'economia all'università di Czernowitz. Dopo la Grande Guerra fece parte di una commissione per lo studio delle socializzazioni istituita dalla repubblica di Weimar. Nel 1919 rivestì per un breve periodo, la carica di ministro delle finanze del governo della repubblica austriaca. In seguito, tenne la presidenza della banca Biederman fino al 1924. Nel 1932 si trasferì negli Stati Uniti dove insegnò ad Harvard e fu presidente della Società Econometrica dell'American Economic Association finché nel 1950, precisamente l'8 gennaio, la morte lo colse nel sonno.

Schumpeter viene ricordato per il contributo originale e caratterizzante che ha dato alla teoria economica, in particolare nella sua opera prima, *L'essenza e i contenuti fondamentali dell'economia teorica* (1908) in cui sostiene l'affinità dell'economia con le scienze sociali, sostenendo che lo studio economico dovesse essere tenuto bene separato da quello delle scienze sociali.

Con la *Teoria dello sviluppo economico* (1911), l'economista austriaco aggiunse all'approccio "statico" un approccio "dinamico", adatto a spiegare la realtà dello sviluppo. Il modello economico statico si basa su dei beni che vengono prodotti e venduti secondo la mutevole domanda dei consumatori, ma i prodotti scambiati rimangono sempre gli stessi e le strutture economiche non mutano. Schumpeter fa notare che tale modello di economia non corrisponde alla realtà. Egli propone un modello "dinamico" dove introduce nuove figure: l'imprenditore, nuovi prodotti da immettere nel mercato, sfrutta le innovazioni tecnologiche, apre a nuovi mercati, cambia le modalità di organizzazione della produzione.

L'imprenditore, che è il soggetto principale di questo modello economico dinamico, dispone di capitali messi a disposizione dalle banche, che remunera con l'interesse, ossia una parte del profitto aggiuntivo realizzato grazie all'innovazione.

Altra opera importante risale al 1942, *Capitalismo, socialismo e democrazia* che tratta la convivenza di diversi ambiti: economico, politico e sociologico. Schumpeter rifiuta la concezione di Marx delle istituzioni sociali come mere sovrastrutture dei rapporti di produzione.

Per l'economista austriaco sarà proprio il successo del capitalismo a renderne inevitabile il declino. Con il processo di distruzione creatrice che la caratterizza, l'economia borghese sostituisce i vecchi modi di produrre e pensare, promuovendo lo sviluppo, ma distrugge i valori tipici dell'*ancien regime*, importante supporto alla stabilità.

In quest'opera Schumpeter attua un'analisi sociale: in sintonia con Marx, sottolinea l'importanza dello spirito innovativo nel processo economico che è in grado di generare profitto e benessere.

L'ultima opera importante, *Storia dell'analisi economica* uscì postuma nel 1954, curata dalla vedova Elizabeth Boody e dagli allievi Richard M. Goodwin e Paul Sweezy.

## 2.2 Schumpeter e l'individualismo metodologico

La scuola austriaca, o scuola di Vienna, è una scuola economica di pensiero che si allinea alla corrente dell'individualismo metodologico. Schumpeter non è formalmente parte della scuola austriaca ma ne condivide l'approccio metodologico, che è l'approccio individualistico cioè l'idea che i fenomeni sociali ed economici debbano essere spiegati a partire dalle azioni degli individui e dalle conseguenze che queste azioni producono. Schumpeter è colui che ha coniato la dizione di *individualismo metodologico* nel 1908, infatti Menger e Mises, entrambi appartenenti alla scuola austriaca, usano altre espressioni per identificare questo approccio. Ad esempio Menger parla di metodo compositivo riferendosi al fatto che i fenomeni sociali sono la composizione delle azioni individuali. Schumpeter è il primo a rivendicare la divisione tra individualismo economico ed individualismo politico: negli autori a lui antecedenti, a cui si ispira la scuola austriaca come Smith, De Mandeville, Hume, questa distinzione non era presente.

L'approccio degli individualisti si basa sul piano ontologico sulla convinzione che esistono solo gli individui. Questa prospettiva metodologica sfocia, sul piano politico e sociale, in una posizione liberale e liberista, perché se esistono solo gli individui, allora questi devono essere il centro della società. All'individuo deve essere data libera iniziativa e dunque da un punto di vista politico si devono agevolare quelle condizioni che mettono l'individuo al centro della società, in altre parole la sua libertà. Le posizioni politiche degli individualisti sono strettamente legate alla loro visione metodologica. Schumpeter è convinto che dal punto di vista teorico occorre scindere le due prospettive: si può essere individualisti metodologici nella misura in cui si prediligono le azioni degli individui senza necessariamente trasporre questa posizione sul piano politico.

La peculiarità di Schumpeter è il suo approccio critico, nel senso che, sebbene ammiri talune ideologie proposte da altri studiosi ed economisti, mantiene sempre un punto di vista critico, evidenziandone i punti di

debolezza: come nel caso dei modelli economici neoclassici, che egli considera applicabili a qualunque periodo storico e fenomeno, ma essendo stazionari li critica perché non permettono di studiarne l'evoluzione.

### 2.3 La teoria del cambiamento

“La realtà è piena di vita e di movimento”<sup>40</sup>, da tale affermazione si evince la volontà di Schumpeter di iniziare lo studio del movimento della società capitalistica dai cambiamenti che si realizzano nella produzione. I caratteri generali di questo processo di cambiamento sono:

- Al processo partecipano, con ruoli diversi, individui e istituzioni;
- Né gli uni né le altre decidono in modo indipendente;
- Il processo è aperto alle possibilità di svolgimenti e di esiti diversi.

Nel primo aspetto si evince l'importanza della figura imprenditoriale in quanto, le decisioni relative a quanto del prodotto sociale investire ed a come investire sono assunte direttamente da individui che detengono i mezzi di produzione e perseguono il profitto, in quanto espressione di un potere di determinazione sulla società.

Storicamente, qualsiasi società esistono metodi di selezione non naturali per attribuire ad alcuni individui piuttosto che ad altri un potere di intervento nella regolazione di qualche aspetto della vita sociale, ed esistono anche particolari simboli per consentire alla collettività di riconoscere chi ha ottenuto tale potere<sup>41</sup>.

Secondo Schumpeter, l'atto che dà inizio al processo di cambiamento è la decisione imprenditoriale di introdurre una nuova combinazione. Tuttavia, per realizzare l'innovazione l'imprenditore deve procurarsi mezzi di produzione e forza-lavoro e li acquisisce solo in quanto posseda moneta: alla base di questa disponibilità, e dunque alla base di qualsiasi concreta innovazione sta sempre, almeno in ultima istanza, una creazione di credito ex novo. Inoltre, quando gli effetti dell'innovazione si propagano all'intera struttura produttiva, anche quei produttori che cercano di adeguarsi alla situazione mutata hanno bisogno di credito<sup>42</sup>.

Nel caso dell'economia capitalistica, secondo Schumpeter, l'individuo che si propone di raggiungere un comando nella produzione, di ottenere un profitto e, in ultima istanza, una posizione di prestigio sociale, non può limitare la sua conoscenza al sistema dei prezzi vigente.

Schumpeter continua: “[...] la produzione del capitale ha luogo in presenza di istituzioni che regolano le relazioni interindividuali [...] ed esclude la concezione atomistica dell'individuo”<sup>43</sup>.

---

<sup>40</sup> Nicolo de Vecchio, *Schumpeter Viennese*, Bollati Boringhieri 1993, p.19.

<sup>41</sup> Op. cit., p. 21.

<sup>42</sup> Op. cit., p. 22.

<sup>43</sup> Cfr. 1914, pag. 44. Qui Schumpeter afferma che la consuetudine di spiegare i fenomeni sociali sulla base dell'azione individuale e la concezione della società come immutabile e sottoposta ad uno 'stato normale' trovano origine comune nell'ipotesi di una ragione umana, essa stessa immutabile.



Nella sua teoria del cambiamento l'individuo è parte costitutiva della società in un modo che le tradizionali antinomie individuale\sociale o soggettivo\oggettivo impediscono di comprendere<sup>44</sup>.

Per definire l'imprenditore capitalistico, Schumpeter combina due ordini di considerazioni: in primo luogo risalta le motivazioni che spingono, in generale, un individuo ad agire contro le consuetudini indipendentemente dal contesto sociale e dal campo di azione.

Il tutto riconosciuto nelle inclinazioni a svolgere una funzione creatrice ed a raggiungere una posizione di prestigio nei rapporti sociali, in secondo luogo nel capitalismo l'attività innovativa si esplica fondamentalmente in campo economico in particolare come attività imprenditoriale.

A questo punto può mostrare che l'imprenditore, introducendo combinazioni produttive diverse da quelle in uso, differenzia quantitativamente o qualitativamente il risultato della produzione rispetto a quello dei produttori tradizionali, ed è in grado di trarre dalla vendita di ciò che produce una somma di denaro che gli assicura un surplus di valore: dispone, cioè, di un potere d'acquisto superiore a quello derivante dalla somma di denaro che ha impiegato per organizzare la produzione<sup>45</sup>.

Il profitto imprenditoriale è la forma assunta senza mediazioni da quel surplus che si origina nel corso del processo di adeguamento della struttura produttiva esistente alla nuova combinazione<sup>46</sup>. Esso certifica in modo tangibile all'interno della società un atto creativo avvenuto, una superiorità nella competizione economica, un diritto di "comando" sull'impiego futuro del prodotto sociale<sup>47</sup>.

Per chiarire ed evidenziare in maniera netta la distinzione tra produttore tradizionale ed imprenditore innovatore, Schumpeter approfondisce i tratti psicologici dell'imprenditore innovatore.

In prima istanza, l'imprenditore sembra affidarsi alla raffigurazione di una situazione futura indefinita, a differenza del produttore tradizionale che fonda la sua azione sulla concretezza di ciò che è già stato sperimentato. In realtà, l'imprenditore sente l'esigenza di conoscere la situazione esistente [...] proprio perché vuole cambiarla: in questo senso è un uomo pratico. Viceversa, il produttore tradizionale può agire con scarsa partecipazione, perché compie atti ripetitivi, la cui adeguatezza allo scopo non dipende dalla sua consapevolezza<sup>48</sup>. In seconda istanza, per il fatto di tentare il nuovo, l'imprenditore "aggiunge qualcosa ai dati [...], dà loro nuove forme, li pone in nuovi contesti" ed usa la sua "immaginazione", ossia si distacca dal presente, apre al mondo del possibile, vede nelle nuove combinazioni produttive "una possibilità reale" ed attribuisce al futuro che intende realizzare tratti che lo rendono, ai suoi occhi, tanto concreto quanto il presente. In terza istanza, l'imprenditore possiede una capacità di comprensione psicologica dell'individuo in quanto tale ed in quanto parte di entità collettive, ed una capacità di persuasione, a cui aggiungere autorità individuale<sup>49</sup>. Scopo dell'imprenditore è di ottenere maggior consenso da parte dei lavoratori al nuovo modo di organizzare la produzione.

---

<sup>44</sup> Op. cit., p. 26.

<sup>45</sup> Nicolò de Vecchi, *Schumpeter Viennese*, Bollati Boringhieri, 1993, p. 30.

<sup>46</sup> Op. cit., pp. 31-32.

<sup>47</sup> Op. cit., p. 33.

<sup>48</sup> Op. cit., p. 34.

<sup>49</sup> Op. cit., p. 35.

L'imprenditore è considerato come elemento endogeno del capitalismo, è creatore, ma la sua creatività non è istintiva né tanto meno irrazionale, bensì sorretta da una conoscenza del presente e di uno sguardo alle possibili situazioni future. La mentalità imprenditoriale non è appannaggio di individui isolati, ma è mentalità di una classe: la classe di coloro che raggiungono il comando sulla produzione<sup>50</sup>. In quanto tale, essa può imporsi come "fatto sociale", ossia esercitare sull'intera collettività un'influenza, che sarebbe negata al singolo individuo.

Non solo essa spinge individui sempre nuovi a farsene "portatori" tentando la conquista del potere economico, ma è accolta anche al di fuori dei confini dell'attività economica<sup>51</sup>. In conclusione tra l'imprenditore e il contesto sociale vi è un rapporto di reciproca determinazione.

## 2.4 Il Processo di distruzione creatrice

Il ruolo cruciale è la funzione innovativa che fa dell'imprenditore l'elemento centrale dello sviluppo economico e crea una visione dinamica della sua attività, lontana dall'approccio studiato dai neoclassici. L'innovazione generata dall'azione creativa (non adattiva) crea potere di mercato e profitti intesi come risultati di un'attività imprenditoriale indipendentemente dalla destinazione del profitto stesso. Il progresso è prodotto dall'evoluzione guidata dall'imprenditore e dal suo ruolo che ha come fondamenta la capacità di infrangere le regole e le abitudini produttive consolidate.

In Schumpeter è dominante la figura dell'innovatore capace di rompere con lo status quo per creare qualcosa di totalmente nuovo, in Capitalismo, Socialismo e democrazia introduce il concetto di *distruzione creatrice*:

*Capitalism [...] is by nature a form or method of economic change and not only never is but never can be stationary. [...] The fundamental impulse that sets and keeps the capitalist engine in motion comes from the new consumers' goods, the new methods of production or transportation, the new markets, the new forms of industrial organization that capitalist enterprise creates.*

*[...] The opening up of new markets, foreign or domestic, and the organizational development from the craft shop and factory to such concerns as U.S. 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. This process of Creative Destruction is the essential fact about capitalism. It is what capitalism consists in and what every capitalist concern has got to live in.*

*[... Capitalism requires] the perennial gale of Creative Destruction<sup>52</sup>.*

---

<sup>50</sup> Op. cit., p. 36.

<sup>51</sup> Op. cit., pp. 36-37.

<sup>52</sup> Joseph A. Schumpeter, *Capitalism Socialism and Democracy*, London Routledge, pp.82-83.

In questo passo Schumpeter evidenzia come l'innovazione generi due conseguenze contrastanti: da un lato genera novità avviando un nuovo processo di produzione, dall'altro rivoluziona la struttura economica distruggendone l'ordine tradizionale.

*Schumpeter identified innovation as the critical 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 can provide better results than the invisible hand and price competition. He argued that technological innovation often creates temporary monopolies, allowing abnormal profits that would soon be competed away by rivals and imitators. These temporary monopolies were necessary to provide the incentive for firms to develop new products and processes<sup>53</sup>.*

A tal proposito, Schumpeter cerca di tracciare le linee essenziali generate dall'innovazione nel processo economico procedendo per gradi. Assume, in prima istanza, il caso semplice di una innovazione isolata che è introdotta in un'economia abituata all'invarianza delle combinazioni produttive, in questo modo egli riesce a distinguere una sequenza di fasi. In seguito introduce argomenti per fondare l'ipotesi di comparsa degli imprenditori *a sciame* e i fenomeni di composizione che ne derivano. In questa prima fase l'imprenditore non appena dispone di un finanziamento e lo spende per realizzare il suo progetto, entra in competizione con quanti già svolgono un'attività produttiva: i nuovi mezzi di pagamento gli consentono di sottrarre agli altri produttori mezzi di produzione e forza lavoro<sup>54</sup>.

Il primo effetto della sua comparsa è, quindi, una tendenza all'aumento dell'occupazione e del salario monetario a parità dei prezzi dei beni di consumo<sup>55</sup>.

La seconda fase trova la sua origine nelle circostanze: l'introduzione dell'innovazione, indipendentemente dal settore in cui è stata introdotta, ha comportato una diminuzione del costo reale per unità di prodotto sociale: ciò significa che nel sistema economico, a seguito della nuova combinazione, l'unità di consumo è prodotta con un dispendio di lavoro e terra inferiore, o anche che, a parità di dispendio di lavoro e terra, cresce la disponibilità di unità di consumo per la collettività<sup>56</sup>.

Quando il nuovo processo produttivo giunge al termine, accade che a fronte di una domanda monetaria che ha raggiunto il suo massimo sta una maggior disponibilità di unità di consumo. I prezzi tenderanno allora a cadere<sup>67</sup>. Ne segue che l'occupazione stessa ha ormai raggiunto il suo massimo ed ora diminuisce. Per gli stessi motivi cade la domanda di beni di investimento<sup>57</sup>.

---

<sup>53</sup> An Introduction to Economics with Emphasis on Innovation, Pol, E Carroll, P, 2006.

<sup>54</sup> Nicolò de Vecchi, *Schumpeter Viennese*, Bollati Boringhieri, 1993 p.58.

<sup>55</sup> Cfr. 1912, p. 290.

<sup>56</sup> Cfr. 1912, p. 288. A seguito della nuova combinazione possono aversi non solo mutamenti nell'ammontare e nella composizione del prodotto sociale, ma anche sostituzioni di merci non più prodotte come merci nuove, ossia cambiamenti qualitativi. In questo caso sorge un problema di confronto tra l'unità di consumo in base alla nuova organizzazione della produzione rispetto all'unità di consumo valida precedentemente.

<sup>57</sup> Cfr. 1912, p. 280.

Questa fase procede finché risultano attive tutte quelle imprese che sono riuscite ad adeguarsi alle nuove combinazioni produttive e che, imitando l'imprenditore, ne annullano il profitto. A questo punto il sistema economico si trova in una situazione analoga a quella iniziale – priva, cioè, di attività imprenditoriale- anche se sono mutati struttura produttiva, stato di occupazione, sistema dei prezzi e distribuzione del reddito<sup>58</sup>.

La rappresentazione dell'imprenditore all'interno della dinamica economica si rifà ad un'opera del 1939, i *Business Cycles*, pubblicata, dopo una lunga gestazione, quando già Schumpeter si era trasferito negli Stati Uniti: la data può essere considerata come il punto di arrivo della sua pluridecennale riflessione in materia (che aveva preso avvio dalla sua innovativa opera del 1912, la *Teoria dello sviluppo economico*).

Il suo ingresso nella competizione economica è seguito da cambiamenti dei piani di azione dei produttori tradizionali, ognuno dei quali vede mutare le proprie combinazioni di produzione in modo inatteso. I produttori tradizionali, possono reagire passivamente a questo cambiamento ed addirittura rinunciare alla competizione oppure possono adeguarsi alle nuove combinazioni.

Possono innovare a loro volta: infatti ogni attività imprenditoriale sollecita la comparsa di altri innovatori. Nelle nuove condizioni *l'iniziativa pratica* dell'imprenditore assume tratti rimasti sinora nascosti<sup>59</sup>. Si presenta anche come attitudine a cogliere i mutamenti nei comportamenti altrui e a rivedere decisioni di azione e persino obiettivo, in funzione delle reazioni che l'ambiente riserva e che l'imprenditore non poteva mettere in conto nel formulare le sue attese di profitto al momento in cui decise di innovare<sup>60</sup>.

Quindi l'imprenditore, definito da Schumpeter *spirito selvaggio* è un innovatore quando è in grado di inserire nel mercato qualcosa di nuovo che possa soddisfare le esigenze 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*<sup>61</sup>. Perciò ogni individuo portatore di idee nuove indipendentemente dalla propria classe sociale di appartenenza, può essere considerato imprenditore a tutti gli effetti. È necessario però che l'individuo sia dotato di capacità di leadership, sappia cogliere i segnali del mercato, disponga del capitale per poter riuscire a sfruttare le condizioni legate all'accesso al credito. Il secondo Schumpeter sostituisce così al capitalismo imprenditoriale, all'analisi del quale egli aveva dedicato tutta la sua vita, il capitalismo trustificato, il capitalismo del big business, in cui i manager (e non più gli imprenditori) erano gli attori principali del progresso mentre l'attività innovativa, non più prerogativa dei secondi, diveniva endogena al sistema delle imprese che la sviluppava attraverso un costante sforzo delle sue unità di ricerca specializzate<sup>62</sup>.

---

<sup>58</sup> Cfr. 1912, pp. 284-86.

<sup>59</sup> Nicolò de Vecchi, *Schumpeter Viennese*, Bollati Boringhieri, 1993 p. 61.

<sup>60</sup> Nicolò de Vecchi, *Schumpeter Viennese*, Bollati Boringhieri, 1993 p. 62.

<sup>61</sup> Joseph A. Schumpeter, *Capitalism Socialism and Democracy*, London Routledge pp. 149-159.

<sup>62</sup> Sulle differenze concettuali fra il primo e il secondo Schumpeter, e sulle loro conseguenze teoriche, cfr. C. Antonelli, *Cambiamento tecnologico e teoria dell'impresa*, Torino, Loescher, 1983 e G. Dosi - R. Giannetti - P. A. Toninelli, *Theory and History of Technology and Business Firms. The Microeconomics of Industrial Development in Technology and Enterprise in a Historical Perspective*, a cura di Idem, Oxford, Oxford Univ. Press, 1992, pp. 1-27.

L'autore tiene a specificare il suo disappunto nei confronti della figura manageriale in quanto portata ad eseguire un mandato piuttosto che a creare nuovi equilibri nel sistema economico.

## 2.5 Teorie alternative all'imprenditorialità

Accanto agli indirizzi manageriale e post-schumpetrisco, c'è tuttavia nella America del Novecento una linea di ricerca, che partendo da Frank Knight arriva a Ronald Coase e Oliver Williamson, che ha contribuito non poco a gettare ulteriore luce sulla natura e sul ruolo dell'imprenditore. Per Knight l'aspetto che definisce l'imprenditore non è più l'innovazione ma, riecheggiando von Thunen, il rischio e l'incertezza. Mentre il rischio è qualcosa di misurabile e valutabile ex-ante da parte dell'operatore economico, e quindi, coperto da assicurazione, può essere trasferito ad altri, l'incertezza fa riferimento a qual cosa che non è quantificabile, perché implica situazioni nuove e sconosciute: "in condizioni di incertezza [...] il problema primario diventa il decidere cosa fare e come farlo". È dall'incertezza che derivano le più importanti conseguenze dell'organizzazione sociale. In particolare, il compito della previsione e al tempo stesso quello della direzione della tecnologia e del controllo della produzione che ne conseguono sono "concentrati presso una ristretta classe di produttori: ci troviamo qui di fronte a nuovi funzionari economici, gli imprenditori"<sup>63</sup>.

Il profitto dell'imprenditore è la retribuzione che egli ottiene nel portare a termine quei compiti e la sua funzione si esplica anche in puro 'ambiente' neoclassico, ovvero in presenza di concorrenza perfetta e in situazione di stabile equilibrio di lungo periodo. Tuttavia alcuni suoi spunti vengono ripresi da Coase e Williamson, anche se con essi l'enfasi si sposta dall'imprenditore all'impresa, in particolare alla natura dell'impresa: perché in un sistema di concorrenza perfetta, in cui gli scambi dovrebbero essere controllati dal meccanismo del mercato, nasce l'impresa? Perché l'impresa è, col mercato, l'istituzione economica del capitalismo? Proprio per ridurre (internalizzare) i costi del mercato, in primo luogo quelli connessi all'incertezza: "senza incertezza sembra alquanto improbabile l'emergere dell'impresa", solo "formando un'organizzazione e permettendo ad un autorità (un 'imprenditore') di dirigere le risorse, possono essere risparmiati alcuni costi di contrattazione"<sup>64</sup>.

Nella seconda parte del Novecento, comunque, il dibattito sull'imprenditore si arricchisce notevolmente, un apporto fondamentale viene offerto dalla storia d'impresa, sia nella variante della *entrepreneurial history*, tesa essenzialmente a valorizzare le figure dei singoli imprenditori. Le trasformazioni in atto nell'economia contemporanea, del resto, hanno rinvigorito l'interesse per il ruolo dell'imprenditorialità nello sviluppo.

---

<sup>63</sup> Pier Angelo Toninelli, *Una nota sulla storia del concetto di imprenditore*, p. 475.

<sup>64</sup> R. Coase, La natura dell'impresa, in Amatori - Toninelli, Un'introduzione alla storia d'impresa cit., p. 46 ed. or. *The Nature of the Firm*, in "Economica", 1937, n. 4, pp. 386-405.

I progressi della scienza e della tecnica dell'ultimo quarto di secolo, le innovazioni di frontiera di quella che da più parti ormai è definita la 'terza rivoluzione industriale', che hanno fatto della flessibilità e della rapida appropriabilità la ricetta per il successo, le nuove forme di organizzazione industriale. O'Donnell 1973 considera il ruolo dell'imprenditore nelle teorie di Schumpeter e di Veblen. Occupandosi di Schumpeter si adegua alla tesi in base agli intenderebbe il processo di cambiamento produttivo unicamente come il risultato della creatività imprenditoriale. Veblen differirebbe da Schumpeter soprattutto perché ritiene che le trasformazioni della struttura produttiva avvengono in modo graduale, per accumulazione di esperienze generazionali, e non in modo discontinuo<sup>65</sup>.

Come un secolo fa, l'enfasi è di nuovo posta sull'intraprendenza personale, sull'impegno del singolo imprenditore, sulla capacità di innovare, persino sulla fortuna: ciò ha provocato uno straordinario revival in materia, secondo linee che non si discostano poi molto da quanto aveva sostenuto il 'primo' Schumpeter. La storia, in questa fase, sembra far giustizia delle oscure previsioni che avevano amareggiato gli ultimi anni del l'economista austriaco: un omaggio postumo alla sua grandezza, come già aveva riconosciuto, poco dopo la sua morte, un altro suo eccelso collega, Nicholas Kaldor:

È l'eroe di Schumpeter, "imprenditore innovatore", che avevamo bandito tanto sommariamente e con un certo disprezzo all'inizio, ha, dopo tutto, un posto onorevole, o persino la parte principale, nel dramma[...]<sup>66</sup>.

---

<sup>65</sup> T. Veblen, *The Engineers and the Price System*, New York, Huebsch, 1921.

<sup>66</sup> N. Kaldor, *The Relation of Economic Growth and Cyclical Fluctuations*, in *Economic Journal*, March 1954, trad. it. La relazione fra sviluppo economico e fluttuazioni cicliche, in *Equilibrio, distribuzione e crescita*, a cura di F. Targetti, Torino, Einaudi, 1984, cit. a p. 93.

## CAPITOLO TERZO

### LA FIGURA DI ISRAEL KIRZNER

#### 3.1 Biografia

Israel Mayer Kirzner è stata una tra le figure più importanti della rinascita della Scuola Austriaca negli anni 70' in quanto ha reso tale scuola di pensiero intellegibile agli altri scienziati, allineando al pensiero austriaco il neoclassicismo, le questioni e i problemi sono diventati visibili ad un pubblico molto più ampio. Kirzner non ha solo contribuito all'interno delle discipline economiche di queste scuole di pensiero, ma ha influenzato il campo in un senso più generale dell'economia.

Non solo per i suoi contributi metodologici e teorici su teorie del capitale, di processi di mercato, di imprenditorialità, di etica, di *politics*, di *policys*, di teoria dello stato sul liberismo e sul socialismo ma, anche per i suoi sforzi organizzativi, per aver promosso conferenze e corsi e aver curato libri<sup>67</sup>.

Israel M. Kirzner nasce a Londra il 13 febbraio del 1930, si trasferì successivamente in Sud Africa dove cominciò i suoi studi universitari a Citta del Capo, terminando al *Brooklyn College* dove finì il bachelor in arts/ba nel 1954 e un MBA nel 1955.

Inizialmente Kirzner voleva dedicarsi allo studio della contabilità e del business e dovendo scegliere un corso opzionale, si recò in biblioteca dove entrò in contatto con gli scritti di Mises di cui decise di seguire il corso<sup>68</sup>. Fortemente catturato dalle teorie dell'austriaco decise di intraprendere un dottorato alla *New York University*, proprio sotto il suo coordinamento che completò nel 1957 con la pubblicazione di *The economic point of view*.

Kirzner tenta di coniugare Mises e Hayek sviluppando una teoria che, oltre ad unire le due visioni degli autori, da un contributo all'avanzamento della Scuola Austriaca.

Il principale contributo di Kirzner è senza dubbio la sua teoria dell'imprenditorialità, come *alertness* alle opportunità di profitto non ancora notate e sfruttate, la quale ha dato anche molti spunti sulla teoria del processo di mercato, alla teoria dell'impresa, al dibattito sull'acquisizione della proprietà incentrato sulla moralità del profitto.

Kirzner è autore di innumerevoli scritti scientifici, di cui saggi, articoli, commenti e contributi a vari volumi, pertanto è bene ricordare i nove libri di cui è padre: *The Economic Point of View* (1960) - *Market Theory and The Price System* (1963) - *An Essay on Capital* (1966) - *Competition and Entrepreneurship* (1973) -

---

<sup>67</sup> P. Boettke, I. Kirzner, *Nomos* 1987; K. Vaughn, *Austrian economics in America. The migration of a tradition*, Cambridge, Cambridge University press, 1998.

<sup>68</sup> Intervista di I. Kirzner a *Austrian economic newsletter*, Mises Institute, Auburn Alabama, Usa, 1992.

*Perception, Opportunity and Profit* (1979) - *Discovery and the Capitalist Process* (1985) – *Discovery, Capitalism and Distributive Justice* (1989) - *The Meaning of Market Process* (1992) - *Essays on Capital and Interest* (1996). È chiaro come i temi principali siano sempre i medesimi: il mercato e la concorrenza, l'imprenditorialità ed il profitto<sup>69</sup>.

Nel 2006 l'autore è stato insignito dell'*International award for entrepreneurship and small business research*, ed è stato definito “uno dei più forti critici con più voce in capitolo della preoccupazione neoclassica per i risultati di equilibrio, laddove uno dei suoi più grandi contributi è stato quello di portare la Scuola Austriaca più in linea con quella mainstream”<sup>70</sup>. Il suo lavoro “ha avuto ampie conseguenze. Infatti, sebbene il corpo principale dell'opera di Kirzner sia stato rivolto all'imprenditorialità, egli si è avventurato anche in numerosi altri campi, quali la metodologia dell'economia, il ruolo del policymaker, la giustizia economica e la libertà”.

### 3.2 Il processo di mercato e la sua teoria

La teoria del mercato, più frequentemente ma meno felicemente nota come teoria dei prezzi o teoria microeconomica, si fonda sull'idea di base secondo cui i fenomeni del mercato possano essere ‘compresi’ in quanto manifestazione di relazioni sistematiche. I fenomeni economici osservabili sono: i prezzi ai quali i prodotti vengono scambiati, il tipo e la qualità di beni prodotti, le quantità compravendute, i metodi di produzione utilizzati, i prezzi dei fattori di produzione impiegati, la struttura dei singoli mercati, ecc. Sono considerati non una massa di dati isolati e irriducibili, ma il risultato di processi ben determinati che, in teoria, è possibile afferrare e comprendere<sup>71</sup>.

Questa idea di base è stata approfondita ed utilizzata per decenni dai teorici da cui è emersa una struttura imponente formata da un corpo di conoscenze teoriche riconosciuta come *teoria dei prezzi*. Tale teoria affonda le sue radici nel contesto anglo-americano dove, l'elemento principale è di origine marshalliana trasformato negli anni Trenta dalle innovazioni della Robinson e di Chamberlin. Nella teoria dei prezzi come viene generalmente presentata, la concezione della funzione dei prezzi è la seguente:

*In un sistema di mercato, l'attività dei soggetti che vi partecipano consiste nella scelta delle quantità e delle qualità dei beni e dei fattori che si vogliono acquistare e vendere e dei prezzi ai quali tali operazioni possono essere effettuate. Soltanto determinati valori delle variabili di prezzo e quantità sono compatibili con l'equilibrio del sistema dei prezzi*<sup>72</sup>.

---

<sup>69</sup> Lorenzo Infantino, Prefazione all'edizione italiana di *Concorrenza e imprenditorialità* di I.M. Kirzner, p. 6.

<sup>70</sup> Adriano Gianturco Gulisano, *L'imprenditorialità di Israel Kirzner*, Rubbettino, p. 12.

<sup>71</sup> Israel M. Kirzner, *Concorrenza e imprenditorialità*, Rubbettino 1997, p. 32.

<sup>72</sup> Op. cit., pp. 34-35.



Date certe condizioni, esisterà un solo insieme di attività che consente di portare a compimento tutte le operazioni programmate. In questo modo, i teorici possono dedurre la costellazione di prezzi e quantità compatibili con tutte le possibili decisioni.

L'obiettivo principale della teoria dei prezzi è sviluppare delle relazioni funzionali tra i prezzi e le quantità che prevalgono non solo in un certo istante di equilibrio, ma anche in ogni istante lungo il sentiero dell'equilibrio. Secondo questa idea del compito della teoria dei prezzi, l'attenzione è concentrata sui *valori delle variabili di prezzo e quantità*, in particolare sull'insieme di valori compatibili con le condizioni di equilibrio<sup>73</sup>.

Secondo il pensiero di Kirzner invece, il compito della teoria dei prezzi è ben differente. Ovviamente, il mercato è sempre concepito come costituito dalle attività dei soggetti che vi partecipano quali i consumatori, i produttori, i proprietari delle risorse produttive. Tale attività viene determinata dalle decisioni di produrre, di acquistare e di vendere beni e risorse. E anche qui esiste un modello di decisioni che sono tra loro compatibili, il che consente di portare a termine tutte le attività progettate, senza esclusione. *Ma la situazione sulla quale si concentra l'attenzione non è l'equilibrio. I quaesita della teoria dei prezzi non sono le relazioni tra prezzi e quantità di equilibrio o le relazioni tra i prezzi e quantità che determinano nel tempo disequilibrio*<sup>74</sup>.

La teoria dei prezzi serve a comprendere come l'interazione tra gli individui partecipanti al mercato arrivino a generare *variazioni* dei prezzi, della produzione, dei metodi di produzione, della distribuzione delle risorse in modo da capire come i cambiamenti delle decisioni o dei dati sulle quali queste si basano, mettono sistematicamente in moto altre variazioni in altre aree del mercato. L'oggetto di interesse di Kirzner sono quindi le relazioni che determinano i prezzi e quantità di equilibrio. L'efficienza del sistema dei prezzi dipende dal grado di successo con quale le forze di mercato riescono a generare correzioni spontanee di quei modelli distributivi che prevalgono nelle situazioni di disequilibrio.

Il mercato è composto in ogni periodo di tempo dalle decisioni di coloro che lo compongono e che vi partecipano. Le decisioni assunte presuppongono ulteriori decisioni corrispondenti da parte di altri soggetti. Le decisioni di acquisto dei consumatori dipendono dalle decisioni di vendita degli imprenditori-produttori. Le decisioni di vendita dei proprietari delle risorse dipendono dalle decisioni di acquisto degli imprenditori produttori. Ogni coppia di decisioni che collimano costituisce una situazione in cui l'opportunità che si presenta a ciascuna parte è, allo stato della sua conoscenza, la migliore che gli possa venir offerta sul mercato<sup>9</sup>.

All'interno del processo di mercato si alternano momenti di ignoranza dove, ogni acquirente o venditore rivede le proprie offerte di acquisto o vendita alla luce della conoscenza successivamente acquisita dalle

---

<sup>73</sup> Op. cit., pp. 35-36.

<sup>74</sup> Op. cit., pp. 36-37.

opportunità alternative che si possono aspettare dal mercato. In questo senso il processo di mercato è intrinsecamente *concorrenziale*<sup>75</sup>.

Se il processo concorrenziale compisse il suo corso sino alla fine, in altri termini se tutte le decisioni arrivassero a collimare pienamente, nessun partecipante avvertirebbe più la spinta a migliorare le opportunità che al momento offre sul mercato, perché nessun altro offrirebbe opportunità migliori.

### 3.3 Il ruolo dell'imprenditore

*“In economia, quando si parla degli imprenditori, non si hanno in mente gli uomini, ma una funzione definita. Questa funzione è parte integrante di ogni azione. Incarnando questa funzione in una figura immaginaria, utilizziamo un espediente metodologico”*<sup>76</sup>.

Secondo Kirzner è possibile definire in modo soddisfacente l'elemento sfuggente dell'imprenditorialità. A partire dalla classica analisi di Lord Robbins (*An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*, 1932), l'aspetto economico dell'attività individuale è stato spiegato in termini di assegnazione di risorse scarse per fini alternativi. Ogni individuo viene visto come posto di fronte a un 'problema economico'- il problema di scegliere quei corsi di azione che, dati i mezzi di cui dispone, gli consentono di raggiungere quanti più obiettivi è possibile. A volte tale problema viene esposto in termini di ricerca di efficienza, o di massimizzazione della soddisfazione degli obiettivi<sup>77</sup>.

La posizione di Kirzner su questa visione analitica di partecipanti al mercato come individui economizzanti, massimizzanti, alla ricerca dell'efficienza è per molti aspetti incompleta e fuorviante.

A riguardo, afferma:” *Ritengo che questa visione del mercato sia responsabile dell'insistenza esclusiva e dannosa sulle situazioni di equilibrio. Una moltitudine di individui economizzanti, ognuno dei quali opera le sue scelte sulla base di fini e mezzi dati, senza l'introduzione di un elemento esogeno aggiuntivo, non può generare un processo di mercato (che richiede una serie di variazioni sistematiche dei mezzi a disposizione dei partecipanti al mercato)*<sup>78</sup>.

L'autore ritiene sia più appropriato soffermarsi sul concetto di *homo agens* di Mises, qui emerge chiaramente la sua attitudine austriaca. *Homo agens* che è un uomo dotato non solo della propensione a perseguire gli obiettivi in modo efficiente, una volta che gli obiettivi sono stati chiaramente identificati, ma dello stimolo e della *prontezza* necessari a individuare gli obiettivi da raggiungere e i mezzi disponibili<sup>79</sup>.

Cosa si intende per *prontezza o alertness*?

---

<sup>75</sup> Israel M. Kirzner, *Concorrenza e imprenditorialità*, Rubbettino 1997, p. 44.

<sup>76</sup> L.von Mises, *L'azione umana*, Rubbettino, Soveria Mannelli 2015, pp.252-3.

<sup>77</sup> Israel M. Kirzner, *Concorrenza e imprenditorialità*, Rubbettino 1997, p. 71-2.

<sup>78</sup> Op. cit., p. 72.

<sup>79</sup> Israel M. Kirzner, *Concorrenza e imprenditorialità*, Rubbettino 1997, p. 73.

Kirzner spiega:” *L’aspetto della conoscenza di importanza cruciale per l’imprenditore, non è tanto quello della conoscenza sostanziale dei dati del mercato quanto, la prontezza, la conoscenza relativa a dove trovare i dati del mercato*<sup>80</sup>.

Inoltre, precisa: “*Ho deciso di vedere nella prontezza (alertness) a scoprire nuovi obiettivi che probabilmente si riveleranno valevoli e nuove risorse probabilmente disponibili l’elemento imprenditoriale del processo decisionale dell’uomo. È questo elemento imprenditoriale dell’uomo che è responsabile della nostra visione dell’azione umana come attiva, creativa e umana, invece che passiva, autonoma e meccanica*<sup>81</sup>.

Poiché l’uomo non vive in un mondo di conoscenza perfetta, risulta praticamente impossibile prevedere il processo decisionale di ogni partecipante al mercato, in quanto non si è in possesso dei mezzi necessari per un calcolo strutturato delle aspettative. Analizzare i fenomeni di mercato in relazione ai principi di massimizzazione ed efficienza ha senso se e solo se parliamo di un ambiente in cui la conoscenza è completa; se, tuttavia, ci concretizziamo su un sistema di mercato più attinente alla realtà, l’elemento imprenditoriale diventa imprescindibile per le decisioni individuali, ma abbiamo il dovere di esplicitare in che modo il mercato fornisce nuove informazioni ai suoi partecipanti<sup>82</sup>.

La conoscenza imprenditoriale quindi, può essere definita come il grado più alto di conoscenza necessaria a sfruttare l’informazione disponibile già posseduta.

È ora possibile introdurre nell’analisi lo strumento dell’imprenditore *puro*, cioè un individuo che assume le decisioni il cui ruolo deriva *interamente* dalla sua prontezza a cogliere opportunità sino ad allora non notate<sup>18</sup>.

Se l’individuo è consapevole del fatto che, all’interno del mercato, si possono presentare delle opportunità migliori, la soluzione più favorevole non è più una questione di calcolo e di economizzazione; la sua individuazione dipende anche dalle qualità imprenditoriali dell’individuo che assume la decisione o dalla sua propensione a intuire la mossa giusta da compiere.

Tuttavia ciò che l’introduzione dell’imprenditore *puro* implica è la creazione di un individuo che inizia *con nessun tipo di mezzo*<sup>83</sup>.

Tutto ciò di cui il nostro imprenditore senza mezzi ha bisogno, per arrivare al risultato migliore, è semplicemente sapere dove trovare queste opportunità. Tutto ciò che deve fare è scoprire dove sono gli acquirenti che pagano troppo e dove sono i venditori che ricevono troppo poco, e colmare tale divario offrendo di acquistare a prezzi un po’ più alti e di vendere a prezzi un po’ più bassi.

---

<sup>80</sup> Op. cit., p. 115.

<sup>81</sup> Diversi scrittori hanno messo in luce la passività dell’individuo nella decisione di tipo robbinsiano, che domina la teoria microeconomica contemporanea. Si veda in particolare modo, G. L. S. Shackle, *The Nature of Economic Thought, Selected Papers 1955-64*, Cambridge University Press, New York, 1966, p. 130.

<sup>82</sup> Op. cit., p. 79.

<sup>83</sup> In economia, quando si parla degli imprenditori, non si hanno in mente gli uomini, ma una funzione definita. Questa funzione è parte integrante di ogni azione. *Incarnando questa funzione in una figura immaginaria*, utilizziamo un espediente metodologico, Mises, *Human Action*, cit., pp. 252-53, corsivo aggiunto.

### 3.4 Concorrenza e imprenditorialità

“Per concorrenza, nel senso lato in cui lo intendono gli operatori economici, consiste in gran parte nel distruggere la concorrenza nel senso ristretto degli economisti”<sup>84</sup>. La concorrenza *perfetta* denota, per la teoria dei prezzi una situazione in cui ciascun partecipante al mercato sa esattamente cosa stanno facendo tutti gli altri, in cui è perfettamente inutile tentare di realizzare qualcosa in modo migliore di quanto gli altri stanno già facendo, e in cui quindi non è affatto necessario tenere gli occhi aperti per vedere cosa gli altri fanno. È lo stato di “placida accettazione del verdetto del mercato sui prezzi”<sup>85</sup>.

Come si è detto precedentemente, per l’economizzatore robbinsiano, la struttura rilevante all’interno del mercato è rappresentata dalle opportunità di acquisto o vendita che egli ritiene disponibili. Pertanto tale struttura del mercato è rappresentata da un insieme di situazioni *date* di domanda che l’economizzatore, in quanto venditore, ha di fronte a sé come un insieme di situazioni di offerta *date*, che egli in quanto acquirente, ha di fronte a sé. A tal proposito nella teoria di prezzi l’ipotesi dell’incertezza è totalmente assente poiché l’individuo si misura con una struttura che è già stata stabilita. L’elemento competitivo viene chiaramente a mancare, in quanto l’individuo ha a disposizione degli strumenti che gli permettono di decidere al di là di ciò che fanno gli altri partecipanti, manca dunque quella spinta a superarli. La componente imprenditoriale è infatti esclusa dall’analisi. Vi è una mera attività di calcolo nello stabilire quale opportunità sia più conveniente di un’altra ed è per questo motivo che acquirenti e venditori, in una situazione di concorrenza perfetta, vengono considerati economizzatori robbinsiani; tuttavia ciò risulta in contrasto con il significato di concorrenza, che include un processo attivo di creazione e individuazione delle opportunità profittevoli<sup>86</sup>.

Kirzner intende sostenere che l’imprenditorialità e la competitività sono due lati della stessa medaglia: che l’attività imprenditoriale è sempre concorrenziale e l’attività concorrenziale è sempre imprenditoriale<sup>87</sup>. Per comprendere questa argomentazione sostenuta da Kirzner è necessario chiarire prima di tutto cosa si deve intendere per *ostacolo alla concorrenzialità* del processo imprenditoriale.

Nella teoria della concorrenza perfetta è semplice spiegare cosa si intende per imperfezione in quanto è sufficiente individuare un modello di azioni che non sono compatibili con l’insieme di azioni ammissibili in uno stato di concorrenza perfetta. Non esiste un modello di azioni che può essere considerato incompatibile con il processo di mercato concorrenziale. Non necessariamente il processo concorrenziale si arresta se i

---

<sup>84</sup> J. Robinson, *The Impossibility of Competition*, in E. H. Chamberlin (a cura di), *Monopoly and Competition and Their Regulation*, Oxford University Press, London, 1954, pp.245-46.

<sup>85</sup> Si veda N. Georgescu-Roegen, *Chamberlin’s New Economics and the Unit of Production*, in R. Kuenne (a cura di), *Monopolistic Competition Theory: Studies in Impact, Essays in Honor of Edward H. Chamberlin*, John Wiley, New York, 1967, p. 32.

<sup>86</sup> Israel M. Kirzner, *Concorrenza e imprenditorialità*, Rubbettino 1997, pp. 149-151.

<sup>87</sup> Op. cit., pp. 148-149

partecipanti al mercato non sono venuti ancora a conoscenza di una attività redditizia, ma che sicuramente vi si getteranno in modo competitivo, non appena le avranno scoperte.

Dunque perché si possa parlare di mancanza di concorrenzialità nel processo di mercato, bisogna essere in grado di individuare qualcosa che *impedisca* ai partecipanti al mercato di competere. Cos'è che può riuscire a mettere i partecipanti al riparo i singoli partecipanti al mercato dalla concorrenza, senza dover arrivare almeno ad eguagliare le offerte più allettanti che gli altri partecipanti possono fare sul mercato? Cos'è che può arrestare il processo concorrenziale?

Kirzner risponde che la risposta è nella domanda stessa:

*La concorrenza, nel senso di processo, è presente almeno potenzialmente, sino a che non ci sono impedimenti arbitrari all'ingresso. Sino a che gli altri sono liberi di offrire le opportunità più allettanti di cui sono a conoscenza, nessuno è esentato dallo stimolo, né dalla necessità di competere [...]. Il processo concorrenziale interamente dalla libertà di offrire opportunità migliori da parte di chi ha idee migliori o di chi ha una maggiore disponibilità a servire il mercato. Qualsiasi impedimento arbitrario all'accesso è una restrizione alla concorrenzialità del processo di mercato*<sup>88</sup>. In assenza di restrizioni statali l'unica fonte di impedimento all'entrata del mercato è dovuta dall'accesso limitato alle risorse legate a quel tipo di attività. Se invece si tratta di un mercato che non richiede alcuna risorsa, non vi possono essere altre restrizioni. A questo punto è chiaro che se per definizione l'imprenditore puro opera senza l'utilizzo di risorse ed un mercato che non esige risorse non ha impedimenti nella concorrenza, allora l'imprenditore puro agisce sempre in modo concorrenziale<sup>89</sup>.

### 3.5 Confronto con Schumpeter

Il ruolo dell'imprenditore, le tesi sulla concorrenza, il processo di mercato fin qui sviluppate si collegano alla nota critica della teoria della concorrenza perfetta e delle posizioni politiche ad essa associate formulate in modo molto vigoroso da Schumpeter<sup>90</sup>. Per l'autore il processo concorrenziale e imprenditoriale è una tempesta di distruzione creatrice che costituisce sia la manifestazione della concorrenza effettiva sia l'essenza del processo evolutivo capitalistico. La tesi che è stata maggiormente dibattuta e messa alla prova è che la concorrenza perfetta non è compatibile con le innovazioni tecnologiche<sup>91</sup>.

La peculiarità di Schumpeter è il suo approccio critico, nel senso che, sebbene ammiri talune ideologie proposte da altri studiosi ed economisti, mantiene sempre un punto di vista critico, evidenziandone i punti di debolezza: come nel caso dei modelli economici neoclassici, che egli considera applicabili a qualunque

---

<sup>88</sup> Israel M. Kirzner, *Concorrenza e imprenditorialità*, Rubbettino 1997, p. 153.

<sup>89</sup> Op. cit., pp. 153-56.

<sup>90</sup> Joseph A. Schumpeter, *Capitalism, Socialism and Democracy*, cit., capp. 7,8.

<sup>91</sup> E. S. Mason, *Schumpeter on Monopoly and the Large firm* "Review of Economics and Statistics", vol.33, maggio 1951, pp. 139-144.

periodo storico e fenomeno, ma essendo stazionari li critica perché non permettono di studiarne l'evoluzione. È proprio questa critica che gli fa sviluppare uno spirito innovativo, diretto al cambiamento e allo sviluppo; afferma infatti che, data l'eredità di Walras relativa alla teoria dell'equilibrio economico generale, è necessario saperne sfruttare i modelli e integrarli, per arrivare a comprendere il processo di sviluppo economico. Schumpeter propone quindi un modello di imprenditorialità decisamente distinto da quello kirzneriano. Una delle principali differenze sta nel fatto che egli si focalizza in primo luogo sull'aspetto innovativo, per cui l'imprenditore è considerato l'innovatore per eccellenza, colui che *“disturba il flusso normale della produzione e del mercato, creando nuovi modi di fare le cose e nuove cose da fare”*<sup>92</sup>. L'essenza dell'imprenditorialità è la capacità di rompere con la routine, di distruggere le strutture esistenti, di allontanare il sistema dal flusso circolare continuo dell'equilibrio. Per Kirzner invece l'elemento centrale dell'imprenditorialità è la capacità di scoprire opportunità non ancora sfruttate, la cui esistenza implica già che la continuità iniziale del flusso circolare era illusoria.

Per Schumpeter, l'imprenditore è la forza disgregante, squilibrante, che scuote il mercato dalla sonnolenza dell'equilibrio, come si legge: *“è quella di riformare o rivoluzionare il modello di produzione, sfruttando un'invenzione o, più in generale, una possibilità tecnologica non ancora utilizzata per produrre un nuovo bene o per produrre uno vecchio in modo nuovo facendo nascere una nuova fonte di offerta di materiali o un nuovo punto di vendita dei prodotti, riorganizzando l'industria”*<sup>93</sup>.

Per Kirzner invece l'imprenditore è una forza equilibrante, la cui attività rappresenta una risposta a tensioni esistenti e genera quelle correzioni che le opportunità non sfruttate reclamavano<sup>94</sup>.

Per quanto riguarda l'attività imprenditoriale secondo Schumpeter è guidata dagli innovatori e dai pionieri che creano temporaneamente dei profitti, rompendo lo stato di equilibrio e spingendo l'economia verso un livello di benessere più elevato. Lo sviluppo capitalistico consiste in sprazzi di energia imprenditoriale, innovativa, seguiti sempre dall'attività degli imitatori e dei routinari<sup>95</sup>.

Per Kirzner l'imprenditorialità si manifesta in movimenti di breve periodo, così come in cambiamenti di sviluppo di lungo periodo, e viene esercitata dagli imitatori (che intervengono a sfruttare le opportunità scoperte dagli innovatori) così come degli stessi innovatori. L'imprenditorialità cessa solo quando l'attività di imitazione è riuscita a eliminare tutte le opportunità di profitto<sup>96</sup>. Tali processi di breve periodo non sono considerati da Schumpeter come esercizi di imprenditorialità. L'imprenditorialità è riservata agli innovatori brillanti, ricchi di immaginazione e pieni di risorse.

---

<sup>92</sup> Israel M. Kirzner, *Concorrenza e imprenditorialità*, Rubbettino 1997, p. 129.

<sup>93</sup> Joseph A. Schumpeter, *Capitalism, Socialism and Democracy*, p. 84.

<sup>94</sup> Op. cit., p. 82.

<sup>95</sup> Joseph A. Schumpeter, *The Theory of Economic Development*, cit., pp.133 e ss.

<sup>96</sup> Israel M. Kirzner, *Concorrenza e imprenditorialità*, Rubbettino 1997, p. 191.

Al contrario Kirzner sostiene che l'imprenditorialità si esercita ogni qual volta un partecipante al mercato si rende conto che facendo qualcosa in modo anche un po' diverso rispetto a come si fa di solito è possibile anticipare con più precisione le opportunità effettivamente disponibili<sup>97</sup>.

Inoltre, la posizione di Schumpeter vuole che la condizione di concorrenza perfetta elimini necessariamente gli incentivi per l'introduzione di nuovi metodi di produzione e di nuovi beni; secondo Kirzner la concorrenza perfetta è insoddisfacente perché esclude le condizioni per poter raggiungere le condizioni di equilibrio. Per Schumpeter questa obiezione non ha luogo perché stando alla sua posizione, il mercato in concorrenza perfetta non significa necessariamente che tutti gli aggiustamenti potenziali hanno già avuto luogo.

Un'affinità tra l'imprenditore schumpeteriano e quello di Kirzner si verifica nel fatto che la loro concezione di imprenditore riguarda chiunque, nel senso che basta avere la prontezza kirzneriana o l'idea innovativa schumpeteriana per diventare imprenditore; questa caratteristica distintiva si traduce nell'istinto o nell'impulso a cogliere i segnali del mercato.

Altresì tra i due tipi di imprenditori vi è la concezione che essi non forniscano nessun servizio produttivo, in quanto la produzione avviene a prescindere dal loro intervento, per cui l'imprenditore ha solo il merito di effettuare una scelta, sul processo produttivo, migliore, in cui impiegare gli input in dotazione.

### 3.6 Critiche

Tra le critiche più rilevanti nei confronti di Kirzner vi è quella dei rothbardiani per quanto riguarda il concetto dell'imprenditore puro e l'imprenditore capitalista. Kirzner parla spesso di questi due concetti, affermando che l'imprenditore può anche non possedere nessuna risorsa e che, eventualmente, le risorse possono essere fornite dal capitalista. L'imprenditore puro non possiede risorse di produzione, non possiede capitali, non possiede fattori di produzione e non possiede risorse in generale.

Rothbard, Hazlitt, Grave, Hulsmann, Klein, Foss e Salerno sostengono che nella realtà l'imprenditore è sempre capitalista: "capitalista in quanto proprietario di capitali, proprietario di qualche risorsa economica"<sup>98</sup>. Per questi autori la funzione imprenditoriale e quella capitalistica non possono essere assolutamente separate, per

loro l'imprenditore kirzneriano è soltanto un 'ideal tipo'<sup>99</sup>, un 'essere quasi etero'<sup>100</sup>, 'immaginato' e 'una costruzione immaginaria', contrapposto al 'real-world entrepreneur'<sup>101</sup>.

---

<sup>97</sup> Israel M. Kirzner, *Concorrenza e imprenditorialità*, Rubbettino 1997, p. 192.

<sup>98</sup> Adriano Gianturco Gulisano, *L'imprenditorialità di Israel Kirzner*, Rubbettino, p. 19.

<sup>99</sup> Klein, 2010, p. 103.

<sup>100</sup> Rothbard, 1974, p. 903.

<sup>101</sup> Salerno, 2008, p. 194.

Parlare di figure immaginarie e costrutti strumentali è sicuramente uno stratagemma ed espediente analitico, ma non è detto che costituisca un problema. È risaputo che nessun individuo sia solamente lavoratore, produttore, consumatore, imprenditore o capitalista, questi termini sono usati per analizzare una particolare funzione. Il vero problema sta nel definire lo statuto ontologico della funzione imprenditoriale.

La scoperta imprenditoriale per Kirzner nasce dal nulla e l'imprenditorialità consiste come già spiegato, nell'*alertness*:

*Kirzner's theory almost appears to be an account of automatic bodily functions, rather than an account of how the human mind relates to economic phenomena*<sup>102</sup>.

Nel 1999, Kirzner conferma questa idea di prontezza passiva e di imprenditore passivo parlando di un 'imprenditore come la persona che in modo allerte (ma passivamente) nota le opportunità'.

Hazlitt sostiene esplicitamente che non è abbastanza sostenere che l'imprenditore sia allerte e che percepisca un'opportunità; egli deve agire sul suo essere allerte e sulla sua percezione.

Kirzner rivolge una riflessione nei confronti della teoria '*naive*' del professor Bronfenbrenner, il quale analizza, in un primo approccio, i profitti come il compenso dell'imprenditore per i suoi contributi alla produzione, ovvero per la responsabilità di prendere le decisioni finali; il profitto viene considerato una quota distributiva normale, "*la ricompensa per l'incertezza e il rischio*"<sup>103</sup>. Successivamente Bronfenbrenner riformula la teoria e definisce i profitti come "*un compenso solo a fronte della serie di incertezze che derivano dal non avere nessun diritto contrattuale al proprio reddito*", per cui "*identifica l'imprenditorialità non con le responsabilità manageriali, organizzative o innovative, ma esclusivamente con la natura precaria delle proprie rivendicazioni*"<sup>104</sup>.

La teoria del profitto semplice e la rielaborazione di Bronfenbrenner analizzano il mercato secondo prospettive diverse rispetto a quella considerata da Kirzner, secondo il quale ha senso attribuire, il concetto di imprenditorialità alla funzione di sopportare l'incertezza e remunerare l'imprenditore con una quota distributiva.

Kirzner commenta brevemente anche la trattazione del ruolo imprenditoriale nella teoria del profitto di Knight: 'il profitto è il residuo che rimane, quando rimane, all'imprenditore, dopo aver pagato i redditi contrattuali concordati per i fattori assunti. L'imprenditore viene identificato come colui che ha il controllo ultimo dell'iniziativa, il responsabile ultimo di tutti i ricavi e di tutti i costi, ed è quindi soggetto all'incertezza che circonda l'importo e il segno della differenza tra questi. I profitti non vengono visti come un compenso per il fatto di sopportare l'incertezza; sono considerati come la differenza, generata dall'incertezza, tra il valore atteso dei servizi delle risorse e il loro valore effettivo'<sup>105</sup>.

---

<sup>102</sup> Cowen T., *Entrepreneurship Austrian Economics, and the Quarrel Between Philosophy and Poetry, The Review of Austrian Economics*, 2003, p. 3.

<sup>103</sup> U. Bronfenbrenner, *A reformulation of Naive Profit Theory*, Southern Economic Journal, vol.26, aprile 1960.

<sup>104</sup> *Ibidem*, p.346.

<sup>105</sup> J. F. Weston, *Profit as the Payment for Uncertainty Bearing*, cit; ID., *Enterprise and Profit*, vol. 22, 1949, pp. 141-59.



Secondo Kirzner da tale teoria non viene fuori il ruolo attivo, attento della funzione imprenditoriale. Anche per quanto riguarda il concetto di profitto, dal punto di vista del potenziale imprenditoriale, il profitto, per quanto incerto c'è; non è visto come un qualcosa che può residuare come non può residuare, dopo che aver onorato tutti gli obblighi contrattuali.

Al contrario Kirzner esprime valutazioni positive nei confronti dell'analisi del ruolo imprenditoriale di Knight che identifica l'imprenditore con il *controllo* e la *responsabilità*<sup>106</sup> (dove quest'ultima è da intendersi come il fatto di sopportare l'incertezza).

Pertanto l'analisi dell'imprenditore di Knight non è mai gustata dall'identificazione acritica del controllo imprenditoriale con le attività dei manager della società; per Kirzner è proprio il carattere "attenuato" del concetto di imprenditorialità di Knight, sostengo, che gli consente di analizzare l'economia della società per azioni senza cadere in confusione. Si può facilmente notare come la nozione del controllo ultimo di Knight sia immediatamente identificabile con la mia nozione di "conoscenza ultima"<sup>107</sup> cioè, la prontezza imprenditoriale.

---

<sup>106</sup> Knight, *Risk, Uncertainty and Profit*, p. 271.

<sup>107</sup> Israel M. Kirzner, *Concorrenza e imprenditorialità*, Rubbettino 1997, p. 135.

## CAPITOLO QUARTO

### RAY KROC E L'ASCESA DELL'IMPERO MCDONALD'S

#### 4.1 La figura di Ray Kroc

*Le vicende umane sono alla mercé di una marea, che, se colta nel suo flusso, mena a lidi sicuri; mancata, tutto il viaggio dell'uomo è costretto tra secche e sventure*<sup>108</sup>.

Ray Kroc esordisce con questa frase prima di iniziare a raccontare il suo vissuto ma soprattutto la vera storia di colui che ha fondato l'impero McDonald's.

Raymond Albert Kroc nasce il 5 ottobre del 1902 a Oak Park, vicino Chicago da genitori originari della Repubblica Ceca. Cresciuto nell'Illinois, durante la Prima Guerra Mondiale mente a proposito della sua età e, a soli quindici anni diventa un conducente dell'ambulanza della Croce Rossa: tra i suoi commilitoni c'è anche Walt Disney, la cui storia imprenditoriale, sarà in seguito fonte di ispirazione. Sin da bambino Ray dimostrò di essere molto intraprendente con una spiccata avversione al lavoro e al guadagno. Successivamente, abbandonata la scuola, gli venne assegnato una zona di vendita nel settore dei nastri colorati dove perfezionò le sue doti di venditore.

Kroc afferma che: "Nessun lanciatore che si rispetti lancia allo stesso modo a battitori diversi, e nessun venditori che si rispetti fa lo stesso discorso ad ogni cliente"<sup>109</sup>.

Ancora giovane, apre un negozio di musica con la collaborazione di alcuni amici, per poi dedicarsi alla vendita di gelati: in entrambi i casi, però, non ottiene grande successo. Successivamente fu impegnato a Chicago, nel quartiere degli affari, dove scriveva sulle lavagne del New York Curb, il mercato che in seguito venne chiamato American Stock Exchange. Nel 1922 si sposa e subito dopo andò a lavorare come venditore di bicchieri per la Lily, un'azienda locale di Chicago. Proprio il mercato dei bicchieri di carta lo portò in Florida dove capì che il potenziale dei bicchieri di carta avrebbe superato il problema dei bicchieri all'interno dei chioschetti, contemporaneamente svolgeva anche un lavoro in radio.

La filosofia di vendita si basava su: " Aiutare il cliente e, se non potevo vendergli qualcosa aiutandolo ad aumentare anche le sue vendite, mi sembrava di non fare il mio lavoro"<sup>110</sup>.

---

<sup>108</sup> Kroc, Ray. La vera storia del genio che ha fondato McDonald's eNewton Saggistica, Italian Edition, posizione nel Kindle 71.

<sup>109</sup> Op. cit., posizione 268.

<sup>110</sup> Op. cit., posizione 345.

Le sue fortune economiche conoscono alti e bassi, dal mercato dei bicchieri passa per un breve periodo al mercato immobiliare per poi ritornare al mercato dei bicchieri di carta; Kroc era sempre alla ricerca di nuovi mercati e la sua peculiarità si basava proprio sul fatto che egli riuscisse a vendere i bicchieri nei contesti più particolari.

Nel 1938 conosce il padrone della Prince Multimixer, Earl Prince, che gli offre l'opportunità di vendere i suoi elettrodomestici e frullatori: Ray Kroc, quindi, si specializza nel mestiere di venditore, diventando un abile rappresentante dell'azienda.

Kroc scrive: “All’inizio del 1938, mi divertivo parecchio girando con il mio Multimixer nuovo di pacca dentro una grande scatola. Una nazione intera di gestori di chioschi e proprietari di ristoranti fremeva in attesa di questo prodotto. O almeno, così pensavo. Non ci misi molto a rendermi conto di essermi sbagliato su quel punto. Un tizio che già aveva una macchina a sei fruste guardava dall’alto verso il basso il mio fungo di metallo scintillante di tredici chili e mi diceva che non ci pensava proprio a mettere tutti i suoi drink in un frullatore solo. Se si fosse fuso, non avrebbe potuto lavorare finché non fosse stato riparato.

“Mi scornai con molti gestori ostinati, alcuni li riuscii a convincere, con altri riuscii a cavare il ragno dal buco. Tuttavia, vidi abbastanza manifestazioni di interesse perché la mia fiducia nel prodotto non vacillasse. Semplicemente mi definivo una *one-man-band*”<sup>111</sup>.

Nonostante il Multimixer fosse un elettrodomestico già superato per quel tempo, Ray Kroc era riuscito a ritagliarsi una fetta all’interno del mercato.

Il 7 dicembre del 1941, a causa della guerra, Kroc perse la Multimixer; temporaneamente si dedicò alla vendita di latte al malto in polvere parzialmente scremato e bicchieri di carta da 400 ml per una bevanda chiamata Malt-a-Plenty. Alla fine della Seconda Guerra Mondiale ritornò a vendere il Multimixer ma stavolta in maniera del tutto autonoma, gli affari ripresero presto e divennero migliori che mai. Kroc ormai era diventato un esperto del mondo dei frullatori che creò addirittura una bevanda fatta con il gelato per invogliare anche di più le vendite del suo prodotto. Aveva creato un bel giro di affari che ruotava tutto attorno ai frullatori coinvolgendo

convegni di associazioni dei ristoratori e produttori di latte.

Era chiaro che i giorni del Multimixer erano contati perché gli azionisti dell’azienda si erano impelagati in una grande battaglia per il controllo della società, Kroc capì subito che doveva trovare un nuovo prodotto.

Non ebbe il tempo di pensare al nuovo prodotto che ebbe un’illuminazione: “Mi interessai alle storie dei fratelli McDonald’s e alla loro impresa che aveva otto Multimixer che producevano frappè a secchiate nella soleggiata San Bernardino. Perciò caricai le mie membra da cinquantaduenne su un volo notturno speciale e volai a Ovest, incontro al mio futuro”<sup>112</sup>.

---

<sup>111</sup> Op. cit., posizione 857.

<sup>112</sup> Op. cit., posizione 988.

## 4.2 La rivoluzione di San Bernardino

Nei primi anni Trenta, nella California del Sud si era sviluppato un fenomeno notevole nel settore della ristorazione: i drive-in. I drive-in spuntarono nei parcheggi della città e si diffusero lungo le autostrade e le strade dei canyon. Principalmente il loro menu tipico era costituito da manzo, maiale o pollo alla griglia, in più c'era un'infinita varietà di approcci al servizio, dal momento che i gestori si affannavano a superarsi tra loro. Di quel gruppo assortito spiccavano due figure importanti: i fratelli McDonald's.

Maurice si era trasferito in California nel 1926 e aveva trovato lavoro come trasportatore di scenografie in uno degli studi di produzione cinematografica. Richard lo aveva seguito dopo il diploma alla West High School, in New Hampshire nel 1927. Mac e Dick nel 1932 avevano poi deciso di mettersi in affari da soli, grazie al proprietario di un chioschetto di hot dog, possessore di uno dei pochi posti in città che sembrava generare un qualche profitto. Così i fratelli McDonald's decisero di intraprendere la strada della ristorazione. Nel 1937 avevano convinto il proprietario di un lotto in Arcadia, vicino all'ippodromo di Santa Anita, a mettere in piedi un piccolo drive-in per loro. Non sapevano niente di come si servisse del cibo, ma si lanciarono in questa avventura. Due anni dopo aprirono il primo ristorante a San Bernardino, classico drive-in che divenne subito molto popolare, dopo la Seconda Guerra Mondiale però, i fratelli si resero conto che faticavano a tenere aperto un solo posto. Non stavano avendo molto profitto, nonostante il loro parcheggio fosse sempre pieno.

Nel 1948 chiusero il loro ristorante e lo riaprirono qualche tempo dopo con un'organizzazione completamente diversa: era essenziale in termini di servizio e menu, il prototipo delle legioni di fast food che in seguito si sarebbero diffusi ovunque. La preparazione di hamburger, patatine fritte e bevande seguiva il principio della catena di montaggio e, con grande stupore di tutti, la cosa funzionò!

La semplicità del processo consentiva ai McDonald's di concentrarsi sulla qualità in ogni passaggio e quella fu la chiave del successo.

Nel 1954 Ray Kroc rimase estasiato da questo piccolo drive-in che generava profitti giornalieri e non riuscì a fare a meno di pensare:

*“Quella notte nella mia stanza di motel non riuscivo a togliermi dalla testa quello che avevo visto durante il giorno. Visioni di ristoranti McDonald's a ogni angolo di strada hanno sfilato attraverso il mio cervello”*<sup>113</sup>, è così che Ray propose ai fratelli McDonald's di entrare in affari insieme.

Nella stipulazione dell'accordo Ray Kroc venne a conoscenza del fatto che i fratelli avevano in licenza altri dieci drive-in, due dei quali in Arizona. L'obiettivo di Kroc era avere i diritti per imitare in franchising la loro impresa in ogni parte degli Stati Uniti: gli edifici sarebbero dovuti essere esattamente identici a quello nuovo con gli archi d'oro e avrebbero portato tutti il nome McDonald's. I fratelli posero soltanto alcuni limiti, ad esempio la presenza di clausole contrattuali che prevedevano il rispetto delle loro indicazioni alla

---

<sup>113</sup> Ray Kroc: *Il Re degli Immobili e degli Hamburger*, imprenditoreglobale.com, 3 giugno 2014.

lettera in merito al menù, ai cartelli e, inoltre, qualsiasi tipo di cambiamento doveva essere concordato e firmato dai due fratelli.

È evidente come Ray Kroc non voglia semplicemente copiare l'idea dei due fratelli infatti, a tal proposito afferma: “Dopotutto, mi avevano mostrato tutto e sarebbe stato un gioco da ragazzi, all'apparenza, riprodurre la loro gestione in un altro ristorante. Sinceramente l'idea non mi aveva nemmeno sfiorato. Vedevo la cosa con gli occhi di un venditore: avevo un bel pacchetto completo e potevo andare in giro a parlarne facendo fuoco e fiamme. Va tenuto presente che stavo pensando più alle vendite potenziali di Multimixer che agli hamburger, in quel momento. Tra l'altro, i fratelli in effetti avevano dei macchinari che non potevo copiare facilmente. Il mio sesto senso mi urlava che il nome McDonald's era proprio quello giusto, e quello di certo non avrei potuto rubarlo<sup>114</sup>.”

Ciò che premeva Ray era individuare un sito per costruire il suo primo stabilimento, aveva bisogno di una location che potesse fare da modello per quelle a seguire e aveva intenzione di posizionarla vicino casa. Alla fine con l'aiuto di un amico di nome Art Jacobs, acquistarono a metà un lotto che era situato a Des Plaines. Cominciarono i problemi su tale realizzazione perché c'era bisogno di modifiche strutturali che dovevano essere approvate dai fratelli McDonald, i quali, non davano segni di approvazione. Nonostante tutto Ray Kroc aprì il suo primo stabilimento McDonald il 15 aprile 1955.

In merito, Kroc afferma: “La mia idea di usare quella prima unità come un modello sperimentale si rivelò vincente. Ci volle quasi un anno perché l'ingranaggio funzionasse senza intoppi, sebbene abbia prodotto profitto sin da subito”<sup>115</sup>. Il business dei McDonald's cominciò a richiedere sempre più attenzione.

Kroc tutte le sere dopo il suo primo lavoro alla Price Castle, tornava a Des Plaines a piedi per controllare che tutti fosse al posto giusto per l'apertura del giorno successivo, a volte lo era altre volte invece no.

La perfezione è molto difficile da raggiungere, ed era la perfezione che Ray voleva nel suo McDonald. Tutto il resto era secondario. Il primo franchising fu a Waukegan, in Illinois, a circa sessanta chilometri a nord di Chicago.

Uno degli obiettivi di Kroc era di costruire una catena di ristoranti nota per il cibo di qualità alta e costante e per i metodi uniformi delle preparazioni. Riuscire a creare un modello sulla base della reputazione della catena piuttosto che sulla qualità di un singolo locale o gestore. Ciò avrebbe richiesto un programma di formazione e assistenza continue ai gestori e un assiduo controllo delle loro performance. Avrebbe anche richiesto un programma a tempo pieno di ricerca e sviluppo. A questo punto ciò che premeva in Ray Kroc era la necessità di entrare nel business dei costruttori di ristoranti per creare il proprio modello indipendentemente dai fratelli McDonald's. La Franchise Realty ne fu l'esempio concreto, fondata su mille dollari di capitale versato, nel corso di qualche anno registrava 170 milioni di dollari in immobili.

---

<sup>114</sup> Kroc, Ray. La vera storia del genio che ha fondato McDonald's (eNewton Saggistica) (Italian Edition), posizione nel Kindle 1038.

<sup>115</sup> Op. cit., posizione 1095.

### 4.3 La fondazione dell'impero McDonald's

Una delle affermazioni più concrete di Ray Kroc: “Io ho avuto successo dalla sera alla mattina, ma la notte in questione è durata per trenta lunghi anni, McDonald non fa fare successo a chiunque, ci vogliono fegato e resistenza per ottenerlo con uno dei nostri ristoranti. Al contempo, però, non sono richiesti attitudini o capacità intellettuali particolari. Basta avere buon senso, essere dediti ai nostri principi e amanti del duro lavoro per farcela. E in diverse occasioni ho affermato senza peli sulla lingua che chiunque apra McDonald's oggi e ci lavori senza sosta, farà successo, e potrebbe anche diventare milionario, punto e basta.

Ci sono rischi da correre e insidie da affrontare, certo, come in ogni piccola impresa, e in alcune location possono trascorrere anni senza avere un grande giro d'affari. Ma, quasi senza eccezione, i locali a un certo punto prenderanno piede e inizieranno a crescere”<sup>116</sup>.

È evidente, come in queste parole emergono dei caratteri che ho analizzato nei capitoli precedenti nella spiegazione della teoria dell'imprenditorialità di Kirzner e Schumpeter, trovo che Ray Kroc abbiamo degli elementi comuni ad entrambi.

In primo luogo Kroc avvia un processo di cambiamento all'interno del complesso McDonald's che per Schumpeter si basa sulla decisione imprenditoriale di intraprendere una nuova combinazione. L'innovazione imprenditoriale inoltre è sostenuta al contempo dallo spirito imprenditoriale di cui Kroc ne è possessore, dai mezzi di produzione e forza-lavoro a loro volta garantiti da una base capitalistica che come si evince, è stata indispensabile.

Restando su Schumpeter, Ray Kroc potrebbe essere definito come un imprenditore innovatore che ha rotto con gli schemi del passato, in questo caso ha rivoluzionato il concetto di McDonald, dando vita ad una delle maggiori catene di ristoranti di fast food nel mondo. Kroc è colui che possiede un *spirito selvaggio* perché ha lanciato nel mercato globale qualcosa di nuovo e alla portata di tutti gli acquirenti che soddisfa tutte le esigenze dei consumatori. Un imprenditore che diventa tale grazie alle sue idee, ai suoi progetti, al suo spirito di iniziativa, alla voglia di generare profitto che lo accompagnano nella scalata sociale.

Per quanto riguarda la teoria dell'imprenditorialità di Kirzner, elemento fondamentale che emerge dal comportamento di Ray Kroc è la sua *prontezza*, quella capacità di aver colto l'opportunità di lanciare il franchising prima in America e poi nel mondo intero. L'individuazione geniale delle opportunità che fin ad allora i fratelli McDonald's non erano riusciti a cogliere, questo fa di Ray Kroc un vero e proprio imprenditore *puro*.

Anche per Kroc *concorrenza e imprenditorialità* sono due facce della stessa medaglia in quanto vive la concorrenza come un aspetto positivo che giova al profitto imprenditoriale in termini di *qualità, servizio e valore*.

---

<sup>116</sup> Op. cit., posizione 1620.

Tutti questi elementi hanno contribuito a fondare quello che oggi è l'impero McDonald. Un cronista americano Boyle scrive:

L'America è impazzita per la pizza, ma in meno di cinque anni Ray Kroc si è costruito un impero da venticinque milioni di dollari vendendo il cibo preferito della nazione: gli hamburger. “Ho costruito una catena di montaggio incentrata sugli hamburger”, dichiara Kroc, presidente di una catena che oggi vende cento milioni di hamburger all'anno a quindici centesimi<sup>117</sup>.

Nel 1974 la Fourteen Research Corporation pubblicò uno studio di settantacinque pagine sulle prospettive di crescita di McDonald's entro il 1999, descrivendone in modo chiaro la posizione finanziaria e il tipo di sviluppo immobiliare:

“Il successo di McDonald's si basa sul servizio veloce ed efficiente di prodotti economici ma di valore, in un ambiente pulito e piacevole. Nonostante il menu dell'azienda sia limitato, contiene i cibi basilari della dieta americana. È per questo che la domanda dei suoi prodotti è meno soggetta alle oscillazioni del mercato che la maggior parte degli altri ristoranti subisce.

Fino ai primi anni Settanta, McDonald's si stava espandendo quasi esclusivamente nelle periferie. In seguito, ha investito molto in una campagna pubblicitaria nazionale che ha creato una domanda latente dei suoi prodotti in tutto il Paese. A quel punto, i tempi erano maturi perché l'azienda diversificasse e rafforzasse il suo programma d'espansione. Ci sono ancora ora più di cento locali ce si trovano nelle città, nei centri commerciali e persino nei campus dei college; la maggior parte di essi genera un grandissimo profitto e l'azienda ha in programma di costruirne altri.

Siamo fermamente convinti che McDonald's posso collocare un locale di successo praticamente ovunque ci siano una concentrazione primaria di popolazione (nelle periferie e nelle città) e delle concentrazioni secondarie (scuole, centri commerciali, aree industriali, stadi), purchè il tasso di rotazione del capitale investito sia conforme agli obiettivi aziendali. È questo tipo di espansione in ogni *angolo e fessura* insieme a una continua crescita convenzionale che ci ha portato a stimare che ogni anno (fino alla fine del 1979) saranno immessi sul mercato mondiale in media 485 nuovi locali”<sup>118</sup>.

Kroc è sempre stato sognatore, dopo quasi mezzo secolo sono più di trentamila i ristoranti McDonald in tutto il mondo che servono miliardi di hamburger e patatine. Ha creato un'istituzione americana unica nel suo genere. Si dice che oggi uno studente americano in procinto di andare al college cerca tre ingredienti essenziali: una facoltà eccezionale, una buona biblioteca e un McDonald's nelle vicinanze.

L'elemento chiave di questa singola storia di successo, è la determinazione, non il talento o l'istruzione, questo sostiene mediante la sua citazione preferita: “Niente al mondo può sostituire la tenacia. Il talento non può farlo: non c'è niente di più comune di uomini pieni di talento ma privi di successo. Il genio non può farlo: il

---

<sup>117</sup> Op. cit., posizione 1848.

<sup>118</sup> Op. cit., posizione 2595.

genio incompreso è quasi proverbiale. L'istruzione non può farlo: il mondo è pieno di derelitti istruiti. La *tenacia* e la *determinazione* invece sono *onnipotenti*"<sup>119</sup>.

Kroc continua:" Se hai questo tipo di attitudine al lavoro la vita non ti deluderà, che tu sia il capo del consiglio di amministrazione o un lavapiatti. Devi imparare a conoscere le gioie del lavoro e dell'essere plasmato nel lavoro"<sup>120</sup>.

Il vero contributo Di Kroc non è stata la standardizzazione del gusto americano, ma la creazione del sistema di franchising di McDonald's. Un leader istintivo, sua qualità migliore, che riuscì ad attirare tanti imprenditori dentro una struttura che li obbligava a conformarsi agli altri standard di qualità ma che li liberava dalla responsabilità di affrontare il mercato singolarmente.

Come disse Fred Turner durante l'elogio funebre che pronunciò al funerale del fondatore di McDonald's il 20 gennaio 1984:

"Ray ha lasciato il segno in tutti noi. Ammiriamo il suo spirito imprenditoriale, la sua competitività e la sua integrità. Amavamo la sua personalità, la sua franchezza e la sua caratteristica onestà e anche la sua spontaneità. Amavamo il suo senso dell'umorismo. Era un uomo positivo, non negativo. Era altruista non avido. È stato il miglior capo del mondo, il migliore degli amici, un secondo padre, un socio perfetto e una grande aspirazione"<sup>121</sup>.

---

<sup>119</sup> Op. cit., posizione 3013.

<sup>120</sup> Op. cit., posizione 2996.

<sup>121</sup> Op. cit., posizione 3073.



## CONCLUSIONE

Dallo studio del ruolo dell'imprenditore è prevalsa l'importanza di questa figura nel mercato. Abbiamo constatato che, nella teoria neoclassica, la principale problematica in merito alla questione risulta essere il presupposto su cui si basa, ovvero l'equilibrio del mercato. L'imprenditore risulta privato dello spirito imprenditoriale e il suo compito è limitato ad un mero controllo delle attività, tanto che non si può nemmeno definire tale. Egli non ha un ruolo attivo nella determinazione dei prezzi o delle strategie da utilizzare, mentre si occupa di organizzare la produzione utilizzando dati e informazioni a lui note, attraverso dei semplici calcoli dai risultati più che prevedibili.

La visione austriaca che è la dottrina analizzata maggiormente in questo elaborato, parte invece dal presupposto che il mercato sia in disequilibrio basato sulle asimmetrie informative degli agenti e dalle differenze sui prezzi di stessi prodotti.

Seppur appartenente alla visione austriaca un primo approccio ci è dato da Schumpeter che, come analizzato, attribuisce il suo interesse alle cause endogene dello sviluppo circolare, riconosce la discontinuità della routine rispetto al flusso circolare del mercato. Nello specifico il suo interesse si concentra sullo sviluppo legato all'azione degli imprenditori, singoli individui che introducono nuove combinazioni dei mezzi di produzione, realizzano un'innovazione nelle dimensioni che riguardano i prodotti, i metodi di produzione e i mercati.

Per Schumpeter infatti, non basta, differenziare tra il capitalista, proprietario dei mezzi di produzione o del capitale, e l'imprenditore, dirigente di un'impresa che può non esserne proprietario: occorre distinguere quando le attività di direzione e gestione delle imprese hanno un carattere di routine e quando portano all'innovazione, a "realizzare cose nuove", perché è a queste ultime che va collegato in senso specifico il concetto di imprenditore.

L'aspetto che però mi preme sottolineare a proposito della teoria dell'imprenditorialità e del ruolo dell'imprenditore è riconducibile all'altro autore analizzato in questo elaborato: Israel M. Kirzner. Protagonista dell'economia di mercato intesa come un sistema attraverso il quale si manifestano gli stimoli necessari per il progredire è l'imprenditore di Kirzner, imprenditore che non è più mero esecutore di uno schema preordinato, ma diventa invece lo scopritore per eccellenza. È colui che coglie le opportunità che altri avevano trascurato e rende possibile la definizione di nuove produzioni; nuove nei prodotti, nelle specificazioni funzionali o nei valori assunti dai parametri in funzioni già note. Fedele a questa concezione, che di certo molto deve a von Mises, Kirzner insiste nel sottolineare come l'atto imprenditoriale non vada tanto identificato nella invenzione di ciò che prima non esisteva o che fino a quel momento esisteva, ma non era noto; quanto nel "vedere" realtà già presenti, ma non ancora percepite da altri imprenditori come

opportunità di crescita e di benessere. Il tutto è riconducibile ad un unico aspetto imprenditoriale: la *prontezza*.

La prontezza, così come concepita da Kirzner, è stata determinante nell'ascesa imprenditoriale di Ray Kroc che da semplice venditore di Multimixer è diventato uno degli uomini più ricchi d'America.

Kroc sostiene che se si possiede questo tipo di attitudine al lavoro, la vita non ti deluderà che tu sia il capo del consiglio di amministrazione o un lavapiatti. Bisogna imparare a conoscere le gioie del lavoro e dell'essere plasmato nel lavoro.

Un obiettivo si deve perseguire a prescindere dalla possibilità di fallire e dal rischio della sconfitta. I risultati, infatti, non si ottengono camminando su una corda appoggiata sul pavimento. Se non si rischia niente, non si prova orgoglio nell'ottenere qualcosa e, di conseguenza, non si è felici. Andare avanti, come singoli o in gruppo, con lo spirito dei pionieri, è l'unico modo che abbiamo per progredire. Dobbiamo correre i rischi che derivano dal nostro sistema di libero mercato, che poi in effetti è l'unico modo per ottenere indipendenza economica<sup>122</sup>.

---

<sup>122</sup> Kroc, Ray. La vera storia del genio che ha fondato McDonald's eNewton Saggistica, Italian Edition, posizione nel Kindle 3008.

## ABSTRACT

Today the concept of entrepreneurship is identifiable in the motor which moves the economy but also the societies of entire Countries. From the XVIII century, this concept is so stabilized, also thanks to a newborn figure in the middle-class: the businessman. The entrepreneurship function seems to be a system's side where people should investigate and also it should be interesting to analyze how entrepreneurship has been interpreted by academics in the different periods. They have given explanations whose were influenced by different historical and geographical contests. The interpretations that have mostly spread, are the product of two different schools of thoughts: on one side there is the neoclassical theory ( with the prices and general equilibrium's theory ) and on the other side, the austrian theory based on the methodological individualism. First of all, the aim of this paper is to compare the most significant contributions inside the entrepreneurial panorama with a gaze to the past and an application in the present.

In the first chapter, the origins of the figure of the businessman will be analyzed by an etymological point of view; after, from an historical analysis, the entrepreneur is observed inside the market together with other variables such as, for example the risk, the uncertainty or the balance. They are decisive in the definition of the entrepreneurial role.

In the second chapter, the attention shifts completely to the first and conclusive contribution given by one of the major austrian economists of the XX century, Joseph Alois Schumpeter, to the entrepreneurship's theory. Schumpeter is used to summarise its capitalism's view with the expression "*DISTRUZIONE CREATRICE*". At the center of this conception, the figure of the entrepreneur stands out. The businessman is the person who risks to invest in innovation using both proper resources both resources he takes in loan. When the effort of innovation is successful, it can affirm the businessman has modified the economic scene. It happens because he is the creator of the birth of a new market or he has introduced a new production's method.

In the third chapter the attention focuses on another important figure in the entrepreneurship's theory: Israel M. Kirzner. The idea of the market as discover's process and not like general economic equilibrium, takes part in theoretical heritage of the Australian School; it is visible in the works such as "*Concorrenza e Imprenditorialità*" by Kirzner, based on Mises and Hayek's ideas about the entrepreneurship and the market's process. The critics to Kirzner will be important and the same critics will be done by the same author to other authors who were interesting in the entrepreneurship's theory and its principals aspects. A comparison with Schumpeter will be fundamental both for the conception about the businessman's role both for the explanation of the profit.

In the forth and last chapter, I want to underline through a current example of Ray Kroc, who has launched in the world, the colossus McDonald's, how the figure of the entrepreneur changes during the years but it continues to present its basic features. These are the elements on which the analyzed authors in the previous chapters, have founded their doctrines. It is a true example of continuity between the businessman of "yesterday" and the businessman of "today".

## BIBLIOGRAFIA

- KIRZNER ISRAEL, *Concorrenza e imprenditorialità*, Soveria Manelli, Rubbettino Editore, 1997.
- GULISANO GIULIANO ADRIANO, *L'imprenditorialità di Israel Kirzner*, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 2012.
- DE VECCHI NICCOLO', *Schumpeter viennese, imprenditori istituzioni e riproduzione del capitale*, Bollati Boringhieri, Torino, 1993.
- DE MUCCI RAFFAELE, BITETTI ROSARIA, *Disoccupazione imprenditorialità e crescita*, Soveria Manelli, Rubbettino Editore, 2016.
- CANTILLON RICHARD, *Saggio sulla natura del commercio generale, introd. di Luigi Einaudi, a cura di Sergio Cotta e Antonio Giolitti*, Giulio Einaudi editore, Torino 1955.
- SCHUMPETER JOSEPH ALOIS, *Storia dell'analisi economica*, Bollati Boringhieri, Torino 1990.
- Menger Carl, *Principi fondamentali di economia*, Galeati, Imola, 1909.
- Mises L. V., *Socialismo*, Rusconi, Milano, 1989.
- DE MUCCI RAFFAELE, BITETTI ROSARIA, *Disoccupazione Imprenditorialità e crescita*, Soveria Manelli, Rubbettino, 2016.
- SCHUMPETER JOSEPH ALOIS, *Capitalism Socialism and Democracy*, London Routledge, 2003.
- Mises Ludwig Von, *L'azione umana*, Rubbettino, Soveria Mannelli, 2015.

- KROC RAY, *La vera storia del genio che ha fondato McDonald's*, eNewton Saggistica, Italian Edition, trad. Elena Paganelli, 2017.