

LUISS



Dipartimento

di Impresa e Management

Cattedra di Sociologia Economica

**KIRZNER E SCHUMPETER, TEORIE DELL'IMPRENDITORE CLASSICHE
APPLICATE AL CASO AMAZON**

Prof. Rosamaria Bitetti

RELATORE

Susanna Angeli 241631

CANDIDATO

Anno Accademico 2021/2022

*Ringrazio i miei genitori, mio fratello e mia sorella
per avermi aiutata, accompagnata e sostenuta in questo percorso.
Ringrazio le mie amiche per avermi supportata e sopportata in questi anni,
in particolare, Ludovica, per essere stata sempre presente.
Infine, un ringraziamento speciale alla Professoressa Bitetti
per la sua pazienza e i suoi preziosi consigli.*

INDICE

INTRODUZIONE	5
CAPITOLO I	6
La figura dell'imprenditore.....	6
1.1 <i>Le origini.....</i>	6
1.2 <i>Le varie scuole di pensiero</i>	8
CAPITOLO II.....	11
Il punto di vista di Kirzner	11
2.1 <i>Il suo profilo</i>	11
2.2 <i>Il processo di mercato</i>	12
2.3 <i>L'imprenditore di Kirzner</i>	14
CAPITOLO III	17
Joseph A. Schumpeter e la sua innovazione	17
3.1 <i>Chi è Schumpeter.....</i>	17
3.2 <i>Economia, sociologia e individualismo metodologico</i>	19
3.3 <i>Crescita, sviluppo ed innovazione</i>	21
3.4 <i>La teoria dell'imprenditorialità.....</i>	22
CAPITOLO IV	27
Il caso di Bezos	27
4.1 <i>Chi è Jeffrey Preston Bezos</i>	27
4.2 <i>Dalla libreria online al colosso dell'e-commerce</i>	27
4.3 <i>Un confronto tra imprenditori</i>	29
CONCLUSIONE	32
BIBLIOGRAFIA	33
SITOGRAFIA.....	34

INTRODUZIONE

Il ruolo professionale dell'imprenditore è di particolare importanza oggi come lo era in passato.

Nel XVIII secolo inizia a svilupparsi la concezione di imprenditore corrente, ma questa figura ha origini molto più antiche sebbene non fosse ancora chiaramente definita.

Nel corso degli ultimi secoli si sono susseguiti vari studi ed analisi su questo personaggio e sul concetto dell'imprenditorialità diversi tra loro.

In questo elaborato viene posta l'attenzione sulle considerazioni di Joseph Schumpeter e Israel Kirzner per esaminare la loro effettività e consistenza applicandole e confrontandole con un caso contemporaneo.

Nel primo capitolo è presentata una descrizione di ciò che è e ciò che rappresenta l'imprenditore e vengono approfondite le radici della sua nascita che sono notevolmente antiche. Successivamente sono illustrate alcune delle prime definizioni del moderno imprenditore compiute da importanti personalità come Georges Duby, Richard Cantillon e Jean-Baptiste Say.

Di seguito si trova un confronto tra le correnti di pensiero economiche e sociologiche che si scontrano tra loro su varie questioni che riguardano le teorie economiche, il contesto in cui è inserito l'imprenditore e sui diversi tipi di approccio da utilizzare per svolgere queste analisi.

Il secondo capitolo va ad approfondire il pensiero di un economista odierno, Kirzner, e le sue dottrine che riguardano l'imprenditore, con le qualità che deve avere, e l'ambiente in cui è inserito, che è il mercato, viene in più spiegato quali sono secondo lui le caratteristiche del processo di mercato.

All'interno del terzo capitolo, dopo una breve introduzione su Joseph A. Schumpeter, si espone il suo operato riguardante non solo la figura imprenditoriale, ma anche i vari sviluppi che hanno portato al capitalismo e ciò che secondo l'autore porta al cambiamento e all'innovazione.

Tutto questo chiarendo però qual è il metodo che Schumpeter utilizza, vale a dire l'individualismo metodologico.

Infine, nel quarto ed ultimo capitolo viene concisamente presentato l'imprenditore statunitense Jeffrey Bezos e le sue attività dal 1994, anno della fondazione di Amazon. Si conclude con una comparazione tra i tratti distintivi dell'imprenditore Schumpeteriano, quello di Kirzner e Bezos.

CAPITOLO I

La figura dell'imprenditore

1.1 Le origini

L'imprenditore svolge l'attività economica di produzione dei beni e servizi per il mercato attraverso l'impresa. Questo in ambito economico viene descritto come colui che, combinando fattori produttivi per massimizzare i profitti, instaura nuovi metodi, processi e prodotti che portano alla crescita e allo sviluppo economico. Egli, dunque, ricerca la soluzione ottimale per sfruttare al meglio le risorse attraverso il calcolo matematico, le sue intuizioni e la sua creatività e, fondamentale in questa figura, anche tramite la sua propensione al rischio.

Il personaggio dell'imprenditore moderno inizia a svilupparsi in Europa nel XVI secolo, ma è solo nel XVIII secolo che comincia a prendere le effettive caratteristiche odierne ossia quelle di contribuire e concorrere alla creazione di nuova ricchezza tramite gli investimenti e il possesso di fattori di produzione. La figura del commerciante in realtà esisteva già sin dall'antichità ma era ritenuta una professione spregevole ed inferiore. Aristotele, infatti, considerava la vita del mercante senza pace interiore in quanto questi si dedicava al “*negotium*” piuttosto che all’ “*otium cum dignitate*” come invece il filosofo doveva fare.

Inoltre, anche la religione cristiana screditava questa attività, attraverso esponenti come Tommaso D'Aquino o ancora tramite i libri dell'Antico Testamento ¹ nei quali non viene consentita la riscossione degli interessi. È stato sottolineato però da Johannes Messner² come proprio gli insegnamenti cattolici del XIII secolo abbiano contribuito alla formazione dell'imprenditore: negli scambi commerciali veniva utilizzato il criterio del bene comune; quindi, questo ruolo sembrava essere giustificato in quanto era volto all'utilità collettiva.

Georges Duby, storico francese del XX secolo, ripartisce la popolazione medievale in tre categorie, rispettivamente i *bellatores* (coloro che combattevano), gli *oratores* (coloro che pregavano) e i *laboratores*

¹ Deuteronomio 23,19-20

² Johannes Messner (Schwaz, 16 febbraio 1891 – Vienna 12 febbraio 1984) è stato un teologo, ecclesiastico, giurista ed economista austriaco

(coloro che coltivavano la terra)³. L'ordine era di provenienza divina e aveva lo scopo di proteggere la società; in questo periodo iniziano a distinguersi i mercanti, che riescono a rendere il lavoro una fonte di ricchezza al contrario della visione di quel periodo in cui il lavoro era percepito come un castigo per il peccato originale. L'affermarsi della figura del mercante e del capitalismo portarono dunque a profondi cambiamenti della società.

Andando però ad analizzare la figura del capitalista-imprenditore come la intendiamo, a differenza di quella del mercante-imprenditore, arriviamo nel XVII secolo. La International Encyclopedia of Social Sciences afferma:

“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 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”⁴.

Fu Richard Cantillon ad utilizzare questo vocabolo per la prima volta nel titolo del capitolo tredicesimo del suo saggio:

“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

³ Georges Duby (Parigi, 7 ottobre 1919 – Aix-en-Provence, 3 dicembre 1996) è stato uno storico di origine francese. Membro della French Academy, è stato professore di storia medioevale al Collège de France a Parigi. Fonte: Callahan, D. Francis. "Georges Duby." Encyclopedia Britannica

⁴ 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

loro impresa disponendo di un fondo, sia che si facciano imprenditori del loro stesso lavoro senza alcun fondo, e si possono considerare viventi nell'incertezza; anche i mendicanti e i ladri sono imprenditori di questa classe”⁵.

Cantillon sosteneva che l'elemento distintivo dell'imprenditore non fosse il possesso di capitali, i quali potevano anche essere presi a prestito, ma l'incaricarsi del rischio: acquistare i fattori di produzione ad un prezzo di mercato, sostenere i costi della loro combinazione e vendere il prodotto finito ad un prezzo variabile espone sicuramente all'incertezza.

Secondo Schumpeter “J.B. Say, muovendosi sul filone della tradizione francese (Cantillon), fu il primo che assegnò all'imprenditore – come tale e distinto dal capitalista- un posto preciso nello schema del processo economico”⁶, Say infatti identifica l'imprenditore come colui che coordina e dirige il commercio e la produzione.⁷

1.2 Le varie scuole di pensiero

Molti intellettuali, come abbiamo già visto, hanno voluto studiare ed analizzare il ruolo e le caratteristiche tipiche dell'imprenditore. Carl Menger nel 1871 redige i *Principi di Economia* per spiegare l'utilità marginale ed è stato il padre fondatore della Scuola Austriaca, nota anche come Scuola di Vienna, che nasce nel XIX secolo ed è in contrapposizione con la Scuola Inglese. La scuola prende questo nome poiché la maggior parte dei suoi membri come Friedrich von Hayek e Ludwig von Mises erano austriaci e frequentavano l'Università di Vienna.

Questa corrente di pensiero si basava sull'individualismo metodologico che studiava l'economia utilizzando un approccio teorico, il quale pone al centro dell'analisi l'uomo che agisce perché si trova in una situazione di disequilibrio. Tramite un ragionamento di tipo deduttivo secondo la Scuola Austriaca era possibile ricavare delle leggi che si potessero applicare in ogni contesto.

A differenza però degli altri movimenti di pensiero economici viene usato un altro tipo di metodo rispetto alla teoria dei prezzi e non vengono sfruttati modelli matematici poiché considerati troppo distanti dal meccanismo reale dell'andamento dei mercati.

⁵ 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

⁶ J.A. Schumpeter, Storia dell'analisi economica, trad. it, Bollati Boringhieri, Torino 1990, vol. II, p. 672

⁷ Say, Jean-Baptiste. Economista (Lione 1767 - Parigi 1832); studiò in Inghilterra e insegnò poi all'Athénée (1816), al Conservatoire d'arts et métiers (1819) e al Collège de France (1830). È comunemente noto come divulgatore delle teorie di A. Smith, ma in realtà ha dato anche contributi personali alla scienza economica, soprattutto analizzando le funzioni dell'imprenditore. Fonte: Enciclopedia online Treccani, voce Say, Jean-Baptiste

La Scuola Austriaca, quindi, non esamina i mercati in equilibrio e non li suddivide in tipologie, ma ipotizza che i mercati siano dei processi che vanno verso un equilibrio che cambia costantemente e non viene mai raggiunto. Menger in particolare sosteneva che:

“Colui che intraprende la realizzazione di un progetto produttivo deve perciò fronteggiare una situazione problematica, e di qui l’incertezza dell’esito”⁸.

Questo progetto produttivo deve ovviamente portare l’individuo ad una possibilità di guadagno sui mercati, l’imprenditorialità può essere quindi catalogata come una categoria di azione che avviene in condizioni di incertezza perché la conoscenza dell’uomo è limitata. Poiché siamo in una condizione di scarsità delle risorse, gli attori tenderanno agli obiettivi per loro più significativi; ogni azione è giustificata dal fatto che il raggiungimento dello scopo abbia valore maggiore del costo sostenuto e il profitto è dato dalla differenza di questi.

Malgrado le discrepanze tra la Scuola Inglese (Marshall), quella Austriaca (Menger) e la Teoria Walrasiana, queste furono accomunate da una metodologia economica, fondata sulla teoria dei prezzi, denominata Teoria Neoclassica. Negli anni Trenta del XX secolo però le scuole di pensiero della Teoria Neoclassica si separarono prendendo percorsi differenti.

Joseph Alois Schumpeter, Ludwig von Mises, Israel Kirzner e Friedrich Hayek, disapprovavano la teoria Marshalliana-Walrasiana e l’uso delle logiche matematiche, che andavano a coprire i tratti fondamentali della Teoria Neoclassica.

Kirzner, esponente americano della Scuola Austriaca, sosteneva infatti:

"in standard neoclassicalequilibriumtheorythereis [...] no role for the entrepreneur " ⁹.

Egli nel suo scritto *Concorrenza e Imprenditorialità* ribadisce:

“Bisogna considerare 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”. ¹⁰

Ludwig Von Mises, sociologo del Novecento 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”. E aggiunge: “In ogni sistema economico in mutamento, tutte le attività economiche sono caratterizzate dall’incertezza rispetto al futuro

⁸ C. Menger, *Principi fondamentali di economia*, trad. it., Galeati, Imola, 1909, pp.19-20

⁹ *The Driving Force of the Market: Essays in Austrian Economics*, di Israel M Kirzner.

¹⁰ Israel M. Kirzner, *Concorrenza e imprenditorialità*, Rubbettino, 1977, p. 73.

[...]. L'attività economica è necessariamente un'attività di speculazione, perché si basa su un futuro incerto”¹¹.

Egli specifica che lo stato stazionario potrebbe essere il punto di equilibrio verso cui si pensa che tendano le attività economiche e che sarà conseguito se non entreranno in gioco altri fattori, lo stato stazionario potrebbe essere quindi un punto di arrivo. Mises nella sua opera *Human Action* illustra la teoria sull'azione umana: i comportamenti e le azioni razionali fanno scaturire le attività economiche; gli individui hanno il fine di perseguire il soddisfacimento dei loro bisogni attraverso lo sfruttamento delle opportunità che provengono dal mercato e dalle sue condizioni. Mises continua affrontando il tema delle qualità che deve avere l'imprenditore. Egli sostiene infatti che:

“l'imprenditorialità non è una qualità che possa essere acquisita con lo studio, per quanto le qualità e le abilità di cui un uomo d'affari ha bisogno possono essere insegnate e apprese. Non si diventa buoni imprenditori in seguito ad un addestramento commerciale o passando qualche anno in qualche scuola commerciale”.¹²

Werner Sombart¹³ ne “*Il Capitalismo Moderno*”, in cui esamina la nascita del capitalismo e la sua evoluzione, impiegando il punto di vista dell'individualismo metodologico, individua negli imprenditori le “forze motrici” del cambiamento.

Per Sombart questi conducono allo sviluppo, grazie a loro si passa dal vecchio sistema precapitalistico per mezzo di una nuova mentalità economica e l'introduzione di cambiamenti nell'organizzazione dei fattori di produzione.

Fu essenziale l'apporto di Joseph Schumpeter, il quale fu il primo a dare una teoria completa sull'imprenditorialità, che sottolineò la funzione innovativa dell'imprenditore soffermandosi sul concetto di distruzione creatrice che vedremo in seguito nel Capitolo III; Schumpeter infatti afferma che “non si è andati [...] molto lontano”¹⁴ intendendo dire che non si è andati molto lontano fino a quando non sono apparse la sua opera è quella di Frank Knight il quale associò l'individuo al concetto di rischio, in riferimento al capitale investito, mettendo in risalto le differenze con il ruolo del manager.¹⁵

¹¹ L. Von Mises, *Socialismo*, trad. it., Rusconi, Milano, 1989, p.230,239-240.

¹² L. Von Mises, *Human Action*, Yale University Press, New Heaven, 1949.

¹³ Economista e storico (Ermsleben, Sassonia, 1863 - Berlino 1941), prof. a Breslavia (dal 1890) e a Berlino (dal 1906); Dapprima seguace delle teorie marxiste applicate allo studio della storia economica e sociale, se ne staccò progressivamente, assumendo posizioni di estrema polemica. Il suo studio più noto è l'analisi svolta in *Der moderne Kapitalismus* (2 voll., 1902; 2^a ed., 3 voll., 1924-27), in cui vengono articolatamente esaminate storia, struttura e filosofia del capitalismo.

¹⁴ J.A: Schumpeter, *Storia dell'analisi economiche*, cit., vol. II, p. 789

¹⁵ Lorenzo Infantino, *Individualismo, mercato e storia delle idee*, p. 269

CAPITOLO II

Il punto di vista di Kirzner

2.1 Il suo profilo

Israel Meir Kirzner è uno dei più significativi esponenti della Scuola Austriaca ancora in vita, nato a Londra il 13 febbraio del 1930 è un economista e rabbino britannico naturalizzato statunitense. Dopo essersi trasferito in Sudafrica studia nella University of Cape Town (1947-1948) per poi ritornare a Londra e studiare all'University of London External Programme (1950-1951); successivamente si stabilisce negli Stati Uniti dove ottiene il Master in Business Administration e il Ph.D. alla New York University.

Proprio alla New York University si formò sotto la guida di Ludwig Von Mises, il quale era docente lì. Kirzner è noto per aver indagato su temi come l'imprenditorialità e l'etica del mercato. La Scuola Austriaca precedente a Kirzner si concentra sull'incertezza che contraddistingue gli operatori di mercato; le teorie che parlano invece del mercato perfetto implicano che tutti quanti gli individui conoscano le conseguenze delle loro azioni e in questo modo raggiungono sempre l'equilibrio.

L'intento di Kirzner è quello di unire le visioni dei due esponenti della scuola austriaca Mises e Hayek: questi due autori sostenevano appunto che la coscienza umana è dispersa e fallibile e che la razionalità umana sia quindi limitata; gli attori secondo loro sono strategici e considerano gli altri individui creando scambi a somma positiva tentando di ridurre al minimo le perdite e andando a creare una cooperazione sociale.

Come abbiamo visto Mises pone l'attenzione sul processo di mercato che viene attuato dall'imprenditore alla ricerca di un profitto, il quale però agendo in un mondo incerto, non raggiunge mai lo stato stazionario ma lascia l'economia in perenne movimento.

Hayek precisa invece che secondo lui il processo di mercato è un processo di apprendimento reciproco. Egli è l'autore di innumerevoli scritti scientifici come *"The Economic Point of View," "Market Theory and The Price System"*, *"Competition and Entrepreneurship"* e *"Perception, Opportunity and Profit"*. I principali temi affrontati da Kirzner sono perciò il mercato e la concorrenza, l'imprenditorialità e il profitto.¹⁶ Nel 2006 gli è stato consegnato l'International award for entrepreneurship and small business research, ed è stato definito "uno dei più forti critici con più voce in capitolo della preoccupazione

¹⁶ Lorenzo Infantino, Concorrenza e imprenditorialità di I.M. Kirzner

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”¹⁷.

2.2 Il processo di mercato

Nella sua opera “*Competition and Entrepreneurship*” (1973) pone l'attore imprenditoriale al centro dei processi di mercato e rileva una convergenza tra imprenditorialità e concorrenza, difatti, per lui non può esistere l'una senza l'altra. Kirzner analizza anche il tema della concorrenza perfetta sostenendo che la contemporanea teoria dei prezzi non aiuti a capire il processo di mercato, poiché egli, essendo di tradizione austriaca, ipotizza che gli agenti economici abbiano una razionalità limitata.

La teoria dei prezzi si basa sul fatto che i fenomeni del mercato si possano identificare come la manifestazione di relazioni sistematiche.

Questi fenomeni sono i prezzi di scambio dei prodotti, le quantità scambiate, la qualità dei beni, i prezzi e i metodi di produzione dei fattori e così via. Codesti elementi non sono visti come una massa di dati isolati, ma come il risultato di accurati processi che si possono comprendere.¹⁸ Questa teoria nasce nel contesto anglo-americano in cui l'elemento fondante nasce da Marshall e viene poi trasformato da Chamberlin. La teoria dei prezzi viene comunemente presentata così:

“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”.¹⁹

Secondo determinate condizioni, quindi, esisterà solamente un insieme di attività che potrà condurre al compimento di tutte le azioni stabilite. Per questa teoria dei prezzi quindi il focus è sui valori dei prezzi e delle quantità e sui valori compatibili con le condizioni di equilibrio.²⁰

Al contrario Kirzner, nonostante concepisca il mercato come l'insieme delle attività degli individui che vi partecipano, non pone l'attenzione sull'equilibrio.

¹⁷ Adriano Gianturco Gulisano, L'imprenditorialità di Israel Kirzner, Rubbettino

¹⁸ Israel M. Kirzner, Concorrenza e imprenditorialità, Rubbettino 1997, p. 32

¹⁹ Israel M. Kirzner, Concorrenza e imprenditorialità, Rubbettino 1997, p. 34-35

²⁰ Israel M. Kirzner, Concorrenza e imprenditorialità, Rubbettino 1997

“I quesiti 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”.²¹

Questa, infatti, è necessaria per capire in quale modo le interazioni tra i soggetti che partecipano portano a far modificare le variabili in questione e per comprendere come questi cambiamenti fanno sì che mutino anche altre variabili di altre aree del mercato. Quello su cui si concentra l'autore, perciò, sono i nessi e i collegamenti che definiscono prezzi e quantità di equilibrio.

Secondo questo nel mercato in concorrenza perfetta si suppone che tutti gli attori sociali abbiano una conoscenza perfetta razionale per prendere le proprie decisioni; gli operatori economici potrebbero quindi prevedere le decisioni altrui e pianificare le loro.

Dunque, se gli individui avessero una conoscenza perfetta non sarebbe necessario un mercato perché questi potrebbero coordinare tra di loro i piani.

L'efficienza di questo sistema è dovuta quindi da come le varie forze che influenzano il mercato riescono a provocare delle correzioni spontanee dei modelli di distribuzione che dominano in disequilibrio. Le scelte che compiono gli individui all'interno del mercato comportano altre decisioni di altri individui ancora. Nel mercato si verificano quindi dei momenti in di ignoranza dove, ogni acquirente o venditore rivede le proprie offerte di acquisto o vendita alla luce della conoscenza successivamente acquisita dalle opportunità alternative che si possono aspettare dal mercato. In questo senso il processo di mercato è intrinsecamente concorrenziale.²²

Se questo processo concorrenziale arrivasse fino alla fine, ossia tutte le scelte combaciassero completamente tra loro, nessun soggetto si sentirebbe più spinto a perfezionare le possibilità che propone al mercato dal momento che nessun altro concederebbe opportunità migliori.

Per Kirzner le decisioni non possono essere tutte quante concluse: infatti il contatto con le decisioni degli altri individui può portare a nuove informazioni che non si avevano inizialmente. Il processo di mercato consiste in cambiamenti sistematici dei progetti, generati dal flusso di informazioni che deriva dalla partecipazione al mercato stesso ²³.

Tramite la continua riformulazione dei piani, resa possibile dalle informazioni fornite dal mercato, tenta di colmare l'ignoranza e il disequilibrio in cui gli individui si trovano. Tutto questo processo è una permanente opera di correzione ²⁴. Kirzner precisa che:

“se il processo concorrenziale compisse il suo corso fino alla fine, nessun partecipante avrebbe più la spinta a migliorare le opportunità che al momento offre sul mercato perché nessuno offrirebbe opportunità migliori. In situazioni di equilibrio la concorrenza non è più una forza attiva. Quando il processo di mercato si arresta

²¹ Israel M. Kirzner, *Concorrenza e imprenditorialità*, Rubbettino 1997, p.36-37

²² Israel M. Kirzner, *Concorrenza e imprenditorialità*, Rubbettino 1997, p.44

²³ I. M. Kirzner, “Concorrenza e imprenditorialità”, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 1997.

²⁴ L. Infantino, “Individualismo, mercato e storia delle idee”, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 2008

si arresta il processo concorrenziale”. La concorrenza dipende dunque da una situazione di disequilibrio necessaria ²⁵.

2.3 *L'imprenditore di Kirzner*

In riferimento a quanto è stato illustrato nel precedente paragrafo Kirzner prova a spiegare chi è il soggetto del processo competitivo così:

“immaginiamo un mercato in cui tutti coloro che in un dato momento vi partecipano siano in realtà incapace 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 e non si accorgono che avrebbero potuto ottenere prezzi più alti” ²⁶.

Quindi inserendo individui che possono vedere dove un bene si può vendere a un prezzo maggiore rispetto a quello a cui può essere acquistato si può uscire da tale condizione: il soggetto che ha l'abilità di fare questo per Kirzner è l'imprenditore. Gli imprenditori, perciò, sono quelli che sono in grado di notare “immediatamente le opportunità di profitto che esistono a causa dell'ignoranza dei partecipanti originari al mercato, ignoranza che permane a causa della loro incapacità di imparare dall'esperienza” ²⁷.

Secondo l'autore la conoscenza e l'equilibrio interrompono la concorrenza e vanno a soffocare la figura imprenditoriale, mentre, allo stesso tempo, l'ignoranza e il disequilibrio sono l'habitat perfetto per la concorrenza e per far realizzare guadagno all'imprenditore.²⁸

Emergono tre questioni:

“L'imprenditorialità pura si esercita solo in assenza di risorse iniziali. L'imprenditore puro osserva l'opportunità di vendere qualcosa a un prezzo superiore di quello al quale può acquistarla. Da ciò segue che

²⁵ L. Infantino, “Individualismo, mercato e storia delle idee”, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 2008, p.276

²⁶ I. M. Kirzner, “Concorrenza e imprenditorialità”, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 1997, p. 47

²⁷ I. M. Kirzner, “Concorrenza e imprenditorialità”, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 1997

²⁸ L. Infantino, “Individualismo, mercato e storia delle idee”, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 2008, p.277

chiunque è imprenditore potenziale perché il ruolo puramente imprenditoriale non presuppone alcun patrimonio iniziale particolare”.²⁹

“Il processo concorrenziale di mercato è imprenditoriale. Le nozioni di concorrenza e imprenditorialità sono inseparabili. Esse sono due facce della stessa medaglia”.³⁰

“Il processo concorrenziale-imprenditoriale fa sì che la struttura delle decisioni degli altri partecipanti al mercato sia più ricca e offra maggiori possibilità di scelta. Essendo il processo sempre imprenditoriale, l’attività di ogni partecipante al mercato appare imprenditoriale.”³¹

La teoria di Kirzner si basa quindi sull’idea di *alertness*, ossia l’immediatezza di saper cogliere le opportunità di profitto che gli altri individui non hanno ancora visto e non sono quindi stati in grado di sfruttare. Egli si sofferma ad analizzare il concetto di *Homo Agens* ovvero un individuo munito sia della capacità di raggiungere gli obiettivi con efficienza, ma anche della prontezza che serve a riconoscere i nuovi fini e i mezzi a disposizione. L’imprenditorialità coincide quindi con la prontezza, ossia la capacità di scoprire nuovi obiettivi e questa secondo Kirzner è un’attività di coordinamento³².

Costui afferma che nel sistema della teoria dei prezzi di equilibrio tutti gli individui che prendono decisioni hanno dei segnali pienamente coordinanti che permettono a tutti i piani di coincidere tra loro; nella realtà però non funziona così: essendo gli attori sociali in condizione di disequilibrio i piani non coincidono tra loro ma è appunto per Kirzner l’attività imprenditoriale che permette di raggiungere il coordinamento.

Kirzner scrive:

“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”.³³

L’imprenditore, perciò, è un soggetto che ha un’innata attitudine a intuire e scoprire nuove opportunità, è sensibile alle informazioni che provengono dai mercati e sa come sfruttarle.

Un altro punto di Kirzner è che non esistono azioni che vengono prima del momento in cui si riconosce un’opportunità, l’*alertness* per questi una situazione di mancanza di azione.³⁴

L’imprenditore puro, quindi, inizia con nessun tipo di mezzo e tutto ciò che gli è necessario per raggiungere il risultato migliore è di saper trovare le opportunità. In aggiunta, per Kirzner il profitto è l’indice della capacità dell’imprenditore di saper scoprire “situazioni” non note e servirle.

Inoltre, Kirzner non vuole dimostrare come il suo imprenditore sia un’alternativa rispetto a quello proposto

²⁹ L. Infantino, “Individualismo, mercato e storia delle idee”, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, p. 278

³⁰ Op. cit., p.278

³¹ Op. cit., p.278

³² L. Infantino, “Individualismo, mercato e storia delle idee”, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 2008

³³ I. M. Kirzner, “Concorrenza e imprenditorialità”, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 1997, p. 304

³⁴ Vaz-Curado, S. F. L. and Mueller, A. P. (2019) “The concept of entrepreneur of Schumpeter in comparison to Kirzner”

da Schumpeter, piuttosto però vuole sottolineare l'elemento della prontezza all'interno della visione Schumpeteriana della creatività dell'imprenditore.

CAPITOLO III

Joseph A. Schumpeter e la sua innovazione

3.1 Chi è Schumpeter

Joseph Alois Schumpeter³⁵ fu un celebre economista austriaco naturalizzato statunitense del XX secolo. Nasce l'8 febbraio 1883 in una famiglia di etnia tedesca dei Sudati a Třešť in Moravia (Repubblica Ceca), la quale allora faceva parte dell'impero austroungarico, e successivamente alla morte del padre si trasferì prima a Graz e poi a Vienna. Lì frequentò la facoltà di diritto per poi specializzarsi in economia alla scuola di Menger dove frequentò i corsi di Böhm-Bawerk³⁶ e von Wieser³⁷ per continuare poi i suoi studi in Gran Bretagna.

Dopo essere stato al Cairo in veste di avvocato ritornò in patria per insegnare all'Università di Graz, di Czernowitz (nell'attuale Ucraina) e Bonn in Germania; nel 1919 fu ministro delle Finanze della Repubblica Austriaca e presidente della Biedermann Bank dal 1922 fino al 1924. Nel 1932 si spostò in modo definitivo negli Stati Uniti, dove fu professore alla Harvard University e presidente della Società Econometrica dell'American Economic Association, fino alla morte che sopraggiunse nel gennaio del 1950. Tra i suoi allievi, tra l'altro, si trovano alcune illustri personalità che hanno dato a loro volta contributi importanti in ambito economico come Paul Samuelson, Paul Sweezy e Paolo Sylos Labini.

Schumpeter è noto per la sua teoria del ciclo e dello sviluppo economico e per la svolta che ha dato all'immagine dell'imprenditore nel progresso dell'economia.

È stato fondamentale anche il rilievo che ha dato alla creazione del credito da parte delle banche nelle scelte degli imprenditori.

³⁵ Joseph Alois Schumpeter. Fonte: Enciclopedia online Treccani, voce Schumpeter, Joseph Alois

³⁶ Eugen Ritter von Böhm-Bawerk (Brno, 12 febbraio 1851 – Vienna, 27 agosto 1914) è stato un economista austriaco, esponente fondamentale della scuola austriaca, viene considerato con Carl Menger e Friedrich von Wieser uno dei padri della scuola

³⁷ Friedrich von Wieser (Vienna, 10 luglio 1851 – Salisburgo, 22 luglio 1926) è stato un economista e sociologo austriaco, fu uno dei fondatori della Scuola austriaca. A differenza della maggior parte degli altri economisti della scuola austriaca, Wieser ha rifiutato il liberalismo classico, scrivendo che "la libertà deve essere sostituita da un sistema di ordine". Questa visione e la sua soluzione generale al ruolo dell'individuo nella storia è espressa al meglio nel suo ultimo libro *The Law of Power*, un esame sociologico dell'ordine politico pubblicato nel suo ultimo anno di vita

Altre essenziali idee di Schumpeter sono state quelle sulla teoria delle innovazioni e le analisi del meccanismo del cambiamento dell'economia capitalistica. Egli ha analizzato la storia delle dottrine economiche e si è cimentato in sintesi politiche e sociologiche che lo hanno fatto entrare in rapporto conflittuale di assimilazione e contrasto con il marxismo.

Particolarmente degna di nota la sua interpretazione dell'imperialismo, visto non come risultato dello sviluppo capitalistico bensì come una forma di «atavismo», da ricondurre all'aggressività delle monarchie assolute.

Schumpeter si fa conoscere soprattutto per i concetti di *Rational Choice* e *Distruzione Creatrice* e per la coniazione dell'espressione *individualismo metodologico* che ritiene essere il metodo più efficace per spiegare i fenomeni sociali. Con la sua opera "*Teoria dello sviluppo economico*" (1911), l'economista austriaco unisce un approccio *dinamico* all'approccio *statico* per spiegare la realtà dello sviluppo.

Il modello economico statico è fondato sul fatto che i beni vengono prodotti e venduti secondo la domanda variabile dei consumatori, ma i prodotti rimangono sempre gli stessi e le strutture economiche non si adattano. L'economista evidenzia che questo modello non rispecchia quello che accade nella realtà. Egli indica un modello "dinamico" che prevede nuovi aspetti: nuovi prodotti da immettere nel mercato l'imprenditore, le innovazioni tecnologiche, cambia le modalità di organizzazione della produzione e apre a nuovi mercati.

L'imprenditore, soggetto centrale di questo nuovo modello economico dinamico, può disporre di capitali messi a disposizione dalle banche, che remunera con l'interesse, ossia una parte del profitto aggiuntivo realizzato grazie all'innovazione³⁸.

Nel 1942 pubblica un'altra opera "*Capitalismo, socialismo e democrazia*": questo scritto riguarda la coesistenza di vari campi come quello politico, quello sociologico e quello economico. Egli non accoglie il punto di vista Marxista secondo cui le istituzioni sono delle sovrastrutture dei rapporti sociali; per Schumpeter sarà il successo del capitalismo stesso a portarlo al declino. In quest'opera effettua un'analisi sociale in cui, in sintonia con Marx, dal quale viene colpito per l'abilità di saper percepire le trasformazioni storiche, dà rilevanza all'importanza dello spirito innovativo nel processo economico che ha l'abilità di creare benessere e profitti.

Un ulteriore lavoro di Schumpeter, pubblicato in seguito alla sua morte nel 1954, è stato curato dalla vedova Elizabeth Boody e dagli allievi Richard M. Goodwin e Paul Sweezy ed è "*Storia dell'analisi economica*". Schumpeter ha tentato di uscire dagli schemi prestabiliti e con i suoi lavori ha provato a superare le barriere tradizionali tra la sociologia economica e l'economia neoclassica; il suo contributo si sostanzia quindi, sia da un punto di vista metodologico in quanto egli definisce il suo ambito di analisi e le relazioni con l'economia, sia dal punto di vista sostantivo perché studia le nuove forme di organizzazione e la decadenza del

³⁸ ("Blue Ocean Strategy - Rebel Alliance Empowering")

capitalismo. L'economista vuole porre il cambiamento economico come punto centrale delle indagini e delle analisi.

3.2 *Economia, sociologia e individualismo metodologico*

Come abbiamo detto in precedenza Schumpeter vuole uscire dai tradizionali schemi e definire i nuovi confini tra sociologia economica ed economia. Illustri personalità prima di lui avevano dato delle opinioni a riguardo: Carl Menger aveva dichiarato che era indispensabile fare una distinzione tra l'approccio storico e quello teorico (suddiviso in due correnti: quella empirico-realistica e quella dell'economia esatta).

Max Weber³⁹ aveva il proposito di ridurre le distanze presenti tra la scuola storica e quella teorica e riconosce l'economia neoclassica dando però più spazio alla sociologia economica.

Schumpeter in un suo lavoro del 1914 *"Epoche di storia delle dottrine e dei metodi"* afferma che tutti i contrasti tra il metodo storico e quello teorico sono errati. Devono essere contraddistinti tre diversi criteri: la teoria economica, la storia economica e la sociologia economica che secondo l'economista sono tutte essenziali ma non devono essere ammassate.

Per quanto riguarda la teoria economica Schumpeter in *"Storia dell'analisi economica"* sostiene che è un insieme di proposizioni analitiche di cui viene argomentata la validità a determinate condizioni.⁴⁰ Queste proposizioni, come già Weber e Menger avevano riscontrato, sono delle norme logiche che non dipendono dalla loro validità empirica immediata ma sono teoremi ideali diversi da quelli che si basano sull'osservazione.

Nonostante riconosca quindi il valore della teoria neoclassica, tuttavia crede che per studiare le attività economiche concrete non si possa prescindere dalla loro collocazione nella storia. Attraverso la storia economica, infatti, è possibile capire come i fatti economici e non si mescolino fra loro e come cambino nel tempo.

³⁹ Sociologo e storico (Erfurt 1864 - Monaco di Baviera 1920). La sua sociologia, concepita come scienza pura, è immune da concetti naturalistici e da costruzioni speculative: polemico al tempo stesso contro positivismo e storicismo, W. si proponeva di studiare le azioni tipiche, le probabilità calcolabili nel comportamento degli uomini, non i valori soggettivi determinanti nella realtà le azioni; onde la legittimità di una ricerca dei nessi mezzi-fine, non in vista di un giudizio di valore sui fini stessi, ma in vista dell'adeguatezza dei mezzi per conseguirli (Wertfreiheit "libertà dai valori"). Enorme la sua influenza, in particolar modo sulla sociologia statunitense (T. Parsons, Ch. Wright Mills). Fonte: Enciclopedia Treccani

⁴⁰ Carlo Trigilia, sociologia economica, i. profilo storico, il mulino, 2002, p.292

Schumpeter scrive infatti:

“Non si può sperare di comprendere i fenomeni economici di una qualsiasi età, compresa quella presente, senza un'adeguata padronanza dei fatti storici e un'adeguata misura di senso storico.”⁴¹

Proseguendo nello spiegare il suo pensiero egli rileva come anche i fattori non economici, ossia le istituzioni, influenzino le funzioni economiche e perciò ritiene necessario andare ad osservare ed esaminare la sociologia economica.

Schumpeter non appartiene esattamente alla Scuola Austriaca ma utilizza lo stesso tipo di approccio, ossia l'individualismo metodologico, secondo cui i fenomeni economici e sociali vanno analizzati partendo dalle azioni degli individui e dalle conseguenze che queste producono.

È stato proprio lui a coniare l'espressione *individualismo metodologico* nel 1908 per fare una distinzione tra individualismo politico e metodologico. Prima di lui, infatti, Menger parlava di “metodo compositivo” per dimostrare che i fenomeni che si creano nella società sono dati dalla composizione delle azioni dei singoli attori.

Per spiegare l'individualismo metodologico si possono utilizzare tre dimensioni diverse: sul piano ontologico e gnoseologico si ritiene che esistano solamente gli individui, i quali sono gli unici di cui si può avere evidenza empirica e questi hanno conoscenze limitate. È inoltre necessario fare un'ulteriore distinzione tra quelli che sono gli individualisti metodologici e quelli utilitaristici, questi ultimi infatti prendono come modello di attore sociale *l'homo oeconomicus*⁴², il quale ha una conoscenza perfetta, una razionalità parametrica e agisce sempre per massimizzare la sua utilità.

Per quanto riguarda invece il piano metodologico, dato che esistono solamente gli individui, bisogna partire da loro per spiegare le azioni sociali e cercare le cause dei fenomeni. Dal terzo punto di vista, quello sociopolitico, questo porta ad avere una concezione liberale che mette al centro l'individuo e la sua libertà, la quale deve essere tutelata affinché lo stato non la intralci; le opinioni politiche di questa corrente sono infatti legate a questo tipo di visione.

Secondo l'economista austriaco è necessario dividere le due prospettive: non è infatti secondo lui essenziale mettere sul piano politico il punto di vista individualistico con cui viene messo al centro di tutto il singolo individuo.

La particolarità di Schumpeter sta infatti nell'analizzare le situazioni in modo critico con cui nonostante sia

⁴¹ J. A. Schumpeter, *Storia dell'analisi economica*, 1954, p. 15

⁴² Individuo astratto, definito per la prima volta da J.S. Mill, del cui agire nella complessa realtà sociale si colgono solo le motivazioni economiche, legate alla massimizzazione della ricchezza. Secondo Mill, tramite la nozione di h. o. l'economista non deve prendere in considerazione la realtà umana nella sua complessità, ma solo le ragioni economiche del suo agire, sgombrando il campo da tutte le irrazionalità, le convenzioni, i costumi morali e le altre regole di condotta che pure incidono nelle sue decisioni. In questo senso, questa figura teorica si pone come universale, in quanto le scelte dell'h. o. non sono condizionate dall'ambiente in cui si trova. Fonte: *Enciclopedia Treccani*

favorevole ad alcuni tipi di pensieri riesca a vedere e studiare in modo critico i fenomeni portando in rilievo anche i punti di debolezza; ad esempio, le teorie neoclassiche, che ritiene applicabili ad ogni periodo storico e fenomeno, vengono comunque da lui criticate perché non danno la possibilità di vedere il cambiamento in quanto sono modelli stazionari.

3.3 Crescita, sviluppo ed innovazione

Nella sua opera teorica più celebre “La teoria dello sviluppo economico” del 1912 Schumpeter affronta il problema del cambiamento della produzione e dei mutamenti della società capitalistica e, nel tentativo di creare una teoria economica, l’autore inserisce anche delle variabili sociali.

Secondo lo studioso l’economia tradizionale è limitata poiché non riesce ad avere una visione dinamica dell’equilibrio economico; questa, infatti, non riesce a risolvere la discontinuità che è presente nella tradizionale modalità di produzione e non è in grado di comprendere le trasformazioni e i mutamenti produttivi. Schumpeter asserisce:

“Ogni produzione consiste nel combinare materiali e forze che si trovano alla nostra portata [...]. produrre altre cose o le stesse cose in modo differente, significa combinare queste cose e queste forze in maniera diversa. Finché la nuova combinazione viene raggiunta, con il tempo, partendo da quella vecchia, per piccoli passi attraverso continui aggiustamenti, sia un certo mutamento, ed eventualmente una crescita, ma non un nuovo fenomeno sottratto alla considerazione dell’equilibrio ne ho uno sviluppo nel senso nostro.”⁴³

Egli porta alla luce come nel modello statico i prodotti che vengono scambiati rimangono sempre uguali come anche le strutture, questo però non corrisponde alla verità. Intende evidenziare che vi è una differenza sostanziale tra la crescita e lo sviluppo; la prima è infatti un fenomeno lineare e graduale che si compone di aggiustamenti e sistemazioni continue.

“Si aggiungano pure in successione tante diligenze quante si vogliono non si otterrà mai una ferrovia”.⁴⁴

Lo sviluppo invece è esponenziale e comporta una discontinuità che viene introdotta dalle nuove combinazioni e aggregazioni dei fattori. La trasformazione che porta alla novità può essere determinata da cinque fattori: la riorganizzazione dell’industria, i metodi di produzione, l’apertura dei mercati, la creazione

⁴³ J.A. Schumpeter, La teoria dello sviluppo, 1912

⁴⁴ J.A. Schumpeter, La teoria dello sviluppo, 1912

di prodotti e la scoperta di nuove fonti di approvvigionamento e materie prime.

Indagando più a fondo va ad osservare le cause endogene che portano allo sviluppo e le riscontra in fattori extraeconomici come l'aumento demografico e gli sconvolgimenti politici e sociali.

Secondo Schumpeter a questo punto lo sviluppo è l'effetto dell'operato degli imprenditori che introducono nuovi modi di combinare i mezzi di produzione e sfruttano le innovazioni tecnologiche portando alla modernizzazione.

Questa tesi permette a Schumpeter di rendere comprensibile anche il ciclo economico che è composto dall'avvicinarsi di fasi di espansione e di recessione; questo perché le innovazioni non hanno un andamento costante ma si concentrano solo in determinati periodi in cui appunto l'economia avverte una spinta per poi rallentare di nuovo e così via. Questo accade perché le innovazioni si concentrano in precisi settori e tendono a sorgere a grappoli non in modo isolato.⁴⁵

In aggiunta le invenzioni non nascono dalle vecchie combinazioni ma si mettono in concorrenza con queste creando in questo modo nuove imprese e portando alla necessità di un adattamento del sistema.

Per di più queste novità non compaiono mai in periodi di calma ma nascono divergenze tra imprese che vanno avanti e altre che restano arretrate. I momenti di spinta economica dovuti alle innovazioni, secondo l'economista, vengono denominati di *distruzione creatrice*.

Per concludere, dunque, si può evincere che vi è una differenza sostanziale tra le opinioni di Schumpeter e le teorie dell'economia tradizionale; quest'ultima fa una semplice distinzione tra il capitalista, proprietario dei mezzi di produzione e del capitale, e l'imprenditore, inteso solamente come dirigente dell'impresa che può anche non esserne proprietario.

Stando all'analisi dell'economista austriaco, al contrario, è necessario separare all'interno della attività di gestione quelle che hanno un carattere di routine e quelle invece che conducono all'innovazione, a cui va di conseguenza ricollegato il ruolo dell'imprenditore.

3.4 La teoria dell'imprenditorialità

Nella "Storia dell'analisi economica" Schumpeter individua quattro categorie di attori da studiare per analizzare l'attività economica che sono rispettivamente i proprietari fondiari, i lavoratori, i capitalisti e gli imprenditori. Il ruolo dell'imprenditore per l'autore è la sorgente del suo pensiero sulla visione dell'economica; difatti l'economia per lui non è un sistema circolare che tende a raggiungere l'equilibrio tra

⁴⁵ J. Schumpeter, "Teoria dello sviluppo e capitalismo", Milano, Mondadori Editore, 2000, p. 267.

l'offerta e la domanda, ma piuttosto è un meccanismo che prima si espande e poi recede in cui l'imprenditore ha una importante influenza.

Per mezzo dei suoi studi Schumpeter ha modificato la visione dell'imprenditore mostrandolo come colui che da inizio all'innovazione e ha analizzato quali sono le origini delle intenzioni che portano l'essere umano a immergersi nell'incertezza e caricarsi dei rischi imprenditoriali.

Per l'economista è centrale la figura di colui che innova che è in grado di sconvolgere lo status quo competitivo per dare vita a qualche cosa di nuovo ed è in *Capitalismo, Socialismo e Democrazia* che troviamo il concetto di distruzione creatrice di cui abbiamo parlato nel precedente paragrafo:

“Il capitalismo [...] è per natura una forma o un metodo di cambiamento economico e non solo non lo è, ma non può mai esserlo stazionario. [...] L'impulso fondamentale che mette in moto e mantiene in moto il motore capitalista viene dai nuovi beni di consumo, i nuovi metodi di produzione o di trasporto, i nuovi mercati, le nuove forme di organizzazione industriale che l'impresa capitalista crea. [...] L'apertura di nuovi mercati, esteri o nazionali, e lo sviluppo organizzativo dal mestiere negozio e fabbrica a tali preoccupazioni come U.S. Steel illustra il processo di mutazione industriale che incessantemente rivoluziona la struttura economica dall'interno, distruggendo incessantemente il vecchio, creando incessantemente un nuovo. Questo processo di distruzione creatrice è il fatto essenziale del capitalismo. E 'ciò in cui il capitalismo consiste e ciò in cui ogni impresa capitalista deve vivere. [... Il capitalismo richiede] la perenne tempesta della distruzione creatrice.”⁴⁶

L'economista fa risaltare come dall'innovazione nascono due effetti in opposizione tra loro: se da una parte viene stravolta la struttura economica ed eliminato l'ordine tradizionale, dall'altra si avviano nuovi processi produttivi generati dalla novità.

Schumpeter dando un'innovativa definizione dell'imprenditore stravolge gli studi passati. Facendo un profilo dell'imprenditore questo può essere sia un lavoratore dipendente che un uomo d'affari autonomo, non è necessario che abbia un rapporto continuativo con un'impresa solamente e in più non fa parte di una classe sociale specifica: questo perché Schumpeter introduce il concetto dell'utilizzo del credito.

L'economista aveva infatti riscontrato una connessione tra il credito e l'innovazione che dà la possibilità di moltiplicare il potere d'acquisto, ma non è tuttavia sufficiente per realizzare l'innovazione.

L'economista cerca quindi di creare un profilo delle conseguenze che derivano dall'innovazione.

Prendendo il caso di un'innovazione isolata che viene immessa in un'economia stazionaria per quanto riguarda le combinazioni dei fattori produttivi riesce a vedere come inizialmente l'imprenditore dopo essersi finanziato spende le risorse per realizzare la sua idea; in questo modo, grazie all'utilizzo del credito, toglie mezzi di produzione e forza lavoro ai suoi concorrenti ed entra in competizione con coloro che svolgono la stessa attività produttiva.

⁴⁶ 52 Joseph A. Schumpeter, *Capitalism Socialism and Democracy*, London Routledge, pp.82-83

Si avrà perciò un aumento dell'occupazione e dei salari a parità dei prezzi dei beni di consumo.

Il cambiamento portato dall'azione creativa, perciò, da origini a potere di mercato e profitti.

Lo sviluppo è accompagnato dall'imprenditore che sa infrangere le regole e stravolgere le regole e le abitudini. L'innovazione però implica una diminuzione del costo reale per unità di prodotto sociale; quindi, l'unità di consumo è stata prodotta ad un costo minore del lavoro e della terra.

Quando questo processo produttivo termina davanti a una domanda satura, vi sarà una maggiore offerta e quindi i prezzi inizieranno a cadere.

Perciò anche l'occupazione che ha raggiunto i suoi livelli massimi inizierà a diminuire e cadrà anche la domanda dei beni di investimento.

Questa fase va avanti finché tutte le imprese riescono a adeguarsi all'innovazione; infatti, l'imprenditore crea opportunità di profitto che persuadono anche altri produttori ad entrare in un nuovo ramo produttivo. Gli altri produttori, noti come followers, iniziano a investire a loro volta raggiungendo così l'imprenditore che perde il suo profitto.

In questo momento quindi ci si trova in una situazione che è la stessa di quella iniziale: il nuovo diventa familiare e non vi è più attività imprenditoriale nonostante siano cambiati i vari fattori.

Schumpeter ha una visione discordante con il pensiero tradizionale dell'economia per cui l'imprenditore è sempre capace di calcolare razionalmente le risorse: questo per lui riguarda infatti solo le attività di routine. Quando entra in gioco l'innovazione la situazione cambia: è presente una maggiore incertezza, è necessario saper combattere sia le resistenze interne di chi innova, ossia gli schemi mentali prefissati, sia le opposizioni esterne dell'ambiente sociale circostante come quelle giuridiche e politiche.

Queste resistenze nelle società meno sviluppate si sintetizzano nella disapprovazione sociale mentre in quelle più sviluppate sono messe in atto dai vari gruppi che si sentono minacciati e dall'abitudine.

Agli imprenditori è infatti richiesta una *distinctive mentality*⁴⁷: l'imprenditore introducendo nuove combinazioni e portando ad una riorganizzazione assume dei rischi che sono diversi da quelli delle classiche imprese.

Inoltre, come afferma nei suoi scritti, si possono distinguere quattro differenti tipi di imprenditori.

Il primo è il padrone di fabbrica che si trova nella fase iniziale dell'economia di mercato e svolge mansioni amministrative, tecniche, commerciali ed è anche proprietario dei mezzi di produzione, il che è solitamente una conseguenza dell'abilità di saper innovare.

Troviamo poi il capitano di industria, il quale è collocato in una fase più avanzata dell'economia e possiede il capitale azionario che innova attraverso il controllo finanziario che ha sulle aziende.

Il terzo tipo di imprenditore secondo l'economista è il manager di formazione tecnica, anch'egli si trova in una fase avanzata dell'economia e non ha particolari interessi capitalistici ma è spinto al cambiamento per fornire una buona prestazione professionale.

⁴⁷ A. Thomas, "Il legame biunivoco tra imprenditorialità e sviluppo economico: origini, evoluzioni e scelte di policy", Napoli, Alfredo Guida Editore, 2009, p. 86-87.

L'ultima tipologia di imprenditore è quella del fondatore di imprese: questo è per Schumpeter l'imprenditore puro che ha rapporti solamente temporanei con queste.⁴⁸

Secondo lo studioso la remunerazione di questo dipende dal surplus temporaneo che deriva dalla diffusione delle novità. Per l'economista austriaco per saper innovare bisogna possedere determinate qualità che non sono comuni a tutti gli individui; è necessario essere dotati di intuizione e capacità di visione.

La sua entrata nella competizione economica comporta come abbiamo visto cambiamenti dei piani di azione dei produttori tradizionali, ognuno dei quali vede mutare le proprie combinazioni di produzione in modo inatteso. I produttori tradizionali hanno due possibilità: possono reagire in modo non attivo a questo cambiamento a probabilmente anche rinunciare alla competizione ovvero possono adeguarsi alle nuove combinazioni.

Inoltre, i produttori tradizionali possono decidere di iniziare ad innovare anche loro, si può infatti notare come ogni attività imprenditoriale stimola la manifestazione di altri innovatori.

“Nelle nuove condizioni l'iniziativa pratica dell'imprenditore assume tratti rimasti sinora nascosti. 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.”⁴⁹

L'imprenditore viene definito da Schumpeter *spirito selvaggio* ed 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”⁵⁰

“Secondo Schumpeter si 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.”⁵¹

L'imprenditore Schumpeteriano deve avere capacità di leadership e saper cogliere i segnali del mercato essendo però anche un soggetto competente e determinato. Difformemente a quanto sostiene l'economia

⁴⁸ Carlo Trigilia, *Sociologia economica, I. Profilo storico*, Il Mulino, 2002, p.298

⁴⁹ Nicolò de Vecchi, *Schumpeter Viennese*, Bollati Boringhieri, 1993 p. 61-62

⁵⁰ Joseph A. Schumpeter, *Capitalism Socialism and Democracy*, London Routledge pp. 149-159.

⁵¹ 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

classica, perciò, i pregi di questa figura non possono essere riconducibili meramente al calcolo economico, ma è indispensabile fare ricorso ai fattori psicologici che contraddistinguono l'imprenditore.

L'individuo in questione secondo l'autore deve possedere un particolare impulso alla creatività che gli permette di creare nuovi prodotti mescolando fattori già esistenti in modo originale.

Costui non può essere visto come un conservatore bensì come un visionario in grado di andare oltre la forma mentis ordinaria e in seguito di portare la società a fare lo stesso.

È questo che supera i limiti guidato dalla sua genialità e conduce alla distruzione creatrice rompendo gli equilibri.

Per Schumpeter quindi la crescita economica non viene creata dall'accumulazione di capitale, ma dal continuo susseguirsi di idee e dall'innovazione persistente promossa dall'imprenditorialità. Tuttavia, il suo ruolo non lo porta ad un'emarginazione sociale, anzi viene accolto dalle comunità bancarie e finanziarie che vogliono sostenere economicamente le sue idee.

L'imprenditore Schumpeteriano inoltre viene visto come un individuo non puramente edonista; costui non ha una natura solamente economica che si basa sulla valutazione dei costi e dei profitti, e sulla conseguente perdita di interesse nel proprio tentativo di innovazione nell'istante in cui il costo della sua fatica vada a superare la soddisfazione che ne deriva.

Questa condotta per Schumpeter sarebbe infatti tipica del *circular flow* (ossia l'economia stazionaria).

Viene piuttosto profilato un soggetto volto ad impegnarsi senza sosta per raggiungere a tutti i costi il proprio scopo; questa figura è identificata come un partecipante attivo della vita politica e culturale, fortemente incentivato dalla soddisfazione della creazione e dalla ricerca di un miglioramento della propria posizione sociale.

In conclusione, dunque, l'imprenditore di Schumpeter non è una classe sociale o uno status quo.

Questo può con il successo raggiungere uno status, una ricchezza, un potere rilevante: ma non per questo resta imprenditore. La sua funzione imprenditoriale è legata alla propria capacità di realizzare innovazione, contro ogni conformismo, e quando riflette sui successi raggiunti o quando sfrutta i successi raggiunti dai suoi predecessori in azienda, l'imprenditore cessa di essere tale, per trasformarsi in manager o in rentier⁵².

L'economista però specifica come la sua opinione della figura manageriale non sia affatto positiva in quanto vede in questo il solo intento di eseguire un mandato piuttosto che creare nuovi equilibri nel sistema economico.

⁵² Luca De Biase, L'Imprenditore Di Schumpeter

CAPITOLO IV

Il caso di Bezos

4.1 Chi è Jeffrey Preston Bezos

Jeffrey Preston Bezos è nato ad Albuquerque il 12 gennaio del 1964 ed è noto per essere un imprenditore informatico statunitense. Sin da giovane ha avuto una predisposizione per la meccanica e dopo aver ottenuto la laurea in "Electrical Engineering and Computer Science" alla Princeton University, ha prestato il suo servizio come manager di società informatiche in ambito finanziario, come la FITEL e Bankers trust company e per la D. E. Shaw & co.

Nel 1994 ha fondato Amazon, una società di vendita di libri online, a cui poi si sono aggiunti molti altri prodotti, che è stata una protagonista della new economy e ha avuto un grande impatto sullo sviluppo e sulla rilevanza dell'e-commerce.

Nel 2013 ha acquisito il Washington Post e nel 2017 una società di cibo biologico nota come Whole Foods. Bezos è anche il fondatore e CEO di Blue Origin, la quale è una società di start-up per voli spaziali umani. Forbes lo ha inserito nella sua classifica come uomo più ricco del mondo dal 2018 fino al 2021, poiché nel 2022 è stato superato da Elon Musk, CEO di Tesla, ed è dunque sceso al secondo posto.⁵³

4.2 Dalla libreria online al colosso dell'e-commerce

Amazon nasce come start-up a Seattle con lo scopo di vendere libri online in tutto il mondo e il suo nome di partenza era Cadabra.com.

Bezos aveva riflettuto a lungo anche sul nome, la scelta è infatti ricaduta poi su "Amazon" poiché, non

⁵³ Bezos, Jeff, Fonte: Enciclopedia Treccani

essendo convinto del primo nome, pensò che fosse necessario che iniziasse per A in modo tale da comparire primo nei vari elenchi.

Il fondatore aveva già notato l'immenso potenziale che rappresentava sia internet che l'e-commerce.

Dopo aver lasciato il suo fruttuoso lavoro da vicedirettore della D. E. Shaw, nel garage di casa sua, redige il business plan, che prevedeva perdite per cinque anni. Usando i risparmi suoi e dei genitori di trecentomila dollari avvia la start-up, in seguito altri investitori poi ci puntarono sopra, i primi utili però si ebbero solo nel 2001.

La bolla di Internet intanto era scoppiata e l'impresa continuava a crescere, approdando in borsa nel 1997 e contando già duemila impiegati nel 1999.

Poco dopo l'apertura del sito il suo primo dipendente, Kaphan, aggiunge una funzione che permetteva agli utenti di lasciare una recensione per ogni prodotto acquistato; l'imprenditore pensava che se avesse avuto più recensioni rispetto agli altri siti dai clienti, questi sarebbero stati più propensi a cercare direttamente nella sua libreria online.

Nel frattempo, la libreria virtuale si era espansa e non commerciava più esclusivamente libri, ma anche Hardware, Software, CD, VHS, altri dispositivi elettronici, videogiochi e utensili per la casa; nel 1998 infatti Amazon è già l'esempio più tangibile al mondo di e-commerce.

Dal 2000 in poi l'azienda continuò ad ampliare la gamma di prodotti che offriva inserendo ad esempio articoli sportivi, gioielli, capi d'abbigliamento ed orologi.

Vengono aggiunti anche servizi collegati alla vendita come Amazon Prime che permette di avere la spedizione gratuita e immediata sottoscrivendo un determinato abbonamento, ridisegnando così la logistica dell'e-commerce.

Ancora una volta Bezos intuisce che il mondo digitale sarebbe stato il futuro e perciò nel 2007 lancia il primo prodotto realizzato da Amazon: Kindle. Questo è un dispositivo elettronico portatile che consente di ricercare, scaricare e leggere e-Book.

Le sensazioni di Bezos ancora una volta si rivelano giuste, infatti, nel 2010 le vendite dell'e-Book avevano superato quelle dei libri cartacei.

Nel 2014 inoltre l'imprenditore introduce Amazon Echo, un altoparlante con riconoscimento vocale che include un'intelligenza artificiale nota come Alexa; questa è in grado di rispondere a domande, fare ricerche su internet, riprodurre musica, chiamare e messaggiare, ma può anche connettersi ai vari elettrodomestici della casa e gestirli su comando.

Jeffrey Bezos attraverso Amazon ha continuato ad ampliare la sua offerta offrendo ulteriori servizi come Prime Video e Prime Music.

L'abilità di migliorarsi e di ricercare continuamente l'innovazione sono i principi fondanti su cui si basa Bezos e su cui punta Amazon.

4.3 Un confronto tra imprenditori

Jeff Bezos si caratterizza per avere un tipo di “*transformational leadership*”⁵⁴ che gli ha permesso di crescere e portare Amazon ad essere il più grande retailer online al mondo. Questo tipo di leadership segue sette principi: “*simplification, motivation, facilitation, innovation, mobilization, preparation and determination*”.

Il fondatore di Amazon secondo l’analisi pone molta enfasi sulla soddisfazione del cliente e cerca di creare un ambiente orientato verso di questo. Inoltre, ha creato dei piccoli team per focalizzarsi sui singoli compiti e problemi in modo da consentire una comunicazione migliore e una maniera più efficiente per identificare i problemi e, allo stesso tempo ha aiutato ad eliminare il sistema gerarchico che viene spesso associato alle grandi organizzazioni.

All’interno questi team sono motivati da un sano ambiente competitivo che permette lo sviluppo dell’impresa. Fino ad oggi, l’azienda continua ad impiegare questo stile di leadership per continuare la sua crescita e il CEO afferma di rispettare i sette principi di questa “*transformational leadership*”.

Il termine leadership può essere inteso come: “la capacità di anticipare, immaginare, mantenere la flessibilità, e potenziare gli altri a creare il cambiamento strategico, se necessario”⁵⁵. Avendo stabilito l’immagine che la leadership costruisce, può essere facilmente riconosciuta come una delle caratteristiche più importanti di un imprenditore.

Se si guarda al fattore comune tra imprenditorialità e leadership, si può osservare che in entrambi i casi, il metodo impiegato sta portando cambiamenti, di solito in modo innovativo, per raggiungere i loro obiettivi. Un riferimento pertinente a questo è la visione Schumpeteriana sulla distruzione creatrice. Parlando di questo, Joseph Schumpeter dice che “le situazioni emergono nel processo di distruzione creatrice in cui molte imprese che dovrebbero perire tuttavia potrebbero vivere vigorosamente ed utilmente se resistessero ad una tempesta.”⁵⁶ Se si interpreta questo nel contesto della leadership, la conclusione che si può trarre è che un leader deve essere in grado di adattarsi attraverso l’intero processo di cambiamento, creazione e, quando necessario, per cambiare la creazione.

⁵⁴ Sorin-George Toma, A view on transformational leadership: The case of Jeff Bezos, article, 2020, p. 5

⁵⁵ Hitt, et al., 2001

⁵⁶ Schumpeter e Swedberg, 2003

Al fine di mantenere l'equilibrio e il controllo e, quindi, intraprendere i passi corretti nel processo decisionale, un leader deve essere pronto a utilizzare tutte le risorse disponibili con uso razionale e motivare le persone che lo seguono al loro massimo potenziale. Di conseguenza, può essere dedotto che un capo deve possedere determinate qualità per avere una performance migliore.⁵⁷

Volendo fare perciò un paragone tra Jeffrey Bezos e l'imprenditore Schumpeteriano si possono riscontrare quindi molte caratteristiche comuni. L'economista austriaco sostiene che l'imprenditore è colui che da inizio all'innovazione e Bezos si rispecchia in questo, ad esempio, con innovazioni di prodotto, come il Kindle o Amazon Echo; in questo si riscontra anche la creatività, essenziale tra i tratti dell'individuo di Schumpeter, in quanto abbia ideato tutto questo da solo.

Il CEO statunitense ha anche cambiato il modo di acquistare rendendolo più comodo, veloce e personalizzato attraverso i suoi servizi aggiuntivi come Amazon Prime. Si può difatti affermare che il fondatore del più grande sito online di e-commerce al mondo possiede sicuramente la caratteristica di saper innovare richiesta da Schumpeter.

Questo elemento però non basta a renderlo un imprenditore di successo, ma a Bezos appartengono anche tutte quelle qualità di cui l'autore austriaco parla, ad esempio: *“è necessario essere dotati di intuizione e capacità di visione”*⁵⁸.

Intuizione e capacità di visione hanno permesso al CEO di prevedere il grande successo di Internet e del commercio online prima dei suoi competitor, ma soprattutto è andato contro le regole e ha stravolto le abitudini di quasi tutto il mondo rivoluzionando sia semplicemente il modo di leggere, sia l'acquisto dei prodotti, o addirittura, la gestione di una casa.

Ovviamente Bezos ha corso dei grandi pericoli nell'intraprendere questa strada, pur consapevole delle perdite iniziali che avrebbe avuto, ma ugualmente questo elemento va a riflettere l'opinione di Schumpeter secondo cui l'imprenditore agisce in una situazione di maggiore incertezza e si assume dei rischi.

Costui possiede, come abbiamo visto in precedenza, le capacità di leadership di cui l'imprenditore ha bisogno e anche le competenze necessarie per operare in quel settore.

Sempre a sostegno dell'attualità della visione di Schumpeter, Bezos non viene emarginato ma anzi, non da subito, viene accolto dalle banche e da altri investitori.

Confrontando l'imprenditore statunitense con quello di Kirzner si possono trovare anche qui dei connotati simili: è evidente che la caratteristica di saper notare immediatamente le opportunità di profitto che provengono dall'ignoranza altrui rimanda subito alla figura di Bezos che ha saputo vedere l'occasione di un grande guadagno in una piattaforma di commercio online prima di altri.

Al CEO spettano dunque anche l'innata attitudine a intuire e scoprire nuove opportunità di cui parla l'economista britannico.

⁵⁷ Sorin-George Toma, A view on transformational leadership: The case of Jeff Bezos, article, 2020, p. 3

⁵⁸ Capitolo III, p. 25

Devono essere incluse per di più l'abilità di riconoscere i nuovi fini e mezzi a disposizione per realizzare queste opportunità, cosa che Jeffrey Bezos ha fatto, avendo compreso in quale direzione sarebbe andato il mondo e avendo saputo fornirgli i mezzi per arrivarci.

Ovviamente va menzionata anche *l>alertness*, ossia la prontezza di cui parla Kirzner, che il fondatore di Amazon incarna alla perfezione quando decide di lasciare il suo redditizio impiego per inseguire l'opportunità che aveva intravisto.

CONCLUSIONE

In seguito allo studio di quello che è il concetto di imprenditorialità è risultato evidente che questa figura sia di cruciale importanza nel mercato e per lo sviluppo e il cambiamento della società.

Lo spirito dell'imprenditore, che risiede solo in alcuni privilegiati individui, attraverso varie figure, partendo da quella del mercante, si è evoluto e integrato sempre di più nelle società fino a diventare essenziale per lo sviluppo di queste.

Nel corso dei secoli questo personaggio si è spesso trovato davanti a situazioni di ostilità ed incomprensioni iniziali; nonostante questo l'imprenditore è riuscito sempre ad apportare importantissime metamorfosi sia economicamente che socialmente.

Per questo motivo è stato oggetto di studio di alcune delle menti più brillanti ed influenti dell'ultimo secolo; ha attirato l'attenzione sia degli economisti come Kirzner ma anche di moltissimi sociologi e altri autori che si trovano a metà tra le due strade, poiché è innegabile che queste discipline siano legate tra loro.

Israel M. Kirzner indaga sull'idea delle opportunità e dell'importanza di queste di essere scoperte dall'imprenditore prima degli altri. Individua una peculiarità che necessariamente deve avere, quella della sensibilità di riconoscere le asimmetrie dei mercati, meglio nota come *alertness*.

Joseph A. Schumpeter dà vita al concetto di distruzione creatrice e va ad avviare un nuovo percorso che lega l'imprenditore all'innovazione. Il soggetto di analisi di Schumpeter ha delle rare qualità come la creatività, l'intuizione, la capacità di leadership; corre dei rischi e va contro lo status quo e in più porta dinamicità nell'equilibrio economico.

I pregi appena elencati che delineano il profilo della figura imprenditoriale, come abbiamo potuto constatare, sono in sostanza tutte virtù di cui Jeff Bezos è provvisto.

In conclusione, si può affermare che gli studi e le affermazioni di Schumpeter e di Kirzner concernenti il concetto dell'imprenditorialità nel XX secolo si possono tuttora ritenere valide, come abbiamo evinto portando un parallelismo con il fondatore di Amazon che presenta specificità dell'uomo Schumpeteriano.

BIBLIOGRAFIA

- 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.
- CARLO TRIGILIA, Sociologia economica, I. Profilo storico, Il Mulino, 2002.
- GEORGES DUBY, Lo specchio del feudalesimo. Sacerdoti, guerrieri e lavoratori, 1980.
- JOSEPH A. SCHUMPETER, Storia dell'analisi economica, Bollati Boringhieri, Torino 1990.
- JOSEPH A. SCHUMPETER, Teoria dello Sviluppo Economico, Mondadori Editore, 1912.
- LORENZO INFANTINO, Individualismo, mercato e storia delle idee, Rubbettino editore, 2008.
- MENGER CARL, Principi fondamentali di economia, Galeati, Imola, 1909.
- MISES L. V., Socialismo, Rusconi, Milano, 1989.
- MISES L. V., L'azione umana, Rubbettino, Soveria Mannelli, 2015.
- PETER H. WERHAHN, L'imprenditore la sua funzione economica e la sua responsabilità sociale, 1990.
- ISRAEL M. KIRZNER, Concorrenza e imprenditorialità, Rubbettino 1997.
- JR MACGREGOR, Jeff Bezos: la forza dietro il marchio, 2018.
- BRAD STONE, The Everything Store: Jeff Bezos and the Age of Amazon, 2013.

SITOGRAFIA

- <https://www.treccani.it/enciclopedia/jeff-bezos/>
- https://www.researchgate.net/profile/Faqih-Taufik/publication/361437161_Jeff_Bezos_Transformational_Leaderships/links/62b17e221010dc02cc4f865f/Jeff-Bezoz-Transformational-Leaderships.pdf
- <https://scholars.unh.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1347&context=honors>
- https://www.ilsole24ore.com/art/dal-garage-bezos-mille-miliardi-storia-amazon-che-ora-vuole-superare-apple-AE4ZzfjF?refresh_ce=1
- https://www.researchgate.net/profile/Stefan-Catana-3/publication/349380465_A_view_on_transformational_leadership_The_case_of_Jeff_Bezos/links/602d907792851c4ed57bf413/A-view-on-transformational-leadership-The-case-of-Jeff-Bezoz.pdf