



BUSINESS ADMINISTRATION AND ACCOUNTING STUDIES

LUIGI PUDDU - CHRISTIAN RAINERO

VANIA TRADORI - ALESSANDRO MIGLIAVACCA

RAGIONERIA



G. Giappichelli Editore

Presentazione

La presente pubblicazione nasce da un'esigenza di ricerca legata all'evoluzione che ha interessato, negli ultimi anni, gli studi aziendali e, in particolar modo, quelli ragionieristici.

La ricerca è stata condotta con in mente il *motto* della Ragioneria “*Misurare per conoscere, Conoscere per decidere*”, con l'obiettivo di contribuire a rivelare, attraverso la Ragioneria, i principi di governo delle aziende.

Infatti, soprattutto dopo l'esperienza pandemica che, in generale, ha fortemente rimodulato l'entità dei ricavi, per la maggioranza delle aziende vi è stata una forte riduzione degli introiti, sostituiti parzialmente da contributi di natura pubblica, per i quali si deve affrontare la problematica del *moral hazard*.

Per altre tipologie aziendali, invece, si è vista una transizione fortissima dei ricavi, in molti casi con una crescita vertiginosa, verso le attività e i servizi erogati *online* attraverso le piattaforme di comunicazione a distanza.

In questo studio si analizza la “veduta ontologica” della Ragioneria, ossia i temi connessi ai vari aspetti, teorici e pratici, dei tre ambiti scientifici che la Ragioneria misura e rappresenta – per creare conoscenza e consentire decisioni razionali – quando osserva le aziende nelle loro diverse tipologie.

Ciascuna di esse si può identificare e sintetizzare con un *motto*:

- “*Serviam*” (*Servizio*), per la Ragioneria delle Aziende del Terzo settore;
- “*Do ut des*” (*Dare/Avere*), per la Ragioneria delle Imprese;
- “*Whatever it takes... And believe me, it will be enough!*” (*Tutto quello che serve... e credetemi, ce ne sarà a sufficienza!*), per la Ragioneria delle Aziende Pubbliche (o di comando).

Per ciascun ambito scientifico è stato approfondito il modello fonti/impieghi, il modello di amministrazione razionale con i collegati equilibri di bilancio, nonché l'impatto dell'aspetto “strategico aziendale”, e della sostenibilità sociale e ambientale.

Si è utilizzato un approccio economico-aziendale applicato allo studio delle varie aziende, ricercandone peculiarità e differenze; a tal fine, partendo da

un'analisi di tipo qualitativo, gli autori hanno altresì presentato un'analisi quantitativa dei dati di bilancio.

Questo documento dimostra come la dottrina economico-aziendale e della Ragioneria, fondata su una visione scientifica dell'economia e della gestione delle aziende, sia in grado di affrontare, con i propri strumenti metodologici e teorici, i tempi mutevoli e gli eventi straordinari che stanno caratterizzando, e caratterizzeranno, il XXI secolo.

Lo studio si propone di essere un utile strumento scientifico/metodologico di aggiornamento della dottrina economico-aziendale, e costituisce un approfondimento, calato nell'attualità, per coloro che necessitano di una preparazione sui principi generali della Ragioneria.

Gli autori

*Luigi Puddu, Christian Rainero,
Vania Tradori, Alessandro Migliavacca*

1.

Gli ambiti scientifici della Ragioneria e i loro motti

1.1. La Ragioneria: “*Misurare per conoscere*” e “*Conoscere per decidere*”

La *Ragioneria* è una disciplina economico-aziendale finalizzata alla creazione di “conoscenza”, attraverso processi integrati di rilevazione quantitativa degli scambi e di informazione verso l’interno e l’esterno dell’azienda¹.

Ci si riferisce, in particolare, alla *contabilità* che, nella terminologia amministrativa, assume il significato di processo articolato “*nella raccolta dei dati e nella loro rappresentazione (grafica e numerica) come sistema informativo per le decisioni ai più alti livelli di responsabilità direzionale*”².

Come verrà approfondito nei successivi capitoli, l’esistenza della *Ragioneria*, e quindi della contabilità, è legata all’esistenza dell’azienda intesa come insieme di due componenti, persone e mezzi tecnici (detti anche fattori produttivi), per lo svolgimento di un’attività economica di produzione di beni o servizi destinati all’ambiente esterno.

L’azienda si configura come sistema complesso, che vive attraverso una serie continua di scambi con l’ambiente circostante, e che la Ragioneria *osserva, raccoglie, misura e rileva* per produrre *conoscenza* di informazioni da utilizzarsi per prendere le necessarie *decisioni* in modo consapevole e razionale.

Da qui i motti della *Ragioneria* “*misurare per conoscere*” e “*conoscere per decidere*”.

Il motto “*misurare per conoscere*”, in primis, è riconducibile alla disciplina della *Matematica*, la cui etimologia della parola è “*apprendere*” o “*imparare*” e, quindi, “*creare conoscenza*”.

¹ G. Ferrero, F. Dezzani, *Contabilità Generale*, Giuffrè, Milano, 1976, p. 4.

² G. Ferrero, F. Dezzani, *op. cit.*

La *Matematica* fa largo uso di strumenti di analisi, di calcolo e di modellazione o, più in generale, di “*misurazione per creare conoscenza*”³; strumenti che, inoltre, la *Matematica* mette a disposizione di altre discipline.

Tra le discipline che traggono beneficio dall’uso di questi strumenti vi è senza dubbio la *Ragioneria* che con la *Matematica* ha un ulteriore forte legame in considerazione del fatto che il merito di essere il *padre fondatore* della *Ragioneria* è riconosciuto a Luca Pacioli, Matematico vissuto a cavallo del XVI e del XVII.

Egli, nel 1494, pubblicò a Venezia un’opera dal titolo “*Summa de Arithmetica, Geometria, Proportioni et Proportionalita e della Divina Proportione*”, contenente un trattato generale di aritmetica e di algebra, con anche elementi di aritmetica utilizzata dai mercanti (in riferimento alle monete, pesi e misure utilizzate nei diversi Stati italiani).

Uno dei capitoli dell’Opera è intitolato “*Tractatus de computis et scripturis*”; in esso viene presentato in modo strutturato il metodo contabile della partita doppia.

Da qui, il primo motto della *Ragioneria* “*misurare per conoscere*”.

Il secondo motto della *Ragioneria*, invece, è “*conoscere per decidere*”, che è ripreso e tratto da “*conoscere per deliberare*”, una delle più famose *Prediche inutili*⁴ di Luigi Einaudi.

Egli poneva una domanda fondamentale per ogni buon legislatore: “*Come si può deliberare senza conoscere?*”. E la sua risposta era netta: “*È impossibile*”. Infatti, la valutazione è lo strumento che, nel rispetto della democrazia e senza sostituirsi alla decisione politica, consente al legislatore di “*conoscere*” e quindi “*deliberare*”, adottando decisioni informate e consapevoli. Da qui, “*Prima conoscere, poi discutere, poi deliberare*”.

Contemplando l’azienda “nel suo essere e nel suo operare”, in relazione all’ambiente circostante che ne condiziona il funzionamento⁵, classifichiamo, sotto un profilo “ontologico”, e cioè di quello che la *Ragioneria* “vede” nell’ambiente delle aziende, le seguenti tipologie di azienda:

³ Tali aspetti si ritrovano, inoltre, nella filosofia di Protagora che è riassumibile in una sua famosa asserzione, divenuta la formula di riferimento dell’intera sofistica “*L’uomo è misura di tutte le cose, di quelle che sono per ciò che sono, e di quelle che non sono per ciò che non sono*” (Protagora, fr.1, in Platone, Teeteto, 152a).

⁴ L. Einaudi, *Prediche inutili*, Einaudi, Torino, 1964, pp. 3-14.

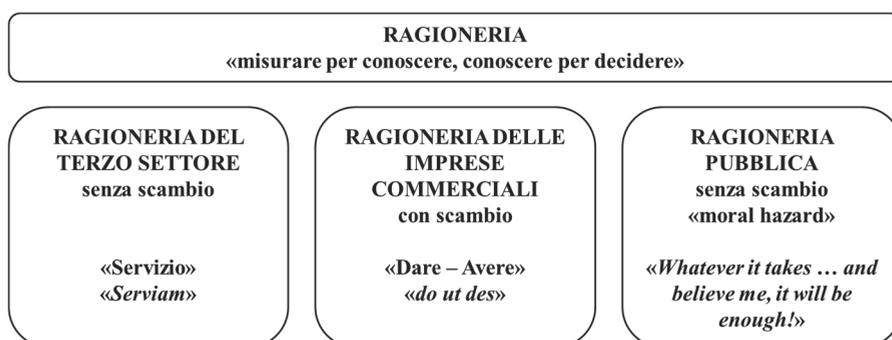
⁵ G. Ferrero, *Le determinazioni economico-quantitative d’azienda*, Giuffrè, Milano, 1965, p. 1.

- Aziende/enti del Terzo settore;
- Imprese di produzione;
- Istituzioni o aziende pubbliche.

Parallelamente, per dare una miglior connotazione specifica a tali tipologie di aziende, le distingueremo con “*tre differenti motti*” che, in sintesi, le possiamo rappresentare (Figura 1.1), e cioè:

- 1) “*Serviam*” (*Servizio*), motto che sintetizza l’ambito scientifico della Ragioneria degli Enti del Terzo settore;
- 2) “*Do ut des*” (*Dare/Avere*), motto che sintetizza l’ambito scientifico della Ragioneria delle Imprese commerciali;
- 3) “*Whatever it takes... And believe me, it will be enough!*” (*Tutto quello che serve... e credetemi, ce ne sarà a sufficienza!*)⁶, motto che sintetizza l’ambito scientifico della Ragioneria delle aziende pubbliche con evidenza del loro essere “*aziende di comando*”.

Figura 1.1. – I “*motti della Ragioneria*” ed i suoi ambiti scientifici “*ontologici*”



Fonte: elaborazione propria.

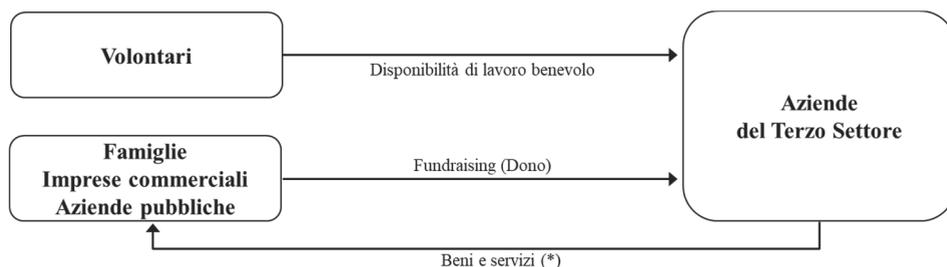
Di seguito illustreremo ciascuno degli individuati ambiti scientifici specificandone, anche attraverso il motto, le peculiarità.

⁶Ripreso da un intervento di Mario Draghi (all’epoca Presidente della Banca Centrale Europea) del 26 luglio 2012 con riferimento agli sforzi che la Bce avrebbe compiuto per difendere l’euro dalla crisi economica che stava colpendo l’Eurozona.

1.2. La Ragioneria del Terzo settore: “Serviam”

Nel Terzo settore vivono e operano aziende di consumo o di erogazione con finalità non lucrative di creazione o di distribuzione di utili, nelle quali prevale il servizio “gratuito” senza scambio o corrispettivo (Figura 1.2).

Figura 1.2. – Il servizio gratuito “senza scambio” nel Terzo Settore



(*) Principalmente i beni e servizi sono distribuiti in gratuità (attività istituzionale)

Fonte: elaborazione propria.

In questa categoria si ricomprendono, a titolo esemplificativo, le organizzazioni di volontariato, le associazioni, le fondazioni, gli enti ecclesiastici le cui attività si fondano sulla liberalità e sul dono, non solo nell'erogazione dei servizi, ma anche nell'acquisizione di alcuni fattori produttivi (es. fattore capitale e umano).

Esse, infatti, ricevono:

- disponibilità di lavoro benevolo dai volontari che vengono impiegati nello svolgimento delle attività istituzionali,
- risorse finanziarie sotto forma di elargizioni liberali dirette (es. donazioni di famiglie e imprese) o indirette (es. “cinque per mille”⁷) che rappresentano la loro più importante fonte di finanziamento.

In cambio le aziende del Terzo settore svolgono un servizio istituzionale principalmente in regime di gratuità.

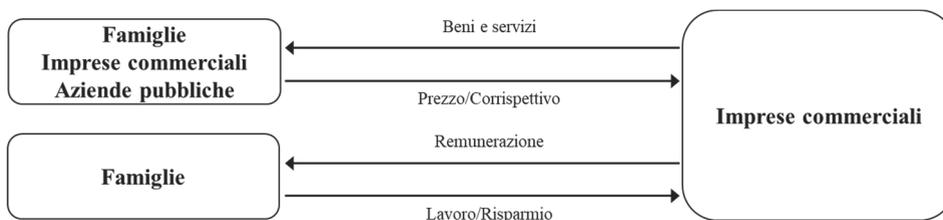
⁷ Il “Cinque per mille” è una quota dell'IRPEF che lo Stato ripartisce su indicazione dei cittadini-contribuenti in sede di dichiarazione dei redditi sulla base di appositi elenchi tenuti dall'Agenzia delle Entrate.

Da qui il motto “*Serviam*”⁸ (Servizio) che contraddistingue il modello di finanza di donazione⁹ del Terzo settore e, quindi la “Ragioneria del Terzo settore”.

1.3. La Ragioneria delle imprese: “*Do ut des*”

L’impresa commerciale, invece, si fonda su un principio di scambio diretto: per ricevere i beni e i servizi delle imprese si è chiamati a riconoscere un corrispettivo (“*redde rationem*”¹⁰) (Figura 1.3).

Figura 1.3. – *Lo scambio diretto con corrispettivo nelle imprese*



Fonte: elaborazione propria.

In questa categoria si ricomprendono tutte le forme di impresa, sia individuale (es. commercianti, artigiani, liberi professionisti) che associata (società di persone o di capitali) le cui attività di fondano sullo scambio diretto con corrispettivo, sia nell’acquisizione dei fattori produttivi che nella cessione sul mercato dei propri beni o servizi.

Ad esempio:

- le famiglie forniscono alle imprese commerciali, da un lato, fattore produttivo lavoro a fronte di una remunerazione (salario/stipendio), e dall’altro, fattore produttivo capitale derivante da una parte del loro risparmio;

⁸ *Serviam*, dal latino “*Servirò*”. Questo fu il grido di San Michele Arcangelo come risposta al “*Non servirò*” di Lucifero quando Dio mise alla prova gli Angeli.

⁹ Il Modello di finanza di donazione è presentato nel successivo paragrafo 4.1.

¹⁰ «*Redde rationem*» è una locuzione latina che significa «rendi conto», espressione con cui s’invita altri a rendere conto del proprio operato, o della propria amministrazione e gestione, usata spesso nel senso di resa dei conti, giudizio finale, in frasi di tono solenne o sarcastico o scherzoso.

- le imprese cedono sul mercato esterno, dietro la corresponsione di un prezzo, i propri beni e servizi ai loro clienti, siano esse famiglie, altre imprese commerciali o aziende pubbliche.

Da qui il motto “*Do ut des*”¹¹ (dare/avere) che contraddistingue la “Ragioneria delle imprese commerciali”.

1.4. La Ragioneria pubblica: “*Whatever it takes... and believe me, it will be enough!*”

Le aziende pubbliche, infine, sono quei soggetti “*che agiscono da produttori di beni e servizi non destinabili alla vendita, la cui produzione è destinata a consumi collettivi e individuali e sono finanziate da versamenti obbligatori effettuati da unità appartenenti ad altri settori, nonché dalle unità istituzionali la cui funzione principale consiste nella redistribuzione del reddito e della ricchezza del Paese*”¹².

La produzione di beni e servizi non destinabili alla vendita è rappresentata dalla produzione offerta gratuitamente, o a *prezzi economicamente non significativi*. Condizione, quest’ultima, che si verifica quando gli eventuali proventi da servizi coprono non più del 50% dei costi di produzione.

I “*versamenti obbligatori*” sono rappresentati dalle entrate tributarie da potere impositivo da parte delle amministrazioni pubbliche.

La funzione principale delle aziende pubbliche è quella di realizzare la redistribuzione del reddito e della ricchezza.

Seguendo le regole del Sistema Europeo dei Conti, la funzione di redistribuzione del reddito è operata attraverso operazioni di trasferimento corrente

¹¹ «*Do ut des*» è una locuzione latina che si traduce letteralmente con «do [a te] perché tu dia [a me]». Nel diritto romano, identificava un tipo di contratto innominato, che si configura quando la prestazione già eseguita e quella che si aspetta in cambio consistono entrambe nel trasferimento di proprietà di una cosa (permuta). La locuzione si usa anche con significato più generico, a proposito di favori che si fanno nella previsione di ricevere adeguato contraccambio.

¹²Tratto dal “Sistema Europeo dei Conti (SEC)”, par. 2111. Il SEC è un sistema contabile, comparabile a livello internazionale, che descrive in maniera sistematica e dettagliata il complesso di una economia sia essa regionale, nazionale o internazionale. In particolare, a livello Europeo, è adottato il SEC2010 (Regolamento UE n. 549/2013) che ha sostituito il previgente SEC95 e che prevede una metodologia relativa alle norme, alle definizioni, alle classificazioni e alle regole contabili comuni che gli Stati membri devono adottare per l’elaborazione dei conti nazionali.

(es. contributi e prestazioni sociali)¹³. Si tratta di trasferimenti, in denaro o in natura, operati dalle amministrazioni pubbliche (anche per il tramite di aziende del Terzo settore) a favore delle famiglie e sono finalizzati a sgravare queste ultime dall'onere finanziario rappresentato dai vari rischi (es. malattia, invalidità) o bisogni (es. maternità, disoccupazione, indigenza).

La funzione di redistribuzione della ricchezza, invece, è operata attraverso operazioni di trasferimento in conto capitale.

Si tratta, ad esempio, da un lato di trasferimenti, in denaro o in natura, a titolo di contributo agli investimenti a favore di imprese commerciali, aziende del Terzo settore o altre aziende pubbliche allo scopo di finanziare in tutto o in parte uno specifico investimento.

Dall'altro, invece, ci si riferisce a trasferimenti corrisposti a favore sempre di imprese commerciali, aziende del Terzo settore o altre aziende pubbliche quale indennizzo a fronte di eventi calamitosi o ristori per la copertura di perdite eccezionali dovute a cause esterne all'impresa.

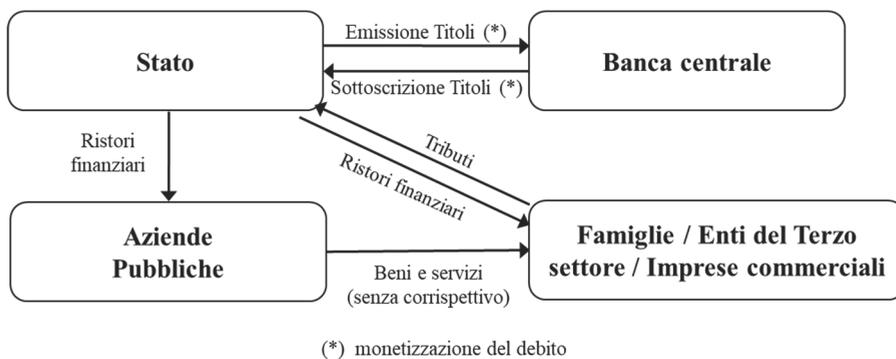
Si pensi, al riguardo, all'enorme quantità di risorse pubbliche messe a disposizione dei vari Stati sovrani a livello europeo/nazionale per contrastare la crisi economica/finanziaria legata alla pandemia da COVID-19 a partire dal 2020. Con tali risorse, gli Stati sovrani sono in grado di erogare, ai vari operatori presenti sul territorio, "ristori" sotto forma, ad esempio, di contributi a fondo perduto, agevolazioni fiscali e finanziamenti agevolati.

Per coprire il fabbisogno finanziario, gli Stati sovrani aumentano il proprio indebitamento (debito sovrano) attraverso successive emissioni di titoli che sono acquistati dalle banche centrali (BCE/Banca d'Italia) a fronte di "creazione di base monetaria". Questa operazione è sinteticamente definita "monetizzazione del debito".

Da qui il motto "*Whatever it takes... and believe me, it will be enough!*" (*Tutto quello che serve... e credetemi, ce ne sarà a sufficienza!*), che, a nostro avviso, contraddistingue le aziende del settore pubblico come "aziende di comando" che esercitano un potere tributario e dispositivo (es. leggi, ordinanze, ecc.).

¹³ Si veda, per un approfondimento, il SEC2010, Capitolo 4, parr. 4.83-4.111.

Figura 1.4. – L'assenza di scambio nel settore pubblico



Fonte: elaborazione propria.

Nei capitoli successivi illustreremo, sotto un profilo ontologico e della Ragioneria, le differenti peculiarità delle aziende e dei settori in cui esse operano:

- Azienda/ente del Terzo settore;
- Impresa di produzione;
- Istituzione o azienda pubblica.

2.

La veduta ontologica della Ragioneria

2.1. La Persona come fulcro delle aziende e della Ragioneria

Come si è discusso già nel capitolo introduttivo, nella Ragioneria, la concezione dell'esistenza degli scambi e delle decisioni relative alle attività economiche è fondata su una veduta ontologica che trova il suo fulcro e anima nella Persona.

Giovanni Ferrero, maestro della scuola di Ragioneria presso l'Università di Torino, indicava le aziende come “*strumento dell'umano operare in campo economico*”¹, sulla scorta di quella visione che permeava già gli studi di Gino Zappa. Proprio quest'ultimo, considerato uno dei padri fondatori della moderna Ragioneria ed Economia aziendale, definiva l'azienda come “*un istituto economico destinato a perdurare che, per il soddisfacimento di umani bisogni, ordina e svolge, in continua coordinazione, la produzione o il procacciamento e il consumo della ricchezza*”².

Poiché l'assunto di riferimento per la Ragioneria non cambia al variare del soggetto, faremo sempre riferimento alla Persona³, che attraverso i suoi biso-

¹ G. Ferrero, *Istituzioni di economia d'azienda*, Giuffrè, Milano, 1968.

² G. Zappa, *Le produzioni nell'economia delle imprese*, Giuffrè, Milano, 1957.

³ Si è scelto di utilizzare il termine “persona” in quanto ritenuto maggiormente onnicomprensivo di tutte le sfumature che possono caratterizzare l'Uomo in quanto Individuo e in quanto elemento della Società. La stessa scelta terminologica è anche coerente con le scienze sociali e giuridiche, le quali utilizzano la stessa parola per definire l'individuo quale elemento della Società. Il termine “persona” – etimologicamente derivante dal lemma latino *persona*, nonché dall'etrusco *phersu* (*phersu*) e dal greco πρόσωπον (*prósopon*), dal significato di maschera, personaggio teatrale – ha radici antiche e il suo significato è oggetto di dibattito filosofico dai tempi più antichi. Tra gli altri, Cicerone scrisse: “*oltre a questo, bisogna riflettere che la natura ci ha come dotati di due caratteri (personis): l'uno è comune a tutti, per ciò che tutti siamo partecipi della ragione, cioè di quella eccellenza onde noi superiamo le bestie: eccellenza da cui deriva ogni specie di onestà e di decoro, e da cui si desume il metodo che conduce*

gni ne esercita una attività costitutiva, ne è motore e dà origine agli scambi che si completano tra le diverse tipologie di aziende.

L'esistenza stessa delle aziende richiede l'espressione del bisogno da parte dell'essere umano, rendendo così ontologicamente presente la Persona negli scambi aziendali. Infatti, nel corso dei secoli della sua evoluzione, la specie umana ha continuamente accresciuto la sua influenza sull'ecosistema e sul mondo intero, acquisendo capacità di modificare l'ambiente in cui è inserita ben al di sopra delle capacità di altre specie naturali, talvolta numericamente molto superiori.

Il ruolo che gioca l'essere umano sullo spazio circostante e nel tempo che trascorre è profondamente influente e pervasivo sull'esistenza di qualsiasi altra entità naturale, e lascia segni, talvolta indelebili, del proprio passaggio temporaneo sul pianeta. Per di più, tale influenza è caratterizzata dalla volontà dell'essere umano e della Persona, con aspetti di intenzionalità assenti in altre specie naturali.

Tutto ciò è dovuto alla capacità dei componenti della specie umana di prendere decisioni, di scegliere tra alternative concorrenti e con effetti differenti sull'ecosistema.

I processi decisionali di ogni singolo componente della specie umana sono caratterizzati da ponderazioni e analisi, meditazioni e riflessioni, condizionate da regole e convenzioni sociali esistenti in quanto stabilite dalla natura umana⁴, spesso conseguenti a tentativi di comportamento o scelte errate compiute

alla scoperta del dovere; l'altro invece è quello che la natura ha assegnato in proprio alle singole persone" (Marcus Tullius Cicero e Anna Resta Barrile, *Opere politiche*, Mondadori, Milano, 2007) e, *"In verità a quei due caratteri (personis), di cui ho parlato più sopra, se ne aggiunge un terzo, che ci è imposto dal caso o dalle circostanze; e ancora un quarto, che noi stessi ci assegniamo di nostro libero arbitrio"*. Tommaso di Aquino riprende la definizione di persona come sostanza individuale di natura razionale, identificando la persona la sua individualità, ossia ciò che è indistinto in se stesso e distinto dagli altri; la sua sostanzialità, ossia l'unione di forma e materia, non per accidente; e la sua razionalità, ossia quella natura intellettuale che è quanto di più nobile c'è in tutto l'universo (T. d'Aquino (san), *La somma teologica. Testo latino e italiano*, vol. 8, Edizioni Studio Domenicano, Bologna, 1985). Più di recente, Locke si riferisce alle persone come *"un essere pensante, intelligente, che è dotata di ragionamento e riflessione, e che può considerare sé stesso come sé, la stessa cosa pensante, in spazi e tempi differenti"* (J. Locke, *An Essay Concerning Human Understanding*, T. Tegg and Son, 1836), o secondo Garrett, *"quel tipo di entità che possiede una mente"* (B. Garrett in E. Craig, *Routledge Encyclopedia of Philosophy*, Taylor & Francis, Milton Park, Abingdon, UK, 1998).

⁴R. Mattesich la avrebbe definita una "realtà sociale" (social reality), ontologicamente presente in quanto costituente una realtà condivisa tra diversi soggetti e sovraordinata alla mera realtà fisica e naturale. Ne sono un esempio le leggi e le consuetudini a cui gli esseri umani aderiscono, a livelli differenti a seconda della cultura in cui sono immersi. R. Mattesich, «Ac-

in precedenza. L'insieme delle convenzioni e regole di gruppi di componenti della specie umana e delle conseguenze delle stesse sui processi decisionali dei singoli costituisce la cultura e il contesto di riferimento in cui la vita dell'essere umano si realizza.

Differentemente da altre specie, animali e viventi in genere, la Persona è dotata di capacità intellettive tali da tendere alla ricerca e alla soddisfazione di bisogni differenti da quelli fondamentali per la sopravvivenza.

Proprio da questa differenza deriva la capacità della Persona di svolgere attività e creare realtà anche molto distanti dalla soddisfazione dei meri bisogni fondamentali, creando e producendo artefatti di natura disparata: il linguaggio, ad esempio, cioè un codice composto da una sua semiotica, con segni grafici comprensibili da un gruppo più o meno vasto di altri esseri umani, alle cui combinazioni viene attribuito un significato talvolta univoco e comunque intelligibile da una moltitudine di altri soggetti; la parola, cioè la trasposizione fonica di tali segni, alle cui combinazioni viene attribuito il medesimo significato attribuibile al corrispondente codice di segni; l'economia, cioè l'espressione della propria volontà tramite la parola o il linguaggio per la soddisfazione dei bisogni attraverso la relazione con altre Persone e tramite lo scambio di valori socialmente accettati; l'economia aziendale, cioè la creazione di entità economiche perduranti⁵, esistenti oltre la persona stessa, dotate di una propria autonomia ma rette dalle decisioni umane, data dalla coesistenza di scambi con altri soggetti di natura economica, finanziaria, patrimoniale, organizzativa e socio-ambientale; la Ragioneria, cioè la misurazione e la gestione consapevole e mirata delle entità aziendali attraverso processi di amministrazione razionale fondati sui documenti amministrativi e di bilancio⁶.

Richiamando quanto si è detto nei precedenti paragrafi, relativamente al metodo della disciplina ragionieristica, lo scopo e il fine della Ragioneria è l'acquisizione della conoscenza per la comprensione dell'andamento delle realtà aziendali di vario tipo e natura, potendo esse assumere connotazioni differenti a seconda delle tipologie di bisogno che soddisfano. Tale conoscenza viene acquisita attraverso la rilevazione e misurazione dei molteplici fenomeni aziendali, ossia di quei comportamenti che avvengono sia internamente, tra le persone che, mosse da un'unità di intenti e di finalità economiche, consentono

counting representation and the onion model of reality: A comparison with Baudrillard's orders of simulacra and his hyperreality», *Accounting, Organizations and Society* 28, n. 5 (2003): 443-70, [https://doi.org/10.1016/S0361-3682\(02\)00024-7](https://doi.org/10.1016/S0361-3682(02)00024-7).

⁵ G. Zappa, *Le produzioni nell'economia delle imprese*, cit.

⁶ A. Migliavacca, C. Rainero, L. Puddu, *Aziende, Amministrazione Razionale e Impatto Sociale*, 12 (2016): 7-26.

alla coordinazione economica aziendale di durare nel tempo⁷. Le aziende, pertanto, sono caratterizzate dalla presenza dell'umano, della Persona, nonché dal fine della soddisfazione dei bisogni e dalla durabilità⁸ soggettiva e, quando economicamente sostenibili, oggettiva⁹.

L'umano "operare in campo economico", nella sua configurazione più semplice ed elementare fa capo a una Persona, cioè a un "individuo", ma si configura nell'unità elementare di scambio economico, la "famiglia"¹⁰.

Poiché l'assunto teorico non si modifica col differenziare il soggetto a cui fa capo, faremo sempre riferimento alla Persona quale soggetto focale delle aziende¹¹.

2.2. La Persona e i suoi Bisogni

La Persona, in quanto essere umano, detiene una serie di necessità il cui soddisfacimento è scopo della sua esistenza. Tali necessità si configurano in diversi modi: da un lato abbiamo quelle che sono inclinazioni naturali dell'essere, persistenti e continuative nella vita del soggetto, tese alla sopravvivenza del singolo, della sua famiglia, della sua comunità e della specie in generale; dall'altro abbiamo quelli che sono bisogni veri e propri, momentanei e temporaneamente esauribili attraverso la loro soddisfazione.

Questo è un aspetto fondamentale della vita della Persona, e trova compimento nella ricerca dell'equilibrio e del benessere fisico, psichico e morale della stessa. Tale ricerca si articola in un processo continuo di soddisfazione dei bisogni personali via via emergenti.

⁷ Secondo la definizione zappiana di azienda, le Persone tendono ad aggregarsi per operare congiuntamente, e "coordinarsi" per il soddisfacimento degli umani bisogni. Quando le "coordinazioni" di persone diventano durature e autonome, assumono la veste di "istituto economico" (E. Giacosa, *Fabbisogno finanziario e indebitamento nelle piccole e medie imprese*, Franco Angeli, Milano, 2015): una volta costituita e avviata, l'azienda si astraе dalla Persona, soggetto economico che l'ha generata, e se ne separa, potendo essere retta da soggetti diversi e arrivare persino a sopravvivere al proprio creatore, che per natura umana è soltanto temporaneo (M. Billio et al., *Le discipline economiche e aziendali nei 150 anni di storia di Ca' Foscari*, 2018; in S. Coronella, L. Santaniello, *Gino Zappa: il fondatore dell'Economia aziendale*, Edizioni Ca' Foscari, Venezia, 2018), durando così anche molte generazioni.

⁸ G. Airoidi, G. Brunetti, V. Coda, *Corso di economia aziendale*, Il Mulino, Bologna, 2005.

⁹ G. Ferrero, *Impresa e management*, Giuffrè, Milano, 1980.

¹⁰ G. Zappa, *L'economia delle aziende di consumo*, A. Giuffrè, Milano, 1962.

¹¹ Anche l'UE, ad esempio, nel definire i fruitori del Fondo Sociale Europeo (FSE), li identifica nelle "persone".

I bisogni personali sono caratterizzati da gradi differenti di necessità e desiderio, con ricorrenze e durate più o meno protratte nel tempo.

Tale processo di soddisfazione del bisogno è l'oggetto principale della vita umana, ed è l'aspetto della vita su cui si focalizzano tutte le decisioni prese dagli individui.

La letteratura filosofica, sociologica, psicologica, e in generale le scienze umane e sociali, hanno dedicato sforzi continui nella definizione delle tipologie di bisogno delle persone e delle priorità conferite alle stesse nella prevalenza dei casi.

Le definizioni di "bisogno" fornite da Henry Murray, da Abraham Maslow, nei suoi elaborati del 1954 e del 1962 e, in campo economico, da Manfred Max-Neef, sono tra le più note nella dottrina.

In particolare, nello studio *Explorations in personality*¹², Murray individuava i bisogni come chiave fondante della personalità degli individui, a livello psicologico. Ciò in quanto la natura umana si basa su un insieme universalmente valido di bisogni fondamentali, le cui preferenze e necessità divergenti tra individui diversi crea quella che è la personalità dell'individuo stesso, e la insoddisfazione degli stessi è alla base del dolore psicologico.

Secondo Maslow, nel suo *Motivation and personality*¹³, i bisogni delle persone sono raggruppati in cinque differenti categorie, ordinate gerarchicamente: al primo livello sono posti i bisogni di natura fisiologica, legati alla sopravvivenza dell'individuo e della specie (alimentazione, respiro, riposo e attività, riproduzione, ecc.); al secondo livello sono posti i bisogni di "sicurezza" dalle minacce, tanto fisiche, quanto morali, di salute e di proprietà, con particolare enfasi sull'importanza delle *routine* personali; al terzo livello sono posti i bisogni di appartenenza (affetto, amicizia, intimità); al quarto livello i bisogni di autostima, autocontrollo e rispetto; al quinto e più alto livello sono posti i bisogni di autorealizzazione, accettazione, assenza di pregiudizi, moralità. Successivamente¹⁴, esplose il quarto livello in tre differenti categorie di bisogni: di stima, cognitivi ed estetici, allargando la sua "piramide" dei bisogni.

Nelle scienze economiche, Manfred Max-Neef¹⁵ sviluppò, insieme a suoi coautori, una tassonomia di bisogni umani fondamentali e una scala dello svi-

¹² H.A. Murray, *Explorations in Personality: A Clinical and Experimental Study of Fifty Men of College Age*, Oxford University Press, Oxford, 1938.

¹³ A.H. Maslow, *Motivation and Personality*, Pearson Education, London, 1954.

¹⁴ A.H. Maslow, *Toward a psychology of being*, 3th Edition, Wiley, Hoboken, NJ, USA, 1998.

¹⁵ M.A. Max-Neef, A. Elizalde, M. Hopenhayn, *Human Scale Development: Conception, Application and Further Reflections*, Apex Press, New York, NY, USA, 1991.

luppo umano, di natura ontologica, individuando nove bisogni fondamentali delle persone umane. Esse sono, in particolare, Sopravvivenza, Protezione, Affetto, Comprensione, Partecipazione, Comodità, Creazione, Identità, Libertà. Tali bisogni sono considerati, per l'appunto, fondamentali per lo sviluppo della persona e delle comunità delle stesse. Al contrario di Maslow, che considerava i bisogni in una scala gerarchica, però, Max-Neef li considera complementari e coesistenti, e necessari per il raggiungimento della soddisfazione della persona.

2.3. Gli oggetti economici per la soddisfazione dei Bisogni

Dal punto di vista della Ragioneria, il bisogno rappresenta “*la ‘ragion d’essere’ e lo ‘scopo’ di una attività umana in campo economico protesa all’apagamento dei bisogni medesimi: 1) ragion d’essere, perché l’uomo esplica un’attività sempre suscitata dai bisogni che sente; 2) scopo, perché è il soddisfacimento di tali bisogni che l’uomo persegue attraverso il proprio agire*”¹⁶.

La visione dell’economia e delle aziende, intese come “*coordinazione economica in atto, istituita e retta per il soddisfacimento di bisogni umani*”, si estrinseca pertanto nell’analisi del modo in cui questi bisogni sono soddisfatti, in condizioni di mezzi limitati e bisogni crescenti, che si moltiplicano e mutano con il passare del tempo.

Le attività umane economiche possono essere suddivise tra le attività di procacciamento dei beni, tese al soddisfacimento dei bisogni economici, e l’attività creativa, o di produzione, degli stessi beni¹⁷. Per questa ragione i bisogni possono essere soddisfatti “oggettivamente” per mezzo di beni o servizi aventi varia natura e, da un punto di vista economico aziendale, così è possibile raggruppare i bisogni in tre principali categorie in base all’oggetto che li soddisfa.

La prima categoria di bisogni è rappresentata dai **bisogni “personali”**, ossia quelli collegati direttamente alla persona e alla sua sopravvivenza, alla sussistenza della famiglia o della comunità, nonché a livelli più “alti” di astrazione, quali ad esempio i bisogni di appartenere a un gruppo, di stima e affetto, di realizzazione personale, di liberalità e gratuità, che possono essere soddisfatti esclusivamente tramite l’appartenenza a un determinato gruppo e non attraverso il possesso o consumo di beni o servizi.

La seconda categoria di bisogni è rappresentata dai **bisogni “privati”**, ossia

¹⁶ G. Ferrero, *Impresa e management*, cit., p. 2.

¹⁷ G. Ferrero, *op. cit.*, pp. 2-3.