

1.3 Il valore aziendale. Il concetto di valore

Il valore è un concetto poliedrico, complesso, ellittico che tende a sfuggire a qualsiasi tentativo di definizione generale, univoca, peculiare nel suo significato economico. Esso presenta tratti di ambiguità e vaghezza, di multidimensionalità, tipici di una nozione di sintesi che ha l'obiettivo di rappresentare un'entità complessa, l'azienda, nelle sue diverse configurazioni, immersa in uno spazio altrettanto complesso, l'ambiente circostante, nelle sue molteplici caratterizzazioni e manifestazioni. Il valore, sia nella sua connotazione istantanea evocativa della "ricchezza attribuibile all'impresa" in un dato momento sia nella sua connotazione dinamica di "creazione o distruzione della ricchezza attribuibile all'impresa" in un determinato periodo, è un'espressione che intende sintetizzare i tratti distintivi dell'impresa, le caratteristiche anche più intrinseche della sua formula imprenditoriale, la strategia e la concretizzazione della strategia attraverso la combinazione dei fattori materiali e immateriali, l'uso dei fattori interni ed esterni, il coinvolgimento del capitale umano, la messa a punto di attività e processi, il riconoscimento dei punti di forza e di debolezza, di un capitale relazionale e strutturale, tangibile e intangibile, organizzativo e umano, di un insieme di conoscenze e competenze acquisite, prodotte, sviluppate e consolidate (l'azienda con i suoi assets, ma soprattutto con i suoi tratti distintivi, che la rendono un'entità che vale di più o di meno della semplice somma algebrica dei singoli assets).

Fonte: E. COMUZZI