

GIUSEPPE PAOLONE

LE “DESCRIZIONI QUALITATIVE”  
IN COORDINAZIONE  
CON LE “RAPPRESENTAZIONI  
QUANTITATIVE” D’AZIENDA

**FrancoAngeli**



Collana di Studi e Ricerche Aziendali

## Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con **Adobe Acrobat Reader**



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile **con Adobe Digital Editions**.

Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.

diretta da *Giuseppe Paolone*

La *Collana di Studi e Ricerche Aziendali* è ideata per offrire un “prodotto editoriale” in grado di soddisfare le esigenze conoscitive e di rafforzare le competenze specifiche dei soggetti – ricercatori ed operatori del settore – interessati allo studio ed all’approfondimento delle tematiche aziendalistiche.

I volumi che di essa fanno parte rappresentano uno strumento rigoroso e, nel contempo, agile e pragmatico, di studio e di riscontro operativo; e ciò per rispondere all’esigenza di fornire una documentazione snella ed attuale che, partendo da una base teorico-metodologica, si estende all’esame dei contenuti operativi individuabili nell’ambito del sistema aziendale.

Tali volumi presentano, inoltre, la caratteristica di esprimere un contenuto scientifico traducibile in pratica operativa, attraverso un linguaggio chiaro e semplice per la comprensione dei fenomeni aziendali.

L’obiettivo primario della *Collana* è pertanto quello di coniugare la cultura teorico-scientifica di base con quella pragmatico-empirica, in un approccio che sia in grado di proporre uno strumento operativo utile a tutti coloro che agiscono in contesti professionali, manageriali e imprenditoriali, oltre a quelli che intendono incanalarsi nei faticosi percorsi della ricerca scientifica.

È noto che ogni acquisizione di elementi teorici di base presenti implicazioni di ordine pratico e che, viceversa, ogni abilità pratica trovi la sua origine in un determinato contesto teorico.

Il connubio tra teoria e pratica si presenta, pertanto, in modo reversibile ed inscindibile, per cui il “sapere scientifico” separato dalle “abilità pratiche”, pur costituendo un importante patrimonio culturale del singolo soggetto, non concorre pienamente allo sviluppo ed alla crescita del sistema aziendale. Ne consegue che il “sapere” va affrontato partendo dalle competenze ed avviando un percorso circolare teso a migliorare la qualità dei livelli che lo caratterizzano (teoria-pratica-teoria), determinando così il successo di qualsiasi attività economica.

Condivisi i principi teorici di base, sostenuti dalla prevalente comunità scientifica di riferimento, i contributi dei vari studiosi e ricercatori, finalizzati alla migliore riuscita della *Collana*, saranno incentrati su tematiche operative che consentiranno di reintervenire su tali principi, procedendo così alla revisione ed all’avanzamento della ricerca scientifica.

La *Collana* presenta, in definitiva, la caratteristica di trattare argomenti di cultura aziendale in generale, di approcci organizzativi, di tematiche professionali, di strategie operative, in una prospettiva interdisciplinare fruibile dai soggetti interessati, sia in chiave di ricerca scientifica che di concrete applicazioni.

Gli Autori chiamati a collaborare con propri contributi monografici nella macro-area aziendale sono tutti consapevoli di fornire uno strumento utile, sia per coloro che ne fanno oggetto di studio e di ricerca, che per quelli che si confrontano nella realtà operativa.

In buona sostanza, la *Collana* vuole essere un utile strumento per una fruttuosa ricerca scientifica e, nel contempo, un prezioso supporto per una efficace didattica; ma vuole anche agevolare l'operatore nell'affrontare i problemi che si pongono alla sua attenzione, portandoli a corretta soluzione.

Il coordinamento della *Collana* è affidato all'Università Telematica Pegaso, prestigioso Ateneo operante nel campo della didattica avanzata e della ricerca scientifica, in ambito nazionale e in quello internazionale.

Colgo l'occasione per ringraziare i Colleghi aziendalisti che hanno manifestato il proprio consenso a comporre il Comitato Scientifico della *Collana*, nonché gli Autori che vorranno fornire il proprio contributo per il successo dell'iniziativa editoriale.

*Giuseppe Paolone*



*Direttore Scientifico:*

Giuseppe Paolone (Università Telematica Pegaso)

*Comitato Scientifico:*

Stefano Adamo (Università del Salento); Paolo Andrei (Università di Parma); Valerio Antonelli (Università di Salerno); Berardino Benito (University of Murcia); Massimo Ciambotti (Università di Urbino); Stefano Coronella (Università Parthenope di Napoli); Lidia D'Alessio (Università Roma Tre); Luciano D'Amico (Università di Teramo); Francesco De Luca (Università di Chieti-Pescara); Alfredo De Massis (University of Lancaster); Roberto Di Pietra (Università di Siena); Giovanni Fiori (Università LUISS Guido Carli di Roma); Michele Galeotti (Università La Sapienza di Roma); Stefano Garzella (Università Parthenope di Napoli); Francesco Giunta (Università di Firenze); Claudio Lipari (Università di Palermo); Stefano Marasca (Università Politecnica delle Marche); Luciano Marchi (Università di Pisa); Alessandro Mechelli (Università della Tuscia); Stefania Migliori (Università di Chieti-Pescara); Rosa Alba Miraglia (Università di Catania); Tiziano Onesti (Università Roma Tre); Antonella Paolini (Università di Macerata); Aldo Pavan (Università di Cagliari); Luisa Pulejo (Università di Messina); Paolo Ricci (Università del Sannio); Gianfranco Rusconi (Università di Bergamo); Claudia Salvatore (Università di Napoli "Federico II"); Daniela M. Salvioni (Università di Brescia); Marco Sorrentino (Università Telematica Pegaso); Raffaele Trequatrin (Università di Cassino); Michelina Venditti (Università di Chieti-Pescara); Riccardo Viganò (Università di Napoli "Federico II")

### *Procedura relativa alla accettazione dei volumi per la pubblicazione*

La procedura relativa alla accettazione dei volumi da pubblicare nella Collana di Studi e Ricerche Aziendali, si articola in due fasi: accettazione provvisoria e accettazione definitiva.

#### *Accettazione provvisoria.*

Prima della presentazione del lavoro monografico, l'Autore dovrà inviare al Direttore Scientifico l'indice analitico e una breve sintesi, evidenziando gli obiettivi, la base scientifica di partenza, la metodologia adottata ed i risultati attesi. Dette informazioni dovranno essere trasmesse a due componenti del Comitato Scientifico che, d'accordo con il Direttore Scientifico, potranno accettare il lavoro o rifiutarlo. In caso di accettazione, verranno individuati due referees che dovranno esprimersi entro venti giorni dall'invio della documentazione, indicando, in forma anonima, eventuali rilievi di cui l'Autore dovrà tener conto nella rivisitazione del lavoro. Il Direttore Scientifico, sulla base del giudizio espresso dai referees, deciderà se accettare il lavoro, chiedendo, in caso contrario, all'Autore di revisionare la proposta da sottoporre di nuovo al loro insindacabile giudizio.

#### *Accettazione definitiva.*

Nella fase finale, l'Autore dovrà far pervenire al Direttore Scientifico la bozza del volume da pubblicare, da trasmettere ai due referees che si sono già pronunciati all'inizio della procedura. Entro trenta giorni, questi ultimi dovranno esprimere un motivato giudizio per l'accettazione del volume nella Collana, nel pieno rispetto della metodologia di ricerca dichiarata nella fase iniziale. Il Direttore Scientifico, tenendo conto del giudizio espresso dai referees, deciderà di accettare o meno l'inserimento del volume nella Collana.

GIUSEPPE PAOLONE

LE “DESCRIZIONI QUALITATIVE”  
IN COORDINAZIONE  
CON LE “RAPPRESENTAZIONI  
QUANTITATIVE” D’AZIENDA



Collana di Studi e Ricerche Aziendali  
diretta da Giuseppe Paolone

**FrancoAngeli**



**PEGASO**  
Università Telematica

Isbn: 9788835166177

Copyright © 2024 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it).*

*È difficile rinvenire, nei contributi scientifici di vari autori, in particolare di aziendalisti, frasi dedicate a sé stessi. In questo lavoro, che rappresenta la sintesi di quelli pubblicati dal 2018 ad oggi, ho ritenuto di dedicare a mè stesso questo lavoro monografico, al solo fine però di rivolgere ai giovani ricercatori l'invito ad affrontare e approfondire, nelle proprie ricerche, anche temi emergenti dai menzionati contributi, con particolare attenzione all'apporto che le discipline umanistiche sono in grado di fornire agli studi economico-aziendali attraverso le "descrizioni qualitative", ad integrazione delle rappresentazioni quantitative d'azienda.*



# INDICE

<b>Introduzione</b>	pag.	11
<b>Parte prima. La ricerca quantitativa, nei suoi metodi, approcci e strumenti rilevativi</b>	»	19
1. Le fasi della ricerca empirica per la progettazione degli interventi	»	19
2. Le definizioni preliminari della ricerca qualitativa	»	22
3. Le principali tecniche di ricerca qualitativa e le differenti capacità di rappresentazione dei fenomeni sociali	»	24
4. La ricerca qualitativa basata sull'“osservazione partecipante”	»	28
5. L'“intervista discorsiva”, quale forma speciale di conversazione	»	31
6. Il “ <i>focus group</i> ”, quale tecnica generatrice di discussioni tematiche proposte da gruppi di ricerca	»	34
7. La validità e l'attendibilità della ricerca qualitativa nell'appropriatezza delle inferenze	»	37
8. L'analisi dei dati qualitativi	»	40
<b>Parte seconda. L'inquadramento delle “descrizioni qualitative” nell'ambito del subsistema informativo aziendale</b>	»	43
1. La concezione sistemica dell'azienda e la sua scomponibilità in subsistemi di vario ordine e grado	»	43
1.1. La teoria generale dei sistemi e i relativi modelli rappresentativi	»	43
1.2. L'unità aziendale come sistema di forze economiche	»	47
1.3. La complessità, la caoticità, la causalità e la casualità nei sistemi aziendali	»	50

1.4. La scomposizione del sistema-azienda in sottosistemi di vario ordine e grado	»	53
1.5. Il sistema-azienda e il sistema-ambiente nei loro interrelati rapporti di azione-reazione	»	55
1.6. Il sistema delle condizioni di equilibrio ed i fattori di vita e di sviluppo nei loro reciproci rapporti di causa-effetto	»	59
2. Il sottosistema informativo aziendale, nella supposta scomponibilità e nelle sue relative caratteristiche	»	62
2.1. Introduzione	»	62
2.2. Le caratteristiche e i requisiti fondamentali del sottosistema informativo	»	65
2.3. La supposta scomposizione del sottosistema informativo finalizzata all'ampliamento dei flussi interattivi del sistema aziendale	»	68
3. Il sottosistema delle rappresentazioni quantitative d'azienda (cenni)	»	70
3.1. Introduzione	»	70
3.2. Il sottosistema delle rilevazioni contabili	»	72
3.3. Il sottosistema delle rilevazioni extracontabili	»	74
3.4. I limiti delle rappresentazioni quantitative nell'espletamento della funzione informativa aziendale	»	79
4. Il sottosistema delle descrizioni qualitative	»	81
4.1. Introduzione	»	81
4.2. L'importanza delle descrizioni qualitative degli accadimenti aziendali: i profili d'impresa	»	83
4.3. I profili aziendali coordinabili nella loro funzione segnaletica	»	84
4.4. I profili derivanti da fenomeni di economie interne ed esterne	»	87
4.5. L'integrazione tra le "descrizioni qualitative" e le "determinazioni quantitative" d'azienda	»	90
5. La funzione informativa del bilancio di esercizio e l'importanza del contributo integrativo fornito dalle descrizioni qualitative	»	93
5.1. Introduzione	»	93
5.2. L'inquadramento del bilancio di esercizio nell'ambito del sottosistema informativo aziendale	»	95
5.3. Le fasi evolutive della funzione informativa del bilancio di esercizio	»	99

5.4. I limiti della funzione informativa del bilancio di esercizio	»	105
5.5. I modi di superamento dei limiti della funzione informativa del bilancio di esercizio	»	111
5.6. La permanenza di alcuni limiti nonostante l'ampliamento della funzione informativa del bilancio di esercizio	»	117
6. Le descrizioni qualitative, nella ricostruzione storica dei contributi della scuola amaduzziana	»	121
6.1. Introduzione	»	121
6.2. Il concetto di "qualità" emergente dagli "Scritti minori" di Aldo Amaduzzi	»	122
6.3. I principali contributi sugli aspetti qualitativi del sistema aziendale, forniti nel periodo post-amaduzziano	»	156
<b>Conclusioni</b>	»	186
<b>Bibliografia</b>	»	189



# INTRODUZIONE

A completamento del precedente lavoro monografico concernente la misurazione degli accadimenti aziendali da parte degli strumenti quantitativi di natura contabile (ragionieristici) ed extracontabili (matematico-statistici)<sup>1</sup>, viene, in questa sede, affrontato il tema delle “descrizioni qualitative”, a supporto e ad integrazione delle “rappresentazioni quantitative”, finalizzate alla costruzione di un sistema informativo composto da flussi interagenti che concorrono a rappresentare un quadro completo ed esaustivo.

Ogni accadimento aziendale deve infatti essere misurato da strumenti quantitativi di grandezze economiche per la conoscenza storica e prospettica della operatività gestionale, ma deve anche essere studiato sotto l’aspetto qualitativo che assume, assai spesso, un ruolo preponderante rispetto a quello quantitativo.

È necessario, pertanto, affiancare agli analizzati strumenti quantitativi (contabili ed extracontabili) le analisi di determinazione qualitativa, ricorrendo a discipline di altre aree, quali quella socio-psicologica e filosofica<sup>2</sup>, che studiano il comportamento delle risorse umane, operanti all’interno ed all’esterno del sistema aziendale.

La scienza aziendalistica ha costruito nel tempo metodi e modelli misuratori dei fatti economico-gestionali, attingendo dalle discipline quantitative (interne ed esterne al sistema-azienda), per la composizione di un sistema di rappresentazioni quantitative orientato all’espletamento di un’attività decisionale, interna per la formulazione di giudizi di convenienza, esterna per l’alimentazione di un efficace processo comunicazionale.

<sup>1</sup> Cfr. G. PAOLONE, *Gli strumenti quantitativi misuratori degli accadimenti aziendali*, FrancoAngeli, Milano, 2024.

<sup>2</sup> Sull’apporto delle discipline umanistiche concorrenti a definire un quadro informativo globale, si veda: G. PAOLONE, *Il contributo delle discipline umanistiche agli studi economico-aziendali. Prime riflessioni*, FrancoAngeli, Milano, 2023.

Ma le rappresentazioni quantitative sono permeate da un grado più o meno elevato di soggettività, colmabile, almeno in parte, dall'apporto di fattori di natura qualitativa.

Le diverse esigenze conoscitive attestano l'importanza della funzione informativa che evidenzia però dei limiti che impongono il ricorso a descrizioni qualitative, integrative di quelle quantitative, per l'ampliamento del quadro di informazioni elaborate trasmissibili ai soggetti destinatari (interni, esterni ed estranei).

Tra i suddetti limiti dei flussi informativi, si cita, innanzitutto, la necessità di operare interventi immediati (di non facile attuazione), al fine di garantire la continuità aziendale, fortemente e continuamente perturbata da repentine modifiche aziendali ed ambientali.

Altri limiti sono rappresentati dall'ampia discrezionalità concessa ai valutatori delle componenti aziendali e dall'intero suo sistema, nonché dalla cadenza temporale dei messaggi che si rendono disponibili con ritardo rispetto al loro sorgere coincidente con il momento della manifestazione degli accadimenti.

Ma il limite più rilevante è dato dalla difficoltà (spesso impossibilità) di rappresentare, a livello misurativo, gli aspetti qualitativi della gestione aziendale, non traducibili in grandezze quantitative.

Il riferimento va alle risorse "intangibili o invisibili" che concorrono a migliorare il quadro informativo, espressione di una rappresentazione chiara e veritiera della realtà aziendale; sono proprio queste ultime che apportano il contributo più significativo per la formazione del valore economico del sistema aziendale.

Mentre le rappresentazioni quantitative sono necessarie per identificare le descrizioni qualitative, queste ultime (non quantizzabili) sono di supporto integrativo alle prime.

Ne consegue che le descrizioni qualitative possono essere quantizzabili o non; se quantizzabili concorrono ad ampliare la conoscenza del valore economico del sistema aziendale; in caso contrario sono di necessario supporto alle rappresentazioni quantitative.

Le precisate risorse immateriali, basate sulla conoscenza e sulle informazioni possedute, presentano il carattere della intangibilità, di difficile (o impossibile) riproduzione da parte di altre aziende o della loro acquisizione attraverso transazioni mercatistiche.

Esse si possono formare all'interno del sistema aziendale (abilità e creatività del soggetto economico, capacità del *management*, intelligenza emotiva delle risorse umane, cultura aziendale, ecc.) e/o possono provenire da flussi informativi originati dall'ambiente di riferimento, generando risorse

tecnologiche; possono, inoltre, essere dirette verso il sistema ambientale (in particolare verso quello mercatistico), trasmettendo così la propria immagine.

Tali risorse possono, infine, incrementarsi in via autonoma rispetto al processo produttivo, con un'attività basata sulla capacità di apprendimento e sulla conoscenza profonda, accompagnata da una spiccata intelligenza emotiva, valorizzativa, sociale e manageriale.

“Tutte le risorse intangibili concorrono, in misura variabile, al perseguimento delle finalità aziendali, determinando, in modo disgiunto, una quota del valore economico dell'azienda. Ma la rilevazione quantitativa di tali risorse avviene nella sola ipotesi che sia stato sostenuto il relativo costo di acquisizione o di produzione e che sia attendibilmente valutabile il beneficio economico conseguente alla loro utilizzazione. Ne deriva che un'importante mole di risorse intangibili formatasi all'interno dell'azienda non sono rilevabili, né valorizzabili; da qui il necessario ricorso alla descrizione qualitativa delle stesse a supporto della più ampia informativa aziendale”<sup>3</sup>.

\* \* \* \* \*

La prima parte, propedeutica, è dedicata all'esame delle differenze esistenti tra “ricerca quantitativa” e “ricerca qualitativa”, al diverso approccio ed alla differente metodologia, all'analisi quantitativa e qualitativa per la scelta del metodo di ricerca.

In prima approssimazione la differenza tra le due ricerche risiede nel fatto che la prima, quella quantitativa, indaga su un'ampia quantità di soggetti, utilizzando dati numerici, trasformabili in statistiche, e misurando il comportamento, le opinioni e le attitudini di un vasto campione attraverso l'utilizzo di questionari basati prevalentemente su risposte multiple e numeriche.

La seconda, quella qualitativa, è un tipo di ricerca diretta, esplorativa, empirica ed empatica basata sulle motivazioni, sui pareri e sulle tendenze che si celano dietro ai dati numerici della ricerca quantitativa.

In altri termini, le due ricerche rappresentano due metodi complementari, laddove quella quantitativa fornisce i dati numerici che attestano gli aspetti generali della ricerca, quella qualitativa fornisce i dettagli e gli approfondimenti per meglio comprendere le implicazioni dei risultati<sup>4</sup>.

<sup>3</sup> Cfr. G. PAOLONE, *Il sistema informativo aziendale, nelle rappresentazioni quantitative e nelle descrizioni qualitative*, Maggioli Editore, Santarcangelo di Romagna, 2012, p. 70.

<sup>4</sup> Da SurveyMonkey, <https://it.surveymonkey.com>.

I metodi di ricerca quantitativa sono impostati per raccogliere dati numerici misuratori delle variabili; i dati quantitativi sono statistici e strutturati per ottenere risultati oggettivi e definitivi.

Il principale strumento rivelativo è il “questionario” che presenta un ampio margine di flessibilità consentendo la raccolta di dati anche da campioni molto ampi.

La ricerca qualitativa, viceversa, è un metodo elaborato per la raccolta di dati non numerici (descrittivi) e per l’ottenimento di informazioni approfondite; si tratta di un metodo non statistico e non (o solo parzialmente) strutturato.

Le informazioni, a tale riguardo, vengono pertanto raccolte per la descrizione di un fatto (piuttosto che per la misurazione), valutando le opinioni degli intervistati piuttosto che numeri presenti in grafici e tabelle.

L’obiettivo di tale ricerca è quello di ottenere informazioni sulle motivazioni, sui pensieri e sulle attitudini delle persone, producendo però risultati difficili da analizzare e, assai spesso, lasciati alla discrezionalità degli intervistatori.

Si riporta, qui di seguito, un quadro (Figura 1) estrapolato da Market Research Overview dell’ottobre 2017 evidenziante le principali differenze tra i due tipi di ricerca.

*Figura 1. Principali differenze tra ricerca quantitativa e ricerca qualitativa*

DIFFERENZE TRA	RICERCA QUANTITATIVA	RICERCA QUALITATIVA
Rapporto teoria-ricerca	La teoria precede la ricerca	Teoria e ricerca agiscono in contemporanea
Concetti	La teoria è convertita in variabili dall'inizio	La ricerca è orientata per individuare l'unicità
Rapporto con l'ambiente	Soggetto passivo Approccio sperimentale	Soggetto attivo Approccio naturalistico
Rapporto ricercatore -intervistato	Quasi assente senza interagire all'esterno	Fondamentale con empatia tra i soggetti
Disegno di ricerca	Struttura chiusa e pianificata	Senza struttura con imprevisti e modifiche
Rappresentatività dell'intervistato	Ricorso a campioni rappresentativi	Inesistente assunzione di diverse info
Natura dei dati	Hard dati oggettivi standardizzati	Soft dati soggettivi
Tipologia dell'intervistato	Individuo variabile	Individuo unico
Tipologia di analisi	Basata su variabili tecniche matematico-statistiche	Basata su casi prospettiva olistica
Presentazione dei dati	Tabelle e grafici	Citazioni e brani
Generalizzazione	Necessarie correlazioni tra variabili	Assenti interpretazioni della realtà
Risultati	Numero consistente	Numero limitato
Metodologia	Questionari strutturati	Focus room e interviste

La contrapposizione fra i due metodi si evidenzia, in particolare, nell'ambito delle scienze sociali, le cui sostanziali differenze sono rinvenibili nelle seguenti<sup>5</sup>:

- nel precedere la ricerca, il ricercatore, nel metodo quantitativo, la giustifica e la sostiene attraverso i numeri; nel metodo qualitativo, il ricercatore non si lascia condizionare dalla teoria per non influenzare i risultati;
- il disegno della ricerca è rigidamente strutturato nell'analisi quantitativa e la lavorazione dei dati avviene attraverso il confronto di tipo statistico-previsionale; nell'analisi qualitativa il disegno della ricerca è aperto e viene modellato durante la rilevazione, nel mentre la lavorazione dei risultati avviene attraverso un'analisi di tipo conoscitivo-interpretativo;
- non vi è interazione aperta tra ricercatore e intervistato, nella ricerca quantitativa, per cui si segue un questionario rigido e strutturato; in quella qualitativa, l'intervista è rivolta ad un numero variabile di soggetti, in quanto l'obiettivo è la comprensione del fenomeno a prescindere dalla rappresentazione statistica;
- è necessario che il questionario venga sottoposto ad un numero elevato di intervistati, nella ricerca quantitativa, per rendere il campione rappresentativo del fenomeno; l'intervista può essere fatta ad un numero variabile di utenti, nella ricerca qualitativa, in quanto il primario obiettivo è sempre quello della piena comprensione del fenomeno oggetto di analisi.

Per il perseguimento più ampio dell'obiettivo della ricerca può essere utile integrare i due metodi, utilizzando così il *metodo misto*, quantiquantitativo, di ricerca e dei suoi fondamenti teorici che sono alla base dei recenti orientamenti e dibattiti delle comunità scientifiche.

Tra i vari studiosi, prevalentemente delle scienze sociali, vi sono i sostenitori che ritengono che le analisi dei fenomeni vanno condotte in modo separato (quantitative scisse dalle qualitative), integrando e interpretando i risultati nella fase finale; altri ritengono, invece, che l'integrazione dei metodi debba avvenire già nella fase progettuale della ricerca, proseguendo fino all'analisi dei risultati finali<sup>6</sup>.

<sup>5</sup> Cfr. Promondello, percorso partecipativo, responsabile M. PAVIA, Powered by Krea, 2023.

<sup>6</sup> In ambito economico-aziendale, sembra prevalere il metodo misto di analisi, dal sorgere del fenomeno da sottoporre ad indagine conoscitiva, consentendo, tra l'altro, di produrre nuove forme di conoscenza e nuovi modi di dare risposta alle esigenze avvertite durante la fase esplorativa.

I due metodi di ricerca sono confermati nell'ambito della psicologia del lavoro, laddove esistono sempre posizioni diverse, per cui ci sono sostenitori di strategie indipendenti basate su visioni alternative del contesto di ricerca, contro coloro che uniscono gli approcci per ottenere una maggiore variabilità di dati; si tratta comunque di due diversi modi di svolgere una ricerca (strutturata, quella quantitativa; esplorativa quella qualitativa).

Quest'ultima ricerca prende in considerazione gli aspetti soggettivi emergenti dagli scambi di pareri e riflessioni all'interno di gruppi selezionati, con l'invito a discutere della propria realtà operativa.

Il principale obiettivo della ricerca qualitativa è quello di fornire una descrizione esaustiva delle ipotesi assunte a base, di natura esplorativa, raccogliendo, di seguito, dati verbali espressione di qualità afferenti all'oggetto dell'indagine, correndo, comunque, il rischio di esasperata individualità e soggettività nella raccolta dei dati e delle informazioni.

Di contro, la ricerca quantitativa si incentra sulla raccolta diretta di dati numerici, con la possibilità di quantizzare le percezioni delle varie componenti organizzative.

I dati raccolti, utilizzando strumenti telematici per la relativa elaborazione, vengono ordinati, classificati e misurati su scale numeriche, pervenendo così alla costruzione di grafici e tabelle che ne consentono la rilevazione statistica con accurate procedure inferenziali<sup>7</sup>.

Ma la tendenza emersa negli ultimi anni è quella di combinare i due metodi in maniera complementare per ottenere un bagaglio di tecniche applicative più ampio e complesso.

In sintesi, la "ricerca qualitativa" è un metodo di ricerca che si incentra sull'ottenimento di dati attraverso una comunicazione aperta basata sul dialogo, in modo da rilevare il comportamento e la percezione dei soggetti intervistati su un determinato argomento.

Esistono diversi metodi di ricerca, quali: il "colloquio individuale", quale intervista personale condotta a livello di conversazione al fine dell'ottenimento di approfonditi dettagli da parte dell'intervistato e delle sue motivazioni; i "gruppi di discussione" (*focus group*), normalmente utilizzabili per la spiegazione di processi complessi, comprendenti solitamente un numero limitato di partecipanti; la "ricerca etnografica", quale approfondito metodo di osservazione che studia i soggetti da intervistare nel loro ambiente naturale; la "ricerca su casi di studio", utilizzata in diversi settori, che comporta un'approfondita comprensione dei metodi di raccolta dei dati e della loro

<sup>7</sup> Si veda, al riguardo: G. PAOLONE, *Gli strumenti quantitativi misuratori degli accadimenti aziendali*, cit., pp. 17 e ss.

deduzione; la “tenuta dei registri”, che si avvale di affidabili documenti già esistenti da cui raccogliere dati rilevanti da utilizzare nella ricerca; il “processo di osservazione”, quale ricerca che utilizza metodologie soggettive idonee alla raccolta di dati sistematici e di informazioni<sup>8</sup>.

Qualsiasi sia il metodo (o i metodi) adottato(i) per la ricerca, i risultati sono descrittivi (descrizioni qualitative) e le inferenze sono agevolmente deducibili dai dati elaborati e opportunamente selezionati per il perseguimento delle prefissate finalità.

In definitiva e in estrema sintesi: con la raccolta di dati qualitativi vengono evidenziate le caratteristiche, le proprietà, le qualità di un fatto o di un oggetto; tale metodo descrive le caratteristiche ma non le misura (attraverso i numeri); i dati quantitativi raccolti sono espressi numericamente e sono perlopiù rappresentati (“rappresentazioni quantitative”) da tabelle, grafici, istogrammi, ecc.

La ricerca utilizza una combinazione dei due metodi, laddove, la descrizione dei dati qualitativi (quantizzabili) supportano quelli numerici, fornendo migliori informazioni basate sui chiarimenti e sulle spiegazioni<sup>9</sup>.

\* \* \* \* \*

La seconda parte è dedicata all’analisi delle “descrizioni qualitative” d’azienda, inquadrabili nell’ambito del subsistema informativo caratterizzato dalla necessaria combinazione tra le “descrizioni” e le correlate “rappresentazioni quantitative”.

Partendo dalla ben nota concezione sistemica dell’azienda, vengono riprese ed analizzate le caratteristiche fondamentali del subsistema informativo e la sua supposta scomposizione in elementi quantitativi (rappresentazioni quantitative) e qualitativi (descrizioni qualitative) di supporto e di necessaria integrazione, questi ultimi, dei primi.

Vengono, inoltre, evidenziati i limiti delle rappresentazioni quantitative (contabili e matematico-statistici), e i modi di superamento attraverso l’utilizzo dei dati qualitativi, alcuni dei quali finalizzati alla illustrazione e spiegazione delle misurazioni quantitative degli accadimenti aziendali, altri alla necessaria integrazione di fatti per loro natura non quantizzabili.

Ritorna, a questo punto, la necessaria applicazione del metodo misto di rilevazione qualitativa dei fatti economici, misurabili o meno, ma sup-

<sup>8</sup> Cfr.: <http://www.questionpro.com/blog/it/>.

<sup>9</sup> Per una più approfondita ed esaustiva analisi sull’argomento, si veda: N.K. DENZIN, Y.S. LINCOLN, *The SAGE Handbook of Qualitative Research*, Sage Publishing, New York, 2017.