

. CAP 6 TRUST, ETHICS & JUSTICE

TRUST

Il verbo “to trust” significa credere, aver fiducia, affidarsi; in campo economico, nei paesi anglosassoni, il termine si riferisce alla fiducia che si pone nelle azioni e nelle intenzioni di una “authority” che può essere un'azienda o un suo dirigente; in altri termini un'azienda di prestigio, o un'azienda che lancia un prodotto, o un'azienda che nella persona di un alto dirigente conia e pubblicizza un motto, in tutte queste situazioni non fa altro che creare delle aspettative: il consumatore è disponibile a credere che il prodotto sia fatto bene e che non rappresenti un pericolo per la salute, il nuovo assunto ha fiducia che l'azienda lo tratti con equità, insomma si è disponibili a credere in quello che fa l'azienda e che le promesse verranno mantenute.

Si tratta dunque della credibilità dell'azienda ed è precipuo interesse dell'azienda mantenere e incrementare questa credibilità.

Da dove viene questa fiducia?

Si distinguono:

--**trust disposition-based**: legata alla personalità: ci sono persone che hanno una naturale propensione alla fiducia negli altri; coerentemente con le teorie della personalità, questa naturale propensione può essere stata trasmessa geneticamente dai genitori oppure si può formare dopo la nascita grazie all'ambiente in cui si è allevati e alle esperienze personali (amici, scuola, comunità) Questo tipo di fiducia è stata studiata anche in riferimento alle nazioni: ad es la Svezia dà + fiducia del Brasile.

--**trust cognition-based**: legata alla razionalità; si ha nel caso in cui abbiamo a disposizione dei dati sull'azienda e si tratta di dati storici (track record) riferiti a 3 elementi:

--ability: le competenze specifiche (tipo quelle che prendiamo in esame quando scegliamo il medico o l'avvocato)

--integrity: il rispetto di norme e principi comuni a tutti (come l'onestà, il mantenimento delle promesse fatte)

--benevolence: la benevolenza verso i dipendenti (avere a cura il loro benessere ed essere leali)

--**affected-based trust**: legata all'emotività: non ha nulla di razionale: abbiamo fiducia perchè amiamo quella persona, ci piace, ci è simpatica;

La maggior parte delle relazioni di fiducia si fonda sulla propensione naturale eventualmente supportata dalla presenza di informazioni (cognition based); questo tipo di relazione evolve verso l'affect-based solo in pochi casi caratterizzati da mutuo investimento di tempo ed energia, senso di profondo attaccamento e sensazione di perdita quando il rapporto finisce.

JUSTICE

Nella realtà è abbastanza raro avere dei dati storici su cui potersi basare per stabilire se ci si può fidare di un'azienda: molto spesso si fa affidamento su particolari segni “visibili”: ad es il fatto che un'azienda tratti con equità i propri dipendenti è considerato un indice di credibilità: questi segni vengono raggruppati sotto il nome di justice nelle classi seguenti:

1) distributive justice: si riferisce all'equità dei risultati che derivano da una decisione presa, si tratta soprattutto di decisioni che riguardano la paga, le promozioni, la distribuzione dei compiti e degli incentivi

2) procedural justice: si riferisce all'equità dei procedimenti; ad es se per calcolare l'ammontare degli incentivi si utilizzano determinate procedure, occorre che queste procedure vengano elaborate con equità e + precisamente seguendo questi principi:

--voice: dare la possibilità ai dipendenti di esprimere la propria opinione

--correctability: dare la possibilità di correggere i procedimenti

--consistency: coerenza

--bias suppression: senza pregiudizi

--representativeness: rappresentatività (i procedimenti siano giusti per tutti)

--accuracy rule help: regole basate su informazioni precise

E' pur vero che se i risultati sono buoni, nessuno si preoccuperà + di tanto di sapere se le procedure siano state corrette o meno.

3)interpersonal justice: si riferisce all'equità del trattamento dei dipendenti da parte dell'azienda; Il comportamento dell'azienda deve attenersi a 2 regole:

1)regola del rispetto (respect rule): trattare i dipendenti con dignità

2)regola della proprietà (propriety rule): non rimproverare i dipendenti in modo violento e offensivo o che crei imbarazzo o in pubblico

4)informational justice: si riferisce alla correttezza delle informazioni fornite ai dipendenti, in relazione a:

--justification: chiarezza e semplicità della comunicazione

--truthfulness: onestà e veridicità dell'informazione

ETHICS

Si fa qui riferimento a quelle norme di carattere morale non scritte e accettate da tutti.

Studi recenti riportano che il 76% dei dipendenti hanno osservato comportamenti non etici sul lavoro durante gli ultimi 12 mesi; le ricerche sul perchè un'azienda si comporta in maniera non etica sono giunte alla conclusione che le scelte dell'azienda sono fatte tramite un processo in 3 fasi:

--**fase 1: moral awareness** (consapevolezza): è lo stadio in cui l'azienda si rende conto che una determinata azione può presentare problemi morali; l'esempio evidenziato nel libro di testo si riferisce al videogame Grand Theft Auto in cui il giocatore assume il ruolo di un criminale che si dà a tutta una serie di attività illegali che vanno dal furto alla rapina, all'assassinio; gli sviluppatori del gioco hanno inserito delle scene di sesso nascoste; è legale, è etico?

Poiché formalmente il gioco è vietato ai minori, l'aspetto legale sarebbe salvo; ma dal punto di vista etico probabilmente non è corretto visto che il consumatore al momento dell'acquisto è all'oscuro della presenza di queste scene, senza contare che il gioco può finire nelle mani di congiunti minorenni e che le scene nascoste possono facilmente essere scoperte con un software presente su internet e alla portata di tutti..

La consapevolezza dipende dalla sensibilità etica dell'azienda (moral sensitivity) e dalla moral intensity che giudica la moralità di un'azione in base alle conseguenze (quanto bene o male fa) al consenso sociale (quanti lo accettano e quanti lo rifiutano), alla probabilità degli effetti ecc.

--**fase 2:moral judgement:** una volta che l'azienda si è resa conto che esistono problemi morali in una certa situazione, occorre stabilire in base a quali criteri deve essere formulato il giudizio di etico o non etico: **la teoria dello sviluppo cognitivo morale** ci dice che

--i bambini si trovano nel cd stadio preconvenzionale in cui il loro comportamento è regolato dalla ricompensa / punizione (stage 1) e dalla regola "tu gratti la schiena a me e io a te" (stage 2) ;

--gli adulti si trovano invece nello stadio convenzionale e il loro comportamento è regolato dall'opinione degli altri (stage 3) e dalle leggi (stage 4);

--infine arriviamo allo stadio cd principled fondato sulle ethicals ideologies tra le quali ricordiamo:

--relativismo: un'azione si giudica etica o no in base alle circostanze

--utilitarismo: un'azione si giudica in base agli scopi che ci si prefigge

Ambedue si fondano sul principio che l'interesse del singolo predomina su quello degli altri.

--idealismo: si fonda su principi morali universali che privilegiano l'interesse comune rispetto a quello dei singoli

--**fase 3: moral intent:** l'azienda deve "voler fare" l'azione etica e ciò dipende dalla moral identity cioè come ci si vede come persona morale; se questa identità è forte saranno favoriti i comportamenti etici (se no subentreranno sentimenti di tradimento e vergogna); oppure si presenteranno conflitti di ruolo quando la pressione del lavoro, gli incentivi ecc ci indirizzano verso comportamenti contrari ai nostri principi.

Il trust ha influenza moderate-positive sulla job performance(specie task) e favorisce il comportamento citizenship; ha influenza strong positive sull'organizational commitment con alti livelli di affective e normative e nessun effetto su continuance.