Università degli Studi di Padova
Facoltà di Psicologia

Corso di Laurea in Scienze psicologiche
della Personalità e delle Relazioni interpersonali

Elaborato Finale

"Organizational Trust Inventory": Modelli di Equazioni Strutturali e analisi di validità.

Relatore
Ch.mo Prof. Giulio Vidotto

Laureando
Marco Vicentini

Matricola
486258-SPP

Anno Accademico 2003–2004

"La fiducia è tutto,
è la forza che ci muove,
che ci permette di costruire il futuro.
Oggi non cresciamo, in Italia e in Europa,
soprattutto perché manca la fiducia.
E non mancano, invece,
le ragioni di nutrire fiducia."

(C.A. Ciampi, *Messaggio di fine anno*, 31 dicembre 2003)

Indice

1 La ricerca psicologica sul tema della fiducia **7**
1.1 Perché studiare la fiducia? 7
1.2 Dimensioni psicologiche nello studio della fiducia 11
1.3 Lo strumento di Cummings e Bromiley (1996) per la misura della fiducia organizzativa 18

2 La Ricerca **23**
2.1 Il campione 23
2.2 Metodologia della ricerca 29
2.3 Risultati 32
2.3.1 Validità dello strumento 32
2.3.2 Scale secondarie 37
2.3.3 Item critici presenti nella versione italiana 40
2.3.4 O.T.I. Forma breve 43

3 Conclusione **47**
3.1 Discussione dello studio 47
3.2 Sviluppi della ricerca 48

A Item dell'O.T.I. **51**
A.1 Suddivisione degli item per micro-dimensioni 51
A.2 Item aggiunti 55

B O.T.I. – Versione Azienda **57**

C Note di traduzione **61**

D Modello strutturale **63**

Capitolo 1

La ricerca psicologica sul tema della fiducia

1.1 Perché studiare la fiducia?

La fiducia è un elemento fondamentale in ogni esperienza umana. Il vocabolario la definisce "un senso di sicurezza che viene dal profondo convincimento che qualcuno o qualcosa sia conforme alle proprie attese o speranze" (Zingarelli, 2003). In questa definizione vengono da subito individuate tre direzioni che meriteranno un ulteriore approfondimento: una componente emotiva ("il senso di sicurezza"), una cognitiva ("il profondo convincimento"), e una legata alle aspettative e alla personale vulnerabilità ("conforme alle proprie attese").

In generale la fiducia può essere considerata come l'aspettativa di un individuo o gruppo riguardo il comportamento che adotterà la controparte; tale comportamento dovrà essere coerente con le aspettative o con ciò che era stato promesso (Rotter, 1980; Jones, 2002). Studi più recenti la definiscono come un costrutto multidimensionale, caratterizzato dalla volontà di una parte di rendersi vulnerabile alle azioni di un'altra parte. Colui che ripone la propria fiducia si aspetta infatti che l'altra parte realizzerà un'azione

di particolare importanza; questa aspettativa è indipendente dalla capacità di controllare o monitorare la controparte (Rempel *e altri*, 1985; Gambetta, 1988; Mayer *e altri*, 1995; Castaldo, 2002a).

Inizialmente la fiducia fu oggetto dell'indagine dei filosofi e dei politici, e solo nei tempi più recenti venne sistematicamente indagata dagli studiosi di scienze sociali (Tschannen-Moran e Hoy, 2000). Negli anni Cinquanta le ricerche attorno alla fiducia furono alimentate soprattutto dal crescente sospetto cui portava la Guerra fredda. Spaventavano i pericoli e i costi che sarebbero giunti da un conflitto armato e si guardava con speranza alla scienza, credendola capace di rispondere con successo alle situazioni di inimicizia e diffidenza (Deutsch, 1958). Negli anni Sessanta, di fronte a una generazione giovanile disillusa dal potere delle istituzioni e delle autorità, gli studi sulla fiducia vollero creare strumenti di misura capaci di individuare tratti di personalità che fossero in grado di spiegare la fiducia del singolo nei confronti del potere istituzionale (Rotter, 1967). Fu quello un periodo molto fertile per la ricerca, nel quale vennero create numerose scale atte a misurare empiricamente differenti aspetti della fiducia (Wrightsman, 1991). Gli anni Ottanta portarono in Europa e negli Stati Uniti cambiamenti radicali nella struttura della famiglia, fra cui emerse un incremento esponenziale del numero di divorzi. Fu così che le ricerche attorno alla fiducia si concentrarono sull'analisi delle relazioni interpersonali, specificatamente familiari (Larzelere e Huston, 1980; Johnson-George e Swap, 1982; Rempel *e altri*, 1985). Gli anni Novanta si caratterizzarono per il fenomeno della globalizzazione e per le possibilità comunicative offerte dalle nuove tecnologie; ciò portò a profondi mutamenti nelle relazioni, sia nel campo sociale e politico (Coleman, 1990), sia nel mondo dell'economia e della gestione aziendale (Fukuyama, 1996).

Le prospettive offerte dalle diverse discipline scientifiche trovarono nello studio della fiducia un comune oggetto di indagine; essa fu vista come un fattore capace di modulare e contraddistinguere ogni interazione tra gruppi e all'interno di gruppi (Gambetta, 1988; Mayer *e altri*, 1995; Tyler e Kramer, 1996; Mishra e Spreitzer, 1998). Le differenti organizzazioni attuarono profonde ristrutturazioni per affrontare le nuove forme di relazione richieste dai mercati, attraverso una nuova negoziazione delle interazioni intra-organizzative ed inter-organizzative (Mishra, 1996). Nuove forme di relazioni furono richieste alle aziende non solamente nell'ambiente esterno all'organizzazione, ovvero nel luogo ove l'organizzazione interagisce con altre organizzazioni, ma anche, e forse soprattutto, nell'ambiente interno, ovvero nel luogo ove l'organizzazione organizza se stessa (McAllister, 1995; Meyerson *e altri*, 1996; Das e Teng, 1998; Rocco Fraenkel, 2001). Ogni ambiente organizzativo, sia esso produttivo, commerciale o di ricerca, mostra infatti una relazione, seppure non necessariamente diretta e monolitica, tra performance e fiducia. Diversi studi hanno mostrato l'esistenza di un legame significativo tra l'efficienza e l'efficacia dell'impegno posto dai lavoratori e i rapporti che si formano tra le persone stesse. La fiducia svolge un ruolo fondamentale sia per il positivo raggiungimento degli obiettivi che l'organizzazione si è posta, sia per il benessere delle persone che ne fanno parte (Sitkin e Stickel, 1996; Zaheer *e altri*, 1998). È stato ipotizzato che la fiducia riduca significativamente l'incertezza nelle trattative e i comportamenti opportunistici, favorisca vantaggi comuni, riduca i costi legati alle transizioni, permettendo in tal modo una gestione più efficiente (Bromiley e Cummings, 1995; Mayer *e altri*, 1995).

Differenti autori (McKnight e Chervany, 1995, 2000; Rousseau *e altri*, 1998;

Castaldo, 2002b) hanno riconosciuto come il tema della fiducia sia presente in studi afferenti a discipline anche distanti tra loro. Le ricerche sulla fiducia possono essere classificate in base alla prospettiva scientifica con cui la fiducia viene definita (Bhattacharya *e altri*, 1998). Gli economisti e i sociologi tendono a focalizzare l'analisi attorno alle modalità con cui le istituzioni stabiliscono relazioni e usano incentivi per ridurre l'incertezza associata alle relazioni con gli estranei (Glaeser *e altri*, 2000). In psicologia la fiducia è descritta ora come un tratto individuale (Rotter, 1967), ora come dipendente da fattori istituzionali e situazionali (McKnight *e altri*, 1998), ora come costituito dalla sola dimensione emotiva (Ekvall, 1996), ora invece come un costrutto cognitivo-comportamentale complesso (McAllister, 1995; McKnight e Chervany, 2000). La fiducia è indicata come un costrutto dinamico che può variare nel corso della relazione (Tschannen-Moran e Hoy, 2000). Tale costrutto è indagato sia, rifacendosi alle Social Learning Theory, attraverso l'analisi delle relazioni di gioco diadiche (Baxter, 1972; Milgrom e Roberts, 1992), sia, in prospettiva interazionista, nel legame che cultura e ambiente hanno nella genesi e nello sviluppo della fiducia (Kim e Prabhakar, 2000).

La fiducia si viene dunque a delineare come un costrutto multidimensionale, che può avere differenti fondamenti e sviluppi a seconda del contesto teorico nel quale è inserita. A questo punto, diviene interessante cercare una visione d'insieme dei contributi offerti dalle varie discipline al fine di rintracciare eventuali elementi comuni ed integrabili. Si è alla ricerca di una definizione di fiducia capace di superare i particolarismi delle lenti teoriche e metodologiche attraverso le quali è osservata, per proporre una visione d'insieme, che individui le principali dimensioni implicate (Rousseau *e altri*, 1998; Kim e Prabhakar, 2000; McKnight e Chervany, 2000).

1.2 Dimensioni psicologiche nello studio della fiducia

La molteplicità di definizioni di fiducia e la poliedricità degli aspetti può portare a confusione ed incomprensione, come pure a ricchezza di vedute. Poiché non vi è univocità nelle definizioni del costrutto indagato, i risultati dei diversi studi possono apparire contraddittori e scarsamente correlati. Vi è chi ha analizzato gli antecedenti della fiducia e i soggetti attivatori (Dirks e Ferrin, 2002; Kramer, 1994); chi ha indagato le conseguenze economiche e comportamentali della fiducia (Busacca e Castaldo, 1996; Valdani, 1997; Jones e George, 1998; Lanza, 1998; Zak e Knack, 2001); chi anche ha prestato maggiore attenzione al contesto situazionale o chi alle caratteristiche istituzionali (Rocco Fraenkel, 2001). Solitamente, ogni studio si presenta quindi riferito a una dimensione specifica, fornendo e supportando interessanti ipotesi.
Come afferma Mutti (1998) "c'è da restare sconcertati dalla pluralità di significati attribuiti al concetto di fiducia nell'analisi sociale". Di fronte a questa molteplicità vari autori (Raimondo, 2000; Castaldo, 2002b) lamentano la mancanza di una cornice teorica ed empirica che permetta ad ogni contributo di trovare il proprio posto in relazione con gli altri studi. Questi Autori non vogliono affermare che la diversità sia sbagliata o impropria; piuttosto sostengono la necessità di una appropriata cornice di riferimento concettuale, per mostrare la ricchezza di questo costrutto.

McKnight e Chervany (2000) svolgono una approfondita analisi della letteratura scientifica e del linguaggio comune alla ricerca di classificare le molte-

plici definizioni proposte; gli Autori delineano un modello multidimensionale riferito alla fiducia costituito da sei dimensioni differenti e relazionate; queste dimensioni vorrebbero essere capaci di coprire l'estensione degli studi, senza perdere di vista il principio metodologico della parsimonia. I sei fattori definiti, indicati schematicamente in Figura 1.1, si estendono lungo dimensioni impersonali, disposizionali e interpersonali.

In un primo momento McKnight *e altri* (1996, 1998) descrivono le tre dimensioni fondamentali: l'*intenzione di fidarsi* (Trusting Intention), le *credenze legate alla fiducia* (Trusting Beliefs), il *comportamento basato sulla fiducia* (Trusting Behavior). Queste dimensioni, come indicato da altri studi (Creeds *e altri*, 1994; Curral e Judge, 1995; Zaheer *e altri*, 1998), includono le componenti cognitive ed affettive. La distinzione operata tra l'intenzione e le credenze è formulata in base alla *Teoria dell'azione ragionata* (Reasoned Action Theory) di Fishbein e Ajzen (1975) secondo la quale il comportamento sarebbe preceduto dall'intenzione, a sua volta sostenuta dagli atteggiamenti e dalle credenze riguardanti gli effetti e lo svolgimento di una determinata azione. Si ipotizza, secondo una logica semplice e diretta, che le credenze originino atteggiamenti, che gli atteggiamenti generino intenzioni, le quali poi diventano manifeste nei comportamenti. Così un individuo, quando crede di potersi fidare di un'altra persona (credenza), matura atteggiamenti positivi verso questa persona, è disponibile a voler dipendere dall'altra (intenzione). E quando questi intende dipendere da un'altra persona, allora si comporterà in maniera da manifestare tale intenzione (comportamento).

A queste prime tre dimensioni si aggiungono la *fiducia nel sistema* (System Trust), la *fiducia disposizionale* (Dispositional Trust), e la *decisione situazionale a fidarsi* (Situational Decision to Trust).

Fiducia nel sistema. Questo fattore si riferisce alla credenza che una suffi-

cientemente adeguata struttura, sia essa una organizzazione o una istituzione, collochi le persone in una situazione dove l'impegno lavorativo sia sostenuto verso il successo. In questa prospettiva gli attributi personali dei partner non sono garantiti né necessari per il sistema. Questa componente non influisce quindi sulle credenze relative agli altri, quanto piuttosto sulle intenzioni verso le altre parti (Shapiro, 1987).

Fiducia disposizionale. La fiducia può essere studiata in una dimensione multi-situazionale e multi-personale. Si vengono ad indagare le aspettative che le persone sviluppano nel corso della loro vita; infatti le esperienze passate inducono le persone a fidarsi dell'umanità in generale, portandole a fidarsi degli altri a diversi livelli. (Rotter, 1967; McKnight *e altri*, 1998).

Decisione situazionale a fidarsi. In date situazioni, un soggetto si fida della controparte anche se quest'ultima non viene presa in considerazione. Questa componente indica come ciascuno sia disposto comunque a fidarsi quando si presentano specifiche situazioni. Questo aspetto della fiducia non tiene conto della controparte coinvolta, né vengono tenute in considerazioni le attribuzioni e le credenze sulla controparte stessa, in quanto si pensa che i benefici che deriveranno dal fidarsi supereranno in ogni caso i possibili riscontri negativi.

Le credenze legate alla fiducia. Ogni intenzione di fidarsi è basata su credenze cognitive che la persona stessa si è formata, concernenti un'altra persona. Queste credenze possono essere generate da inferenze circa i tratti personali e le altrui intenzioni, ma sono anche spiegate da una sicurezza personale riposta nelle proprie credenze. Le credenze, intese sia come derivanti da processi cognitivi che dalla fiducia in se stessi,

formano il fattore qui definito. Esso indica perciò la credenza, con il correlato sentimento, che una persona sia degna di fiducia in una situazione, ovvero che sia capace e voglia agire in funzione degli interessi della controparte. Questo fattore è così dipendente dalla persona e dalla situazione specifica.

Le componenti cognitive che costituiscono tale credenza sono indicate dalla letteratura in numero di tre o quattro. Mishra (1996), in una analisi di interviste condotte con dei dirigenti, raccoglie le voci competenza, disponibilità, affidabilità e interessamento. Da una rassegna della letteratura, McKnight e Chervany (1995, 2000) indicano quattro componenti fondamentali: la benevolenza, l'onestà, la competenza e la prevedibilità:

- *Benevolenza* (Benevolence). Si riferisce alle percezioni delle intenzioni della controparte di "fare del suo meglio", ovvero di curare gli interessi e di avere a cuore il benessere di chi in lei ripone fiducia, escludendo ogni comportamento opportunistico.
- *Onestà* (Honesty). È la percezione di una congruenza morale da parte di chi ripone fiducia nella controparte; è indicata come la percezione che l'altra parte sia guidata da consuetudini e principi accettabili da entrambi, o almeno non contrari a quelli di chi ripone fiducia. Significa inoltre ritenere che la controparte dice la verità, stringe accordi in buona fede ed è fedele alle promesse fatte.
- *Competenza* (Competence). È la percezione da parte di chi ripone fiducia che la controparte abbia adeguate competenze e abilità per fornire ciò che è atteso. Può essere indicata con il termine *efficacia*, capacità di produrre il risultato desiderato e richiesto.

– *Prevedibilità* (Predictability). È la percezione che la persona in cui si ripone fiducia mantenga un comportamento coerente e consistente, e che quindi le sue azioni siano prevedibili.

Similmente Mayer *e altri* (1995) indicano tre fattori: la benevolenza, l'integrità e l'abilità, distinguendo così la prevedibilità dal costrutto di fiducia.

L'intenzione di fidarsi. Questo fattore indica *quanto una parte* sia disposta a dipendere *da un'altra in una specifica situazione, con sentimenti di relativa sicurezza, senza con questo escludere la possibilità di esiti negativi.* Questa dimensione è specifica a una data situazione, in quando la volontà di dipendere è sempre subordinata allo specifico contesto e alle specifiche interazioni. L'intenzione di fidarsi indica pertanto uno stato per il quale la persona è pronta a dipendere da un'altra in una data circostanza.

Il comportamento basato sulla fiducia. La volontà di dipendere conduce alla concretezza del dipendere da una controparte. Cosi il comportamento basato sulla fiducia è la misura di *quanto una persona volontariamente* dipenda *da un'altra in una specifica situazione, con sentimenti di relativa sicurezza, senza con questo escludere la possibilità di esiti negativi.* "Dipenda" è un termine che indica un comportamento, diversamente da "disposta a dipendere" che indica una volontà, una intenzionalità.

Quando uno dipende da un altro, contrae una obbligazione con la controparte in ragione della fiducia riposta. Qui la prima persona riconosce e concede alla seconda un potere su se stessa. E laddove una contro-

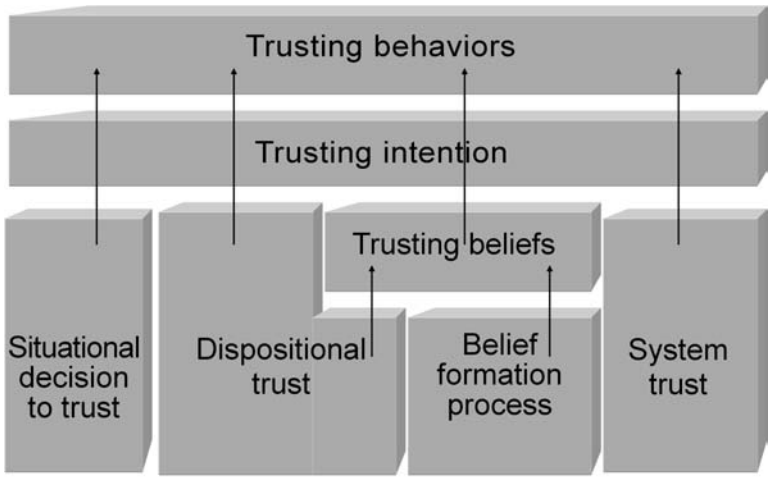

Figura 1.1: Le sei dimensioni che costituiscono il costrutto della fiducia nella proposta di McKnight e Chervany (2000)

> parte esercita una forma di potere, ivi si accetta il rischio e la personale vulnerabilità (Mayer *e altri*, 1995).

Le sei dimensioni qui indicate riescono a coprire il maggior numero di significati di fiducia utilizzati tanto in ambito scientifico che nel linguaggio comune. Soffermarsi ad analizzare i comportamenti legati alla fiducia è importante in quanto la maggior parte degli studi scientifici considerano il comportamento manifesto. Prestare attenzione alle cognizioni e alle emozioni è significativo in quanto molte ricerche hanno verificato ipotesi sulla struttura della fiducia analizzandola come un costrutto cognitivo (credenze, aspettative) ed emotivo (sentimenti di sicurezza, confidenza), dove le due componenti sono considerate distinte ma non separabili (McAllister, 1995).

La Figura 1.1 mostra mostra sinteticamente le relazioni tra le dimensioni ora illustrate. Le *credenze legate alla fiducia* rappresentano la più importante determinante dell'*intenzione di fidarsi*; quest'ultima sostiene e promuove il *comportamento basato sulla fiducia*. Se un dipendente, per esempio, non cre-

de che il suo superiore sia competente, o onesto, o abbia a cuore gli interessi dei propri dipendenti, allora vi saranno poche possibilità che il dipendente stesso abbia voglia di affidarsi e dipendere dal suo superiore. Poiché le credenze precedentemente indicate sono di primaria importanza, i dirigenti dovrebbero per prima cosa provare ad essere quel tipo di persone che gli altri percepiscono come degni di fiducia. Dato che l'*intenzione di fidarsi* è basata primariamente sulla percezione (cognitiva) di affidabilità, i dirigenti dovrebbero porre una considerevole attenzione a presentarsi come persone credibili e coerenti. Ovviamente tale percezione non può essere data una volta per tutte, ma è il frutto di una storia di differenti azioni in cui il superiore si è fatto conoscere, interagendo con i dipendenti. È da ricordare inoltre come la componente emotiva (confidenza, sicurezza) si colleghi a una molteplicità di sentimenti tra loro interconnessi. Poiché è difficile separare i sentimenti l'uno dall'altro, quando una persona si trova a proprio agio col proprio superiore, facilmente percepisce anche sentimenti di sicurezza in quanto crede che il suo superiore abbia anche a cuore gli interessi dei dipendenti. Per questo motivo i dirigenti dovrebbero dedicare tempo per sviluppare relazioni personali positive con i loro dipendenti, in maniera che questi ultimi si sentano a proprio agio, confidenti e sicuri con loro (Whi Whitener *e altri*, 1998; Raimondo, 2000).

In maniera schematica il legame che lega le principali componenti della fiducia viene descritto in Figura 1.2. Le tre componenti che compongono la dimensione delle *credenze legate alla fiducia* costituiscono la pietra principale che genera il *comportamento basato sulla fiducia* riposta in una data situazione verso una specifica controparte. Questo a sua volta, in una situazione dinamica, modifica nuovamente i fattori di affidabilità percepiti verso la situazione e verso la controparte.

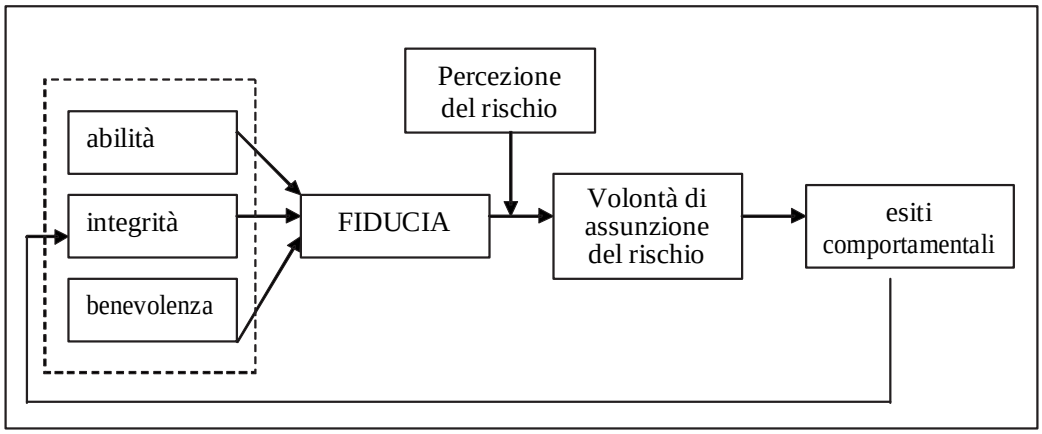

Figura 1.2: Tratto da Mayer *e altri* (1995), descrive le relazioni tra gli antecedenti della fiducia, la fiducia stessa, ed i suoi risvolti comportamentali: gli esiti influenzano nuovamente i fattori di affidabilità della controparte percepita

1.3 Lo strumento di Cummings e Bromiley (1996) per la misura della fiducia organizzativa

La ricerca scientifica nasce da ipotesi di lavoro che necessitano di essere falsificate attraverso opportuni strumenti di verifica. Diviene quindi importante non solo descrivere il costrutto della fiducia, ma anche disporre di strumenti operativi relativamente agili, capaci di misurare le relazioni sopra indicate.

Cummings e Bromiley (1996) hanno sviluppato uno strumento che intende misurare alcune dimensioni ritenute costitutive della fiducia. In particolare hanno approntato un questionario che vuole indagare la fiducia, credenza individuale o collettiva, verso un'altra persona o gruppo. Bromiley e Cummings (1995) hanno definito la fiducia attraverso tre dimensioni, che vengono espresse in una griglia formata da tre righe e tre colonne: un versante di que-

	Cognitiva	Affettiva	Intenzionalità comportamentale
Onestà nelle trattative			
Fedeltà agli impegni			
Evitare di trarre eccessivi vantaggi			

Tabella 1.1: Matrice indicante le dimensioni della fiducia secondo Cummings e Bromiley (1996).

sta griglia rappresenta le tre dimensioni della fiducia (onestà nelle trattative, fedeltà agli impegni, evitare di trarre eccessivi vantaggi), mentre l'altro le tre componenti che precedono l'agire umano (componente cognitiva, affettiva e intenzionalità comportamentale). Ogni dimensione viene infatti suddivisa nelle componenti cognitiva ed affettiva, indicate come distinte, indipendenti e correlate, capaci di influenzare la componente di intenzionalità comportamentale (Fishbein e Ajzen, 1975; Creeds *e altri*, 1994).
McKnight e Chervany (2000) propongono di raggruppare sotto l'unica voce *onestà* le distinte voci *fedeltà agli impegni* e *onestà nelle trattative*, in quanto ritengono che entrambe si riferiscano all'*onestà*, differenziandosi solo in termini di cornice temporale: il *negoziare onestamente* precederebbe temporalmente il *mantenere gli impegni presi*. La terza dimensione indicata viene raccolta nella più generale categoria *benevolenza*.
Di seguito vengono specificate le tre dimensioni; le prime due sono ordinate secondo una prospettiva temporale.

- *Onestà nelle trattative* (Negotiates honestly). È la percezione da parte di chi ripone fiducia di una certa prevedibilità, coerenza e trasparenza nelle azioni della controparte. Implica, ad esempio, che l'Organizzazione è trasparente in ogni trattativa con i dipendenti; le affermazioni ed il comportamento dell'Organizzazione precedenti l'assunzione dell'impe-

gno sono corrispondenti agli effettivi desideri dell'Organizzazione stessa e dei suoi dipendenti.

La misura della dimensione si muove quindi da valori positivi in cui il soggetto ritiene che il partner di cui fidarsi è onesto nelle trattative che precedono gli impegni, a valori negativi in cui il partner è ritenuto non affidabile. Il comportamento attuato sarà coerente con l'onestà dimostrata dalla controparte: la fiducia riposta nel partner viene ricambiata da altrettanta apertura e onestà. (21 item)

- *Fedeltà agli impegni* (Keep commitments). Indica la percezione che la controparte assuma un comportamento affidabile, cioè, si comporti, o comunque si sforzi di farlo, in modo tale da mantenere gli impegni presi. Chi è ritenuto degno di fiducia cercherà di comportarsi in accordo con qualunque impegno preso, sia esso implicito o esplicito. Tale individuo degno di fiducia è ritenuto attendibile in quanto si comporterà in modo da adempiere l'impegno preso. Rientra in questa dimensione anche la fedeltà alle promesse fatte, nella lettera e nello spirito, evitando di tradire chi ripone fiducia.

  La dimensione si muove lungo un "continuum" che vede come estremi una positività in cui il soggetto ritiene che la controparte di cui fidarsi rispetta gli impegni assunti, e una negativa in cui il partner è ritenuto non affidabile; a valori positivi si dovrebbe affiancare un comportamento caratterizzato dalla fiducia, tale per cui chi ripone la propria fiducia non attua comportamenti tesi a controllare la fedeltà della controparte. (21 item)

- *Evitare di trarre eccessivi vantaggi* (Avoids taking excessive advantage). Implica che la controparte, in questo caso l'Organizzazione, non

approfitti di opportunità impreviste e vantaggiose a scapito dei dipendenti; non tragga eccessivo vantaggio sugli altri anche se ne avesse la possibilità, se questo vantaggio conseguito produce un danno per chi ripone fiducia.

La dimensione si muove dunque da una positività in cui il soggetto sente e ritiene che il partner oggetto di fiducia evita di trarre eccessivi vantaggi quando ve ne siano le possibilità, a una negatività in cui il partner è percepito come opportunista; il comportamento aspettato, qualora si percepiscano tendenze opportunistiche da parte della controparte, sarà teso a verificare e controllare ogni azione e ogni scambio. (20 item)

Nello specifico, il Questionario elaborato da Cummings e Bromiley (1996) vuole indagare la fiducia all'interno o verso le organizzazioni. Il nome *Organizational Trust Inventory* (O.T.I.) indica uno strumento che si propone di misurare la fiducia presente all'interno di una organizzazione. Nella forma inglese il Questionario si compone di 62 item misurati su scala Likert a 7 punti, riconducibili alle nove micro-dimensioni ottenute dall'incrocio delle componenti della definizione di fiducia data dagli autori e dalle componenti della credenza di fiducia, come espresso in Tabella 1.1.

La versione italiana, verificata nella traduzione anche nella back-version inglese, è stata curata da un gruppo di lavoro del Dipartimento di Psicologia generale della Università di Padova, in collaborazione con l'Università di Pavia. Il Questionario proposto si mantiene fedele alla versione inglese anche nella numerazione degli item (cf. Appendice B). Gli item che compongono il Questionario riflettono ciascuna delle tre dimensioni e le componenti in cui si articolano; queste ultime vengono rese a livello lessicale attraverso le espressioni "noi sentiamo che…", "noi pensiamo che…", "abbiamo l'inten-

zione di...” e simili). Il Questionario viene somministrato in formato carta e matita, e deve essere compilato individualmente e in forma anonima; il soggetto risponde indicando il proprio grado di accordo o disaccordo verso ciascuna affermazione su una scala tipo Likert a sette punti. È destinato a soggetti adulti di livello culturale medio, con un tempo di somministrazione che può variare da 15 a 30 minuti.

Rispetto alla versione inglese vengono aggiunti 7 item che vogliono essere traduzioni alternative di specifici item critici presenti nella forma originale (Appendice A, p.55). Infatti i primi 62 item sono fedeli traduzioni letterali del questionario originale; i successivi 7 item sono interpretazioni di item critici per il contesto italiano. Riguardo agli adattamenti apportati, vi è da segnalare che la forma originale del Questionario lascia libero il soggetto che compila il test di indicare a quale organizzazione o settore o ufficio intende riferire la propria valutazione sulla fiducia. La versione italiana prevede invece sette forme parallele nelle quali viene precisato il settore o la realtà organizzativa cui riferirsi. Le forme proposte intendono valutare infatti l'Azienda in generale, il proprio capo, la clientela, i colleghi, i fornitori, un ufficio in particolare, i propri subordinati.

In Appendice A vengono riportati gli item del Questionario, suddivisi in ragione delle singole micro-dimensioni, nella forma in cui si chiede una valutazione circa la fiducia verso la Azienda più significativa in cui si è lavorato.

Capitolo 2

La Ricerca

2.1 Il campione

Il campione cui si riferiscono Cummings e Bromiley (1996) è costituito da 323 dipendenti e studenti frequentanti corsi under-graduate, night & day MBA ed executive MBA attivi presso l'Università del Minnesota . Il nostro campione è costituito da 138 adulti, residenti nella regione Veneto, prevalentemente lavoratori, frequentanti corsi professionali nel settore sanitario o corsi di aggiornamento nel settore commerciale. I questionari sono stati somministrati inoltre all'interno di due realtà aziendali: uno Studio tecnico e una Casa di Riposo. Ai partecipanti veniva chiesto di completare i questionari solo a fronte di una adeguata esperienza lavorativa, in maniera di essere in grado di fornire un giudizio verso l'Azienda cui ci si riferisce; la partecipazione all'inchiesta era libera ed era garantita anche attraverso l'anonimato delle risposte date. Le istruzioni chiedevano di esprimere il proprio parere nei confronti delle affermazioni del Questionario attraverso una scala a sette punti. È stata prevista anche la presenza di soggetti non attualmente occupati. La durata della compilazione del Questionario variava tra i 15 e i 30 minuti circa. Sono stati esclusi dalle analisi 9 questionari, in quanto incompleti o con risposte chiaramente casuali (p.e. questionari in cui il soggetto

Sesso	M	48
	F	90
Età		37 ± 10
Occupati	Si	91 %
	No	9 %
Anzianità lavorativa		15 ± 9
Anzianità aziendale	I quart.	1 anno
	II quart.	2-3 anni
	III quart.	4-9 anni
	VI quart.	10-31 anni

Tabella 2.1: Ripartizione del campione rispetto alle variabili demografiche.

sceglie lo stesso valore a tutti gli item di una pagina, questionari in cui il soggetto non risponde a tutte le domande).

Il campione è stato ripartito secondo le caratteristiche individuali, raccolte attraverso la Scheda anagrafica (cf. Appendice B, p.60). La suddivisione del campione viene presentata in Tabella 2.1 che considera le differenti variabili individuali, riportando le variabili demografiche e la condizione lavorativa.
Il nostro campione, prevalentemente femminile, è costituto per la quasi totalità da personale attualmente occupato, di giovane età (37 anni ± 10, minimo 20, massimo 62). I soggetti sembrano essere nelle condizioni di conoscere da lunga data la realtà della propria Azienda, in quanto la distribuzione campionaria in funzione dell'anzianità aziendale mostra come solamente un quarto degli intervistati ha maturato una esperienza lavorativa all'interno di una medesima Azienda inferiore ai due anni.
Seguendo le modalità di raccolta dei dati della popolazione attiva italiana, come indicato nell'Annuario Statistico Italiano (ISTAT, 2003), si può notare che, per quanto riguarda la variabile Titolo di studio, il campione è composto per la maggior parte da dipendenti che hanno conseguito una qualifica

Titolo di studio conseguito	Frequenza	Frequenza %
Licenza Media	53	41 %
Diploma	55	42 %
Laurea	22	17 %
Non validi	2	1 %
Totale	132	100 %

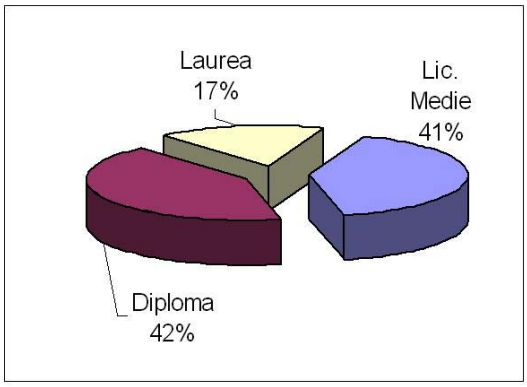

Tabella 2.2: Composizione del campione della ricerca in base alla variabile *titolo di studio*.

professionale o un titolo di scuola superiore (cf. Tab. 2.2).
La classificazione del personale nei quattro livelli di inquadramento mostra come tutti i soggetti coinvolti lavorino a differenti livelli come dipendenti, trovandosi così nella condizione di poter giudicare l'Azienda per cui lavorano (cf. Tab. 2.3).
Le aziende in cui i soggetti del campione si trovano ad operare sono in piccola percentuale medie aziende (cf. Tab. 2.4). Il campione infatti appartiene principalmente a Cooperative o piccole realtà che lavorano per grandi Aziende ospedaliere.

Al termine della raccolta dei questionari, prima di procedere all'analisi dello strumento, si è voluto verificare se le risposte fornite al Questionario fossero in qualche misura associate agli indicatori demografici e socio–economici

Livello di inquadramento	Frequenza	Frequenza %
Operaio	57	43 %
Impiegato	59	44 %
Quadro	5	4 %
Dirigente	2	2 %
Non validi	9	7 %
Totale	132	100 %

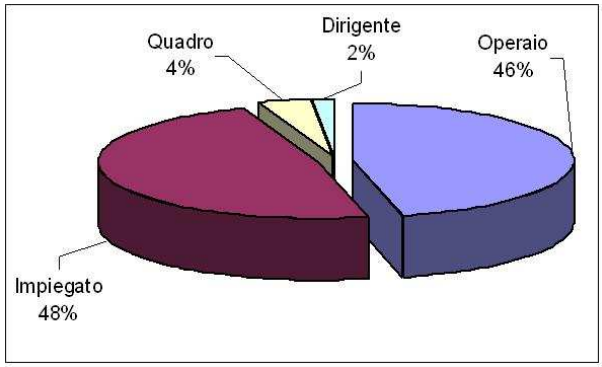

Tabella 2.3: Composizione del campione della ricerca in base alla variabile *livello di inquadramento*.

Dimensione azienda	Frequenza	Frequenza %
fino 15	30	24 %
fino 30	19	15 %
oltre 30	79	61 %
Non validi	4	2 %
Totale	132	100 %

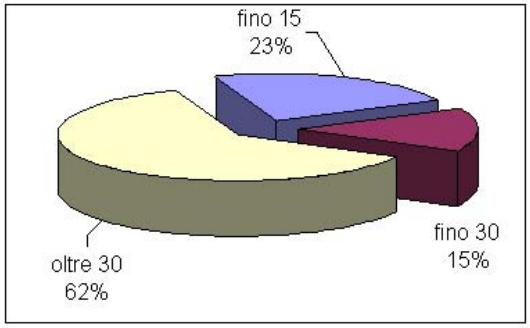

Tabella 2.4: Composizione del campione della ricerca in base alla variabile *dimensioni dell'Aziende*.

		Media	DS	Asimmetria	Curtosi
Fattore Uno		83,93	25,43	0,19	-0,59
	Affettiva	16,81	6,11	-0,28	-0,68
	Cognitiva	39,93	14,92	0,03	-0,97
	Comportamentale	27,19	6,52	0,81	0,72
Fattore Due		85,86	26,04	-0,09	-0,65
	Affettiva	29,97	9,23	0,00	-0,74
	Cognitiva	39,83	14,06	-0,32	-0,85
	Comportamentale	16,04	6,04	0,36	-0,09
Fattore Tre		78,46	26,10	0,21	-0,72
	Affettiva	19,36	7,90	0,10	-0,90
	Cognitiva	36,68	13,86	0,05	-0,80
	Comportamentale	22,41	6,65	0,61	0,03
Totale		248,26	75,26	0,09	-0,71
Validi	129				

Tabella 2.5: Statistiche descrittive dei punteggi ottenuti nel Questionario.

analizzati. Si è pertanto analizzata la varianza del punteggio complessivo del Questionario in funzione delle variabili raccolte. Il punteggio complessivo si ottiene sommando semplicemente le risposte alle domande proprie di ciascun fattore e sommando quindi queste tra loro, come riportato in Appendice A, p.54. Come mostrano gli indici di asimmetria e curtosi, è possibile riconoscere che le risposte fornite al Questionario sono distribuite normalmente, tanto nel punteggio complessivo, quanto nelle singole dimensioni (cf. Tab. 2.5).
Il punteggio espresso nel Questionario risulta indipendente dalle variabili del campione. L'analisi statistica della varianza, condotta col software SPSS 12.0 italiano per Windows (Norusis, 2003), mostra come non vi sia una significatività statistica tra le risposte fornite e i principali indicatori demografici (cf. Tab. 2.6).
Le variabili considerate (sesso, età, anzianità professionale e aziendale, situazione occupazionale e livello d'impiego) mostrano associazioni non significative col punteggio ottenuto nel Questionario; il campione si differenzia

Variabile	df	F	Sig.
Anzianità aziendale	6	1,653	0,139
Anzianità lavorativa	3	0,403	0,751
Dimensione azienda	2	5,779	0,004 *
Età	4	1,968	0,104
Livello d'impiego	3	1,505	0,217
Sesso	1	2,337	0,129
Situazione occupazionale	1	3,512	0,063
Titolo di Studio conseguito	2	3,181	0,045 *

* miglioramento significativo

Tabella 2.6: Analisi della varianza del punteggio complessivo del Questionario in funzione dei principali indicatori socio–demografici.

Confronti Multipli – Bonferroni (*sig.*)					
Titolo di studio			Dimensioni dell'Azienda		
medie	superiori	1,000	fino 15	oltre 30	0,006 *
	università	0,222		oltre 30	0,020 *
superiori	università	0,039 *	fino 30	oltre 30	0,600

* differenza tra le medie significativa

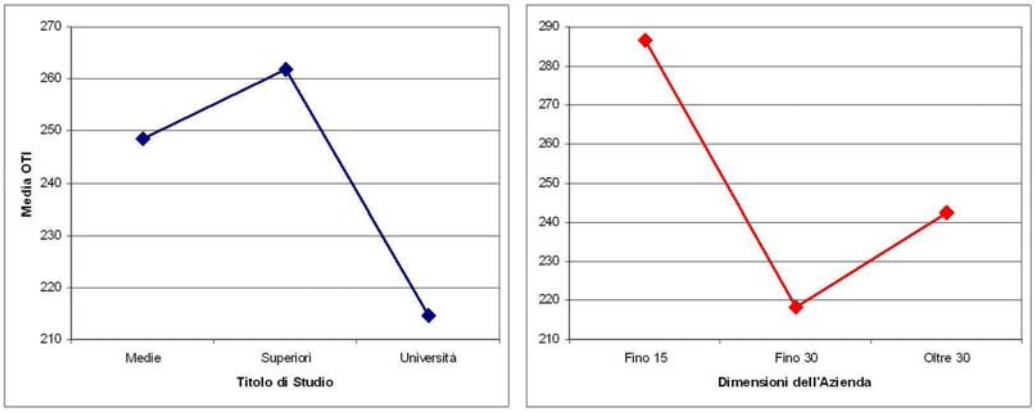

Tabella 2.7: Confronto tra gruppi per i punteggi ottenuti nel Questionario in funzione delle variabili "Titolo di studio" e "Dimensioni dell'Azienda".

invece per quanto riguarda il "titolo di studio conseguito" e le "dimensioni dell'Azienda". Come indicato in Tabella 2.7, i soggetti che hanno conseguito come titolo di studio un diploma di maturità mostrano livelli maggiori di fiducia verso la propria Azienda rispetto ai soggetti che possiedono una laurea; non si danno invece differenze significative nelle medie dei punteggi tra i soggetti che hanno conseguito al massimo una qualifica professionale e i soggetti in possesso di un titolo universitario. Anche la variabile "dimensione dell'Azienda" si dimostra significativa nei confronti delle credenze di fiducia: i più alti livelli di fiducia si riscontrano nelle piccole imprese, mentre simili appaiono i punteggi ottenuti nelle medie e nelle grandi aziende.

2.2 Metodologia della ricerca

La valutazione delle risposte fornite è stata condotta attraverso una analisi confermativa, in quanto il Questionario e le singole domande rappresentano direttamente specifiche dimensioni in precedenza concettualizzate. Questo metodo è stato qui preferito rispetto ad una analisi fattoriale esplorativa (Watkins, 1989; Raimondo, 2000; McBurney, 2001). Conformemente allo studio di Cummings e Bromiley (1996), l'indagine si è svolta in tre tappe: (a) stima dei coefficienti strutturali degli item nelle tre rispettive dimensioni di fiducia; (b) stima della componente *Cognitiva*, *Affettiva* e *Intenzionalità comportamentale* per ogni dimensione di fiducia; (c) selezione di un gruppo ottimale di item per la costituzione di una forma ridotta del Questionario.
L'analisi ha quindi verificato la presenza di variabili latenti attraverso i Modelli di equazioni strutturali, stimati attraverso la tecnica di massima somiglianza, utilizzando il software Lisrel 8.54 (Jöreskog e Sörbom, 1996), acronimo di *Li*near *S*tructural *Rel*ationship. I Modelli di equazioni strutturali sono stati introdotti da Jöreskog (1973) come una procedura generale per l'analisi

di modelli attraverso un approccio che implica un sistema di equazioni strutturali. Esso consente la riduzione della complessità teorica e l'identificazione e formalizzazione dei nessi causali tra variabili. I Modelli di equazioni strutturali sono diventati uno strumento abituale in differenti discipline scientifiche quando si vuole analizzare la plausibilità di un modello teorico capace di spiegare le interrelazioni tra un gruppo di variabili (Corbetta, 2002). Un modello rappresenta una serie di ipotesi di come le variabili oggetto di indagine sono generate e relazionate. Questi legami sono formalizzati attraverso una serie di equazioni di regressione (equazioni strutturali) che assumono valenza di interpretazione causale. Per questo l'applicazione di tale tecnica inizia con la specificazione del modello da valutare. Per esempio, quando si impone un modello teorico a priori devono essere specificati il numero dei fattori e le relazioni tra i fattori stessi.

Solo successivamente viene valutata la "bontà di adattamento" delle stime dei parametri tra il modello ipotizzato e i dati osservati del campione. Con il termine bontà di adattamento di un modello si intende l'accuratezza con cui esso è in grado di riprodurre i dati osservati. Per verificare questa caratteristica vengono proposte differenti misure, tra cui la principale è la statistica Chi–Quadro; questa valuta la grandezza della discrepanza tra la matrice di covarianza del campione e la matrice di covarianza stimata, ed è il prodotto della dimensioni del campione meno uno e il minimo della funzione di bontà (Hu e Bentler, 1999). Questa differenza, detta anche residuo, assume la forma della distribuzione probabilistica Chi–Quadro, grazie a cui è possibile valutare se questa discrepanza sia imputabile ad oscillazioni stocastiche o ad un'effettiva inadeguatezza del modello.

I Modelli di equazioni strutturali offrono la possibilità di confrontare differenti modelli teorici con i dati raccolti dal campione. Infatti i differenti

indici di bontà di adattamento permettono di valutare la significatività dei modelli posti a confronto, sia attraverso indici assoluti che incrementali. Essi forniscono informazioni essenziali rispetto ai risultati forniti dal test Chi–Quadro, in quanto sopperiscono alle limitazioni di tale statistica con campioni di piccole e ampie dimensioni o con distribuzioni non specificate, dove la distribuzione asintotica della statistica Chi–Quadro rischia di non fornire informazioni significative (Bentler e Bonett, 1980; McCrae *e altri*, 1996; Corbetta, 2002). Tali indici permettono di quantificare la bontà di un modello lungo un continuum. Essi possono essere classificati come indici assoluti e indici incrementali.

Un indice assoluto mostra quanto accuratamente un modello teorico riproduce i dati di un campione. Tra questi i principali indici sono il Goodness of Fit Index (GFI), Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) (Jöreskog e Sörbom, 1996), Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) (Steiger, 1990), Root-Mean-Square Error of Approximation (RMSEA). Gli indici incrementali misurano invece la proporzione di miglioramento confrontando il modello con uno più ristretto, solitamente riconosciuto nel modello base o nullo, nel quale tutte le variabili osservate sono non correlate tra loro. Tra questi indici i principali sono il Non–normed Fit Index (NNFI) e il Comparative Fit Index (CFI) (Bentler, 1990).

Gli indici GFI, AGFI, CFI, NNFI sono indici che variano tra 0 e 1. Il modello viene considerato migliore tanto più il valore si avvicina ad uno, con indici ottimali superiori a 0,90. RMSEA mostra un buon adattamento quando riporta un valore inferiore a 0,06, mentre SRMR è considerato ottimale quando il valore è inferiore a 0,08. Hu e Bentler (1999) mostrano come queste ultime due misure tendono a sovra rigettare modelli buoni in presenza di campioni poco numerosi. Gli indici CFI e NNFI sopperiscono invece alla sottostima

della bontà del modello spesso notata in piccoli campioni (Bentler, 1990).
Il problema della numerosità campionaria è presente anche nella valutazione del presente Questionario, in quanto la regola di "10 volte il numero dei parametri" non è qui rispettata, né nel nostro campione, né nel campione di Cummings e Bromiley (1996). Recenti ricerche mostrano però come questa regola non sia corretta in molteplici circostanze, in quanto stime accurate possono essere ottenute anche in piccoli campioni, soprattutto quando le domande risultano molto correlate tra loro (Boomsma, 1987).

2.3 Risultati

2.3.1 Validità dello strumento

Le successive tabelle riportano i dati psicometrici del Questionario, sia nella sua struttura generale che nelle sotto scale; le tabelle presentano il parametro stimato della relazione item–fattore, la statistica t e la correlazione item–fattore, sia per i dati ottenuti nel nostro campione, sia per i dati del campione di Cummings e Bromiley (1996). Inoltre vengono riportati i valori di correlazione tra i fattori, il coefficiente *Alpha* di Cronbach e gli indici di bontà del modello. In generale è possibile riconoscere come le scale mostrano una adeguata consistenza interna, così come è tradizionalmente definita (Rubini, 1975; Nunnally e Bernstein, 1994).
Le misure ottenute circa la bontà del modello sono discusse innanzitutto per le tre dimensioni della fiducia. In tabella 2.8 e 2.9 vengono riportati i risultati delle analisi per il modello in cui ogni domanda è associata alla appropriata dimensione.
La statistica Chi–Quadro mostra un valore inferiore rispetto al modello originale; tale risultato va spiegato innanzitutto per il numero inferiore di soggetti

del nostro campione e per la dipendenza di tale statistica dalle dimensioni campionarie. La differenza di ampiezza del campione non permette quindi di utilizzare direttamente la statistica Chi–Quadro per valutare differenze tra i due modelli.

La bontà del modello è decisamente adeguata, con un Comparative Fit Index di Bentler che risulta 0,97. Le domande hanno una associazione altamente significativa con il rispettivo fattore. Ad esclusione di due domande associate alla componente *Intenzionalità comportamentale* (item 59 e 60, cf. Appendice A), la statistica t risulta sempre significativa ($p < 0,05$), con un valore medio di 9,06 (DS 2,76) e valori compresi nell'intervallo tra 1,99 e 13,13. Ricordando come tale statistica dipenda dalla numerosità campionaria (McBurney, 2001), è possibile considerare adeguati i risultati ottenuti, pur essendo tali valori inferiori rispetto a quelli ottenuti nel campione originale. Per questo è possibile affermare come la quasi totalità delle domande sia significativamente associata con le rispettive dimensioni.

Tabella 2.8: Campione italiano e campione originale: confronto tra la stima dei parametri delle equazioni del Modello strutturale.

Item	Italiano			Inglese			Fattore
	parametro stimato	statistica t	correlazione item–Fattore	parametro stimato	statistica t	correlazione item–Fattore	
i15	1,470	11,30	0,820	1,293	18,94	0,85	Uno
i29	1,150	7,67	0,617	1,416	19,18	0,86	
i40	1,616	12,75	0,885	1,341	20,94	0,90	
i54	1,457	11,79	0,843	1,22	19,06	0,85	
i1	1,391	10,68	0,790	1,112	15,66	0,75	
i2	1,467	10,52	0,782	1,094	14,27	0,70	
i7	1,464	9,74	0,741	1,026	13,53	0,67	
i11	1,507	10,07	0,759	1,093	14,96	0,72	
i25	1,591	12,86	0,890	1,273	20,24	0,88	
i30	1,431	10,76	0,794	1,258	19,34	0,86	
i37	1,416	10,36	0,773	1,19	17,75	0,81	

Item	Italiano			Inglese			Fattore
	parametro stimato	statistica t	correlazione item–Fattore	parametro stimato	statistica t	correlazione item–Fattore	
i45	1,255	8,83	0,689	1,112	15,29	0,73	
i46	1,442	11,46	0,828	1,225	18,42	0,83	
i47	1,504	10,75	0,793	1,346	19,51	0,86	
i17	0,859	6,16	0,514	1,100	14,5	0,71	
i26	0,929	5,86	0,491	0,728	9,65	0,51	
i27	1,016	7,16	0,583	0,953	12,74	0,64	
i28	0,327	2,41	0,213	0,221	3,03	0,17	
i48	0,316	2,48	0,219	0,683	9,78	0,51	
i50	0,867	6,72	0,553	0,563	7,7	0,41	
i60	0,170	1,37	0,122	0,56	6,3	0,34	
i18	1,300	9,39	0,722	1,028	14,22	0,70	Due
i22	1,245	8,75	0,684	1,051	12,93	0,65	
i34	0,356	2,77	0,244	1,082	13,23	0,66	
i42	1,634	12,97	0,895	1,427	21,58	0,92	
i44	1,141	8,23	0,653	1,009	12,79	0,64	
i52	1,558	11,07	0,810	1,262	17,23	0,80	
i56	1,288	9,08	0,704	1,292	17,08	0,79	
i9	1,561	12,13	0,859	1,188	16,06	0,76	
i14	1,485	10,89	0,801	1,159	16,72	0,78	
i21	1,471	11,36	0,824	1,359	18,93	0,85	
i31	1,532	12,41	0,871	1,390	20,61	0,89	
i32	1,716	13,13	0,901	1,406	20,58	0,89	
i33	1,480	10,79	0,796	1,317	20,58	0,89	
i36	1,454	11,02	0,807	1,306	19,69	0,87	
i53	1,514	12,28	0,866	1,240	18,71	0,84	
i55	1,432	9,55	0,731	1,462	18,83	0,85	
i6	0,795	5,42	0,459	0,511	6,58	0,36	
i10	0,439	3,05	0,268	0,494	6,94	0,38	
i23	0,927	5,77	0,485	0,582	7,06	0,38	
i24	0,279	1,86	0,166	0,142	2,19	0,12	
i51	0,791	5,92	0,497	0,378	5,08	0,28	
i4	1,424	8,64	0,681	1,271	15,55	0,74	Tre
i5	1,504	9,28	0,719	1,324	16,14	0,76	
i38	1,229	8,11	0,648	1,474	18,74	0,84	
i43	1,410	10,38	0,778	1,282	17,3	0,80	
i62	1,578	11,01	0,810	1,367	17,08	0,79	
i8	1,670	10,46	0,782	1,27	14,66	0,71	

Item	Italiano			Inglese			Fattore
	parametro stimato	statistica t	correlazione item–Fattore	parametro stimato	statistica t	correlazione item–Fattore	
i13	1,651	10,59	0,789	1,254	16,37	0,77	
i16	1,627	10,65	0,792	1,275	16,82	0,79	
i19	1,155	7,05	0,579	1,027	11,68	0,60	
i20	1,479	10,98	0,808	1,133	15,26	0,73	
i35	1,476	9,27	0,718	1,271	14,87	0,72	
i39	1,376	9,14	0,710	1,399	18,88	0,85	
i41	1,265	8,36	0,664	1,325	18,07	0,82	
i49	1,534	11,44	0,830	1,015	13,38	0,67	
i3	0,883	5,97	0,503	0,965	11,36	0,58	
i12	1,440	9,43	0,727	1,119	14,17	0,70	
i57	0,449	2,91	0,258	1,208	17,11	0,80	
i58	0,925	6,70	0,555	1,201	15,23	0,73	
i59	0,110	0,73	0,066	1,272	17,51	0,81	
i61	1,102	7,97	0,640	1,035	13,24	0,66	

Tabella 2.8: Fattore [1] *Onestà nelle trattative*; [2] *Fedeltà agli impegni*; [3] *Evitare di trarre eccessivo vantaggio.*

	Italiano	Inglese
Covarianza tra fattori		
Fattore [1] e [2]	0,988	0,933
Fattore [1] e [3]	0,896	0,803
Fattore [2] e [3]	0,933	0,925
Affidabilità dei fattori (*Alpha*)		
Fattore [1]	0,9437	0,9497
Fattore [2]	0,9462	0,9546
Fattore [3]	0,9390	0,9616
GFI	0,531	0,554
CFI	0,967	0,808
NNFI	0,965	0,801
RMSEA	0,086	0,077
Chi–Quadro	3477,98	5332,02
Gradi di libertà	1826	1826

Tabella 2.9: Covarianza, validità e indici di bontà del modello strutturale.

La correlazione item–fattore è soddisfacente (r medio di 0,66, DS 0,21, in un intervallo compreso tra 0,06 e 0,90), sebbene 18 domande abbiano una correlazione item–fattore inferiore a 0,6 (contro le 11 della versione in lingua inglese). I tre fattori sono tra loro altamente correlati (da 0,89 a 0,98) e l'affidabilità misurata per ciascun fattore è alta (*Alpha* di Cronbach 0,94). Nonostante i risultati siano soddisfacenti, alcune domande rimangono non strettamente correlate col rispettivo fattore. Principalmente le domande che mostrano una più bassa correlazione item–fattore sono quelle che intendono valutare la componente *Intenzionalità comportamentale*. Tali item meno affidabili presenti nella traduzione italiana vengono successivamente discussi a p.40.

Oltre ad analizzare la validità delle tre dimensioni della fiducia, si è voluto analizzare come le componenti siano capaci di influenzare i risultati. Lo scopo è verificare se le diverse articolazioni delle domande, rese a livello lessicale attraverso le espressioni "noi sentiamo che...", "noi pensiamo che...", "abbiamo l'intenzione di...", esprimono differenti e articolate variabili latenti. Si è quindi proceduto a verificare se è influente chiedere ad un soggetto di rispondere in termini di credenze, sentimenti o atteggiamenti. Questa indagine risulta appropriata per verificare l'articolazione teorica su cui è costruito il Questionario. Infatti per ognuna delle tre dimensioni della definizione di fiducia, sono pure definite tre componenti che modulano la risposta. Queste tre componenti di ogni credenza sono state delineate come componente *Affettiva*, *Cognitiva*, *Intenzionalità comportamentale*. In questa definizione di fiducia risulta quindi importante verificare l'esistenza di ciascuna di queste componenti per ogni dimensione della fiducia.

2.3.2 Scale secondarie

Per la prima dimensione, *Onestà nelle trattative* (cf. Tab. 2.10), il Comparative Fit Index di Bentler risulta ottimale con un valore di 0,99. Tutte le domande, tranne la 48, risultano significativamente associate alla dimensione indagata, con valori della statistica t compresi tra 2,36 e 13,34. Similmente a quanto riscontrato nel campione originale, la correlazione item–fattore rimane alta, sebbene per tre domande appartenenti alla componente *Intenzionalità comportamentale* sia inferiore a 0,6, e per una sia di 0,12. La correlazione tra le tre componenti del fattore indica una stretta vicinanza tra la componente *Affettiva* e la *Cognitiva* (correlazione di 0,98), mentre entrambe si differenziano dalla componente di *Intenzionalità comportamentale* (correlazione di 0,70 e 0,76 rispettivamente). La validità delle componenti rimane adeguata per la terza componente (*Alpha* di 0,67) e alta per le prime due, con valori rispettivamente di 0,87 e 0,94.

Per la seconda dimensione, *Fedeltà agli impegni* (cf. Tab. 2.11), il Comparative Fit Index risulta ottimale con un valore di 0,98. La correlazione item–fattore rimane alta, sebbene per due domande sia inferiore a 0,6. La correlazione tra le tre componenti del fattore indica una stretta vicinanza tra la componente *Affettiva* e la *Cognitiva* (correlazione di 0,97), mentre entrambe si differenziano dalla componente di *Intenzionalità comportamentale* (correlazione di 0,60 e 0,54 rispettivamente). La validità delle componenti risulta alta, con valori di *Alpha* compresi tra 0,75 e 0,95.

Per la terza dimensione, *Evitare di trarre eccessivi vantaggi* (cf. Tab. 2.12), il Comparative Fit Index, similmente alle precedenti dimensioni, risulta ottimale con un valore di 0,98. Tutte le domande, tranne la 59, risultano significativamente associate alla dimensione indagata, con valori della statistica t compresi tra 2,69 e 11,94. La correlazione item–fattore rimane alta,

Item	parametro stimato	statistica t	correlazione item–Fattore	parametro stimato	statistica t	correlazione item–Fattore	Componente
i15	1,528	11,81	0,853	1,311	19,28	0,86	Affettiva
i29	1,117	7,51	0,603	1,422	19,21	0,86	
i40	1,647	12,99	0,903	1,351	21,09	0,91	
i54	1,456	11,74	0,844	1,232	19,27	0,86	
i1	1,389	10,69	0,793	1,124	15,82	0,75	Cognitiva
i2	1,482	10,73	0,786	1,094	14,19	0,70	
i7	1,465	9,65	0,735	1,021	13,39	0,67	
i11	1,454	9,56	0,732	1,076	14,58	0,71	
i25	1,627	13,34	0,910	1,293	20,69	0,90	
i30	1,416	10,58	0,786	1,256	19,20	0,86	
i37	1,398	10,14	0,763	1,217	18,30	0,83	
i45	1,314	9,37	0,717	1,130	15,57	0,75	
i46	1,453	11,58	0,835	1,221	18,23	0,83	
i47	1,507	10,75	0,795	1,330	19,06	0,85	
i17	1,154	8,43	0,688	1,237	16,14	0,79	Intenzione comport.
i26	1,122	7,12	0,601	0,887	11,57	0,62	
i27	1,391	10,14	0,794	1,191	16,29	0,80	
i28	0,347	2,36	0,225	0,254	3,30	0,19	
i48	0,170	1,22	0,118	0,619	8,27	0,46	
i50	1,127	8,93	0,720	0,823	11,28	0,60	
i60	0,384	2,92	0,277	0,791	8,68	0,48	

	Italiano	Inglese
Covarianza tra le componenti		
Affettivo e *Cognitivo*	0,975	0,992
Affettivo e *Int. comportamentale*	0,703	0,790
Cognitivo e *Int. comportamentale*	0,755	0,786
Affidabilità delle componenti (*Alpha*)		
Affettiva	0,868	0,926
Cognitiva	0,940	0,941
Intenzione comportamentale	0,665	0,776
GFI	0,865	0,832
CFI	0,990	0,920
NNFI	0,988	0,910
RMSEA	0,043	/
Chi–Quadro	210,207	595,006
Gradi di libertà	169	186

Tabella 2.10: Relazione item-fattore, validità e indici di bontà della dimensione [1]: *Onestà nelle trattative.*

Item	parametro stimato	statistica t	correlazione item–Fattore	parametro stimato	statistica t	correlazione item–Fattore	Componente
i18	1,308	9,414	0,726	1,026	14,13	0,69	Affettiva
i22	1,296	9,179	0,713	1,065	13,10	0,65	
i34	0,324	2,487	0,222	1,099	13,46	0,67	
i42	1,655	13,184	0,906	1,424	21,37	0,91	
i44	1,188	8,661	0,682	1,024	13,00	0,65	
i52	1,522	10,944	0,801	1,273	17,39	0,80	
i56	1,310	9,228	0,716	1,305	17,27	0,80	
i9	1,560	12,100	0,858	1,200	16,25	0,77	Cognitiva
i14	1,494	10,994	0,807	1,166	16,81	0,79	
i21	1,465	11,212	0,817	1,360	18,90	0,85	
i31	1,566	12,860	0,891	1,399	20,78	0,90	
i32	1,731	13,401	0,912	1,413	20,69	0,90	
i33	1,486	10,903	0,804	1,327	20,77	0,90	
i36	1,450	10,919	0,804	1,301	19,51	0,87	
i53	1,523	12,400	0,871	1,247	18,82	0,85	
i55	1,403	9,267	0,716	1,456	18,64	0,84	
i6	1,188	8,119	0,686	1,044	14,33	0,73	Intenzione
i10	1,044	6,986	0,637	1,034	15,84	0,79	comport.
i23	1,221	7,006	0,638	1,209	16,04	0,80	
i24	0,731	4,438	0,435	0,709	11,42	0,61	
i51	1,166	9,103	0,745	0,842	11,66	0,63	

	Italiano	Inglese
Covarianza tra le componenti		
Affettivo e *Cognitivo*	0,969	0,991
Affettivo e *Int. comportamentale*	0,603	0,491
Cognitivo e *Int. comportamentale*	0,536	0,395
Affidabilità delle componenti (*Alpha*)		
Affettiva	0,863	0,896
Cognitiva	0,952	0,958
Intenzione comportamentale	0,746	0,838
GFI	0,832	0,859
CFI	0,982	0,937
NNFI	0,978	0,929
RMSEA	0,066	/
Chi–Quadro	271,329	535,113
Gradi di libertà	174	186

Tabella 2.11: Relazione item-fattore, validità e indici di bontà della dimensione [2]: *Fedeltà agli impegni*.

sebbene per tre domande appartenenti alla componente *Intenzionalità comportamentale* sia inferiore a 0,6, e per una sia di 0,04. La correlazione tra le tre componenti del fattore indica una stretta vicinanza tra la componente *Affettiva* e la *Cognitiva* (correlazione di 0,98), mentre entrambe si differenziano dalla componente di *Intenzionalità comportamentale* (correlazione di 0,81 e 0,84 rispettivamente). Infine, la validità delle componenti rimane buona per la terza componente (*Alpha* di 0,70) e alta per le prime due, con valori rispettivamente di 0,86 e 0,92.

In conclusione, le domande presenti nel Questionario sono fortemente associate alle tre dimensioni attraverso le quali è stato definito il costrutto fiducia. Inoltre le componenti indicate formano fattori consistenti ed articolati. Le domande afferenti alla componente *Affettiva* e *Cognitiva* forniscono risultati estremamente simili nella costruzione del fattore, mentre la componente *Intenzionalità comportamentale* offre una misura leggermente meno affidabile, avendo la più bassa validità rispetto alle tre componenti in ciascuna delle tre dimensioni della fiducia. Si può vedere qui un limite nella capacità predittiva rispetto al comportamento che si presume il soggetto attuerà. Il modello di Cummings e Bromiley (1996) infatti prevede di analizzare unicamente le credenze relative alla fiducia, non analizzando il ruolo di variabili intervenienti come suggerito da altri autori (Mayer *e altri*, 1995).

2.3.3 Item critici presenti nella versione italiana

Come si è evidenziato dalla analisi precedenti, alcune domande risultano non significativamente associate con l'intero Questionario o con i rispettivi fattori. Tali item nella versione inglese mostrano buoni valori di associazione e correlazione, mentre nella versione italiana riportano misure non significative. Sembra esservi un problema di nazionalizzazione e di adattamento

Item	parametro stimato	statistica t	correlazione item–Fattore	parametro stimato	statistica t	correlazione item–Fattore	Componente
i4	1,390	8,26	0,665	1,269	15,41	0,74	Affettiva
i5	1,459	8,85	0,701	1,327	16,08	0,77	
i38	1,203	7,83	0,634	1,494	19,02	0,86	
i43	1,400	10,13	0,772	1,273	17,01	0,80	
i62	1,624	11,33	0,833	1,386	17,31	0,80	
i8	1,671	10,42	0,783	1,277	14,69	0,72	Cognitiva
i13	1,614	10,31	0,774	1,265	16,50	0,78	
i16	1,552	9,99	0,760	1,249	16,24	0,77	
i19	1,178	7,18	0,588	1,046	11,87	0,61	
i20	1,475	10,88	0,806	1,147	15,43	0,74	
i35	1,469	9,16	0,715	1,289	15,08	0,73	
i39	1,366	9,01	0,705	1,425	19,33	0,86	
i41	1,227	7,99	0,645	1,344	18,40	0,84	
i49	1,580	11,94	0,855	1,040	13,74	0,68	
i3	1,043	6,96	0,594	1,012	11,81	0,61	Intenzione comport.
i12	1,622	10,78	0,818	1,138	14,23	0,71	
i57	0,437	2,69	0,251	1,253	17,78	0,82	
i58	1,102	7,96	0,661	1,266	16,13	0,77	
i59	0,074	0,47	0,044	1,344	18,76	0,85	
i61	1,279	9,34	0,737	1,109	14,24	0,71	

	Italiano	Inglese
Covarianza tra le componenti		
Affettivo e *Cognitivo*	0,984	0,990
Affettivo e *Int. comportamentale*	0,806	0,925
Cognitivo e *Int. comportamentale*	0,842	0,921
Affidabilità delle componenti (*Alpha*)		
Affettiva	0,861	0,894
Cognitiva	0,917	0,919
Intenzione comportamentale	0,696	0,884
GFI	0,855	0,791
CFI	0,984	0,880
NNFI	0,981	0,864
RMSEA	0,054	/
Chi–Quadro	217,348	766,708
Gradi di libertà	156	167

Tabella 2.12: Relazione item-fattore, validità e indici di bontà della dimensione [3]: *Evitare di trarre eccessivi vantaggi.*

al contesto italiano di domande pensate per la realtà aziendale statunitense (Castaldo, 2002a).
Abbiamo cercato pertanto di migliorare i modelli precedentemente proposti attraverso l'eliminazione delle domande non significativamente associate; si confronta quindi la bontà dei modelli ottenuti con i modelli completi. I Modelli di equazioni strutturali, attraverso l'uso della statistica Chi–Quadro e degli altri Indici di bontà di adattamento, permettono infatti di porre a confronto modelli differenti, per analizzare la presenza di miglioramenti significativi. Seguendo quando indicato da Bentler e Bonett (1980) è possibile misurare la significatività della differenza della statistica Chi–Quadro. Tale analisi, riportata in Tabella 2.13, mostra come l'eliminazione delle domande non associate al Questionario porti ad un significativo miglioramento del modello stesso. Similmente procedendo all'eliminazione delle singole domande non associate alla specifica dimensione si riscontra un miglioramento per il fattore Uno e per il fattore Tre.
In alcuni colloqui effettuati al termine della somministrazione del Questionario è emerso come le tre domande risultate non significative (item 48, 59 e 60) fossero di difficile applicazione nel contesto lavorativo italiano ("documentare gli aspetti delle trattative", item 60), ma soprattutto fossero di difficile comprensione nella formulazione lessicale utilizzata ("condividere informazioni apertamente", item 59; "parlare francamente nelle trattative", item 48).

Il Questionario somministrato, oltre a riportare gli item tradotti dello strumento originale, prevede sette ulteriori domande costruite su scelte di traduzione che cercano di rendere maggiormente chiare e univoche le domande, o che cercano di adattare riferimenti lavorativi al contesto italiano. L'elenco completo delle domande modificate, con i relativi cambiamenti ap-

Modello	Chi–Quadro	df	Sig.	RMSEA	GFI	CFI	NNFI
Unico	3477,98	1790		0,086	0,531	0,967	0,965
no item 59	3289,86	1723	0,00	0,084	0,541	0,969	0,967
no item 60	3269,02	1728	0,00	0,837	0,542	0,969	0,967
no item 59 e 60	3087,51	1667	0,00	0,081	0,552	0,971	0,968

Fattore	Chi–Quadro	df	Sig.	RMSEA	GFI	CFI	NNFI
Uno	210,207	169		0,043	0,865	0,990	0,988
no item 48	170,555	151	0,00	0,032	0,882	0,994	0,993
Tre	240,705	157		0,054	0,855	0,984	0,981
no item 59	196,907	139	0,00	0,057	0,861	0,986	0,983

Tabella 2.13: Miglioramenti apportati ai modelli dalla eliminazione di item critici presenti nella traduzione italiana.

portati, è riportato in Appendice A, p.55.

La sostituzione di tali nuovi item al posto delle domande prese nella formulazione originale porta in quattro casi a miglioramenti significativi; confrontando infatti il modello con le domande più aderenti al testo inglese col modello in cui viene sostituita la domanda presa nella nuova formulazione è possibile valutare la bontà del nuovo item rispetto alla formulazione giudicata a priori meno adeguata. Le misure ottenute identificano quattro domande su sette in cui la formulazione risulta più adeguata nella capacità di misurare la componente dello specifico fattore (cf. Tab. 2.14). Sembra dunque opportuno sostituire la formulazione delle domande 21, 25, 27, 32 con le nuove domande 63, 69, 65, 66.

2.3.4 O.T.I. Forma breve

La versione completa del Questionario, sebbene raggiunga prestazioni più che adeguate nella misurazione di variabili psicologiche, risulta per molti utenti oltremodo lunga e ripetitiva. Per questo motivo si ritiene opportuno individuare le principali domande capaci di costituire una forma breve

Coppia	Chi–Quadro	df	Sig.	RMSEA	GFI	CFI	NNFI
Fattore Uno	210,207	169		0,043	0,865	0,990	0,988
65–27	204,160	170	0,01**	0,040	0,868	0,990	0,988
67–46	234,283	171	0,00	0,054	0,852	0,986	0,983
68–60	229,448	170	0,00	0,052	0,854	0,988	0,985
69–25	206,094	170	0,04**	0,041	0,867	0,991	0,989
Fattore Due	271,329	174		0,066	0,832	0,982	0,978
63–21	264,240	173	0,01**	0,064	0,836	0,981	0,977
64–32	269,468	173	0,17	0,066	0,833	0,982	0,978
66–32	261,640	173	0,00**	0,627	0,837	0,982	0,978

** miglioramento significativo

Tabella 2.14: Miglioramenti del modello attraverso la sostituzione di item specifici per la versione italiana.

del Questionario. Seguendo la proposta di Cummings e Bromiley (1996), si procede seguendo i seguenti criteri. (a) Si tralascia l'utilizzo delle domande legate alla componente di *Intenzione comportamentale*, in quando tali item mostrano più bassi valori di correlazione item–fattore rispetto alle componenti *Affettiva* e *Cognitiva*. (b) Successivamente vengono scelte le domande dalla forma lunga che mostrano i più alti livelli di correlazione item–fattore e che non sono tra loro associate significativamente. (c) All'interno di tale gruppo di domande, vengono tralasciati gli item con parole ridondanti, mantenendo comunque un valore di 0,65 come minima correlazione item–fattore accettabile. (d) Si sceglie di limitare la lunghezza della forma breve a quattro domande per fattore, due prese dalla componente *Affettiva* e due dalla *Cognitiva*.

Come atteso, la bontà generale del modello risultante è sostanzialmente migliore rispetto alla versione lunga del Questionario (cf. Tab. 2.15). L'indice Comparative Fit Index di Bentler riporta un valore di 0,995 e la statistica Chi–Quadro mostra la significatività del modello, riportando infatti $p > 0,05$.

Le tre dimensioni rimangono tra loro altamente correlate, con valori superiori a 0,9. Importante è la buona affidabilità dei fattori, che per la dimensione Uno è 0,878, per la Due 0,919 e infine per la Tre 0,879.
In conclusione la versione breve del Questionario mostra misure psicometriche adeguate in termini di affidabilità, e superiori rispetto alla versione completa, offrendo uno strumento più agile nei tempi di somministrazione.

Item	parametro stimato	statistica t	correlazione item–Fattore		parametro stimato	statistica t	correlazione item–Fattore	Fattore
i29	1,427	7,567	0,61		1,180	17,95	0,83	Uno
i40	1,515	12,906	0,89	Q54	1,381	21,66	0,93	
i69	2,135	13,185	0,93		1,306	20,17	0,89	
i46	1,808	11,628	0,86		1,374	19,98	0,89	
i42	1,838	13,183	0,91	Q56	1,460	21,85	0,94	Due
i52	1,110	11,059	0,84	Q67	1,270	17,12	0,81	
i33	1,379	12,450	0,74	Q42	1,368	20,02	0,89	
i14	2,451	12,547	0,79		1,419	20,51	0,90	
* i5	1,055	11,471	0,67	Q57	1,516	19,1	0,87	Tre
i62	1,222	11,301	0,83	Q81	1,446	17,92	0,84	
i35	1,592	9,869	0,77	Q12	1,326	15,29	0,75	
i49	1,085	10,528	0,82		1,422	18,98	0,87	

	Italiano	Inglese
Covarianza tra fattori		
Fattore [1] e [2]	0,96	
Fattore [1] e [3]	0,91	
Fattore [2] e [3]	0,88	
Affidabilità dei fattori (*Alpha*)		
Fattore [1]	0,88	0,93
Fattore [2]	0,87	0,89
Fattore [3]	0,86	0,90
GFI	0,952	0,945
CFI	1,000	0,984
NNFI	0,999	0,979
RMSEA	0,0	/
Chi–Quadro	38,68	110,317
Probabilità associata	0,897	/
Gradi di libertà	51	51

Tabella 2.15: Relazione item-fattore, validità e indici di bontà del modello per l'*Organizational Trust Inventory* – Forma Breve.

Capitolo 3

Conclusione

3.1 Discussione dello studio

Il presente lavoro ha voluto analizzare l'adattamento italiano del *Organizational Trust Inventory* di Cummings e Bromiley (1996). Prima di affrontare lo specifico del Questionario, si è voluto focalizzare l'attenzione sui molteplici significati di cui è investito il costrutto fiducia. Attraverso lo schema ermeneutico di McKnight e Chervany (2000) si è mostrata l'articolazione del costrutto nelle sue dimensioni fondamentali tra loro interconnesse gerarchicamente (credenze cognitive–affettive, componente disposizionale e situazionale, fiducia nel sistema, atteggiamenti e comportamenti).

In questa cornice la proposta di Cummings e Bromiley (1996) è una presa di posizione teorica accompagnata dalla presentazione di uno strumento di misura adeguato. Essi scelgono di indagare la sola componente delle credenze, nello specifico ambito lavorativo della gestione Aziendale. Per questo definiscono la fiducia all'interno di una organizzazione come un costrutto composto da credenze e atteggiamenti che si struttura lungo tre dimensioni interconnesse: l'onestà nelle trattative, la volontà di tener fede agli impegni assunti e la scelta di non approfittarsi della controparte. Per offrire una misura di tale definizione teorica gli Autori propongono il Questionario oggetto della

presente ricerca. Tale strumento è costruito su di un gruppo di domande, ciascuna appartenente ad una cella della matrice tre per tre che descrive il modello teorico: i tre fattori indicati e le tre componenti proprie di ogni credenza (affettiva, cognitiva e intenzionalità comportamentale).
Delineato dunque l'ambito di validità di costrutto del Questionario, si è cercata una metodologia di ricerca adeguata all'analisi di uno strumento di misura di variabili psicologiche. Tramite i Modelli di equazioni strutturali, proposti inizialmente da Jöreskog (1973), si è proceduto all'analisi confermativa del modello di fiducia proposto. Questa metodologia permette infatti di verificare la capacità di un modello teorico di spiegare le relazioni esistenti all'interno di una serie di item cui è stata data risposta. L'analisi condotta prende in considerazione differenti indici di bontà di adattamento dai quali risulta la validità del modello a tre fattori e l'esistenza delle tre interconnesse componenti.
Ciò che emerge è la non falsificabilità del modello originale a tre fattori, che risulta adeguato rispetto alle risposte fornite. Attraverso l'utilizzo dei Modelli di equazioni strutturali si è potuto inoltre migliorare il modello, attraverso l'eliminazione o la sostituzione di alcuni item con altre domande appositamente approntate. La metodologia impiegata, affiancata anche dall'analisi lessicale, ha infine permesso la selezione di un gruppo ristretto di domande capaci di fornire uno strumento ridotto e ugualmente valido al fine di ottenere una misura valida della fiducia all'interno delle organizzazioni.

3.2 Sviluppi della ricerca

La presente ricerca ha analizzato la validità interna del Questionario, confermandone la definizione teorica soggiacente. Rispetto allo studio originale non

è stato possibile analizzare la capacità predittiva dello strumento, indagando la presenza di una correlazione tra quanto misurato in termini di credenze e i comportamenti attuati. Risulta inoltre da indagare la validità concorrente dello strumento, attraverso la somministrazione di altri questionari capaci di misurare il clima lavorativo e le relazioni organizzative, prendendo anche in considerazione gli indicatori economici e culturali.
In questa ricerca il Questionario specifica un oggetto per il quale esprimere la propria fiducia (l'Azienda); sarebbe opportuno analizzare la bontà del modello anche con referenti del giudizio differenti (p.e. colleghi, subalterni, fornitori). Inoltre il campione di riferimento è risultato limitato ad una realtà regionale peculiare anche per quanto riguarda l'organizzazione del lavoro; sono pertanto da auspicarsi ricerche condotte in differenti regioni e in differenti contesti lavorativi, in maniera da poter evidenziare se esso sia o meno generalizzabile.

Il Questionario qui indagato risulta essere uno strumento adeguato per misurare le credenze legate alla fiducia all'interno di una Organizzazione. Sarebbe opportuno studiare un modello che includa anche le altre dimensioni legate al costrutto di fiducia, per poter disporre di uno strumento capace di misurare in molteplici ambienti il comportamento interpersonale di fiducia.

Appendice A

Item dell'O.T.I.

A.1 Suddivisione degli item per micro-dimensioni

Gli item segnati con ** sono da invertire per lo *Scoring*.

Dimensione Uno – Onestà nelle trattative

Affettivo

15 Abbiamo la sensazione che si possa fare affidamento sul fatto che l'Azienda tratti onestamente con noi.
29 Abbiamo la sensazione che l'Azienda non ci racconti fandonie.
40 Abbiamo la sensazione che l'Azienda tratti con noi onestamente.
54 Abbiamo la sensazione che l'Azienda discuta onestamente sulle aspettative comuni.

Cognitivo

1 Pensiamo che le persone dell'Azienda siano corrette nelle loro trattative con noi.
2 Pensiamo che l'Azienda dichiari le proprie reali capacità.
7 Pensiamo che l'Azienda dichiari ambiguamente le sue richieste nel corso delle trattative.**
11 Pensiamo che l'Azienda dia un'immagine falsata delle sue capacità durante le trattative.**
25 Pensiamo che l'Azienda sia corretta nelle trattative.
30 Pensiamo che le persone dell'Azienda dicano la verità durante le trattative.
37 Pensiamo che l'Azienda discuta onestamente i dettagli importanti di un progetto.

45 Pensiamo che l'Azienda descriva apertamente i suoi punti di forza e di debolezza nelle trattative dei progetti comuni.
46 Pensiamo che l'Azienda tratti in modo realistico.
47 Pensiamo che l'Azienda non ci inganni.

Intenzione Comportamentale

17 Abbiamo l'intenzione di trattare cautamente con l'Azienda.**
26 Abbiamo l'intenzione di dubitare delle dichiarazioni dell'Azienda riguardo le proprie capacità.**
27 Durante le trattative staremo attenti alle informazioni fuorvianti fornite dall'Azienda.**
28 Abbiamo l'intenzione di dare un'immagine falsata delle nostre reali capacità durante le trattative con l'Azienda.**
48 Abbiamo l'intenzione di parlare francamente con l'Azienda durante le trattative.
50 Abbiamo l'intenzione di controllare le spiegazioni addotte da l'Azienda durante trattative.**
60 Intendiamo documentare tutti gli aspetti delle nostre trattative con l'Azienda.**

Dimensione Due – Fedeltà agli impegni

Affettivo

18 Abbiamo la sensazione che si possa fare affidamento sull'Azienda per portare avanti progetti comuni.
22 Abbiamo la sensazione di non poter fare affidamento sul fatto che l'Azienda porti a termine gli impegni presi con noi.**
34 Ci preoccupiamo della buona riuscita dei progetti comuni con l'Azienda.
42 Abbiamo la sensazione che l'Azienda manterrà la propria parola.
44 Siamo un po' perplessi riguardo la disponibilità dell'Azienda ad attenersi al programma stabilito.**
52 Abbiamo la sensazione che l'Azienda cerchi di sottrarsi ai propri impegni.**
56 Non siamo sicuri dell'impegno dell'Azienda verso obiettivi precedentemente concordati.**

Cognitivo

9 Pensiamo che l'Azienda mantenga gli impegni presi.
14 Pensiamo che l'Azienda agisca in accordo agli impegni presi.
21 Pensiamo che l'Azienda sia affidabile.

31 Pensiamo che l'Azienda mantenga gli impegni concordati con il nostro reparto od ufficio.
32 Secondo noi l'Azienda è credibile.
33 Pensiamo che le persone dell'Azienda mantengano le promesse.
36 Pensiamo che l'Azienda tenga fede allo spirito dell'accordo.
53 Pensiamo che gli impegni presi verso il nostro reparto o ufficio verranno rispettati dalle persone dell'Azienda.
55 Pensiamo che l'Azienda ci tradisca.**

Intenzione Comportamentale

6 Abbiamo l'intenzione di controllare se l'Azienda mantiene i suoi obblighi verso il nostro reparto o ufficio.**
10 Abbiamo deciso di verificare l'adesione dell'Azienda ai nostri accordi.**
23 Non intendiamo fare controlli sull'Azienda.
24 Abbiamo l'intenzione di fare controlli sui progressi dell'Azienda nel progetto comune.**
51 Abbiamo l'intenzione di verificare il comportamento dell'Azienda riguardo le scadenze.**

Dimensione Tre – Evitare di trarre eccessivi vantaggi

Affettivo

4 Abbiamo la sensazione che l'Azienda si approfitti del nostro reparto o ufficio.**
5 Abbiamo la sensazione che l'Azienda si approfitti di noi.**
38 Abbiamo la sensazione che l'Azienda cerchi di prendere il sopravvento su di noi.**
43 Ci sentiamo sicuri sul fatto che l'Azienda non si approfitterà di noi.
62 Abbiamo la sensazione che l'Azienda si approfitti delle persone vulnerabili.**

Cognitivo

8 Pensiamo che le persone dell'Azienda manipolino altri per trarne vantaggi personali.**
13 Pensiamo che l'Azienda si avvantaggi nelle situazioni ambigue.**
16 Pensiamo che l'Azienda cerchi di approfittarsi di noi.**
19 Pensiamo che le persone dell'Azienda usino informazioni confidenziali a loro vantaggio.**
20 Pensiamo che l'Azienda si approfitti dei cambiamenti.**
35 Pensiamo che le persone dell'Azienda raggiungano i propri obiettivi calpestando le persone.**

39 Pensiamo che l'Azienda si approfitti dei nostri problemi.**

41 Pensiamo che l'Azienda si approfitti delle nostre debolezze.**

49 Pensiamo che le persone dell'Azienda interpretino le informazioni ambigue a proprio favore.**

Intenzione Comportamentale

3 Abbiamo l'intenzione di seguire con attenzione i cambiamenti in atto, perché l'Azienda si approfitterà di tali cambiamenti.**

12 Abbiamo l'intenzione di controllare l'Azienda da vicino affinché non si approfitti di noi.**

57 Abbiamo l'intenzione di lavorare apertamente con l'Azienda perché siamo sicuri che loro non si approfitteranno di noi.

58 Abbiamo l'intenzione di condividere cautamente informazioni con l'Azienda per evitare che le usino a proprio vantaggio.**

59 Intendiamo condividere informazioni apertamente con l'Azienda perché non si approfitteranno di noi.

61 Abbiamo l'intenzione di controllare le azioni dell'Azienda per evitare che si approfitti di noi.**

In conclusione, gli item da invertire sono contraddistinti dai numeri 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 16, 17, 19, 20, 22, 24, 26, 27, 28, 35, 38, 39, 41, 44, 49, 50, 51, 52, 55, 56, 58, 60, 61, 62.

Secondo le indicazioni di Cummings e Bromiley (1996) per misurare la fiducia dalla prospettiva *affettiva* è necessario sommare i punteggi alle domande 15, 29, 40, 54 per la dimensione Uno; le domande 18, 22, 34, 42, 44, 52, 56 per la dimensione Due; le domande 4, 5, 38, 43, 62 per la dimensione Tre.
Per misurare la fiducia da una prospettiva *cognitiva* si utilizzano gli item 1, 2, 7, 11, 25, 30, 37, 45, 46, 47, per la dimensione Uno; gli item 9, 14, 21, 31, 32, 33, 36, 53, 55, 63, 64 per la dimensione Due; gli item 8, 13, 16, 19, 20, 35, 39, 41, 49 per la dimensione Tre.
Per misurare la fiducia nella prospettiva della *intenzionalità comportamentale* si utilizzano le risposte alle domande 17, 26, 27, 28, 48, 50, 60, per la dimensione Uno; le risposte alle domande 6, 10, 23, 24, 51 per la dimensione Due; le risposte alle domande 3, 12, 57, 58, 59, 61 per la dimensione Tre.

A.2 Item aggiunti

A questi 62 item la versione italiana ha voluto aggiungere a titolo sperimentale i seguenti item paralleli:

Dimensione Uno
Cognitivo

67 *Riprende l'item 46 modificando l'espressione "in modo realistico"*: Pensiamo che l'Azienda presenti informazioni attinenti alla realtà.
69 *Riprende l'item 25 togliendo la ridondanza*: Pensiamo che l'Azienda sia corretta nell'applicazione degli accordi.

Intenzione comportamentale

65 *Riprende l'item 27 modificando la connotazione negativa data dal lemma "fuorvianti"*: Durante le trattative staremo attenti alle informazioni fornite da l'Azienda.**
68 *Riprende l'item 60 modificando la parola generica "documentare"*: Intendiamo verificare tutti gli aspetti delle nostre trattative con l'Azienda.**

Dimensione Due – *Cognitivo*

63 *Riprende l'item 21 con una nuova formulazione*: Si può contare sull'Azienda.
64 *Riprende l'item 32 modifica la dizione "credibile"*: Secondo noi l'Azienda è coerente.
66 *Riprende l'item 32 inserisce l'oggetto della attendibilità*: Secondo noi le affermazioni dell'Azienda sono attendibili.

Appendice B

O.T.I. – Versione Azienda

Il presente questionario fa parte di uno studio di Psicologia del Lavoro e delle Organizzazioni condotto presso l'Università degli Studi di Padova.
Le affermazioni in esso contenute sono state concepite per permetterLe di esprimere la Sua opinione rispetto all'esperienza lavorativa attuale o a quella che Lei ritiene più significativa. Non vi sono risposte giuste o sbagliate, ma solo risposte che descrivono il Suo punto di vista. È importante quindi che le risposte vengano fornite in modo sincero e preciso, assicurandosi di segnare una risposta per ciascuna affermazione del questionario.
Le risposte da Lei fornite verranno trattate nel rispetto del D. Lgs. 196/03 sulla privacy. I dati verranno analizzati assieme a quelli di molti altri lavoratori e trattati esclusivamente da un punto di vista statistico.
La ringraziamo fin d'ora per la disponibilità e la collaborazione che vorrà accordarci e Le auguriamo buon lavoro.

Si prega di riferire le proprie valutazioni all'esperienza lavorativa attuale o alla più significativa.
Si prega di contrassegnare per ogni affermazione il numero corrispondente al grado di accordo o disaccordo che maggiormente rispecchia le opinioni dei membri del suo reparto o ufficio.

1 Fortemente in disaccordo **2** In disaccordo **3** Un po' in disaccordo
4 Né d'accordo né in disaccordo
5 Un po' d'accordo **6** D'accordo **7** Fortemente d'accordo

1. Pensiamo che l'azienda sia corretta nelle trattative con noi.
2. Pensiamo che l'azienda dichiari le proprie reali capacità.
3. Abbiamo l'intenzione di seguire con attenzione i cambiamenti in atto, perché l'azienda si approfitterà di tali cambiamenti.
4. Abbiamo la sensazione che l'azienda si approfitti del nostro reparto o ufficio.
5. Abbiamo la sensazione che l'azienda si approfitti di noi.

6. Abbiamo l'intenzione di controllare se l'azienda mantiene i suoi obblighi verso il nostro reparto o ufficio.
7. Pensiamo che l'azienda dichiari ambiguamente le sue richieste nel corso delle trattative.
8. Pensiamo che l'azienda manipoli altri per trarne vantaggi personali.
9. Pensiamo che l'azienda mantenga gli impegni presi.
10. Abbiamo deciso di verificare l'adesione dell'azienda ai nostri accordi.
11. Pensiamo che l'azienda dia un'immagine falsata delle sue capacità durante le trattative.
12. Abbiamo l'intenzione di controllare l'azienda da vicino affinché non si approfitti di noi.
13. Pensiamo che l'azienda si avvantaggi nelle situazioni ambigue.
14. Pensiamo che l'azienda agisca in accordo agli impegni presi.
15. Abbiamo la sensazione che si possa fare affidamento sul fatto che l'azienda tratti onestamente con noi.
16. Pensiamo che l'azienda cerchi di approfittarsi di noi.
17. Abbiamo l'intenzione di trattare cautamente con l'azienda.
18. Abbiamo la sensazione che si possa fare affidamento sull'azienda per portare avanti progetti comuni.
19. Pensiamo che l'azienda usi informazioni confidenziali a proprio vantaggio.
20. Pensiamo che l'azienda si approfitti dei cambiamenti.
21. Pensiamo che l'azienda sia affidabile.
22. Abbiamo la sensazione di non poter fare affidamento sul fatto che l'azienda porti a termine gli impegni presi con noi.
23. Non intendiamo fare controlli sull'azienda.
24. Abbiamo l'intenzione di fare controlli sui progressi dell'azienda nel progetto comune.
25. Pensiamo che l'azienda sia corretta nelle trattative.
26. Abbiamo l'intenzione di dubitare delle dichiarazioni dell'azienda riguardo le proprie capacità.
27. Durante le trattative staremo attenti alle informazioni fuorvianti fornite dall'azienda.
28. Abbiamo l'intenzione di dare un'immagine falsata delle nostre reali capacità durante le trattative con l'azienda.
29. Abbiamo la sensazione che l'azienda non ci racconti fandonie.
30. Pensiamo che l'azienda dica la verità durante le trattative.
31. Pensiamo che l'azienda mantenga gli impegni concordati con il nostro reparto o ufficio.
32. Secondo noi l'azienda è credibile.
33. Pensiamo che l'azienda mantenga le promesse.
34. Ci preoccupiamo della buona riuscita dei progetti comuni con l'azienda.
35. Pensiamo che l'azienda raggiunga i suoi obiettivi calpestando le persone.
36. Pensiamo che l'azienda tenga fede allo spirito dell'accordo.
37. Pensiamo che l'azienda discuta onestamente i dettagli importanti di un progetto.
38. Abbiamo la sensazione che l'azienda cerchi di prendere il sopravvento su di noi.

39. Pensiamo che l'azienda si approfitti dei nostri problemi.
40. Abbiamo la sensazione che l'azienda tratti con noi onestamente.
41. Pensiamo che l'azienda si approfitti delle nostre debolezze.
42. Abbiamo la sensazione che l'azienda manterrà la propria parola.
43. Ci sentiamo sicuri sul fatto che l'azienda non si approfitterà di noi.
44. Siamo un po' perplessi riguardo la disponibilità dell'azienda ad attenersi al programma stabilito.
45. Pensiamo che l'azienda descriva apertamente i suoi punti di forza e di debolezza nelle trattative dei progetti comuni.
46. Pensiamo che l'azienda tratti in modo realistico.
47. Pensiamo che l'azienda non ci inganni.
48. Abbiamo l'intenzione di parlare francamente con l'azienda durante le trattative.
49. Pensiamo che l'azienda interpreti le informazioni ambigue a proprio favore.
50. Abbiamo l'intenzione di controllare le spiegazioni addotte dall'azienda durante trattative.
51. Abbiamo l'intenzione di verificare il comportamento dell'azienda riguardo le scadenze.
52. Abbiamo la sensazione che l'azienda cerchi di sottrarsi ai propri impegni.
53. Pensiamo che gli impegni presi verso il nostro reparto o ufficio verranno rispettati dall'azienda.
54. Abbiamo la sensazione che l'azienda discuta onestamente sulle aspettative comuni.
55. Pensiamo che l'azienda ci tradisca.
56. Non siamo sicuri dell'impegno dell'azienda verso obiettivi precedentemente concordati.
57. Abbiamo l'intenzione di lavorare apertamente con l'azienda perché siamo sicuri che non si approfitterà di noi.
58. Abbiamo l'intenzione di condividere cautamente informazioni con l'azienda per evitare che le usi a proprio vantaggio.
59. Intendiamo condividere informazioni apertamente con l'azienda perché non si approfitterà di noi.
60. Intendiamo documentare tutti gli aspetti delle nostre trattative con l'azienda.
61. Abbiamo l'intenzione di controllare le azioni dell'azienda per evitare che si approfitti di noi.
62. Abbiamo la sensazione che l'azienda si approfitti delle persone vulnerabili.
63. Si può contare sull'azienda.
64. Secondo noi l'azienda è coerente.
65. Durante le trattative staremo attenti alle informazioni fornite dall'azienda.
66. Secondo noi le affermazioni dell'azienda sono attendibili.
67. Pensiamo che l'azienda presenti informazioni attinenti alla realtà.
68. Intendiamo verificare tutti gli aspetti delle nostre trattative con l'azienda.
69. Pensiamo che l'azienda sia corretta nell'applicazione degli accordi.

Le chiediamo ora di fornirci alcune informazioni circa la Sua esperienza professionale che verranno utilizzate unicamente per fini statistici. Nel rispondere alle domande che seguono La preghiamo di considerare l'esperienza lavorativa a cui si è riferito nel Questionario.

1. Sesso: M F

2. Età: (anni)

3. Titolo di studio:

4. Anzianità lavorativa (per quanti anni ha lavorato complessivamente): (anni)

5. Attualmente Lei è: occupato / disoccupato

6. Lavora/ha lavorato per tale organizzazione per (anni)

7. Il settore dell'organizzazione è:

   Agricoltura e materie prime
   Commercio
   Produzione e trasformazioni
   Edilizia e lavori pubblici
   Servizi
   Spettacolo e tempo libero
   Trasporti e comunicazioni
   Turismo
   Altro:

8. Numero di dipendenti:

   Fino a 15 dipendenti
   Da 15 a 30 dipendenti
   Oltre i 30 dipendenti

9. Il Suo reparto/ufficio è/era composto da n. persone

10. Ruolo ricoperto:

11. Livello:

    Operaio
    Impiegato
    Quadro
    Dirigente

La ringraziamo per la Sua gentile collaborazione.

Appendice C

Note di traduzione

Si riporta una breve nota circa la traduzione italiana dei principali termini inerenti il costrutto di Fiducia. Le definizioni qui proposte si rifanno a quanto indicato dal dizionario inglese (Oxford Press, 2003) e italiano (Zingarelli, 2003), contestuallizzate per l'ambito psicocologico attraverso le analisi di McKnight e Chervany (2000) e di Castaldo (2002b). Tra parentesi viene indicata la traduzione italiana utilizzata nel testo.

Trust [*Fiducia*] Senso di sicurezza che viene dal profondo convincimento che qualcosa o qualcuno sia conforme alle proprie attese e speranze.

Trustee [*Colui in cui si ripone fiducia*] Persona individuale o giuridica dotata di poteri nell'amministrazione di una proprietà o di una attività, vincolata all'obbligo morale o legale di amministrarla solamente per lo scopo specificato.

Trustor [*Colui che ripone la propria fiducia*] Persona che volontariamente si comporta accettando il rischio di dipendere da una controparte.

Trustworthy [*Ritenuto degno di fiducia*] Persona capace di essere considerata onesta e degna di ricevere fiducia.

Benevolence [*Benevolenza*] Genericamente indica una affettuosa disposizione d'animo verso qualcuno. Il termine viene utilizzato in ambito gerarchico per indicare un comportamento di indulgenza o di speciali favori elargiti. In ambito sociale il termine indica anche un comportamento che arreca beneficio, proprio, per esempio, di chi fa sistematicamente opere di beneficenza. L'area semantica di riferimento inerisce inoltre a concetti quali la buona volontà (*Goodness/Morality*), la premura (*Caring/Concern*), la responsabilità (*Responsiveness*).

Competence [*Competenza*] La capacità di fare qualcosa efficacemente e di portare a compimento un progetto nel migliore dei modi possibili. È inclusa in tale concetto

la padronanza dell'argomento e la conoscenza delle regole inerenti un particolare ambito. L'area semantica di riferimento inerisce inoltre alla condizione di chi è esperto (*Expertness*) e di chi è attivo in un settore (*Dynamism*).

Honesty [*Onestà*] Indica una persona ritenuta priva di menzogna, sincera. Ci si riferisce quindi ad un sistema di giudizi e di valori morali ritenuti consoni con la situazione, coerenti con i propri valori personali e con le scelte che si desidera siano da farsi. L'area semantica di riferimento inerisce inoltre al concetto di credibilità (*Credibility*).

Predictability [*Prevedibilità*] Inerisce a cosa o persona della quale è possibile dire o stimare in anticipo e con precisione uno specifico comportamento futuro.

Reliability [*Affidabilità*] Parola introdotta nella lingua italiana nel 1978 come traduzione del termine tecnico che indica un prodotto di qualità, consistente, capace di portare ai risultati promessi. Per analogia viene applicato alle relazioni interpersonali e alle caratteristiche personali.

Appendice D

Modello strutturale

Matrice di covarianza

	i18	i22	i34	i42	i44	i52
i18	3.247					
i22	1.586	3.313				
i34	0.707	0.250	2.126			
i42	2.139	2.148	0.543	3.335		
i44	1.871	1.742	0.207	2.067	3.054	
i52	1.996	1.922	0.580	2.469	1.969	3.701
i56	1.570	1.891	0.089	2.217	1.649	1.917
i9	2.018	1.820	0.816	2.438	1.498	2.479
i14	1.888	1.461	0.553	2.495	1.516	2.164
i21	2.111	1.891	0.782	2.433	1.962	2.217
i31	1.957	2.000	0.490	2.443	1.487	2.226
i32	2.058	2.180	0.720	2.699	1.542	2.580
i33	1.993	1.844	0.795	2.267	1.595	2.207
i36	2.063	2.008	0.368	2.468	1.619	2.210
i53	2.156	1.797	0.562	2.597	1.753	2.324
i55	1.701	1.688	0.734	2.268	1.807	2.569
i6	0.915	0.898	-0.135	1.167	0.959	1.320
i10	0.539	0.711	-0.480	0.614	0.604	1.119
i23	0.947	1.094	0.005	1.503	1.297	1.385
i24	0.213	0.195	-0.460	0.310	0.232	0.774
i51	0.733	0.773	-0.134	1.101	1.111	1.740

i56	i9	i14	i21	i31	i32	
i56	3.349					
i9	1.752	3.302				
i14	1.754	2.639	3.439			
i21	1.733	2.384	2.174	3.188		
i31	1.842	2.438	2.393	2.166	3.094	
i32	2.245	2.800	2.545	2.563	2.896	3.626
i33	1.978	2.400	2.159	2.249	2.621	2.888
i36	2.100	2.129	1.999	2.013	2.377	2.712
i53	1.844	2.352	2.342	2.080	2.421	2.570
i55	1.901	2.409	2.259	2.125	1.989	2.359
i6	1.345	1.233	0.859	1.265	1.044	1.342
i10	0.933	0.459	0.377	0.348	0.399	0.442
i23	1.189	1.293	0.939	1.278	1.292	1.466
i24	0.427	0.349	0.577	0.094	0.331	0.329
i51	1.166	1.085	0.856	0.908	1.036	1.210

i33	i36	i53	i55	i6	i10	
i33	3.458					
i36	2.100	3.247				
i53	2.212	2.158	3.058			
i55	1.876	1.761	2.196	3.840		
i6	1.082	0.981	0.936	0.856	3.000	
i10	0.422	0.402	0.651	0.646	1.490	2.687
i23	1.202	1.391	1.401	1.416	1.196	0.524
i24	0.319	-0.019	0.422	0.597	0.987	1.322
i51	0.924	1.028	1.118	1.360	1.374	1.288

i23	i24	i51
i23	3.656	
i24	0.217	2.825
i51	1.475	1.007	2.538

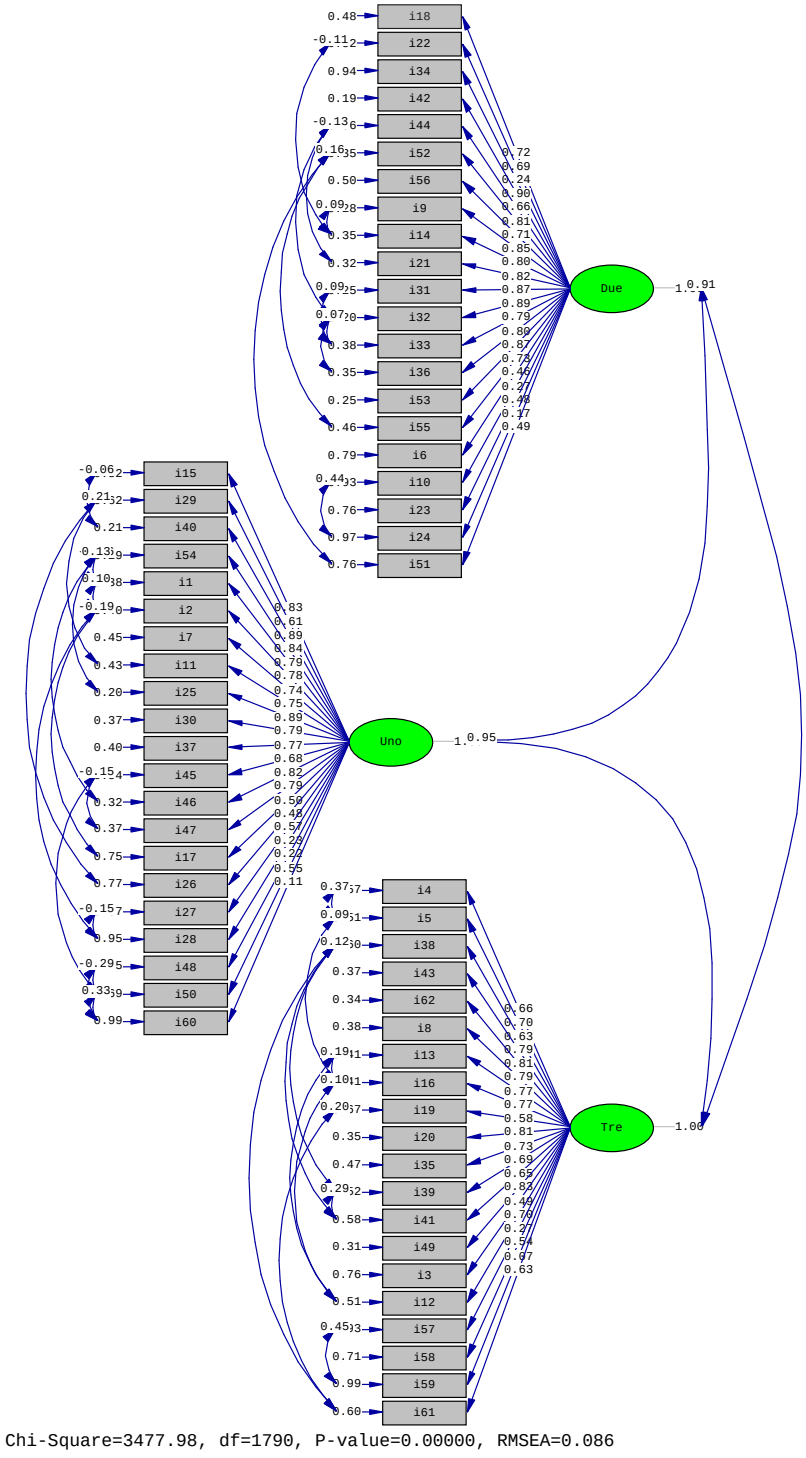

Figura D.1: Rappresentazione grafica del modello generale a tre fattori. I valori riportati nel grafico rappresentano la soluzione standardizzata.

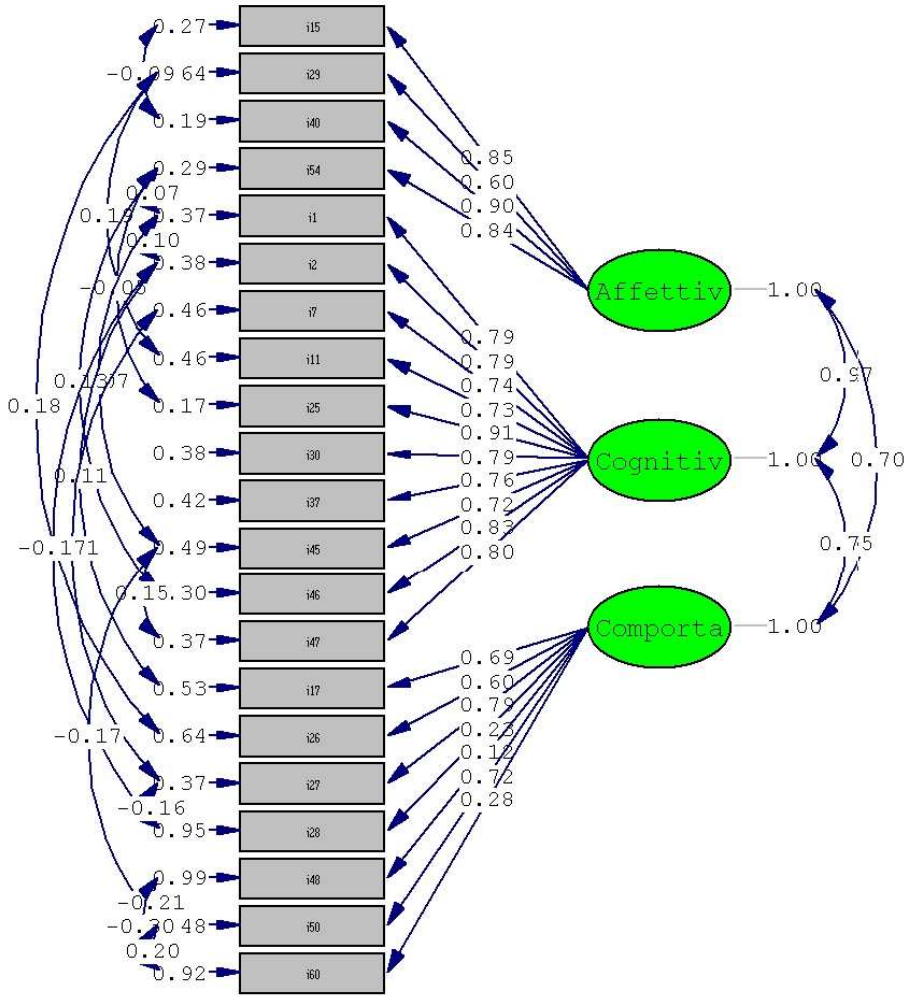

Figura D.2: Componenti della dimensione *Onestà nelle trattative*. I valori riportati nel grafico rappresentano la soluzione standardizzata.

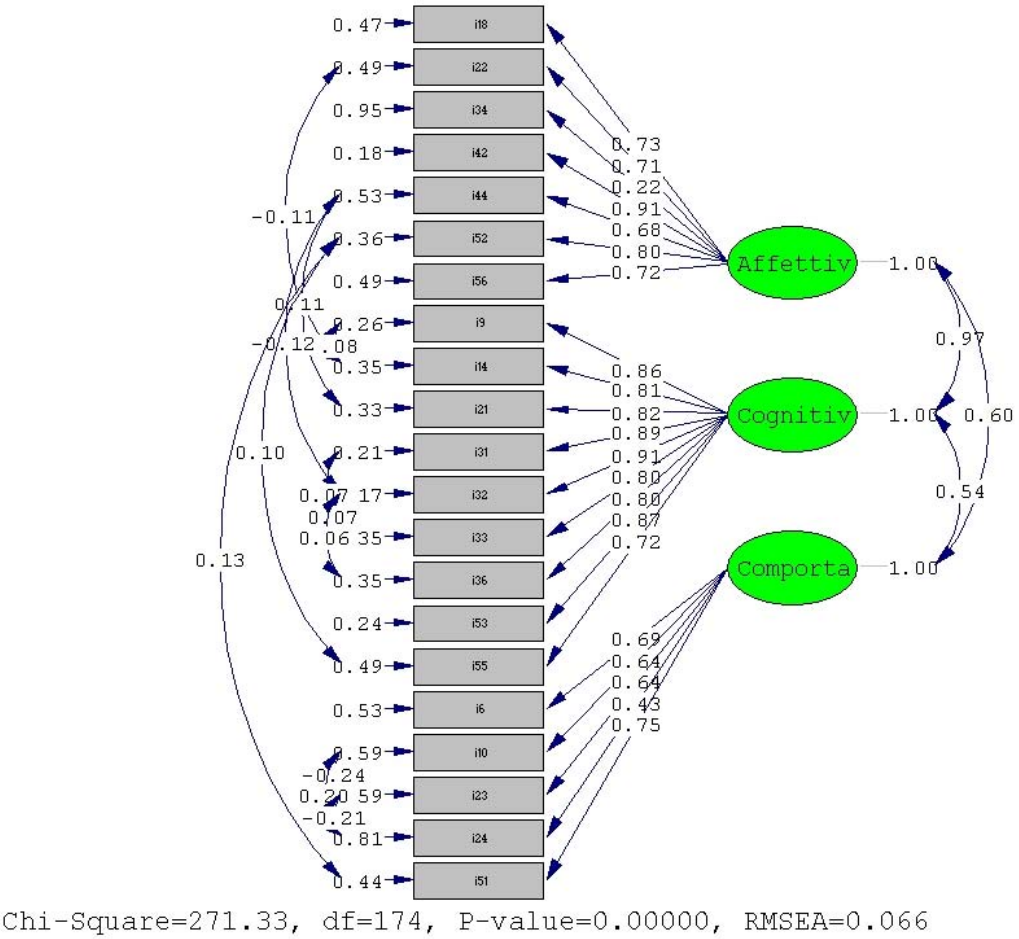

Figura D.3: Componenti della dimensione *Fedeltà agli impegni*. I valori riportati nel grafico rappresentano la soluzione standardizzata.

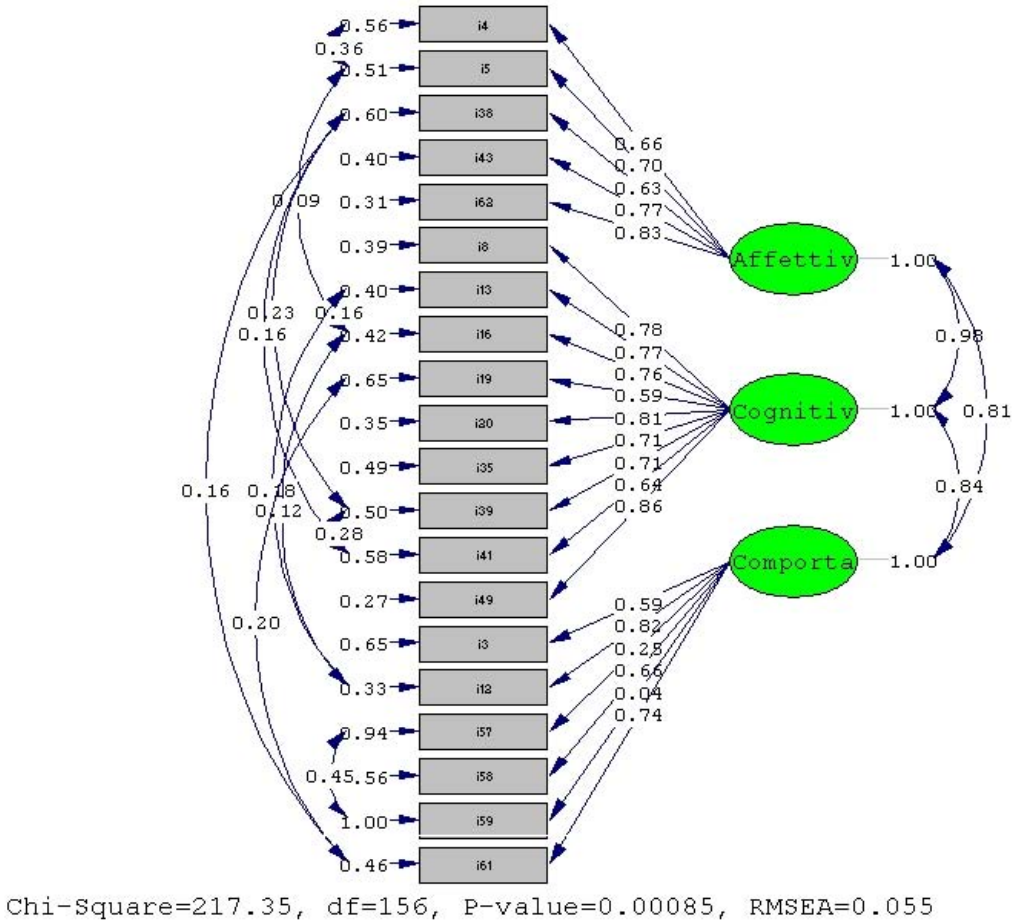

Figura D.4: Componenti della dimensione *Evitare di trarre eccessi vantaggi*. I valori riportati nel grafico rappresentano la soluzione standardizzata.

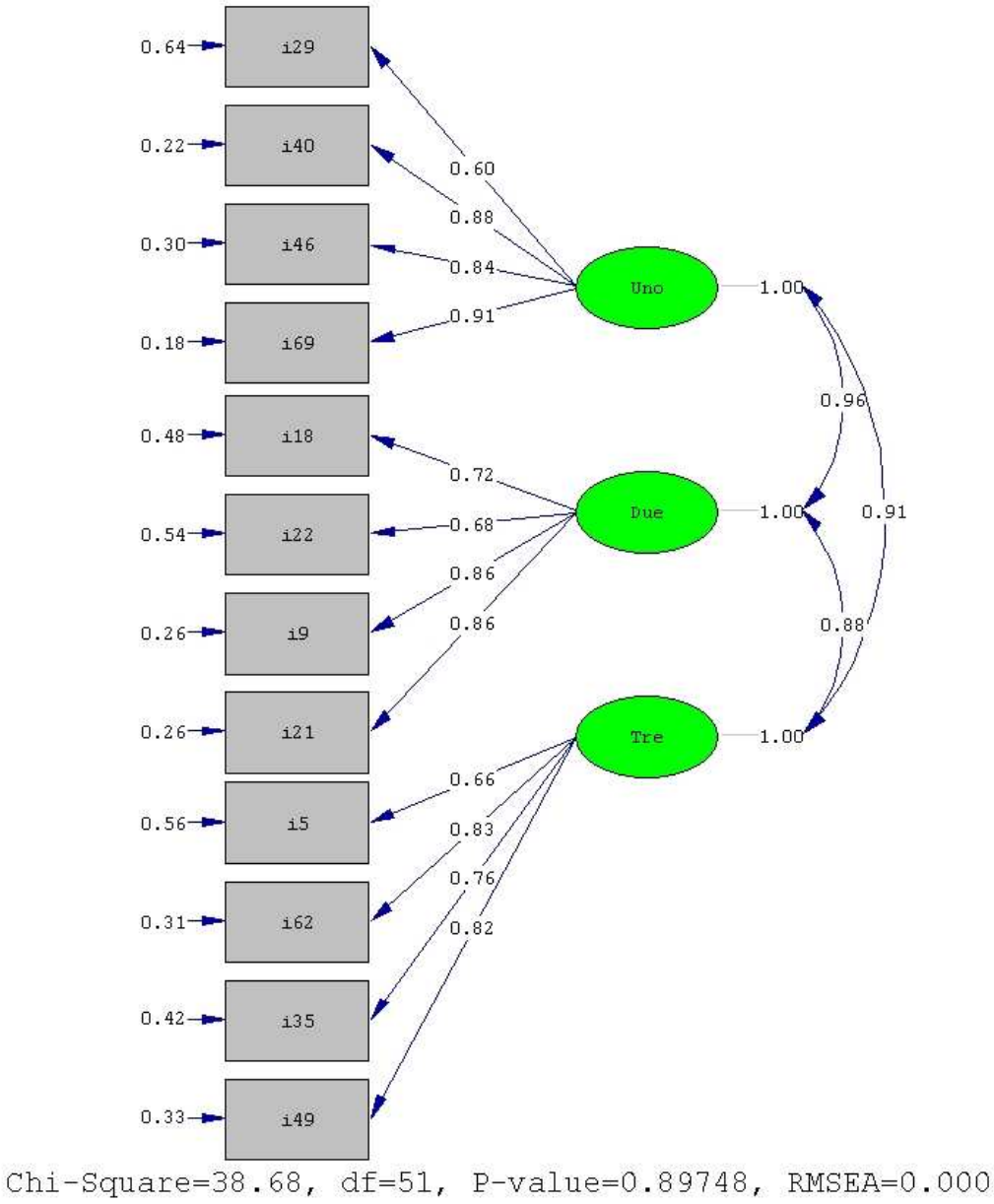

Figura D.5: Modello proposto per l'*Organizational Trust Inventory* – Forma Breve. I valori riportati nel grafico rappresentano la soluzione standardizzata.

Bibliografia

Baxter G. (1972). Personality and attitudinal characteristics and cooperation in two person games. A review In *Cooperation and competition: readings on mixed motive games*. A cura di Writghtsman L., O'Connor J., Baker N., pp. 97–103. Wadsworth, Belmon.

Bentler P. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, **107**(3), 238–246.

Bentler P.; Bonett D. G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, **88**(3), 588–606.

Bhattacharya R.; Devinney T.; Pillutla M. (1998). A formal model of trust based on outcomes. *Academy of Management Review*, **23**(3), 459–472.

Boomsma A. (1987). The robustness of maximum likelihood estimation in structural equation models In *Structural modeling by example: Applications in educational, sociological, and behavioral research*. A cura di Cuttance P., Ecob R., pp. 160–188. Cambridge University Press, New York.

Bromiley P.; Cummings L. (1995). Transactions costs in organizations with trust In *Research on negotiations in organizations*. A cura di Bies R., Sheppard B., Lewicki R., volume 5, pp. 219–247. JAI Publishing Co., Stanford.

Busacca B.; Castaldo S. (1996). *Il potenziale competitivo della fedeltà alla marca e all'insegna commerciale. Una metodologia di misurazione congiunta*. Egea, Milano.

Castaldo S. (2002a). *Fiducia e relazioni di mercato*. Il Mulino, Bologna.

Castaldo S. (2002b). Meanings of trust: A meta-analysis of trust definitions. In *Euram Annual Conference. (May 9-11)*, Stockholm.

Coleman J. (1990). *Foundations of social theory*. Cambridge University Press, Cambridge.

Corbetta P. (2002). *Metodi di analisi multivariata per le scienze sociali: i modelli di equazioni strutturali*. Il Mulino, Bologna.

Creeds S.; Fabrigar L.; Petty R. (1994). Measuring the affective and cognitive proprieties of attitudes: Conceptual and methodological issues. *Personality and Social Psychology Bulletin*, **20**(6), 619–634.

Cummings L.; Bromiley P. (1996). The Organizational Trust Inventory (OTI). Development and validation In *Trust in Organizations*. A cura di Kramer R., Tyler T., pp. 302–330. Sage, Thousand Oaks.

Curral S.; Judge T. (1995). Measuring trust between organizational boundary settings. *Organizational Behaviour and Human decision processes*, **64**(2), 151–170.

Das T.; Teng B. (1998). Between trust and control: Developing confidence in partner cooperation in alliances. *The Academy of Management Review*, **23**(3), 491–512.

Deutsch M. (1958). Trust and suspicion. *The Journal of Conflict Resolution*, **2**(4), 265–279.

Dirks K.; Ferrin D. (2002). Trust in leadership: Meta-analytic findings and implications for research and practice. *Journal of Applied Psychology*, **87**(4), 611–628.

Ekvall G. (1996). Organizational climate for creativity and innovation. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, **5**(1), 105–123.

Fishbein M.; Ajzen I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior. An Introduction to Theory and Research*. Addison–Wesley, Reading, MA.

Fukuyama F. (1996). *Fiducia*. Rizzoli, Milano.

Gambetta D. (1988). Can we trust trust? In *Trust: Making and breaking cooperative relations*. Basil Blackwell, New York.

Glaeser E.; Laibson D.; Scheinkman J.; Soutter C. (2000). Measuring trust. *The Quarterly Journal of Economics*, **115**(3), 811–846.

Hu L.; Bentler P. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, **6**, 1–55.

ISTAT (2003). *Annuario Statistico Italiano*. Istituto Nazionale di Statistica, Roma.

Johnson-George C.; Swap W. (1982). Measurement of specific interpersonal trust. Construction and validation of a scale to assess trust in a specific other. *Journal of Personality and Social Psychology*, **43**(6), 1306–1317.

Jones A. (2002). On the concept of trust. *Decision Support Systems*, **33**(3), 225–232.

Jones G.; George J. (1998). The experience and evolution of trust: Implications for cooperation and teamwork. *Academy of management review*, **23**(3), 531–546.

Jöreskog K. (1973). A general method for estimating a linear structural equation system In *Structural Equation Models in the Social Sciences*. A cura di Goldberger A., Duncan O., pp. 85–112. Seminar Press, New York.

Jöreskog K.; Sörbom D. (1996). *LISREL 8 User's Reference Guide*. Scientific Software International, Chicago.

Kim K.; Prabhakar B. (2000). Initial trust, perceived risk, and the adoption of internet banking. In *International Conference on Information Systems*, pp. 537–543, Brisbane.

Kramer R. (1994). The sinister attribution error. *Motivation and Emotion*, **18**, 199–231.

Lanza A. (1998). La relazione tra imprese all'origine di vantaggi competitivi knowledge-based. *Economia e management*, **5**, 101–115.

Larzelere R.; Huston T. (1980). The dyadic trust scale: Toward understanding interpersonal trust in close relationships. *Journal of Marriage and the Family*, **42**(3), 595–604.

Mayer R.; Davis J.; Shoorman F. (1995). An integrative model of organizational trust. *The Academy of Management Review*, **20**(3), 709–734.

McAllister D. (1995). Affect and cognition based trust as a foundationfor interpersonal cooperation in organizations. *Academy of Management Journal*, **38**, 24–59.

McBurney D. (2001). *Metodologia della ricerca in psicologia*. Il mulino, Bologna.

McCrae R.; Zonderman A.; Costa P.; Bond M.; Paunonen S. (1996). Evaluating replicability of factors in the revised neo personality inventory: Confirmatory factor analysis versus procrustes rotation. *Journal of Personality and Social Psychology*, **70**(3), 552–566.

McKnight D.; Chervany N. (1995). Trust building processes in organizational relationship In *Proceedings decision, Annual meeting (November 20-22)*. A cura di Ragsdale C., Houck E., Sumichrast R., volume 2, pp. 751–753. Sciences institute, Boston.

McKnight D.; Chervany N. (2000). *The meanings of Trust. Working paper.* Carlson School of Management. MIS Research Center, University of Minnesota. http://misrc.umn.edu/wpaper/WorkingPapers/9604.pdf.

McKnight D.; Cummings L.; Chervany N. (1996). *Trust Formation in New Organizational Relationships. Working paper.* Carlson School of Management. MIS Research Center, University of Minnesota. http://misrc.umn.edu/wpaper/WorkingPapers/9601.pdf.

McKnight D.; Cummings L.; Chervany N. (1998). Initial trust formation in new organizational relationships. *The Academy of Management Review*, **23**(3), 473–490.

Meyerson D.; Weick K.; Kramer R. (1996). Swift trust and temporary groups In *Trust in Organizations.* A cura di Kramer R., Tyler T., pp. 166–195. Sage, Thousand Oaks.

Milgrom P.; Roberts J. (1992). *Economics, organization and managment.* Prentice Hall, Englewood Cliffs.

Mishra A. (1996). Organizational responses to crisis: The centrality of trust In *Trust in Organizations.* A cura di Kramer R., Tyler T., pp. 261–287. Sage, Thousand Oaks.

Mishra A.; Spreitzer G. (1998). Explaining how survivors respond to downsizing. The roles of trust, empowerment, justice, and work redesign. *The Academy of Management Review*, **23**(3), 567–588.

Mutti A. (1998). *Capitale sociale e sviluppo: La fiducia come risorsa.* Il Mulino, Bologna.

Norusis M. (2003). *SPSS 11.5 User's Guide.* SPSS Inc., Chicago.

Nunnally J.; Bernstein I. (1994). *Psychometric theory.* McGraw Hill, New York.

Oxford Press (2003). *Dictionary of English*, II edizione.

Raimondo M. (2000). *The measurement of Trust in Marketing studies: A review of models and methodologies.* School of Management, University of Bath. http://www.bath.ac.uk/imp/pdf/14_Raimondo.pdf.

Rempel J.; Holmes J.; Zanna M. (1985). Trust in close relationships. *Journal of Personality and Social psychology*, **49**(1), 95–112.

Rocco Fraenkel H. (2001). *L'organizzazione della fiducia.* Carocci Editore, Roma.

Rotter J. (1967). A new scale for the measurement of interpersonal trust. *Journal of Personality*, **35**, 615–665.

Rotter J. (1980). Interpersonal trust, trustworthiness, and guillibility. *American Psychologist*, **1**, 1–7.

Rousseau D.; Sitkin S.; Burt R.; Camerer C. (1998). Not so different after all: A cross–discipline view of trust. *The Academy of Management Review*, **23**(3), 393–404.

Rubini V. (1975). *Basi teoriche del Testing psicologico*. Patron, Bologna.

Shapiro S. (1987). The social control of interpersonal trust. *American Journal of Sociology*, **3**, 623–658.

Sitkin S.; Stickel D. (1996). The road to hell: The dynamics of distrust in an era of qualità In *Trust in Organizations*. A cura di Kramer R., Tyler T., pp. 196–215. Sage, Thousand Oaks.

Steiger J. (1990). Some additional thoughts on components, factors, and factor indeterminacy. *Multivariate Behavioral Research*, **25**(1), 41–45.

Tschannen-Moran M.; Hoy W. (2000). A multidisciplinary analysis of the nature, meaning, and measurement of trust. *Review of Educational Research*, **70**(4), 547–593.

Tyler T.; Kramer R. (1996). Whither trust? In *Trust in Organizations*. A cura di Kramer R., Tyler T., pp. 1–16. Sage, Thousand Oaks.

Valdani E. (1997). Dalla concorrenza alla ipercompetizione, dalla evoluzione alla coevoluzione. *Economia e management*, **5**, 81–93.

Watkins D. (1989). The role of confirmatory factor analysis in cross–cultural research. *International Journal of Psychology*, **24**, 685–701.

Whi Whitener E.; Brodt S.; Korsgaard M.; Werner J. (1998). Managers as initiators of trust: An exchange relationship framework for understanding managerial trustworthy behavior. *Academy of Management Review*, **23**(3), 513–530.

Wrightsman L. (1991). Interpersonal trust and attitudes toward human nature In *Measures of Personality and Social psychological attitudes*. A cura di Robinson P., Shaver P., Wrightsman L., volume 1, pp. 373–411. Academic Press, San Diego.

Zaheer A.; McEvily B.; Perrone V. (1998). Does trust matter? exploring the effects of interorganizational and interpersonal trust on performance. *Organization science*, **9**(2), 141–159.

Zak P.; Knack S. (2001). Trust and growth. *Economic journal*, **111**, 295–321.

Zingarelli N. (2003). Fiducia *(voce)*. In *Vocabolario della lingua italiana*, p. 701. Zanichelli, Bologna, XI edizione.