

Commitment Aziendale:

La traduzione letterale del termine commitment è “impegno, dedizione”, in azienda prende il nome di commitment organizzativo.

Il termine commitment viene usato per indicare quella serie di comportamenti di impegno, appartenenza e responsabilità che i dipendenti attuano nei confronti della propria azienda. È una forte identificazione col raggiungimento dei suoi obiettivi.

In tale scenario le politiche aziendali hanno un ruolo chiave: esse possono creare un sistema premiante, e sviluppare una buona rete comunicativa che faciliti l'autonomia e il coinvolgimento dei dipendenti nei processi decisionali, in modo da permetterne la partecipazione e l'espressione della propria creatività.

Tutto ciò per rendere la qualità lavorativa apprezzabile e che permetta di sviluppare una solida rete di relazione tra colleghi.

Unito a questo c'è la sensazione che sia il proprio dovere scaturito dall'obbligo morale di continuare a lavorare nell'azienda e la consapevolezza che abbandonarla comporterebbe delle difficoltà e dei costi.

In ogni azienda opera un diverso tipo di commitment in base alle scelte di gestione e alle strategie aziendali. L'identità aziendale designa come si vuole far percepire l'azienda da chi vi entra in contatto e da questa dipendono i valori e le competenze che indicano di che cosa si occupa e come un'azienda. In questo senso è interessante capire come definire un clima organizzativo basato su tre elementi: il primo punto da considerare è l'identità dell'azienda che risponde alla domanda: “*chi siamo?*”, definendo il ruolo e la missione in rapporto all'ambiente circostante, quindi come si intende far percepire l'azienda da tutti coloro che la costituiscono o che vi entrano in contatto. Il secondo elemento è quello dei valori, che risponde alla domanda: “*perché?*”; si tratta di chiedersi a cosa vogliono credere e dare importanza le persone che lavorano in un dato contesto organizzativo e come questi principi si integrino con l'identità aziendale. Un ultimo punto riguarda l'esame delle competenze, quindi di quali siano le capacità distintive dell'azienda, rispondendo alla domanda del “*come?*”.

Si possono trovare in letteratura numerose definizioni di commitment, ma per approfondirne il significato può risultare interessante l'interpretazione presentata da Allen e Meyer: essi propongono un modello a tre componenti, denominate commitment affettivo, normativo e per continuità, le quali sono considerate come diversi aspetti di uno stesso costrutto, piuttosto che come tre differenti tipologie di commitment. Nello specifico per Commitment Affettivo si fa riferimento all'attaccamento emotivo, all'identificazione e al coinvolgimento personale che si provano nell'organizzazione presso cui si lavora, per cui i lavoratori rimangono nell'organizzazione perché è loro volontà farlo; per Commitment Normativo ci si riferisce al sentimento di obbligo morale e di responsabilità, che porta i lavoratori a rimanere nella propria organizzazione perché sentono che è un loro dovere; il concetto di Commitment per Continuità è legato, invece, alla percezione dei costi e delle difficoltà che si vivrebbero dopo aver abbandonato la propria organizzazione, portando quindi le persone a rimanere a lavorare per essa perché si sentono costrette a farlo. Un altro interessante contributo viene da O' Reily, Chatman e Caldwell che hanno parlato dei tre livelli psicologici corrispondenti a tre livelli di profondità del contratto psicologico: compliance, identification e internalization: l'individuo inizialmente si lega all'azienda con un'ottica di costi e benefici per poi accettare e non solo in un'ultima analisi condividere i medesimi valori organizzativi.

Il commitment organizzativo non risulta quindi essere una variabile soltanto individuale, ma anche organizzativa poiché è il risultato sia delle politiche, delle scelte strategiche e delle modalità gestionali decise dall'azienda, che dei rapporti di potere, dei conflitti, del clima psicologico e organizzativo che si trovano in un'organizzazione.

Bibliografia:

- Allen, N.J., & Meyer, J.P. (2000). Construct validation in organizational behavior research: The case of organizational commitment. In R. D. Goffin, & E. Helmes (Eds.), Problems and solutions in human assessment (pp. 285–314). Boston: Kluwer Academic Publishers.
- Meyer, J.P. & Allen, N.J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. Human Resource Management Review
- Mowday, R.T. (1998). Reflections on the study and relevance of organizational commitment. Human Resource Management Review