

Wprowadzenie	7
1. Zaufanie – jego rodzaje i znaczenie w działalności gospodarczej	15
1.1. Propozycje interpretacyjne pojęcia „zaufanie” w zarządzaniu	16
1.2. Podstawowe rodzaje zaufania	18
1.3. Wymiary zaufania	23
1.4. Zaufanie technologiczne	30
1.5. Zaufanie a kapitał społeczny	37
1.6. Rola i znaczenie zaufania w gospodarce	41
1.7. Zaufanie w sektorze finansowym	46
1.8. Wnioski i przesłanki do dalszych badań	56
2. Zaufanie i inne wartości organizacyjne	61
2.1. Zaufanie jako wartość	61
2.2. Zaufanie a sprawiedliwość	65
2.3. Zaufanie a zaangażowanie	71
2.4. Zaufanie i satysfakcja	78
2.5. Zaufanie a solidarność	84
2.6. Zaufanie a jakość	89
2.7. Zaufanie a produktywność	95
2.8. Wnioski i przesłanki do dalszych badań	100
3. Zaufanie w wybranych koncepcjach zarządzania	105
3.1. Zaufanie w zarządzaniu jakością	106
3.2. Zaufanie w zarządzaniu wiedzą	109
3.3. Zaufanie w outsourcingu	112
3.4. Zaufanie w zarządzaniu zmianami	116
3.5. Zaufanie w zarządzaniu kryzysem	118
3.6. Zaufanie w zarządzaniu ryzykiem	123
3.7. Wnioski i przesłanki do dalszych badań	127

4. Rola i znaczenie menedżerów oraz zarządzania zasobami ludzkimi	129
4.1. Rola menedżerów w kształtowaniu zaufania	129
4.2. Zarządzanie zasobami ludzkimi – wybrane problemy	134
4.3. Kontrola a zaufanie	143
4.4. Komunikacja a zaufanie	149
4.5. Znaczenie zaufania w zarządzaniu bezpieczeństwem pracy	153
4.6. Wnioski i przesłanki do dalszych badań	157
5. Zaufanie w relacjach z otoczeniem	161
5.1. Marka zaufania	161
5.2. Zaufanie w reklamie	167
5.3. Możliwości kształtowania zaufania klienckiego	173
5.4. Relacje z dostawcami	178
5.5. Problemy związane ze stosowaniem CSR	179
5.6. Wnioski i przesłanki do dalszych badań	184
6. Ogólny zarys koncepcji organizacji zaufania	189
6.1. Dotychczasowe ustalenia i propozycje	190
6.2. Podstawowe założenia istnienia organizacji zaufania	199
6.3. Uwarunkowania organizacyjne i środowiskowe organizacji zaufania	204
6.3.1. Możliwości wykorzystania istniejących teorii organizacji	206
6.3.2. Znaczenie zespołów samorządowych w organizacji zaufania	211
6.3.3. Znaczenie empowermentu w organizacji zaufania	214
6.4. Analiza i pomiar zaufania w organizacji zaufania	218
6.4.1. Analiza wartości	218
6.4.2. Wybrane możliwości pomiaru zaufania	221
6.5. Kultura zaufania	226
6.6. Przykład organizacji zaufania – SEMCO	231
6.7. Ograniczenia proponowanej koncepcji	233
6.7.1. Problem wrogów zaufania	237
Zakończenie	241
Aneks	245
Literatura	249

Zaufanie w organizacji to ważny czynnik ułatwiający kooperację oraz koordynację społecznych interakcji. Zmniejsza potrzebę monitorowania zachowań pracowniczych i jest jednym z najistotniejszych czynników wpływających na satysfakcję z pracy. Brak zaufania wiąże się z kolei z dużymi kosztami ponoszonymi przez pracownika, głównie emocjonalnymi i transakcyjnymi, a umiejętność ich niwelowania odzwierciedla istniejący poziom zaufania. Brak zaufania w organizacji przyczynia się do jej dysfunkcjonalności. Uniemożliwiając podejmowanie dobrych decyzji, utrudnia też rozwój więzi społecznych. Zaufanie znacznie ogranicza negatywne następstwa zmian organizacyjnych i ułatwia dokonywanie zmian w grupie pracowniczej.

Przeprowadzono wiele badań, z których wynika, że zaufanie umożliwia skuteczne uczenie się i wychodzenie organizacji z kryzysu, sprzyja integracji, produktywności i wprowadzaniu zmian oraz decyduje o jakości stosunków międzyludzkich. Jest kapitałem społecznym, którego nie wolno zmarnować. Stało się ono tak cenną wartością, że niektóre większe organizacje (np. Volvo, Nordstrom Nissan, Wakefern Food, Wainwright, Boeing) próbują badać poziom zaufania klientów wewnętrznych i zewnętrznych, tworzą strategie budowania zaufania, organizują specjalne szkolenia oraz artykułują zaufanie w dokumentacji. Zaufanie jest więc cennym kapitałem, a nie mamy go za dużo.

Autor pokazuje wiele wymiarów zaufania. Przedstawia jego rolę we współczesnym zarządzaniu i szkicuje własną wizję organizacji opartej na zaufaniu.