

Spis treści

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