

Spis treści

Wstęp	7
ROZDZIAŁ 1. Orientacja na zaufanie w teoriach zarządzania przedsiębiorstwem	13
1.1. Interdyscyplinarny charakter badań nad zaufaniem	13
1.2. Badania nad zaufaniem w wybranych teoriach zarządzania	23
1.2.1. Zaufanie w teorii zarządzania zasobami ludzkimi	23
1.2.2. Zaufanie w teorii zarządzania wiedzą	32
1.2.3. Zaufanie w teorii zarządzania kryzysem	44
ROZDZIAŁ 2. Zarządzanie zaufaniem w przedsiębiorstwie	49
2.1. Złożoność zaufania jako przedmiot zarządzania	49
2.1.1. Różnorodność zaufania	49
2.1.2. Wieloaspektowość opisu zaufania	53
2.2. Procesy zarządzania zaufaniem	57
2.2.1. Zarządzanie procesem kreowania zaufania	57
2.2.2. Konsekwencje utraty zaufania	67
2.2.3. Zarządzanie procesem odbudowy zaufania	70
ROZDZIAŁ 3. Zarządzanie zaufaniem w relacjach wewnętrznych i zewnętrznych przedsiębiorstwa	74
3.1. Relacje zaufania w przedsiębiorstwie	74
3.1.1. Zaufanie organizacyjne	74
3.1.2. Zaufanie między podwładnymi a przełożonymi	82
3.1.3. Zaufanie między współpracownikami	95
3.2. Zaufanie w relacjach przedsiębiorstwa z otoczeniem	98
3.2.1. Zaufanie w relacjach z partnerami biznesowymi	98
3.2.2. Zaufanie w relacjach z klientami	106
3.2.3. Zaufanie społeczne	112

ROZDZIAŁ 4. Orientacja na zaufanie w przedsiębiorstwach i jej wpływ na wyniki	117
4.1. Metodologiczne założenia badań orientacji przedsiębiorstwa na zaufanie	117
4.1.1. Założenia do badań	117
4.1.2. Metody pozyskiwania wiedzy o zaufaniu	118
4.1.3. Metody gromadzenia danych o zaufaniu	123
4.1.4. Metoda oceny poziomu orientacji na zaufanie	125
4.2. Orientacja na zaufanie w wybranych polskich przedsiębiorstwach	132
4.2.1. Przedmiot i zakres prowadzonych badań empirycznych	132
4.2.2. Orientacja menedżerów i przedsiębiorstw na kreowanie zaufania ...	135
4.2.3. Wpływ orientacji na zaufanie na wyniki przedsiębiorstw	141
4.3. Kierunki dalszych badań nad zaufaniem	157
Podsumowanie	162
Bibliografia	168
Spis rysunków	193
Spis tabel	194