

SPIS TREŚCI

Wstęp	5
1. Podejście relacyjne w sferze business-to-business	13
1.1. Istota interakcji społecznych	13
1.2. Podejście interakcyjne w naukach o zarządzaniu	16
1.3. Koncepcja relacji business-to-business	21
1.4. Wartość relacji business-to-business	30
1.5. Miejsce zaufania w koncepcji relacji business-to-business	35
Podsumowanie	38
2. Zaufanie w teorii nauk o zarządzaniu	40
2.1. Natura zaufania: przegląd koncepcji teoretycznych	40
2.2. Poziomy zaufania	54
2.3. Zaufanie kognitywne i afektywne	60
2.4. Metody i wyzwania w badaniach zaufania w relacjach biznesowych	63
Podsumowanie	73
3. Dynamika zaufania w relacjach business-to-business	75
3.1. Determinanty zaufania	75
3.2. Destruktry zaufania a nieufność	83
3.3. Wyzwania w obszarze odbudowy zaufania	86
3.4. Modelowe ujęcia dynamiki zaufania	87
Podsumowanie	100
4. Konsekwencje zaufania w relacji business-to-business	101
4.1. Pozytywne konsekwencje zaufania w relacji business-to-business	101
4.2. Negatywne konsekwencje zaufania w relacjach business-to-business	107
Podsumowanie	118
5. Istota zaufania w świetle badań eksploracyjnych	120
5.1. Metodyka badań	120
5.2. Interpretacja zaufania w relacjach biznesowych: perspektywa dostawcy	122
5.3. Rola zaufania w relacjach biznesowych	126
5.4. Budowanie i rozwój zaufania	130
Podsumowanie	134
6. Konceptualizacja uwarunkowań, dynamiki i efektów zaufania	137
6.1. Modelowe ujęcie i propozycja modelu oraz hipotezy	137
6.2. Środowisko projektowe jako kontekst badawczy	141

6.3. Operacjonalizacja konstruktów	142
6.4. Metodyka badania	148
6.5. Metody pozyskiwania danych i charakterystyka badanej próby	152
6.6. Metody analizy danych	156
Podsumowanie	157
7. Dynamika zaufania business-to-business w ujęciu empirycznym	158
7.1. Ocena uwarunkowań zaufania	158
7.2. Zaufanie a rozwój relacji	161
7.3. Zmiana zaufania: wymiar interpersonalny i organizacyjny	167
7.4. Wpływ kondycji relacji na efekty relacyjne a dynamika zaufania	173
Zakończenie	181
Aneks	187
Bibliografia	205
Summary	228