

Andżelika LIBERTOWSKA\*

## OCENA POZIOMU ZAUFANIA W WYBRANYCH PRZEDSIĘBIORSTWACH NALEŻĄCYCH DO BRANŻ HIGH-TECH

DOI: 10.21008/j.0239-9415.2020.081.09

Obecnie przedsiębiorstwa prowadzą swoją działalność w turbulentnym otoczeniu. Jest to związane z postępującymi procesami globalizacji oraz rozwoju gospodarki opartej na wiedzy, wspartymi rozwojem zaawansowanych technologii. Wobec tego menedżerowie muszą podejmować działania ukierunkowane na wzrost elastyczności organizacji. Poszukiwania źródeł tworzenia i osiągnięcia przewagi konkurencyjnej skupiają się wokół czynników, które mogą ową elastyczność zapewnić. Są to tzw. miękkie zasoby przedsiębiorstwa, w tym zaufanie, związane głównie z jego kapitałem intelektualnym.

Celem artykułu jest dyskusja nad znaczeniem, jakie ma w przedsiębiorstwie zaufanie, zarówno wewnętrzne, jak i zewnętrzne. Dodatkowo zawiera on wyniki badań własnych, których tematem jest ocena poziomu zaufania w przedsiębiorstwach należących do branż high-tech w Wielkopolsce.

**Słowa kluczowe:** zaufanie, ocena zaufania, przedsiębiorstwa high-tech

### 1. WPROWADZENIE

Każdy podmiot gospodarczy poddawany jest obecnie intensywnemu wpływowi otoczenia. Za podstawowe czynniki przyczyniające się do turbulentności otoczenia można uznać (Jasiński, 2005, 16):

- globalizację rynków zbytu,
- rozwój nowych technologii,
- postępującą konsolidację przedsiębiorstw,
- zmiany społeczne,

---

\* Politechnika Poznańska, Wydział Inżynierii Zarządzania, ORCID: 0000-0003-0725-8613, ResearcherID: N-3156-2014.

- rosnącą rolę ekologii,
- narastające niepokoje gospodarcze,
- zmiany na mapie politycznej świata,
- światowy terroryzm.

Wpływ i wzajemne oddziaływanie wymienionych czynników powodują niestanną destabilizację otoczenia gospodarczego, w którym funkcjonują współczesne przedsiębiorstwa. W obliczu tych zmian siły potrzebnej do przetrwania i zapewnienia stabilizacji organizacji należy szukać w ich wnętrzu. Współczesne przedsiębiorstwo powinno być elastyczne i umieć się dostosowywać do wciąż zmieniających się warunków rynkowych. Czynnikiem, który uznaje się za jeden z kluczowych w uzyskiwaniu elastyczności i na którym warto opierać zdolność do adaptacji, może być zaufanie. Zaufanie jest pojęciem abstrakcyjnym, z pogranicza sfer emocjonalnej i racjonalnej. Początkowo rozpatrywano je w obszarach teologii i filozofii, z czasem zostało wprowadzone do psychologii i socjologii, a obecnie występuje jako zjawisko ekonomiczne i biznesowe. Rezultatem tego jest widoczna w literaturze przedmiotu mnogość podejść do definiowania zaufania, a co się z tym wiąże – do jego pomiaru.

Zaufanie można rozumieć za Sztompką jako „swoiste zakłady na temat przyszłych, niepewnych działań innych ludzi” (Sztompka, 2006, 310). Autor podkreśla, że zaufanie to swego rodzaju przekonanie i oparte na nim działanie oraz jego efekty, również w postaci produktów (Sztompka, 2007, 71, 111). Inną definicją, charakteryzującą się nieco większą precyzją w opisie zaufania i okoliczności, w których występuje w przedsiębiorstwie, posługuje się Hosmer: „zaufanie to zależność osoby, grupy lub firmy od dobrowolnie zaakceptowanego obowiązku w stosunku do drugiej osoby, grupy czy firmy. Jego celem jest rozpoznanie i ochrona praw oraz interesów podmiotów zaangażowanych we wspólne przedsięwzięcie i wymianę ekonomiczną” (Hosmer, 1995, 379–403). W definicji tej są zauważalne dwa aspekty charakterystyczne dla zaufania. Po pierwsze, chodzi o działanie, o którym wspomina również Sztompka. Istnienie zaufania przejawia się w konkretnych zachowaniach, opartych na deklaracjach i przekonaniach. Same przekonania nie wystarczą; mogą być zwyczajnie próbą dostosowania się do pewnych norm, nie mając odzwierciedlenia w działaniu (Grudzewski et al., 2009, 17). Po drugie, przytoczona definicja zaufania odnosi się do prowadzonych wspólnie interesów, a więc działań opartych na rachunku korzyści i kosztów w przedsiębiorstwie. Lista czynności, które należy wykonać przy zawieraniu transakcji biznesowej, musi zostać zredukowana, tak aby mieć czas na to, co jest najbardziej istotne dla jej powodzenia. Do tego niezbędne jest zaufanie. Stanowi ono realną, praktyczną wartość ekonomiczną, zwiększającą wydajność systemu i produktywność przedsiębiorstw.

Celem artykułu jest identyfikacja roli zaufania w przedsiębiorstwie ze szczególnym uwzględnieniem jego udziału w tworzeniu kapitału społecznego. Prezentację ustaleń badaczy w tym zakresie wsparto wynikami badań własnych na temat oceny poziomu zaufania w wielkopolskich przedsiębiorstwach należących do branż high-tech.

## 2. ZAUFANIE W ORGANIZACJI

Zaufaniem jako istotnym elementem sukcesu organizacyjnego zajmowano się już w latach 70. XX w. (Argyris, 1973; Likert, 1967; McGregor, 1960), jednak wraz z upływem czasu zaczęto je rozpatrywać w kontekście uzyskiwania elastyczności. Zaufanie w organizacji jest postrzegane jako katalizator jej wyników (Sankowska, 2011, 73). Pod wpływem zaufania otwierają się nowe możliwości wynikające z nawiązywania i utrzymywania dobrowolnej współpracy. Jednak, jak podkreśla Sankowska (2011, 73), zaufanie i współpracę należy rozumieć rozłącznie; nie są to pojęcia tożsame. Współpraca może być bowiem nawiązywana i utrzymywana również pod wpływem przymusu czy zastraszenia, a więc w okolicznościach niezwiązanych z zaufaniem. Zdaniem Fukuyamy (1996, 27) ludzie, którzy sobie nie ufają, będą funkcjonować tylko w systemie formalnym, tj. w strefie zasad i regulacji, które zostaną wcześniej zapisane i uzgodnione, a nawet wymuszone.

W odniesieniu do wartości przedsiębiorstwa należy stwierdzić, że zaufanie przenika wiele jej składowych, w szczególności: kapitał społeczny, kapitał ludzki oraz kapitał strukturalny (organizacyjny) (Bratnicki, 2000, 101). Są to elementy kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa. Terminu „zaufanie” najczęściej używa się w odniesieniu do kapitału społecznego. Zdaniem Sztompki (2007, 71) jest to najcenniejsza jego odmiana. Według J. Colemana, autora jednego z najbardziej opiniotwórczych podejść do omawianego zjawiska, kapitał społeczny należy rozumieć jako dowolny aspekt nieformalnej organizacji, który zapewnia zasoby produkcyjne innym podmiotom, a jego istnienie przejawia się w umiejętnościach współpracy międzyludzkiej w obrębie grup i organizacji, która ma na celu prowadzenie wspólnych interesów i wymaga zaangażowania takich czynników, jak zaufanie, normy oraz wzajemne powiązania (Coleman, 1988, 95–120). Zdaniem McElroya (2002, 30–39) kapitał społeczny wraz z zaufaniem jest istotną częścią kapitału intelektualnego, a jego pomijanie oznacza utratę szansy poznania elementarnych uwarunkowań uczenia się, tworzenia innowacji i adaptowania do zmian rynkowych. W koncepcji McElroya kapitał społeczny jest warunkiem koniecznym istnienia pozostałych form kapitału intelektualnego. Dodatkowo jest on także kluczowy w kreowaniu tzw. klimatu innowacyjnego z uwagi na płynniejszy przepływ wiedzy w porównaniu ze strukturami, które cechują się mniejszym zaufaniem.

Podobny pogląd wyrażają Grudzewski et al. (2009, 13), według których na obraz zaufania, przejawiającego się w funkcjonowaniu współczesnych przedsiębiorstw i gospodarki, w dużej mierze składa się rosnąca rola czynników niematerialnych (wiedzy i kapitału społecznego). Coraz częściej upatruje się w nich źródło tworzenia wartości przedsiębiorstw i zasobów umożliwiających osiągnięcie i utrzymywanie przewagi konkurencyjnej. Rola, jaką odgrywa zaufanie, jest związana z relacjami, których dotyczy, zarówno wewnętrznych, jak i zewnętrznych. W ramach zaufania wewnętrznego kluczowe jest zaufanie na linii przełożony–pracownik. Przy tak wąskim rozumieniu zaufania organizacyjnego widoczna staje się znacząca

rola bezpośredniego przełożonego czy współpracownika, który kształtuje gotowość do pracy czy poziom wykonania zadania. Należy przy tym dodać, że charakter tych relacji w przedsiębiorstwie powinien być dwukierunkowy. Zaufanie jest bowiem oparte na wypełnianiu zobowiązań nie tylko pracowników wobec organizacji (przełożonych), lecz także organizacji (przełożonych) wobec pracowników (Kapuścik, 2015, 141–143).

Zaufanie organizacyjne sprzyja poczuciu stabilizacji oraz przekonaniu, że przedsiębiorstwo funkcjonuje w sposób efektywny, co wywołuje zaangażowanie w pracę oraz utożsamianie się z jego działalnością. Zaangażowanie i satysfakcja pełnią funkcję motywacyjną w przedsiębiorstwie, co przekłada się na skuteczne osiągnięcie zamierzonych celów organizacji i na efekty pracy (Rudzewicz, 2016, 262; 2017, 292). Wśród czynników kształtujących zaufanie organizacyjne najczęściej wymienia się: troskę o pracowników, otwartość i szczerłość, identyfikację, rzetelność, kompetencje (Shockley-Zalabak, Morreale, Hackman, 2010, 28).

Zaufanie zewnętrzne jest związane z zawieraniem transakcji biznesowych. Zdaniem Williamsona organizacje powinny funkcjonować zgodnie z założeniem, że jednostkom nie można ufać, gdyż rozpoznanie tych godnych zaufania jest zadaniem niemal niemożliwym z uwagi na nacechowanie agentów relacji wysokim ryzykiem oportunistycznym (Williamson, 1985). Twierdzenie to opiera się na przekonaniu, że jednostki nieustannie poszukują własnych korzyści. Zgodnie z teorią kosztów transakcyjnych system powinien być ukierunkowany na ich minimalizację z jednoczesnym zapewnieniem bezpieczeństwa wobec istniejącego ryzyka występowania zachowań oportunistycznych (Sankowska, 2011, 81). Odpowiedzią na te oczekiwania może być zaufanie. Jak twierdzi Fukuyama (1997, 39), zaufanie nie jest warunkiem koniecznym wymiany ekonomicznej, ale najefektywniejsze formy współpracy są charakterystyczne dla społeczności o wysokim jego poziomie i dzięki temu nie wymagają rozwijania złożonych systemów umów i regulacji prawnych. Przyczynia się to do skrócenia czasu poszukiwania, kontraktowania i monitorowania nawiązywanych relacji biznesowych, a także egzekwowania ich warunków oraz dodatkowo do obniżenia wydatków na transakcję przez eliminację kosztów weryfikacji i kontroli partnera oraz jej przebiegu. Jak wyjaśnia Gajowiak (2009, 60), dzięki zaangażowaniu kapitału społecznego zmniejsza się wydatki na uwydatnienie wewnętrznych cech, które pozwoliłyby na zwiększenie własnej wiarygodności lub zaufania w otoczeniu. Pozwala to na pewne przesunięcia w strukturze wydatków, a w konsekwencji na ich zwiększenie w obszarze podstawowej działalności przedsiębiorstwa (np. produkcji dóbr i usług).

### 3. WYNIKI BADAŃ

#### 3.1. Opis badań

Poniższa analiza została wykonana z uwzględnieniem danych pochodzących z badań ilościowych prowadzonych w szerszym zakresie, a dotyczących kapitału społecznego w przedsiębiorstwie. Populacja badawcza obejmowała 263 przedsiębiorstwa z Wielkopolski, należące do branż zaawansowanych technologii. Przyjmuje się, że branże zaawansowane technologicznie to rodzaje działalności kwalifikowane do najwyższego, czyli czwartego stopnia zaawansowania techniki i zaangażowania wiedzy w usługach (wyróżniamy tu: technikę wysoką, technikę średnio wysoką, technikę średnio niską i technikę niską). Podstawą omawianej klasyfikacji jest metodologia Eurostatu, oparta na sprawozdawczości statystycznej państw członkowskich, kandydujących i stowarzyszonych w Europejskim Stowarzyszeniu Wolnego Handlu (EFTA) oraz stron trzecich. Branże te są nazywane inaczej *high technology* lub w skrócie *high-tech*.

W ramach tej klasyfikacji do branż zaawansowanych technologii zaliczane są, zgodnie z Polską Klasyfikacją Działalności (PKD 2007), następujące rodzaje działalności produkcyjnej i usługowej (*Nauka...* 2012):

- produkcja podstawowych substancji farmaceutycznych oraz leków i pozostałych wyrobów farmaceutycznych (C 21),
- produkcja komputerów, wyrobów elektronicznych i optycznych (C 26),
- produkcja statków powietrznych, kosmicznych i podobnych maszyn (C 30.3),
- działalność związana z produkcją filmów, nagrań wideo, programów telewizyjnych, nagrań dźwiękowych i muzycznych (J 59),
- nadawanie programów ogólnodostępnych i abonamentowych (J 60),
- telekomunikacja (J 61),
- działalność związana z oprogramowaniem i doradztwem w zakresie informatyki oraz działalność powiązana (J 62),
- działalność usługowa w zakresie informacji (J 63),
- badania naukowe i prace rozwojowe (M 72).

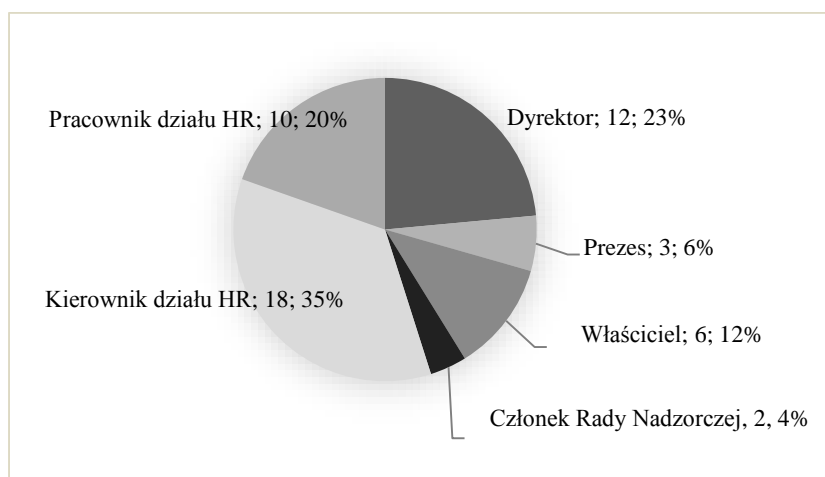
Badaniem objęto przedsiębiorstwa małe i średnie<sup>1</sup>, a więc zatrudniające od 10 do 249 pracowników. Z badania wykluczono przedsiębiorstwa mikro oraz duże. Główną przesłanką tej selekcji było umocowanie kapitału społecznego (w tym zaufania) w strukturze relacji społecznych, co czyniłoby bezzasadnym wnioskowanie na podstawie danych pochodzących z przedsiębiorstw mikro (często jednoosobowych). Dodatkowo pominięto także przedsiębiorstwa duże, zatrudniające co naj-

---

<sup>1</sup> Klasyfikacji przedsiębiorstw jako mikro, małe, średnie i duże dokonano na podstawie zalecenia Komisji Wspólnot Europejskich nr 2003/361/WE z dnia 6 maja 2003 r. dotyczącego definicji małych i średnich przedsiębiorstw (Dz.U. L 124 z 20.5.2003, 36).

mniej 250 pracowników, gdyż dostęp do danych tych firm byłby znacznie utrudniony. Specyfika branży wskazuje, że są to firmy z dużym kapitałem, nierzadko zagranicznym, w związku z czym autonomia decyzyjna w kwestii udostępniania danych do badań jest ograniczona.

Badanie kierowane było do pracowników, kierowników lub dyrektorów działów zajmujących się zarządzaniem zasobami ludzkimi w przedsiębiorstwie, lub też do właścicieli przedsiębiorstw (po jednym przedstawicielu z każdego przedsiębiorstwa). W badaniach ilościowych wśród przedstawicieli przedsiębiorstw zastosowano przygotowany wcześniej kwestionariusz ankiety oraz wykorzystano technikę CATI (wywiady telefoniczne wspomagane komputerowo). Ostatecznie uzyskano 51 wywiadów efektywnych (z 41 przedsiębiorstw małych i 10 przedsiębiorstw średniej wielkości), co stanowi odsetek zdefiniowanej populacji na poziomie 19,4%. Strukturę grupy respondentów według pełnionej w przedsiębiorstwie funkcji przedstawiono na rys. 1.



Rys. 1. Struktura respondentów według pełnionej funkcji z uwzględnieniem stanowiska, liczebności oraz odsetka w badanej grupie. Opracowanie własne

Materiałem wyjściowym do rozważań przedstawionych w niniejszym artykule są odpowiedzi na pytania pozwalające ocenić poziom zaufania w przedsiębiorstwach. Respondenci udzielali odpowiedzi z wykorzystaniem 5-stopniowej skali porządkowej, gdzie poszczególnym punktom przypisano następujące znaczenia:

- 1: zdecydowanie nie; bardzo rzadko; zjawisko zerowe lub znikome; bardzo nisko,
- 2: raczej nie; rzadko; raczej nisko,
- 3: trudno powiedzieć; średnio,
- 4: raczej tak; często; raczej wysoko,
- 5: zdecydowanie tak; bardzo często; bardzo wysoko.

### 3.2. Poziom zaufania w przedsiębiorstwach high-tech

Z przeprowadzonych badań wynika, że poziom zaufania w badanych wielkopolskich przedsiębiorstwach high-tech nie należy do wysokich. Ogólny wskaźnik zaufania, liczony jako średnia arytmetyczna ocen przypisanych do poszczególnych jego składników przez przedstawicieli przedsiębiorstw, wyniósł 3,75. Pytania stanowiące zestaw charakterystyk opisujących zaufanie w przedsiębiorstwie, jak również wartości ich postawowych miar statystycznych, zestawiono w tab. 1.

Tabela 1. Składowe zaufania

Wyszczególnienie	$\bar{x}$	$d$	$q_1$	$m_e$	$q_3$	$q_3 - q_1$
1. Czy relacje nawiązywane ze współpracownikami są także koleżeńskie/przyjacielskie?	4,00	5	4	4	5	1
2. Czy praca daje poczucie stabilizacji (pod względem zdrowotnym, socjalno-bytowym itp.)?	4,18	4	4	4	5	1
3. Poziom zaufania do współpracowników	3,90	4	3	4	4	1
4. Dochowywanie tajemnic przez większość współpracowników	3,90	4	3	4	4	1
5. Umiejętności pracowników	4,12	4	4	4	4,5	0,5
6. Poziom wzajemnego zaufania wśród pracowników	3,78	4	3	4	4	1
7. Poziom zaufania do kierownictwa	3,67	4	3	4	4	1
8. Zawartość wiedzy organizacyjnej w bazach danych, procedurach, materiałach wewnętrznych	3,73	4	3	4	4	1
9. Stopień, w jakim zaufanie jednostek biznesowych w firmie zwiększa wymianę zasobów (wiedzy, informacji, umiejętności) pomiędzy pracownikami	3,54	3	3	3,5	4	1
10. Stopień, w jakim zaufanie warunkuje poziom współpracy przedsiębiorstwa z innymi jednostkami	3,58	4	3	4	4	1
11. Stosowanie wysokich zabezpieczeń w stosunku do nowych klientów (np. pierwsza płatność tylko gotówką itp.)	3,12	4	2	3	4	2
Oznaczenia: $\bar{x}$ – średnia arytmetyczna, $d$ – dominanta, $q_1$ – kwartył pierwszy, $m_e$ – mediana, $q_3$ – kwartył trzeci, $q_3 - q_1$ – rozstęp międzykwartyłowy.						

Opracowanie własne.

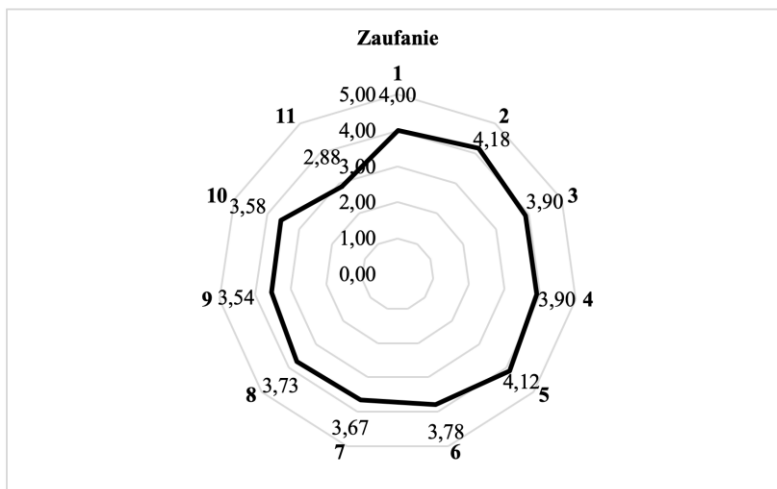
Jak wynika z przeprowadzonych badań, respondenci najwyżej ocenili poczucie stabilizacji w pracy. Pewność, że w przedsiębiorstwie zwraca się dużą uwagę na otoczenie pracowników opieką zdrowotną i na zapewnienie zaplecza socjalnego, daje poczucie bezpieczeństwa i wzmacnia więź z miejscem pracy. Sprzyja to tworzeniu klimatu zaufania w środowisku pracy. Na pytanie „czy praca daje poczucie stabilizacji?” aż 44 osoby udzieliły odpowiedzi twierdzących („raczej tak” lub „zdecydowanie tak”), tak samo jak na pytanie odnoszące się do oceny umiejętności pracowników. Można było jednak dostrzec różnice w rozkładzie ocen punktowanych jako 4 i 5 (ocenę 4 przyznało aż 31 osób), które zdecydowały o tym, że ten czynnik znalazł się na drugiej pozycji.

Warto nadmienić, że sformułowany zestaw pytań odnoszących się do oceny poziomu zaufania w przedsiębiorstwie dotyczy cech stanowiących w większości jego stymulanty. Wyjątek dotyczył pytania 11 – w tym przypadku wyższe oceny przyznawane przez respondentów świadczyły o niższym poziomie zaufania. W związku z tym, że pytanie 11 dotyczy cechy uznanej za destymulantę zaufania w przedsiębiorstwie, w celu wyznaczenia jego ogólnego poziomu należało zastosować odwróconą skalę odpowiedzi (ocenie 1 przypisano 5 punktów, ocenie 2 – 4 punkty itd.). Korekty tej użyto do obliczenia wyniku końcowego, czyli oceny poziomu zaufania w badanych przedsiębiorstwach.

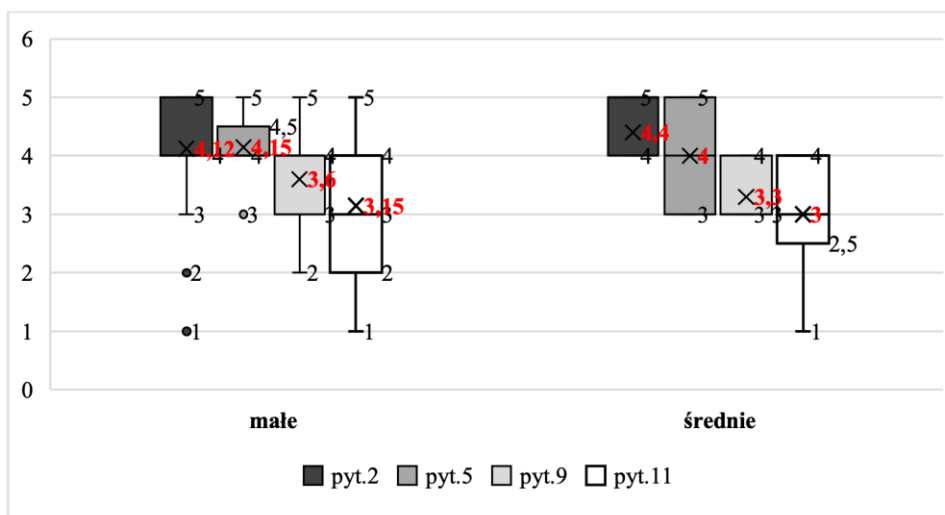
W tabeli 1 podano wartości wyjściowe (bez przeskalowywania). Gdyby analiza dotyczyła tego, które z wymienionych charakterystyk najbardziej przyczyniły się do budowania zaufania w przedsiębiorstwach, wysokie zabezpieczenia znalazłyby się na ostatniej pozycji (por. rys. 2). Czynnik ten jest związany z zaufaniem zewnętrznym, czyli wobec partnerów biznesowych. Niskie oceny świadczą o dużej nieufności przedsiębiorców wobec nowych klientów. Wynika stąd, że czynnik ten miał największy wpływ na spadek zaufania w badanych przedsiębiorstwach. Ponadto z przyznanych ocen wynika, że zaufanie między jednostkami biznesowymi nie wpływa znacząco na wymianę zasobów (w tym wiedzy) między pracownikami i odwrotnie – zaufanie budowane wewnątrz przedsiębiorstwa nie jest znaczącym czynnikiem sprzyjającym współpracy z otoczeniem (pytania 9 i 10).

Biorąc pod uwagę wielkość przedsiębiorstw, nie dostrzega się znaczącej różnicy między przedsiębiorstwami małymi i średnimi pod względem ogólnego poziomu zaufania. Wynik w drugiej z tych grup (3,77) jest tylko minimalnie wyższy od średniej ocen w przedsiębiorstwach małych (3,75). Można zatem stwierdzić, że wielkość przedsiębiorstwa nie jest kryterium różnicującym ocenę ogólnego poziomu zaufania. Podobne wnioski można sformułować na podstawie analizy danych przedstawionych na rys. 3, obrazującym zmienność ocen odnoszących się do wybranych pytań (o najwyższej i najniższej średniej ocen).





Rys. 2. Struktura zaufania w ocenie przedsiębiorców. Opracowanie własne

Rys. 3. Rozkład zmienności ocen dotyczących wybranych cech zaufania w przedsiębiorstwach *high-tech*. Opracowanie własne

Średnie oceny nie różniły się znacząco w grupach przedsiębiorstw małych oraz średnich. Nieco większe wartości w grupie przedsiębiorstw średnich w porównaniu z przedsiębiorstwami małymi można zauważyć w przypadku pytań: 1, 2, 3, 4, 10 i 11. W przypadku pozostałych pytań tendencja była odwrotna, tzn. wyższe oceny

dostrzegano w grupie firm małych. Na tej podstawie można sformułować wnioski odnoszące się do poszczególnych grup przedsiębiorstw.

W przedsiębiorstwach średnich dostrzega się nieco wyraźniej:

- umacnianie relacji w przedsiębiorstwie i ich przenoszenie na sferę prywatną,
- poczucie stabilizacji pod względem socjalno-bytowym i pod względem opieki zdrowotnej,
- wzrost zaufania do współpracowników,
- wzrost lojalności,
- wpływ zaufania na współpracę z otoczeniem,
- łagodniejsze procedury transakcyjne wobec nowych klientów.

Z kolei w przedsiębiorstwach małych nieco bardziej widoczne są wyższe oceny w odniesieniu do:

- umiejętności pracowników,
- wzajemnego zaufania obserwowanego wśród pracowników,
- poziomu zaufania do kierownictwa,
- gromadzenia wiedzy organizacyjnej w bazach danych i materiałach wewnętrznych firmy (większa otwartość na dzielenie się wiedzą),
- przełożenia zaufania otoczenia wobec przedsiębiorstwa na współpracę między pracownikami.

#### 4. PODSUMOWANIE

Przedstawione w artykule stanowisko odnośnie do znaczenia zaufania w przedsiębiorstwie jest odpowiedzią na rosnące wymagania w stosunku do obecnie funkcjonujących przedsiębiorstw. Wymagania te skupiają się na utrzymaniu elastyczności, tak aby reakcja na zmieniające się warunki była możliwie jak najszybsza. W obliczu tych zmian, związanych z rozwojem gospodarki opartej na wiedzy, przedsiębiorstwa stoją przed koniecznością redefiniowania źródeł przewagi konkurencyjnej. Choć wciąż istnieje pewna luka badawcza w obszarze wpływu zaufania na działalność przedsiębiorstw, zgromadzone dotąd dane potwierdzają następujące korelacje (Sankowska, 2011, 195):

- klimat zaufania organizacyjnego jest pozytywnie powiązany z zarządzaniem wiedzą,
- zarządzanie wiedzą jest pozytywnie związane z innowacyjnością,
- innowacyjność oraz efektywność organizacji są pozytywnie związane z jej pozycją rynkową,
- występuje pozytywna relacja pomiędzy klimatem zaufania a procesem transferu oraz aplikacji wiedzy,
- organizacje o wysokim poziomie zaufania organizacyjnego osiągają lepsze wyniki.

Na podstawie zaprezentowanych wyników badań własnych dostrzega się wciąż istniejącą „lukę zaufania”, którą można i należałoby uzupełnić. Dotyczy to szczególnie zaufania jako czynnika sprzyjającego dystrybucji wiedzy, który w obliczu omówionych wyżej zmian mógłby się okazać kluczowy dla osiągnięcia i utrzymania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw.

## LITERATURA

- Argyris, C. (1973). *On organization of the future*. Beverly Hills: Sage.
- Bratnicki, M. (2000). *Podstawy współczesnego myślenia o zarządzaniu*. Dąbrowa Górnicza: Triada.
- Coleman, J. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94.
- Fukuyama, F. (1996). *Trust. The social virtues and the creation of prosperity*. New York: Free Press Paperbacks.
- Fukuyama, F. (1997). Social Capital and the Modern Capitalist Economy: Creating a High Trust Workplace. *Stern Business Magazine*, 4(1).
- Gajowiak, M. (2009). Przesłanki i źródła wzrostu kapitału społecznego w kontekście strategii bolońskiej. In: W. Jarmołowicz (Ed.). *Zeszyty Naukowe UE w Poznaniu*, 121, *Ekonomiczne i społeczne determinanty wzrostu kapitału społecznego*.
- Grudzewski, W.M., Hejduk, I., Sankowska, A., Wańtuchowicz, M. (2009). *Zarządzanie zaufaniem w przedsiębiorstwie: koncepcja, narzędzia, zastosowania*. Kraków: Wolters Kluwer Business.
- Hosmer, L.T. (1995). Trust: the connecting link between organizational theory and philosophical ethics. *Academy of Management Review*, 20(2).
- Jasiński, B. (2005). Elastyczność organizacji jako odpowiedź na turbulencje otoczenia. In: R. Krupski (Ed.). *Zarządzanie przedsiębiorstwem w turbulentnym otoczeniu*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Kapuścik, E. (2015). Dylematy nadużycia zaufania intraorganizacyjnego w organizacjach publicznych. *Zeszyty Naukowe WSH. Zarządzanie*, 2.
- Likert, L. (1967). *The human organization: its management and value*. New York: McGraw-Hill.
- McElroy, M.W. (2002). Social innovation capital. *Journal of Intellectual Capital*, 3, 1.
- McGregor, D. (1960). *The Human Side of Enterprise*. New York: McGraw-Hill.
- Nauka i technika w 2011 r.* (2012). Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.
- Rudzewicz, A. (2016). Zaufanie wewnętrzne i zewnętrzne w przedsiębiorstwie. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. Studia Ekonomiczne*, 255.
- Rudzewicz, A. (2017). Zaufanie w przedsiębiorstwie. Znaczenie i pomiar. *Journal of Management and Finance. Zarządzanie i Finanse*, 15, 2/1.

- Sankowska, A. (2011). *Wpływ zaufania na zarządzanie przedsiębiorstwem – Perspektywa wewnątrzorganizacyjna*. Warszawa: Difin.
- Shockley-Zalabak, P., Morreale, S.P., Hackman, M.Z. (2010). *Building the high-trust organization. Strategies for supporting key dimensions of trust*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Sztompka, P. (2006). *Socjologia*. Kraków: Znak.
- Sztompka, P. (2007). *Zaufanie. Fundament społeczeństwa*. Kraków: Znak.
- Williamson, O. (1985). *The Economic Institution of Capitalism*. New York: Free Press.

## ASSESSMENT OF TRUST IN CHOSEN HIGH-TECH ENTERPRISES

### Summary

Currently, enterprises operate in a turbulent environment. This is related to the progressing globalization processes, the development of the knowledge-based economy, supported by the development of advanced technologies. Therefore, managers are forced to take actions aimed at increasing the flexibility of the organization. The identification of sources of building and achieving competitive advantage are concentrated around factors that can provide this flexibility. They are the so-called soft enterprise resources, mainly related to its intellectual capital.

The purpose of the article is to discuss the importance of trust in the company, both internal and external. In addition, it contains the results of own research on the assessment of the level of trust in enterprises belonging to the high-tech industries in the Wielkopolska region.

**Keywords:** trust, trust rating, high-tech enterprises