

**Ewa Stawicka**

Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa  
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

## **Koncepcja społecznej odpowiedzialności wobec rolnictwa**

### **Wstęp**

Coraz częściej podkreśla się ważność koncepcji społecznej odpowiedzialności (Corporate Social Responsibility – CSR), szczególnie kiedy w dobie postępu technologicznego i skomplikowanym globalnym systemie gospodarczym (współpraca na globalnym rynku, zderzenie kultur w międzynarodowych stosunkach gospodarczych, odpowiedzialność za środowisko naturalne, zrównoważony rozwój gospodarczy czyli ekorozwój) istnieje konieczność współpracy różnych grup podmiotów gospodarczych. Obecnie wskazuje się, że zaangażowanie społeczne, istnienie więzi, zaufania jest elementem rzutującym na rozwój organizacji. Swoistość idei społecznej odpowiedzialności zakłada odchodzenie od tradycyjnego postrzegania firmy, przedsiębiorstwa, korporacji, gospodarstwa rolniczego jako organizacji autonomicznej, która wytwarza określone dobro w oderwaniu od sytuacji społecznej, w której funkcjonuje. Organizacja jest bowiem zbiorem interesów tych, którzy są wewnątrz i na zewnątrz niej a wszelkie działania produkcyjne czerpią zasoby ze środowiska naturalnego i koniecznością jest racjonalne ich zagospodarowanie.

Ważne jest również, aby koncepcja społecznej odpowiedzialności stała się integralną częścią wszelkiej działalności gospodarczej i codzienną praktyką. Firmy funkcjonujące na globalnym rynku coraz efektywniej wykorzystują etykę do interesów ekonomicznych. Również w rolnictwie kierownicy gospodarstw powinni dążyć do rzetelnego postępowania, prowadzenia działań zgodnie z zasadami etyki. Gospodarstwo rolnicze powinno być społecznie wrażliwe za działanie i otoczenie.

Celem artykułu jest ukazanie znaczenia koncepcji społecznej odpowiedzialności oraz zasugerowanie, że tworzenie kapitału społecznego, więzi, zaufania wśród rolników jest ważnym elementem w propagowaniu postawy społecznie odpowiedzialnej w rolnictwie. W artykule przedstawiono zagadnienie CSR w ujęciu teoretycznym, w drugiej części skupiono się na prezentacji wyników

badan przeprowadzonych w 2006 roku wśród grupy stu kierowników gospodarstw województwa mazowieckiego. Badania dotyczyły uczestnictwa kierowników w działaniach społecznych, przynależności do organizacji pozarządowych. Zwrócono również uwagę na stan wiedzy rolników w zakresie (wybiórczych) zagadnień związanych z zagadnieniem CSR jak: bezpieczeństwo życia i pracy, ochrona środowiska. Podkreślono konieczność tworzenia właściwych postaw społecznych, zmian w filozofii myślenia jako warunku wprowadzania zasad CSR w praktykę, jak również jako warunku rozwoju polskiego rolnictwa na globalnym rynku.

## **Spółeczna odpowiedzialność – próba wyjaśnienia zagadnienia**

Według Komisji Europejskiej społeczna odpowiedzialność w biznesie to koncepcja dobrowolnego uwzględniania przez organizację aspektów społecznych i ekologicznych podczas prowadzenia działań handlowych i w kontaktach z interesariuszami [Zielona Księga].

Podobnie J. McGuire podkreśla, że przedsiębiorstwa ponoszą nie tylko odpowiedzialność ekonomiczną i prawną, ale także pewien zakres odpowiedzialności przed całym społeczeństwem [McGuire, 1963, s. 144; Rybak, 2004, s. 28].

Zachęcanie do zachowań etycznych i wprowadzanie zmian wewnątrz organizacji wiąże się z koniecznością poprawy świadomości ludności i zrozumieniem, iż działania tylko i wyłącznie dla zysku mają wiele negatywnych zjawisk ubocznych. Te z kolei pociągają za sobą skutki nieodwracalne: „niszczenie środowiska ludzkiego i naturalnego, groźba skażeń nuklearnych i toksycznych, monopolizacja rynków, asymetryczny dostęp do informacji, a także nasilanie się takich zjawisk, jak nadmierna konsumpcja, szary i czarny rynek, nieojojalność i nieuczciwość konkurencji” [Klimczak, 1999, s. 103].

Spółeczną odpowiedzialność biznesu można rozpatrywać w wymiarze wewnętrznym (wewnętrzne struktury: bezpieczeństwo pracy, zarządzanie zasobami ludzkimi, zarządzanie surowcami zużywanymi przez przedsiębiorstwo, wpływem działalności przedsiębiorstwa na środowisko naturalne) i zewnętrznymi (działania poza wewnętrzną strukturę: wpływ na społeczności lokalne, stosunki z interesariuszami zewnętrznymi i innymi instytucjami, przestrzeganie praw człowieka, troska o środowisko naturalne).

Dotychczasowe analizy wskazują, że można wyodrębnić dwa modele społecznej odpowiedzialności. Model *after profit obligation*, opisany przez Archie B. Carroll, który nawiązuje do hierarchii potrzeb według Maslowa oraz model

before profit obligation stworzony na podstawie przeciwieństwa do modelu pierwszego. Model after profit obligation zawiera cztery stopnie odpowiedzialności przedsiębiorstwa (w hierarchicznym układzie wg koncepcji Maslowa od elementarnego do wyższego rzędu): ekonomiczną, prawną, etyczną i filantropijną (tab. 1). Model before profit obligation ma na celu zaakcentowanie, że konkretna korporacja działająca w pewnej strukturze społecznej musi przestrzegać obowiązujących w niej reguł, podtrzymywać ład społeczny i w tych dopiero ramach realizować cel ekonomiczny.

**Tabela 1**

Model społecznej odpowiedzialności według A.B. Caroll

4. Odpowiedzialność filantropijna „dobry obywatel”
3. Odpowiedzialność etyczna „działania etyczne”
2. Odpowiedzialność prawna „przestrzeganie prawa”
1. Odpowiedzialność ekonomiczna „przynoszenie zysku”

Źródło: Caroll A. B.: Business and Society: Ethics and Stakeholder Management, wyd. 2, College Division South-Western Publishing Co, Ohio 1993, s. 35.

Model Carrola na najwyższym szczeblu, czyli jako najważniejszą przedstawia odpowiedzialność ekonomiczną. Według tego założenia przedsiębiorstwo przede wszystkim powinno przynosić zysk albo przynajmniej nie przynosić strat, dopiero później można mówić o innych rodzajach odpowiedzialności. Ekonomiczna odpowiedzialność jest określana jako fundamentalna, podobnie jak egzystencjonalne potrzeby człowieka. Pozostałe poziomy społecznej odpowiedzialności to zobowiązania dodatkowe, mogą powstawać wtedy kiedy firma osiąga satysfakcjonujący zysk.

Odmienny, przeciwstawny model before profit obligation zakłada, że moralna strona wyborów dokonywanych przez jednostki jest podstawą, fundamentem w koncepcji społecznej odpowiedzialności. Wobec tego model ten ukazuje ważność moralnych wyborów, właściwych wyborów, kierowania się etyką zawodową i ogólnoludzką w działalności gospodarczej. Moralne kierownictwo, indywidualne preferencje osób zarządzających, moralna załoga, organizacja, moralne zachowania wpływają na budowanie trwałych więzi między interesariuszami i tworzą przewagę konkurencyjną (uczciwość, zaufanie, lojalność itd.). Należy podkreślić, że ogromne znaczenie w tworzeniu właściwej postawy w kierunku społecznej odpowiedzialności ma wewnętrzna wrażliwość, etyka osobista. Natomiast nie bez znaczenia jest poziom rozwoju moralnego człowieka, im wyższy

tym większe prawdopodobieństwo dokonywania moralnych wyborów w kierunku społecznej odpowiedzialności.

Rozwój moralny człowieka jest więc elementem najbardziej znaczącym w propagowaniu społecznej odpowiedzialności we wszelkich organizacjach. W praktyce trudno jest ustalić kto w organizacji jest odpowiedzialny za niemoralne działania, tylko zachowanie według ogólnie przyjętych norm i uznawanych wartości (wysoki rozwój moralny menedżerów) może przyczyniać się do budowania trwałej przewagi konkurencyjnej jaką jest społeczna odpowiedzialność w działalności gospodarczej. Za R.T. De George'em, „Musimy mieć moralne osoby, jeśli chcemy mieć moralny biznes” [De George, 1995, s. 573].

Idea społecznej odpowiedzialności zawiera w sobie również aspekt zrównoważonego rozwoju (ekorozwoju). Powstaje zatem zależność pewnych wymiarów 3 razy E = ekonomiczność, efektywność, etyka. Coraz częściej zwraca się uwagę również na wymiar społeczny i środowiskowy, tworzenie kapitału społecznego i ekorozwój. Firma, która deklaruje i przestrzega zasad etycznych i wykazuje się zaangażowaniem społecznym staje się bardziej wiarygodna w oczach opinii publicznej a przez to buduje pozytywny wizerunek na zewnątrz.

M. Adamowicz podkreśla, że „od efektywności wyznaczania i realizacji celów łączących aspekt społeczno-ekonomiczny i środowiskowy w znacznym stopniu zależec będzie kreacja nowych funkcji obszarów wiejskich oraz ograniczanie istniejących niekorzystnych zjawisk i pokonanie trudności gospodarczych. Kluczowe znaczenie w tym zakresie ma działalność i współpraca animatorów życia społecznego i ekonomicznego na wsi, w tym liderów, przedsiębiorców, administracji, innych organizacji” [Adamowicz, 2006, s. 7].

## **Kapitał społeczny jako element w budowaniu społecznej odpowiedzialności na wsi**

W budowaniu i propagowaniu koncepcji społecznej odpowiedzialności, w ogóle, niezbędny jest odpowiedni poziom świadomości ludności i właściwa postawa moralna. Wiąże się to również z poziomem kapitału ludzkiego i kapitału społecznego, czyli wiedzy, kwalifikacji oraz istnieniem pewnych wartości jak zaufanie, gotowość do współdziałania, aktywność społeczna oraz obecność w danej wspólnocie autorytetów zdolnych do mobilizacji ludzi. E. Robak twierdzi, że „relacje społeczne ułatwiają adaptacje poszczególnych jednostek, przedsiębiorstw i całych społeczności lokalnych do zmieniających się warunków otoczenia, mogą prowadzić do wzrostu efektywności działań ludzkich” [Robak, 2004, s. 187].

Rozwój i wprowadzanie koncepcji społecznej odpowiedzialności na obszarach wiejskich wiąże się z promowaniem postawy rzetelnych, moralnych działań, przekazywaniem wiedzy, tworzeniem i istnieniem kapitału społecznego, aktywnych osób, które prowadzą działalność gospodarczą zgodnie z zasadami etyki. Rolnicy bardzo chętnie naśladują zachowania liderów, innych rolników. Ważne jest, aby na obszarach wiejskich nie brakowało osób o umiejętnościach organizatorskich i ze specjalistyczną wiedzą, ludzi, którzy swoją postawą zachęcaliby i inspirowali do podejmowania przedsięwzięć na rzecz rozwoju społeczno-gospodarczego wsi w kierunku globalnego rozwoju (społeczna odpowiedzialność, ekorozwój jako przewaga konkurencyjna).

W literaturze przedmiotu występują opinie, że na obszarach wiejskich można spotkać dwie grupy liderów. Jedni nazywani są liderami zmian, stawiają oni konkretne, pragmatyczne cele, a problemy własnej społeczności traktują jako swoje i do szybkiego wykonania. Starają się uczestniczyć i organizować szkolenia, uczyć zachowań przedsiębiorczych, zakładają grupy producenckie, dążą do rozwoju gminy, rozumieją, że funkcjonując w strukturach UE należy poszukiwać rozwiązań swoistych i w kierunku zainteresowania odbiorców wartościami, jakością, etycznymi zachowaniami w biznesie. Drugą grupę stanowią liderzy współpracy, którzy w decydującym stopniu koncentrują się na zachowaniu dobrych i trwałych więzi z innymi i wzmacnianiu tożsamości grupy, niestety również powielaniu starych, dobrze znanych praktyk, ale mało innowacyjnych (działania moralne są często ukierunkowane na nagrody, na osiąganie najwyższych własnych korzyści w wyniku indywidualnych decyzji), trudno więc w tym przypadku mówić o budowaniu przewagi konkurencyjnej bazującej na społecznej odpowiedzialności.

Polska wieś, aby rozwijać się potrzebuje prężnej grupy liderów zmian, aktywnych, dobrze wykształconych ludzi do pracy w nowoczesnych warunkach, gotowych do rywalizacji z konkurentami z innych państw Unii Europejskiej. Gotowych również, w miarę konieczności, na odchodzenie od działań typowo związanych z rolnictwem w kierunku wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich i wprowadzaniu innowacji, działających w zgodzie z trendem sekularnym. Przymuszczalnie również grupa rolników, która cechuje się wysoką jakością kapitału ludzkiego i równocześnie wdraża koncepcję społecznej odpowiedzialności w praktyce ma największe szanse na wykorzystanie pomocy z funduszy UE, angażowanie społeczności lokalnej we wspólne działania oraz godne funkcjonowanie na globalnym rynku (etyczne działania, zachowanie bezpieczeństwa w pracy, stosowanie materiałów bezpiecznych dla zdrowia i życia, wykorzystywanie wysokiej klasy materiałów do produkcji, współpraca ze społecznością lokalną i odbiorcami produktów, zachowanie pozytywnych relacji ze wszystkimi interesariuszami, również ze środowiskiem, np. zagospodarowanie odpadów itd.).

Biznes, który kierowałby się tylko i wyłącznie chęcią zysku mógłby przynieść tragiczne skutki dla wszystkich. Firmy inspirowane zyskiem pod wpływem podejmowania niemoralnych a czasem niezgodnych z prawem działań mogłyby trwając w takiej postawie przynosić szkody (często nieodwracalne) dla szerokiej skali odbiorców: pracowników firmy, odbiorców dóbr. Z tego powodu tak istotna rola koncepcji społecznej odpowiedzialności dla wszystkich działów produkcji, z podkreśleniem działu rolnictwa (produkcja żywności dla społeczeństwa).

Istotne stają się również działania władz lokalnych, które powinny starać się i dążyć do pobudzania aktywności mieszkańców, uświadamiania ich, że bez indywidualnej chęci i zaangażowania nie będzie mowy o sukcesach a także prowadzić audyt zewnętrzny w celu promowania właściwej i negowania złej postawy. Dotyczy to zarówno ich aktywnego zaangażowania w sprawy lokalne, podnoszenia kwalifikacji i umiejętności jak również świadomych działań wspierających zasoby naturalne. Chodzi tu głównie o ideę zrównoważonego, samopodtrzymującego się rozwoju, konieczności – społecznej odpowiedzialności pozostawienia „naszym dzieciom” Ziemi w stanie nie gorszym niż odziedziczyliśmy ją po naszych przodkach. Koncepcja społecznej odpowiedzialności wiąże się z zaangażowaniem w działanie wszystkich interesariuszy uczestniczących w pewnych procesach, jak również mówi o odpowiedzialności wobec całego społeczeństwa (podejmowanie działań społecznie odpowiedzialnych).

Wyniki badań, przeprowadzonych przez autorkę wskazują<sup>1</sup>, że rolnicy to grupa w niewielkim stopniu angażująca się w działania w kierunku społecznej odpowiedzialności. Ogólnie wszelkie przejawy podejmowania wspólnych inicjatyw, są w kwestii zainteresowań niewielkiego odsetka rolników. Co więcej rolnicy wypowiedzieli się, że zaangażowanie społeczne i odpowiedzialność wobec społeczeństwa jest mało ważnym elementem przynoszącym korzyści dla rolnika i jego gospodarstwa (jedynie 9% rolników). Rolnicy angażujący się społecznie jako członkowie organizacji pozarządowych najczęściej należeli do Ochotniczej Straży Pożarnej (14%), do zrzeszeń branżowych (3%), kółek rolniczych (4%), organizacji religijnych (3%), najrzadziej zaś do grup producenckich (1%) czy kół zainteresowań (branżowych). Kierownicy gospodarstw, którzy należeli do organizacji to najczęściej osoby w wieku 41–50 lat (tab. 2), legitymujący się wykształceniem średnim rolniczym, charakteryzujący się tym, że częściej od innych

---

<sup>1</sup>Autorka przeprowadziła badania w których przeanalizowała aspekt uczestnictwa rolników w działaniach społecznych, organizacyjnych w swoich wsiach. Badania przeprowadzono na grupie stu celowo wybranych kierowników gospodarstw rolnych województwa mazowieckiego (w próbie było 19 rolników z wykształceniem podstawowym, 26 z wykształceniem zasadniczym zawodowym rolniczym, 17 z wykształceniem zasadniczym zawodowym nierolniczym, 24 z wykształceniem średnim rolniczym, 7 z wykształceniem średnim nierolniczym, 7 z wykształceniem wyższym rolniczym).

**Tabela 2**

Przynależność kierowników gospodarstw do organizacji pozarządowych według grup wiekowych i wykształcenia [%]

Wiek	Podst.	Zasadnicze zawodowe rolnicze	Zasadnicze Zawodowe nierolnicze	Średnie rolnicze	Średnie nierolnicze	Wyższe rolnicze
21–30	–	–	–	–	–	–
31–40	–	1	–	–	–	–
41–50	–	3	1	3	2	3
51–60	2	–	2	3	–	1
> 60	1	–	–	–	–	–
Razem	3	4	3	6	2	4

Źródło: Badania własne.

rolników uczestniczyli w kursach i szkoleniach. Można potwierdzić, że kontakty z innymi członkami organizacji, a przede wszystkim nowymi sytuacjami i problemami inspirowały do zdobywania informacji, jak również angażowania się w sprawy lokalne. Dla większości rolników, którzy udzielali się w organizacjach pozarządowych aktywność i zaangażowanie społeczne było elementem przynoszącym satysfakcję w życiu prywatnym i zawodowym (działania nie tylko dla własnego dobra, ale również dla dobra organizacji, odnoszenia wspólnych korzyści, nie zawsze materialnych) pośrednio wpływało również na organizację gospodarstwa.

Rolnicy, którzy byli członkami organizacji pozarządowych częściej pełnili również różne funkcje społeczne z wyboru (tab. 3), posiadali dobrze funkcjonujące gospodarstwa (dochód rolniczy wyższy od pozostałych rolników). Częściej współpracowali z innymi rolnikami i specjalistami, na przykład doradcami rolniczymi, zasięgaliby opinii specjalistów, wymieniali pomysły, informacje, poszukiwali wiedzy. Niestety, grupa takich rolników jest bardzo nieliczna.

**Tabela 3**

Pełnienie przez kierownika funkcji społecznej z wyboru według grup wiekowych i wykształcenia [%]

Wiek	Podst.	Zasadnicze zawodowe rolnicze	Zasadnicze zawodowe nierolnicze	Średnie rolnicze	Średnie nierolnicze	Wyższe rolnicze
21–30	–	–	–	–	–	–
31–40	–	–	–	–	–	–
41–50	–	2	1	3	1	1
51–60	1	1	1	2	–	–
> 60	2	–	–	–	–	–
Razem	3	3	2	5	1	1

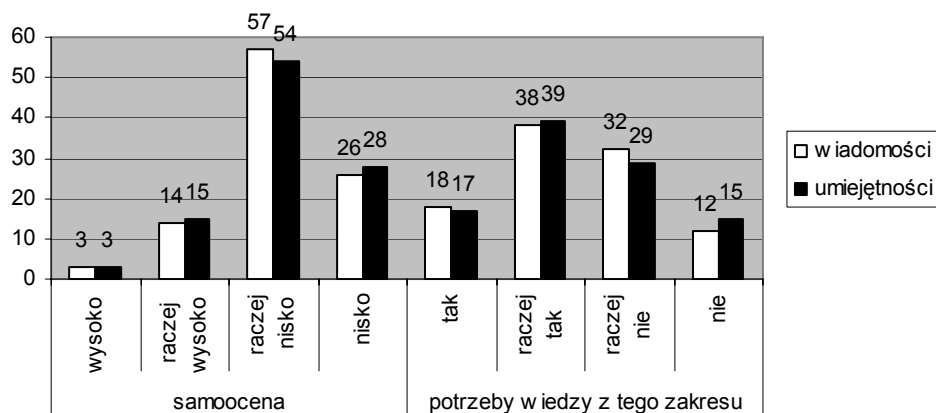
Źródło: Badania własne.

Rolnicy jako grup zawodowa (a przynajmniej większość z nich) są dobrze zorganizowani i mają dużą siłę perswazji. Również chętnie organizują się w celu dokonania jakiejś inicjatywy, jednak są to działania bardzo ogólne, mało sprzyjające przemianom, które powinny zachodzić na obszarach wiejskich. Pomimo tego, że pod względem samoorganizacji rolnicy są grupą najbardziej aktywną (chodzi o działania pomocy sąsiedzkiej, najczęściej przy pracach polowych), wciąż jednak panuje wśród nich klimat wzajemnej nieufności do wspólnego działania w realizacji celów ekonomicznych (duży sceptycyzm do tworzenia grup producenckich, pozyskiwania wiedzy, postawa wyczekiwania), co po części można uzasadnić uwarunkowaniami historycznymi. Taka postawa jest utrudniającą w adaptacji do szybkich, ale również koniecznych zmian.

Należy zauważyć, że zarówno do organizacji pozarządowych jak i w działaniach społecznych włączali się zazwyczaj rolnicy z przedziałów wiekowych 41–50 lat i 51–60 lat z wykształceniem zawodowym i średnim rolniczym. Rolnicy z tych przedziałów wiekowych częściej pełnili również funkcje społeczne z wyboru. Z badań wynika, że grupa „aktywnych” społecznie rolników, niestety nieliczna, nie należała do rolników młodych. Również analizując ich zaangażowanie moralne w kierunku społecznej odpowiedzialności można zasugerować, że częściej stanowili oni grupę liderów współpracy, czyli cechowali się utrzymywaniem więzi i osobistych relacji a nie współpracą i dążeniem do korzyści w kierunku rozwoju koncepcji społecznej odpowiedzialności, czyli ogólnych korzyści i rozwoju społeczności lokalnych.

Inną istotną kwestią w nowej koncepcji jest aspekt bezpieczeństwa i ochrony zdrowia i życia. Pobieźnie analizując ten problem należy podkreślić, że zaledwie co piąty badany rolnik deklarował, że w miarę regularnie wykonuje podstawowe badania lekarskie i stara się korzystać z usług lekarskich w ramach profilaktyki. Statystyki wskazują, że rolnicy często zaniedbują dbałość o ochronę zdrowia a nawet życia, nie przestrzegają zasad BHP w życiu codziennym i w pracy. Ponad 80% badanych wskazywało na niski poziom wiedzy z zakresu higieny i profilaktyki zdrowotnej i aż 59% deklarowało, że nie potrzebuje wiedzy z tego zakresu. Również większość badanych rolników (82%) przyznawała się do znacznej niewiedzy z zakresu ochrony środowiska i prawie co drugi rolnik zgłaszał zapotrzebowanie na tego rodzaju wiedzę (rys. 1). Rolnicy dość sceptycznie odnosili się do kwestii segregacji śmieci, dbania o wspólne dobro jakim są lasy czy potrzeby kanalizacji wsi. Biorąc pod uwagę ważność zagadnienia, tym bardziej są to sygnały wskazujące na konieczność uświadamiania rolników o zagrożeniach wynikających z braku ochrony środowiska i jest to kolejny aspekt podkreślania ważności koncepcji społecznej odpowiedzialności a także racjonalnego wykorzystania zasobów naturalnych.





**Rysunek 1**

Samocena wiedzy i jej potrzeb, z zakresu ochrony środowiska, przez badanych [%]  
 Źródło: Badania własne.

## Korzyści dla rolnictwa wynikające ze stosowania zasad społecznej odpowiedzialności – wnioski

Przez wprowadzanie koncepcji społecznej odpowiedzialności w życie organizacje mogą odnosić szereg korzyści i to zarówno wewnątrz, na zewnątrz, jak i korzyści społecznych. Najważniejszym elementem staje się społeczna wrażliwość i świadomość, że dbanie o zachowanie równowagi zarówno w sferze ekonomicznej (wzrost gospodarczy), społecznej (poprawa jakości życia) i ekologicznej (ochrona środowiska) jest wspólnym obowiązkiem. Propagowaniu natomiast tej koncepcji i wprowadzaniu jej w życie sprzyja aktywna postawa człowieka, jego wiedza na ten temat, świadomość, postawa, pozyskiwanie i poprawa jakości kapitału społecznego w społecznościach lokalnych.

Do zewnętrznych korzyści wprowadzania koncepcji w życie zaliczyć można: budowanie pozytywnego wizerunku firmy na rynku, pozyskiwanie nowych klientów, wzrost zaufania ze strony klientów dotychczasowych, wzrost efektywności prowadzonej działalności gospodarczej, konkurencyjność na rynku, umacnianie się przez tworzenie grup producenckich, pozyskiwanie funduszy, zmniejszanie kosztów.

Do korzyści wewnętrznych można zaliczyć: wzrost innowacyjności, większą motywację i zaangażowanie rolników i ich rodzin, również współpracowników.

Do korzyści społecznych można zaliczyć: nagłaśnianie zagadnienia – ogólna odpowiedzialność społeczeństwa – globalne rządy, stymulowanie rozwoju gospodarczego miejscowości i przyczynianie się do wzrostu zamożności miesz-

kańców, budowanie i wzmacnianie kapitału społecznego, edukacja społeczeństwa, wpływ na poprawę stanu środowiska naturalnego, kreowanie postaw dobroczynności.

Autorka w propagowaniu i przestrzeganiu zasad koncepcji społecznej odpowiedzialności w polskim rolnictwie upatruje ogromne szanse. Osoby zarządzające gospodarstwem rolniczym muszą mieć świadomość, że sukces organizacji to suma sukcesu gospodarczego i moralnego.

## Literatura

- ADAMOWICZ M.: *Koncepcja trwałego i zrównoważonego rozwoju wobec wsi i rolnictwa*. W: Adamowicz (red.) *Zrównoważony i trwały rozwój wsi i rolnictwa*. Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2006.
- FRIEDMAN M.: *The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits* „New York Times Magazine” 13 września 1970.
- RYBAK M.: *Etyka menedżera – społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*. PWN, Warszawa, 2004.
- CARROLA. B.: *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*, wyd. 2, College Division South-Western Publishing Co, Ohio 1993.
- DE GEORGE R. T.: *Business Ethics*, wyd. 4, Prentice Hall, Englewood Cliffs 1995.
- Green Paper for Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility. COM (2001) 366 final, Bruksela 2001.
- MC GIIRE J.: *Business and Society*, New York 1963.
- KLIMCZAK B.: *Etyka gospodarcza*. W: Gasparski W., Lewicka-Strzałka A., Miller D. (red.) *Etyka biznesu, gospodarki i zarządzania*, Wyd Wyższej Szkoły Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi, Fundacja „Wiedza i Działanie” im. L. Von Misesa i T. Kotarbińskiego, Warszawa 1999.
- WWW.gazeta-it.pl
- GRIFFIN R. W.: *Podstawy zarządzania organizacjami*. PWN, Warszawa 1996.
- Green Paper for Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility. COM (2001) 366 final, Bruksela 2001.

## **CONCEPTION OF CORPORATE RESPONSIBILITY IN AGRICULTURE**

### **Abstract**

Conception of Corporate Social Responsibility (CSR) it is known not enough relatively, however, it swindles meanings, particularly when in day of technological progress and necessity of cooperation of different group of economic subject exists complicated global economic system. Interest grows theme permanently, because all people should be conscious, that taking care of behaviour of balance in economic sphere equal (economic growth), social (correction quality life) and is common duty ecological (environmental protection).

Besides, application of CSR, it effects competitiveness. It allows to improve products, that is effective greatest satisfaction and loyalty of client. This boost of sale gives in effect and obtainment of competitive superiority from above mentioned aspects.