

Załącznik 2a

Dr Marcin Ratajczak

AUTOREFERAT

przedstawiający opis dorobku i osiągnięć naukowych

Warszawa 2019

Spis treści

1. Dane personalne	3
2. Posiadane dyplomy i stopnie naukowe według daty ich uzyskania	3
3. Informacja o dotychczasowym zatrudnieniu w jednostkach naukowych	3
4. Wskazanie osiągnięcia naukowego wynikającego z art. 16 ust. 2 ustawy z dnia 14 marca 2003 roku o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz. U. z 2017 r. poz. 1789 z późn. zm.)	4
a) tytuł osiągnięcia naukowego	4
b) autor/autorzy, tytuł/tytuły publikacji, rok wydania, nazwa wydawnictwa, recenzenci wydawniczy	4
c) omówienie celu naukowego wyżej wymienionej pracy, opis osiągniętych wyników i możliwości ich wykorzystania	4
5. Omówienie pozostałych osiągnięć naukowo-badawczych	20
a) główne obszary badań naukowych	20
b) udział w projektach badawczych	33
c) nagrody i wyróżnienia za działalność naukową i organizacyjną	35
d) wygłoszone referaty na międzynarodowych i krajowych konferencjach, przewodniczenie sesjom oraz odbyte staże naukowe	36
e) najważniejsze osiągnięcia z dorobku dydaktycznego i organizacyjnego	40

1. Dane personalne: Marcin Ratajczak

2. Posiadane dyplomy i stopnie naukowe według daty ich uzyskania

- 2005 r. – dyplom magistra zarządzania i marketingu na Wydziale Ekonomiczno-Rolniczym Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Tytuł pracy magisterskiej: „Małe i średnie przedsiębiorstwa w Polsce po wstąpieniu do Unii Europejskiej”. Promotorem pracy był prof. dr hab. Jan Górecki.
- 2005-2009 r. – studia doktoranckie na Wydziale Nauk Ekonomicznych SGGW w Warszawie; w maju 2009 roku otrzymałem z Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego „Mazowieckie Stypendium Doktoranckie” dla najlepszych absolwentów szkół wyższych kontynuujących naukę na studiach doktoranckich.
- 2009 r. – stopień naukowy doktora nauk ekonomicznych w zakresie ekonomii nadany uchwałą Rady Wydziału Nauk Ekonomicznych Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Tytuł rozprawy doktorskiej: „Działalność i sytuacja ekonomiczna małych i średnich przedsiębiorstw na obszarach wiejskich (na przykładzie Warmii i Mazur)”. Promotorem pracy był dr hab. Jan Wołoszyn, prof. SGGW. Recenzentem była dr hab. Izabella Sikorska-Wolak, prof. SGGW oraz prof. dr hab. Andrzej Piotr Wiatrak.

3. Informacja o dotychczasowym zatrudnieniu w jednostkach naukowych

- od 1.10.2008 r. do 30.11.2009 r. byłem zatrudniony na stanowisku asystenta w Katedrze Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa na Wydziale Nauk Ekonomicznych SGGW w Warszawie.
- od 1.12.2009 r. jestem zatrudniony na stanowisku adiunkta na Wydziale Nauk Ekonomicznych SGGW w Warszawie.
- od 2013 roku pełnię funkcję Pełnomocnika Dziekana ds. Sprawozdawczości Naukowej i Współpracy z Biblioteką.
- od 2015 roku jestem kierownikiem Studiów Podyplomowych „Przedsiębiorczość i wiedza o społeczeństwie”.

4. Wskazanie osiągnięcia naukowego wynikającego z art. 16 ust. 2 ustawy z dnia 14 marca 2003 roku o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz. U. z 2017 r. poz. 1789 z późn. zm.)

a) tytuł osiągnięcia naukowego

Monografia: „Społeczna odpowiedzialność mikro, małych i średnich przedsiębiorstw w sektorze agrobiznesu. Podejście modelowe”

b) autor/autorzy, tytuł/tytuły publikacji, rok wydania, nazwa wydawnictwa, recenzenci wydawniczy

Autor: Marcin Ratajczak

Tytuł publikacji: „Społeczna odpowiedzialność mikro, małych i średnich przedsiębiorstw w sektorze agrobiznesu. Podejście modelowe”

Rok wydania: 2019

ISBN: 978-83-7583-842-8

Nazwa wydawnictwa: Wydawnictwo Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa

Recenzenci wydawniczy: **Prof. dr hab. Stanisław Brzeziński**

Wydział Zarządzania

Politechnika Częstochowska

Prof. SGH dr hab. Piotr Wachowiak

Kolegium Zarządzania i Finansów, Instytut Zarządzania

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

c) omówienie celu naukowego wyżej wymienionej pracy, opis osiągniętych wyników i możliwości ich wykorzystania

W sektorze mikro, małych i średnich przedsiębiorstw (MSP) w Polsce od kilkunastu lat zwiększa się zainteresowanie właścicieli (menedżerów) koncepcją społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw¹ (CSR – Corporate Social Responsibility) ze względu na korzyści ekonomiczne, społeczne oraz ekologiczne wynikające z jej wdrożenia. Kluczowym wydarzeniem, które wpłynęło na dostrzeżenie dużego znaczenia tej koncepcji w gospodarce europejskiej, było opublikowanie w 2001 roku przez Komisję Europejską dokumentu „Green Paper on CSR”. Zgodnie z zawartym w nim stanowiskiem, najważniejsze jest to, żeby społeczna odpowiedzialność stała się integralną częścią zarządzania w przedsiębiorstwach europejskich i jednocześnie codzienną praktyką stosowaną przez właścicieli czy menedżerów. Na pewno wymaga to zmian w sposobie zarządzania

¹ W wielu opracowaniach naukowych można spotkać także określenie „społeczna odpowiedzialność biznesu” czy „społeczna odpowiedzialność organizacji”.

w przedsiębiorstwie, ale także nowych umiejętności menedżerskich. Ważne będą także zmiany na poziomie mentalnym – zarówno osób kierujących przedsiębiorstwami, jak również wszystkich zatrudnionych oraz funkcjonujących w otoczeniu rynkowym.

Trzeba podkreślić, że koncepcja CSR powinna być w mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach wdrażana zgodnie ze swoimi założeniami długofalowymi, a nie tylko po to, żeby chwilowo zwiększyć sprzedaż produktów albo poprawić swój wizerunek rynkowy. Takie działania zniekształcają rzeczywistą wartość stosowania tej koncepcji, ale także powodują negatywne oceny dokonywane na jej temat przez przedsiębiorców czy interesariuszy.

W Polsce badania dotyczące koncepcji CSR w aspekcie nauk o zarządzaniu, w tym szkół wyższych, komunikacji, uwarunkowań rozwoju, stopnia zaawansowania czy nowych wyzwań w zakresie odpowiedzialnego biznesu, były już prowadzone i prezentowane przez naukowców². Z kolei badania w zakresie wdrażania koncepcji CSR przez przedsiębiorstwa z sektora agrobiznesu (uwzględniając wszystkie jego działy³), tak ważnej gałęzi gospodarki narodowej, wskazują na niedostateczny zakres rozpoznania - ze względu na to, że agrobiznes jest bezpośrednio powiązany z gospodarką żywnościową, to tym bardziej w podmiotach gospodarczych zajmujących się tym rodzajem działalności kluczowa staje się społeczna odpowiedzialność wobec wszystkich interesariuszy. Powyższe argumenty, poparte szczegółowym przeglądem literatury, w tym wyników badań wtórnych⁴, pozwoliły na określenie **luki poznawczej**, wynikającej z niewystarczającego rozpoznania zagadnienia koncepcji społecznej odpowiedzialności mikro, małych i średnich przedsiębiorstw w sektorze agrobiznesu, zwłaszcza w kontekście innowacyjności oraz wyniku prowadzonej działalności.

Jako **główny cel naukowy** przyjęto opracowanie modelu społecznej odpowiedzialności mikro, małych i średnich przedsiębiorstw z sektora agrobiznesu (SOA), uwzględniającego wszystkie obszary koncepcji Corporate Social Responsibility zgodnie z wytycznymi normy ISO 26000 i rekomendacjami specjalistów z CSRHUB Sustainability management tools, jego operacjonalizację oraz weryfikację empiryczną na podstawie przeprowadzonych badań własnych.

Celem poznawczym pracy jest określenie specyfiki zarządzania w mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach z sektora agrobiznesu oraz przedstawienie istoty społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw (definicje, zasady, standardy i modele), uwzględniając etykę działalności gospodarczej i etykę biznesu jako podstawowe założenie koncepcji CSR, a także ustalenie zależności między poszczególnymi działaniami podejmowanymi przez badane przedsiębiorstwa w zakresie przyjętych obszarów omawianej koncepcji.

Celem metodycznym pracy jest opracowanie autorskiego modelu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw z sektora agrobiznesu (SOA) i narzędzia badawczego pozwalającego określić zależności między przyjętymi obszarami modelu SOA.

² Między innymi: M. Rybak, B. Rok, M. Żemigala, J. Adamczyk, P. Płoszajski, M. Geryk, D. Teneta-Skwiercz, A. Sokołowska, A. Paliwoda-Matiolańska, A. Stachowicz-Stanusch, M. Rojek-Nowosielska i inni. Dokładne opisy definicyjne CSR zaproponowane przez wymienionych autorów przedstawiono w rozdziale 3 monografii.

³ Działy agrobiznesu omówiono szczegółowo w rozdziale 1 monografii.

⁴ K. Brodzińska, E. Mazur-Wierzbička, A. Mastalerz-Janus, M. Kozera-Kowalska, Z. Gołaś i inni. Opisy podejmowanych badań, ze szczególnym uwzględnieniem agrobiznesu, przez wymienionych autorów przedstawiono w rozdziale 3 monografii.

Celem aplikacyjnym pracy jest przedstawienie kluczowych korelacji między działaniami w zakresie obszarów koncepcji CSR a aktywnościami podejmowanymi przez przedsiębiorstwa z sektora agrobiznesu w ramach społecznej odpowiedzialności jako rekomendacji w kontekście ich wdrażania w praktyce gospodarczej.

W ramach przedstawionego celu naukowego głównego pracy przyjęto do realizacji następujące **cele szczegółowe**:

1. Określenie siły korelacji między wybranymi aktywnościami podejmowanymi przez przedsiębiorstwa z sektora agrobiznesu w zakresie koncepcji CSR a zmiennymi niezależnymi (wielkością organizacji, rodzajem gminy, działem agrobiznesu, formą prawną, rokiem powstania, zasięgiem działania rynkowego i fazą cyklu życia w aspekcie sytuacji rynkowej).
2. Ustalenie zależności między działaniami uwzględnionymi w ramach poszczególnych obszarów modelu SOA.
3. Określenie powiązań występujących między działaniami w ramach obszaru *Ład organizacyjny przedsiębiorstwa* (kluczowego obszaru według normy ISO 26000) a *Trójkątem CSR*, czyli działaniami podejmowanymi w ramach obszarów: *Relacje z pracownikami*, *Relacje z interesariuszami zewnętrznymi*, *Zaangażowanie społeczne* i *Środowisko naturalne*.
4. Ustalenie zależności występujących między działaniami podejmowanymi przez badane przedsiębiorstwa agrobiznesu w ramach *Trójkąta CSR* a ich *Innowacyjnością* (zgodnie z rekomendacjami specjalistów z CSRHUB Sustainability management tools).
5. Identyfikacja poszczególnych *Efektów modelu SOA* osiąganych przez badane podmioty gospodarcze dzięki podejmowanym działaniom w zakresie *Innowacyjności*.
6. Weryfikacja empiryczna modelu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw z sektora agrobiznesu (SOA) w dwóch grupach – wszystkich przedsiębiorstwach oraz mikro, małych i średnich podmiotów gospodarczych.

Na podstawie przeprowadzonego przeglądu literatury oraz własnych obserwacji autora prowadzonych w mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach z sektora agrobiznesu zostały sformułowane następują **hipotezy badawcze**:

Hipoteza 1. Między działem agrobiznesu, w którym przedsiębiorstwo prowadzi działalność gospodarczą, a podejmowaniem aktywności w zakresie społecznej odpowiedzialności występuje związek istotny statystycznie.

Hipoteza 2. Występują zależności istotne statystycznie między działaniami uwzględnionymi w ramach poszczególnych obszarów modelu SOA.

Hipoteza 3. *Ład organizacyjny przedsiębiorstwa (wewnętrzny system organizacji)*, jako kluczowy obszar społecznej odpowiedzialności, jest istotnie powiązany ze wszystkimi obszarami *Trójkąta CSR*, czyli *Relacjami z pracownikami*, *Relacjami z interesariuszami zewnętrznymi*, *Zaangażowaniem społecznym* oraz *Środowiskiem naturalnym*, przede wszystkim w małych i średnich podmiotach gospodarczych.

Hipoteza 4. Występuje istotna statystycznie zależność między działaniami podejmowanymi w ramach poszczególnych obszarów *Trójkąta CSR* a *Innowacyjnością* badanych podmiotów, głównie w małych przedsiębiorstwach.

Hipoteza 5. *Innowacyjność* przedsiębiorstw agrobiznesu jest istotnie statystycznie powiązana z *Efektami modelu SOA*.

W zakresie realizacji przyjętych celów w pracy oraz weryfikacji sformułowanych hipotez badawczych zastosowana zostanie indukcyjna metoda naukowa⁵, która polega na zidentyfikowaniu, gromadzeniu a następnie analizowaniu informacji dotyczących koncepcji społecznej odpowiedzialności (CSR) w wymiarze teoretycznym oraz przyjętych założeń w zakresie autorskiego modelu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw z sektora agrobiznesu (SOA). Podstawą weryfikacji hipotezy 1 będzie określenie zależności między aktywnościami podejmowanymi przez badane przedsiębiorstwa z sektora agrobiznesu w ramach koncepcji CSR a przyjętymi zmiennymi niezależnymi, między innymi działaniem agrobiznesu. Hipoteza 2 zostanie zweryfikowana na podstawie obliczenia korelacji między działaniami uwzględnionymi w ramach poszczególnych obszarów autorskiego modelu SOA. Z kolei hipoteza 3, 4 i 5 zostaną zweryfikowane na podstawie obliczonych zależności między obszarami modelu SOA i przyjętymi w ich zakresie działaniami (aktywnościami).

Realizacja założonych celów i przyjęte hipotezy determinują układ pracy – składa się ona ze wstępu oraz sześciu rozdziałów i podsumowania. **Rozdział pierwszy** jest poświęcony zagadnieniom specyfiki zarządzania w mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach, przede wszystkim definicji tych podmiotów gospodarczych, kryteriów i klasyfikacji podziału oraz procesu zarządzania (w zakresie sfery organizacyjnej, kadrowej oraz finansowej). Oprócz tego scharakteryzowano także agrobiznes jako kluczową gałąź gospodarki narodowej.

W **rozdziale drugim** zostały omówione zagadnienia dotyczące etyki biznesu jako podstawowego założenia koncepcji społecznej odpowiedzialności, opisując genezę tych działań, począwszy od wyjaśnienia pojęć związanych z ewolucją etyki działalności gospodarczej (omówiono między innymi poglądy Sokratesa, Platona, Kanta, Smitha oraz Kotarbińskiego). Przedstawiono także istotę etyki biznesu, jej charakterystyczne cechy, poziomy, a także czynniki wpływające na jej rozwój.

Rozdział trzeci jest w całości poświęcony zagadnieniu społecznej odpowiedzialności. Na początku przedstawiono przegląd definicji koncepcji CSR w aspekcie wybranych szkół teorii zarządzania, literatury zagranicznej i krajowej. Następną część tego rozdziału poświęcono istocie teorii interesariuszy, która jest bezpośrednio powiązana ze społeczną odpowiedzialnością przedsiębiorstw. Omówiono w tym zakresie kilka teorii, rozpoczynając od przedstawionej przez E. Freemana i traktowanej, również obecnie, jako podstawowej oraz kluczowej. W tym rozdziale zostały przedstawione także najważniejsze zasady i standardy odpowiedzialnego biznesu. W ramach tych pierwszych omówiono wytyczne OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych, zasady prowadzenia działalności gospodarczej przyjęte podczas obrad Okrągłego Stołu w Caux, inicjatywę Global Compact, globalne zasady Sullivana, Zieloną oraz Białą Księgę opublikowane przez Komisję Europejską, a także zasady społecznej odpowiedzialności według World Business Council

⁵ M. Lisiński, *Metody naukowe w metodologii nauk o zarządzaniu*, Przegląd Organizacji, Nr 4, 2016, s. 12-15.

for Sustainable Development (WBCSD). W kontekście standardów społecznej odpowiedzialności przedstawiono normę ISO 26000, standard SA 8000 (Social Accountability), AA 1000 (AccountAbility) i powiązane bezpośrednio z raportowaniem działań społecznie odpowiedzialnych GRI (Global Reporting Initiative). Ponadto, w rozdziale trzecim, przedstawiono zagadnienie dotyczące stosowania koncepcji CSR w przedsiębiorstwach z sektora agrobiznesu oraz dwa pojęcia z nią powiązane – rozwój zrównoważony oraz społeczną nieodpowiedzialność przedsiębiorstw, czyli perspektywę przeciwną (CSI – Corporate Social Irresponsibility).

W **rozdziale czwartym** scharakteryzowano najbardziej znane modele społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, do których zaliczono model after profit obligation A.B. Carrola, model before profit obligation Y.Ch. Kanga i D.J. Wood, propozycję modelu K. Davisa, dwa modele społecznego wkładu opracowane przez S.L. Warticka i P.L. Cochraha oraz D.J. Wood, model 3C-SR zaproponowany przez J. Meehan, K. Meehan i A. Richardsa oraz model LBG (London Benchmarking Group). Oprócz tego omówiono różne działania przedsiębiorstw w zakresie wdrażania koncepcji CSR, między innymi kodeksy etyczne, kampanie społeczne, wolontariat pracowniczy czy marketing zaangażowany społecznie. Dodatkowo, w rozdziale czwartym, zostało omówione zagadnienie implementacji koncepcji odpowiedzialnego biznesu zgodnie z wytycznymi międzynarodowego standardu ISO 26000 opracowanego przez Międzynarodową Organizację Standaryzacyjną (International Organization for Standardization, ISO) i traktowanego jako podstawowy przewodnik dla organizacji w zakresie stosowania zasad CSR. Warto dodać, że polska wersja językowa tego standardu miała inaugurację w grudniu 2012 roku.

W **rozdziale piątym** zaprezentowano podstawy metodyczne prowadzenia badań, czyli cel badań, hipotezy badawcze, przedmiot badań, opisano technikę i narzędzie badawcze (kwestionariusz ankiety). Przedstawiono założenia autorskiego modelu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw z sektora agrobiznesu (SOA) oraz dokonano opisu przebiegu badań.

W związku z tym, że w sektorze agrobiznesu nie prowadzi się oficjalnej statystyki (dlatego dane z tego zakresu, jakie można odnaleźć w literaturze, często są szacunkowe i znacznie różnią się u poszczególnych autorów⁶), przyjęto podział na działy agrobiznesu, które zostały opracowane przez autora na podstawie szczegółowej analizy literatury, przede wszystkim opracowań naukowych F. Kapusty, A. Wosia i K. Firleja⁷ z tego zakresu. Przyjęte w monografii i wyodrębnione działy agrobiznesu to:

- rolnictwo (w tym rolnictwo ekologiczne);
- leśnictwo i łowiectwo;
- rybołówstwo i rybactwo;
- przetwórstwo surowców rolnych i przemysł spożywczy;
- wytwarzanie środków produkcji dla rolnictwa i przemysłu spożywczego;
- usługi (w tym konsulting i doradztwo);
- skup surowców rolnych, ich przechowywanie i transport;

⁶ F. Kapusta, *Agrobiznes*, Wydanie drugie zmienione i rozszerzone, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2012, s. 47.

⁷ Przedstawione szczegółowo w rozdziale I monografii.

- handel hurtowy i detaliczny żywnością;
- agroturystyka.

W zakresie techniki badawczej wykorzystano **technikę elektronicznej ankiety** przeznaczonej do samodzielnego wypełnienia (Formularze Google), biorąc pod uwagę jej uwarunkowania, do których zaliczamy: dostępność do kwestionariusza ankiety poprzez sieć Internet oraz brak bezpośredniej interakcji z przedsiębiorcą ją wypełniającym⁸. Narzędziem badawczym zastosowanym w pracy był autorski **kwestionariusz ankiety**⁹ w wersji elektronicznej przygotowany w oprogramowaniu Google. Kwestionariusz ankiety, w kontekście jego wypełniania, podzielony był na część pierwszą (mającą na celu ukazanie kompleksowo zagadnienia stosowania koncepcji CSR w badanych przedsiębiorstwach z sektora agrobiznesu) oraz część drugą (w przypadku tej części podstawowym celem była ilościowa weryfikacja empiryczna autorskiego modelu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw z sektora agrobiznesu – SOA).

Część druga kwestionariusza ankiety dotyczyła tylko tych mikro, małych i średnich przedsiębiorców z sektora agrobiznesu, którzy wskazywali na posiadanie strategii CSR lub podejmowali działania mające na celu wdrożenie społecznie odpowiedzialnego biznesu, być może w przyszłości także w formie strategii. Biorąc pod uwagę specyfikę sektora MSP, na potrzeby niniejszej pracy **strategia CSR** została zdefiniowana jako formalnie zapisane lub zatwierdzone działania podejmowane przez organizację na rzecz szeroko rozumianego otoczenia społeczno-gospodarczego z uwzględnieniem oczekiwań kluczowych interesariuszy. Bardzo duże znaczenie miało pytanie dotyczące posiadania strategii lub podejmowania działań z zakresu jej wdrożenia (tzw. pytanie filtrujące). Przedsiębiorcom, którzy wskazali brak strategii i niepodejmowanie żadnych działań w zakresie jej wdrożenia, cała druga część kwestionariusza ankiety nie pojawiała się (nie była dla nich widoczna).

Podstawą teoretyczną opracowania **modelu SOA** były: wskazania A. Sokołowskiej dotyczące budowania modelu w zarządzaniu społeczną odpowiedzialnością w małym przedsiębiorstwie, modele after profit obligation i before profit obligation, założenia normy ISO 26000 oraz zalecenia i rekomendacje specjalistów z CSRHUB Sustainability management tools¹⁰.

A. Sokołowska¹¹ w swoim opracowaniu wskazywała na kilka ważnych elementów potrzebnych do uwzględnienia w aspekcie budowania takiego modelu: uniwersalne założenia badawcze; wielowymiarowe ujęcie problematyki badawczej; właściwy dobór próby badawczej; wypracowanie dobrych relacji z badanym; wykorzystanie tego, że właściciele małych podmiotów generalnie chcą się dzielić wiedzą; zrozumiwały język i wyjaśnianie pojęć; dokładny harmonogram badań; różne kompetencje badanych w zakresie znajomości problematyki; ograniczoną dostępność czasową oraz wykorzystanie metod uwzględniających zależności przyczynowo-skutkowe.

⁸ R. Tourengau, F.G. Conrad, M.P. Couper, *The Science of Web Surveys*, Oxford University Press, Oxford 2013, s. 60-62.

⁹ Kwestionariusz ankiety znajduje się w załączniku 1 na końcu monografii.

¹⁰ www.esg.csrhub.com, CSRHUB Sustainability management tools (12.05.2018 r.)

¹¹ A. Sokołowska, *Cechy modelu badawczego dotyczącego zarządzania społeczną odpowiedzialnością w małym przedsiębiorstwie*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Nr 156, Wrocław 2011, s. 57-59.

Praktycznie wszystkie te elementy zostały w badaniach własnych wykorzystane, o czym najlepiej świadczy wielkość próby i liczba wypełnionych ankiet.

Modele – after profit obligation opracowany przez A.B. Carrola i before profit obligation zaproponowany przez Y.Ch. Kanga i D.J. Wood¹² – wpłynęły znacząco na ukształtowanie modelu SOA. Na podstawie tych dwóch propozycji został opracowany trójkąt Corporate Social Responsibility, z tą jednak modyfikacją, że umieszczono w nim poszczególne obszary społecznej odpowiedzialności według założeń normy ISO 26000¹³, wyłączając z tego układu ład organizacyjny (połączony z prawami człowieka) ze względu na jego kluczowe znaczenie we wdrażaniu koncepcji społecznej odpowiedzialności zgodnie z wytycznymi powyższej normy. W ten sposób do modelu zaadaptowano założenia wspomnianej już wcześniej normy poprzez zastosowanie obszarów CSR, które zostały w niej wyodrębnione, a zarazem są wskazywane do realizacji w praktyce gospodarczej.

Oprócz tego uwzględniono także zalecenia specjalistów z organizacji CSRHUB Sustainability management tools, której celem jest promowanie dostępu do informacji o zrównoważonym rozwoju i społecznej odpowiedzialności biznesu. Na podstawie analizy opracowań i raportów tej organizacji, do modelu zostało dodane zagadnienie innowacyjności oraz wyniku działalności przedsiębiorstwa jako kluczowych elementów, które mogą być efektem prowadzonych działań na poziomie odpowiedzialnego biznesu. Oczywiście trzeba podkreślić, że przedstawione powyżej założenia teoretyczne stanowią istotę modelu SOA i pomimo wprowadzonych autorskich zmian w interpretacji poszczególnych obszarów oraz stworzenia nowego układu zachodzących zależności, podstawowe elementy z tych teorii zostały zachowane.

Model społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw z sektora agrobiznesu (SOA) określa poszczególne obszary odpowiedzialnego biznesu – przyjęto w nim założenia zgodne z normą ISO 26000 ze względu na ich znaczenie we wdrażaniu koncepcji CSR. Zgodnie z tymi założeniami, podstawowym obszarem jest *Ład organizacyjny przedsiębiorstwa (wewnętrzny system organizacji)*, dlatego w układzie modelu SOA został on wyodrębniony, uwzględniono w nim także wybrane elementy związane z *Prawami człowieka*.

W ramach *Trójkąta CSR* zostały umieszczone pozostałe obszary odpowiedzialnego biznesu zgodnie z założeniami powyższej normy, a także określenia ich znaczenia, nawiązując do modelu after profit obligation A.B. Carrola. *Relacje z pracownikami* zostały zamieszczone w podstawie trójkąta jako obszar wymagany (bez zaangażowania i zrozumienia analizowanej koncepcji przez tych interesariuszy nie osiągnie się sukcesu w jej wdrożeniu na poziomie organizacji), podobnie jak w przypadku *Relacji z interesariuszami zewnętrznymi*, czyli klientami, dostawcami, kontrahentami czy konkurentami (także wskazane jako obszar wymagany).

Z kolei *Zaangażowanie społeczne* zostało określone jako obszar oczekiwany, rozumiany jako wszelkie działania podejmowane przez przedsiębiorstwa i oczekiwane od społeczności lokalnej, na przykład w zakresie konsultacji czy różnych form wsparcia. Ostatni obszar odpowiedzialnego biznesu, czyli *Środowisko naturalne*, uznano jako pożądany, przede wszystkim w aspekcie potrzeby

¹² Modele te są dokładnie omówione w rozdziale 4 monografii.

¹³ Norma ISO 26000 została szczegółowo przedstawiona w rozdziale 4 monografii.

minimalizowania negatywnego wpływu na środowisko, podejmowania działań proekologicznych oraz promowania zrównoważonej konsumpcji.

Ostatnie dwa obszary w modelu SOA to *Innowacyjność przedsiębiorstwa* osiągnięta dzięki podejmowaniu działań w zakresie przedstawionych powyżej obszarów (uwzględnionych w ramach *Trójkąta CSR*) oraz *Wynik działalności przedsiębiorstwa (efekty modelu SOA)*, w którym zostały uwzględnione efekty ekonomiczne, ekologiczne oraz społeczne. Uwzględnione w ramach modelu obszary oraz działania w nich zawarte przedstawione zostały w załączniku 2 na końcu monografii.

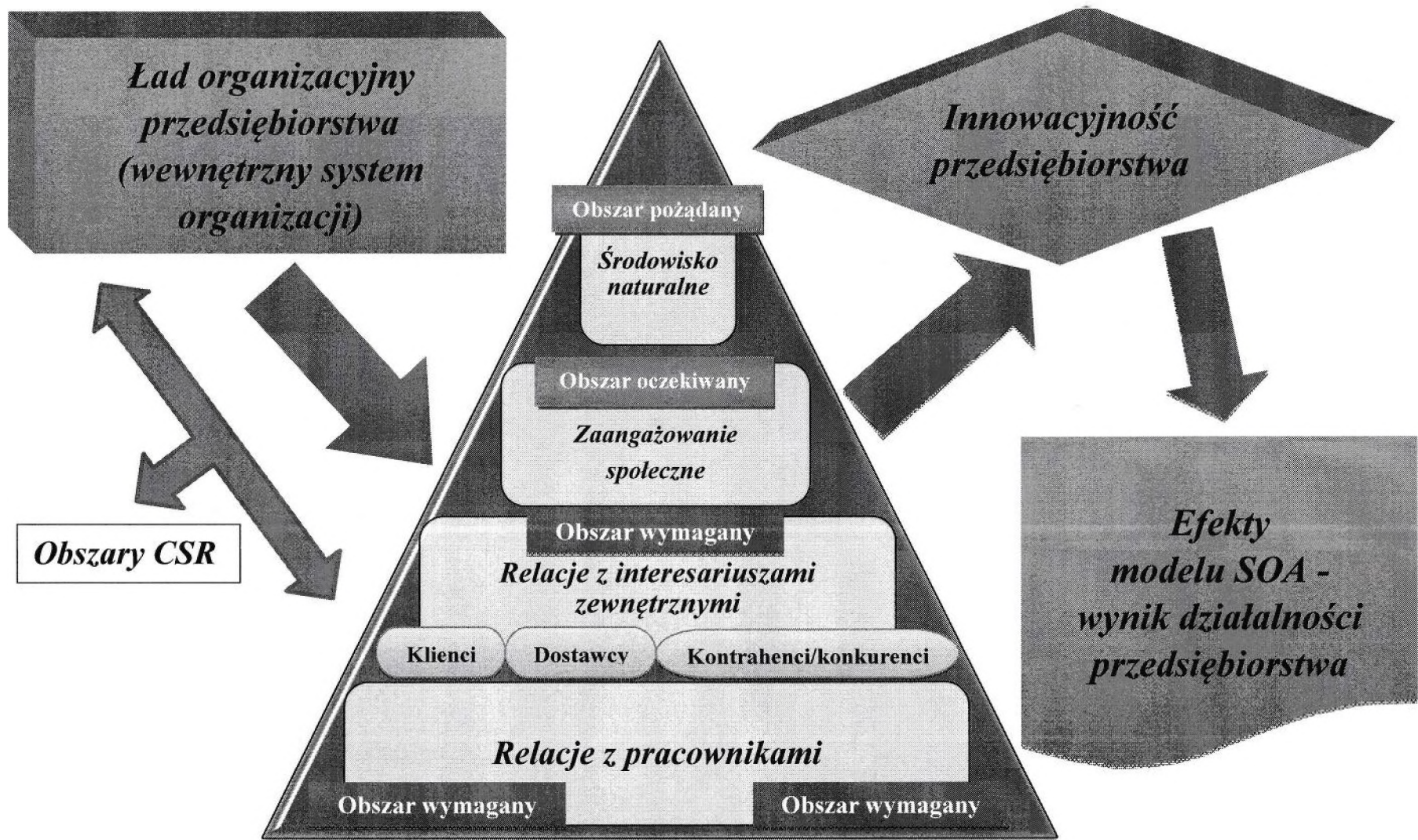
Model SOA składa się z trzech etapów, które realizowane są w określonej kolejności, a także są ze sobą powiązane. Pierwszy etap modelu dotyczy określenia zależności między *Ładem organizacyjnym przedsiębiorstwa* a obszarami wchodzącymi w skład *Trójkąta CSR*, czyli *Relacjami z pracownikami*, *Relacjami z interesariuszami zewnętrznymi*, *Zaangażowaniem społecznym* i *Środowiskiem naturalnym*. Drugi etap modelu zakłada ustalenie zależności między obszarami *Trójkąta CSR* a *Innowacyjnością przedsiębiorstwa*. Ostatni, trzeci etap, dotyczy określenia *Efektów modelu SOA* osiągniętych dzięki *Innowacyjności* podmiotów gospodarczych. Tak opracowany model społecznej odpowiedzialności mikro, małych i średnich przedsiębiorstw z sektora agrobiznesu (SOA) został przedstawiony w formie graficznej na rysunku 1.

Badania pilotażowe zostały przeprowadzone w marcu 2017 roku na próbie 30 mikro, małych i średnich przedsiębiorstw agrobiznesu. Następnie przystąpiono do **badania nad poziomem rzetelności** na losowo dobranej grupie 120 przedsiębiorców z sektora agrobiznesu (40 mikro, 40 małych oraz 40 średnich), aby sprawdzić, czy pytania skali prawidłowo mierzą określone zjawisko. W tym celu został wykorzystany współczynnik alfa opracowany przez L. Cronbacha¹⁴ - analiza wykazała wysoki stopień rzetelności skal – wobec powyższego można uznać, że przyjęta skala jest rzetelnym narzędziem pomiarowym.

Właściwe badania empiryczne zostały przeprowadzone w okresie kwiecień-grudzień 2017 roku. Decydując o liczbie wysłanych zaproszeń do wzięcia udziału w badaniach uwzględniono ograniczenia zastosowanej techniki elektronicznej ankiety związane z małą zwrotnością odpowiedzi. Doświadczenia autora wynikające z wcześniej prowadzonych badań powyższą techniką, między innymi realizowane w ramach grantów dla młodych naukowców w SGGW, wskazywały na poziom zwrotności około 1,5–2%. W związku z tym zdecydowano o wysłaniu zaproszenia zachęcającego do uczestnictwa w badaniu do 190 000 przedsiębiorstw z sektora agrobiznesu. Próba została wybrana na podstawie prostego doboru losowego bez zwracania, który wyraża się takimi samymi szansami wylosowania dla każdej jednostki znajdującej się w operacji populacji¹⁵. Wielkość podmiotów gospodarczych została zweryfikowana w badaniach ankietowych na podstawie jednolitej klasyfikacji określonej w przepisach Unii Europejskiej, która uwzględnia przede wszystkim średnioroczne zatrudnienie oraz przychody netto lub sumę aktywów bilansu.

¹⁴ L. Cronbach, *Coefficient Alpha and the Internal Structure of Tests*, Psychometrika, Vol. 16, No 3, 1951, s. 298-332.

¹⁵ S. Nowak, *Metodologia badań społecznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 300-304.



Trójkąt Corporate Social Responsibility

Rysunek 1. Model SOA – społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw z sektora agrobiznesu

Źródło: opracowanie własne

Handwritten signature

Rozdział szósty zawiera weryfikację autorskiego modelu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw z sektora agrobiznesu (SOA) na podstawie badań ankietowych. W rozdziale tym określono korelacje między wybranymi aktywnościami w zakresie koncepcji CSR a zmiennymi niezależnymi oraz zależności między działaniami uwzględnionymi w ramach obszarów modelu SOA. Dokonano również empirycznej weryfikacji modelu SOA w grupie wszystkich przedsiębiorstw oraz grupie mikro, małych i średnich podmiotów gospodarczych z sektora agrobiznesu.

W podsumowaniu zostały przedstawione zagadnienia związane z weryfikacją hipotez badawczych, ograniczeniami wynikającymi z przeprowadzonych badań ankietowych, a także zakres i propozycje dalszych badań w tematyce społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw.

Należy podkreślić, że na wszystkich etapach **modelu SOA** występowały silne korelacje istotne statystycznie. W pierwszym etapie polegającym na określeniu zależności między *Ładem organizacyjnym przedsiębiorstwa* a obszarami wchodzącymi w skład *Trójkąta CSR (Relacje z pracownikami, Relacje z interesariuszami zewnętrznymi, Zaangażowanie społeczne i Środowisko naturalne)* wystąpiły silne korelacje istotne statystycznie, przede wszystkim w małych i średnich podmiotach gospodarczych.

Na drugim etapie również wystąpiły silne zależności między obszarami *Trójkąta CSR* a *Innowacyjnością* badanych organizacji – najwięcej silnych korelacji odnotowano w małych przedsiębiorstwach z sektora agrobiznesu. Trzeci etap weryfikacji modelu SOA, który dotyczył określenia zależności między *Innowacyjnością przedsiębiorstw* a *Efektami modelu SOA (wynikiem działalności)* wskazał na silne korelacje w tym zakresie. Podsumowując weryfikację autorskiego modelu SOA warto podkreślić, że silne korelacje są na pewno w dużym zakresie uwarunkowane tym, że w tej części badań uczestniczyły podmioty gospodarcze, które posiadały strategię CSR lub podejmowały działania w kierunku jej wdrożenia w praktyce.

Ukazane zależności w autorskim **modelu SOA** mogą być wykorzystane w celu zwiększenia świadomości przedsiębiorców z sektora agrobiznesu na temat działań w ramach koncepcji CSR, a także wdrażania społecznej odpowiedzialności w praktyce w kontekście wszystkich kluczowych interesariuszy, czyli pracowników, klientów, kontrahentów, dostawców, społeczności lokalnej czy też środowiska naturalnego. Szczegółowe działania, które zostały przedstawione w modelu SOA mogą być uznane także za rekomendacje dla przedsiębiorców odnośnie konkretnych aktywności, które należy podejmować, aby proces wdrażania koncepcji CSR zakończył się sukcesem organizacji, także w kontekście innowacyjności i wyniku działalności.

Biorąc pod uwagę analizy przeprowadzone w pracy, pozytywnie została zweryfikowana **hipoteza 1** – między działem agrobiznesu, w którym przedsiębiorstwo prowadzi działalność gospodarczą, a podejmowaniem aktywności w zakresie społecznej odpowiedzialności występuje związek – obliczone współczynniki zależności wykazały słabe związki istotne

statystycznie w tym zakresie. Najczęściej działania CSR były podejmowane przez podmioty z następujących działów agrobiznesu: skup surowców rolnych, ich przechowywanie i transport; agroturystyka; handel hurtowy i detaliczny żywnością; usługi (w tym konsulting i doradztwo) oraz przetwórstwo surowców rolnych i przemysł spożywczy, a najrzadziej w dziale rolnictwo oraz wytwarzaniu środków produkcji dla rolnictwa i przemysłu spożywczego.

Potwierdziła się także **hipoteza 2**, zakładająca, że występują zależności istotne statystycznie między działaniami uwzględnionymi w ramach poszczególnych obszarów modelu SOA – poszczególne działania korelują ze sobą dodatnio w sposób istotny statystycznie, różna jest tylko siła tego związku. Największa liczba silnych korelacji miała miejsce w obszarach *Ład organizacyjny przedsiębiorstwa* oraz *Efekty modelu SOA*.

Uwzględniając obliczenia dokonane w pracy, można pozytywnie zweryfikować **hipotezę 3** sformułowaną w sposób następujący: *Ład organizacyjny przedsiębiorstwa (wewnętrzny system organizacji)*, jako kluczowy obszar społecznej odpowiedzialności, jest istotnie powiązany ze wszystkimi obszarami *Trójkąta CSR*, czyli *Relacjami z pracownikami*, *Relacjami z interesariuszami zewnętrznymi*, *Zaangażowaniem społecznym* oraz *Środowiskiem naturalnym*, przede wszystkim w małych i średnich podmiotach gospodarczych – właśnie w tych przedsiębiorstwach liczba silnych korelacji między poszczególnymi działaniami z uwzględnionych obszarów była największa. Należy podkreślić, że duże znaczenie w podejmowaniu działań z zakresu społecznej odpowiedzialności mają formalne zasady i procedury ustalone na poziomie przedsiębiorstwa, a takie częściej występują w organizacjach małych i średnich. W podmiotach najmniejszych, gdzie bardzo często zasady ładu organizacyjnego są ustalane w sposób nieformalny i raczej nie są one zapisywane w różnych dokumentach z tego zakresu, korelacje w zakresie powyższych obszarów były słabe. W kontekście korelacji w ramach poszczególnych działań można wskazać kluczowe zależności między *Ładem organizacyjnym przedsiębiorstwa* a:

- *Relacjami z pracownikami* – posiadaniem strategii CSR a udokumentowaną polityką personalną; efektywną komunikacją wewnętrzną a podejmowaniem działań na rzecz pracowników; posiadaniem kodeksu etyki a formalnymi ocenami pracy; oceną procesu zarządzania a badaniami satysfakcji pracowników; prowadzeniem dialogu/konsultacji a systemem rozpatrywania skarg pracowniczych.
- *Relacjami z interesariuszami zewnętrznymi* – posiadaniem strategii CSR a uczciwymi praktykami rynkowymi; oceną procesu zarządzania a badaniem satysfakcji klientów; efektywną komunikacją wewnętrzną a posiadaniem procedur przeciwdziałania korupcji; posiadaniem kodeksu etyki a budowaniem efektywnych relacji z klientami (między innymi w zakresie CRM); posiadaniem wewnętrznego systemu zarządzania a rozpatrywaniem reklamacji i skarg klientów.
- *Zaangażowaniem społecznym* – efektywną komunikacją wewnętrzną a angażowaniem się w działania społeczne; zatrudnianiem osoby zajmującej się CSR a prowadzeniem

konsultacji społecznych; posiadaniem kodeksu etyki a podejmowaniem działań na rzecz społeczności lokalnej; oceną procesu zarządzania a wspomaganie pracowników w kontekście podejmowania działań na rzecz społeczności; prowadzeniem dialogu/konsultacji a tworzeniem lokalnych miejsc pracy.

- *Środowiskiem naturalnym* – strategią CSR a udokumentowaną polityką środowiskową; działaniami w zakresie CSR a działaniami proekologicznymi; efektywną komunikacją wewnętrzną a działaniami w zakresie projektowania środowiskowego; zatrudnianiem osoby zajmującej się CSR a prowadzeniem konsultacji środowiskowych; posiadaniem kodeksu etyki a ograniczaniem zużycia materiałów i surowców; oceną procesu zarządzania a wdrażaniem zasad zrównoważonej konsumpcji.

Przedstawione powyżej kluczowe zależności w poszczególnych obszarach modelu SOA mogą stanowić rekomendacje dla przedsiębiorstw z sektora agrobiznesu w zakresie wdrażania koncepcji społecznej odpowiedzialności w praktyce gospodarczej.

Potwierdziła się również **hipoteza 4**, która zakładała, że występuje zależność istotna statystycznie między działaniami podejmowanymi w ramach poszczególnych obszarów *Trójkąta CSR* a *Innowacyjnością* badanych podmiotów, głównie w małych przedsiębiorstwach – największa liczba silnych korelacji między działaniami z tych obszarów występowała w organizacjach zatrudniających 10-49 osób. Należy wskazać przede wszystkim na wprowadzanie innowacji produktowych, procesowych i środowiskowych w zakresie poszczególnych aktywności podejmowanych przez małe podmioty gospodarcze. Mniejsza liczba kluczowych korelacji, w ramach powyższych obszarów, występowała w przedsiębiorstwa mikro oraz średnich, a za najważniejsze można uznać działania w zakresie innowacji pracowniczych i środowiskowych. W kontekście korelacji w ramach poszczególnych działań można wskazać kluczowe zależności między:

- *Relacjami z pracownikami a Innowacyjnością* – podejmowaniem działań na rzecz pracowników a innowacjami produktowymi; szkoleniami z zakresu CSR a innowacjami procesowymi; prowadzeniem ocen pracowniczych a innowacjami marketingowymi; posiadaniem systemu kar i nagród a innowacjami pracowniczymi; prowadzeniem badań satysfakcji a innowacjami środowiskowymi.
- *Relacjami z interesariuszami zewnętrznymi a Innowacyjnością* – budowaniem efektywnych relacji z klientami a innowacjami marketingowymi; rozpatrywaniem reklamacji i skarg klientów a innowacjami pracowniczymi; badaniem satysfakcji klientów a innowacjami środowiskowymi; uwzględnianiem kwestii CSR przy wyborze kontrahentów a innowacjami pracowniczymi.
- *Zaangażowaniem społecznym a Innowacyjnością* – angażowaniem się w działania społeczne a innowacjami produktowymi; prowadzeniem konsultacji społecznych a innowacjami procesowymi; podejmowaniem działań sponsoringowych lub charytatywnych a innowacjami marketingowymi; wybraną formą wsparcia

społeczności lokalnej (rzeczową, finansową lub intelektualną) a innowacjami pracowniczymi; wspomaganiem pracowników w tych działaniach a innowacjami środowiskowymi.

- *Środowiskiem naturalnym a Innowacyjnością* – projektowaniem środowiskowym a innowacjami produktowymi; prowadzeniem konsultacji środowiskowych a innowacjami procesowymi; ograniczaniem zużycia energii i wody a innowacjami pracowniczymi; podejmowaniem działań proekologicznych a innowacjami pracowniczymi; wdrażaniem zasad zrównoważonej konsumpcji a innowacjami środowiskowymi.

Powyższe kluczowe korelacje w poszczególnych obszarach modelu SOA mogą stanowić rekomendacje dla podmiotów gospodarczych z sektora agrobiznesu w zakresie implementacji koncepcji odpowiedzialnego biznesu w praktyce gospodarczej, zwłaszcza pod kątem wprowadzanych innowacji w organizacji.

Dzięki obliczeniom przedstawionym w pracy można pozytywnie zweryfikować **hipotezę 5**, zgodnie z którą *Innowacyjność* przedsiębiorstw agrobiznesu jest istotnie statystycznie powiązana z *Efektami modelu SOA* – bardzo ważne jest to, że między tymi działaniami występuje silna korelacja istotna statystycznie. Kluczowe korelacje rho-Spearmana występowały między: innowacjami produktowymi a obniżeniem kosztów funkcjonowania na rynku i większą lojalnością klientów; innowacjami procesowymi a osiąganym wyższym zyskiem; innowacjami pracowniczymi a budowaniem efektywnych relacji z interesariuszami zewnętrznymi, wyższymi przychodami, stabilnością prowadzonego biznesu oraz ekspansją na nowe rynki; innowacjami środowiskowymi a zmotywowanymi pracownikami, większym zainteresowaniem mediów oraz uzyskaniem przewagi konkurencyjnej; innowacjami marketingowymi a lepszym wizerunkiem rynkowym organizacji.

Na podstawie przeprowadzonych rozważań teoretycznych i wyników badań empirycznych sformułowano następujące **uogólnienia i wnioski**:

1. Im większa była kategoria przedsiębiorstwa (zakładając podział na mikro, małe i średnie podmioty), tym częściej badani posiadali strategię CSR i podejmowali działania na rzecz szeroko rozumianego otoczenia organizacji oraz wszystkich interesariuszy (osoba zajmująca się CSR, kodeks etyki/postępowania/inny dokument czy dialog lub konsultacje) – aż 3/4 podmiotów najmniejszych nie podejmowało żadnych działań w kierunku wdrożenia odpowiedzialnego biznesu. Ponad 74% organizacji z gmin wiejskich nie realizowało żadnych działań w aspekcie koncepcji CSR; warto podkreślić, że wszystkie podmioty o zasięgu globalnym wskazały na prowadzenie dialogu lub konsultacji ze swoimi grupami interesariuszy. Prawie połowa ankietowanych wskazała na posiadanie odpowiednich warunków pracy dla osób niepełnosprawnych, a około 42% badanych przedsiębiorstw uznało, że wszystkie kwestie związane z dyskryminacją starają się nadzorować poprzez

formalne procedury lub opracowanie zasad dotyczących jej przeciwdziałaniu w miejscu pracy.

2. Ankietowani z mikro oraz małych przedsiębiorstw rzadziej wskazywali, że stosują udokumentowaną politykę personalną, czyli zasady, którymi kierują się wobec pracowników w aspekcie prowadzenia regularnych ocen pracy czy też badania satysfakcji osób zatrudnionych; warto podkreślić, że wszystkie podmioty o zasięgu globalnym prowadziły oceny pracy jako ważny element planowania rozwoju zawodowego pracowników. Badani z małych i średnich przedsiębiorstw zlokalizowanych w bardziej zurbanizowanych miejscowościach częściej byli wyrazicielami opinii, że występuje u nich formalny system kar oraz nagród pracowniczych, a także potwierdzali zatrudnienie osoby odpowiedzialnej za bezpieczeństwo i higienę pracy.
3. Prawie 3/5 badanych przedsiębiorstw agrobiznesu wskazało na posiadanie procedur mających na celu przeciwdziałanie praktykom korupcyjnym oraz rozpatrywanie reklamacji i skarg klientów. Badani, których przedsiębiorstwa zlokalizowane były w gminach miejskich, miały większą liczbę zatrudnionych oraz stosunkowo długo funkcjonowały na rynku bardziej, byli przekonani, że organizacja terminowo reguluje wszystkie zobowiązania finansowe wobec swoich dostawców/kontrahentów, ma formalne procedury w zakresie ochrony danych osobowych klientów i prowadzi badania ich satysfakcji. W analizowanych przedsiębiorstwach agrobiznesu dostrzegało się korzyści wynikające z wdrażania w praktyce gospodarczej zrównoważonego łańcucha dostaw, czyli systemu obejmującego cały cykl życia produktu i przyczyniającego się do wzrostu dobrobytu społecznego oraz poprawy stanu środowiska naturalnego (głównie w małych i średnich podmiotach).
4. Prawie 65% badanych przedsiębiorstw agrobiznesu wskazało na podejmowanie działań na rzecz społeczności lokalnej. Ankietowani reprezentujący średnie przedsiębiorstwa zlokalizowane w gminach miejsko-wiejskich oraz stosunkowo długo funkcjonujące na rynku częściej byli wyrazicielami opinii, że działania na rzecz społeczności lokalnej podejmowane przez organizację miały charakter ciągły oraz polegały na informowaniu i konsultowaniu ze swoimi interesariuszami kwestii dotyczących decyzji inwestycyjnych oraz generowanego przez siebie zanieczyszczenia środowiska naturalnego (na takie konsultacje wskazało ponad 3/5 wszystkich badanych przedsiębiorstw agrobiznesu).
5. Spośród badanych przedsiębiorstw agrobiznesu prawie połowa wskazała na opracowanie polityki środowiskowej i ukierunkowanie jej na efektywne zarządzanie środowiskiem naturalnym, a dodatkowo towarzyszyły jej udokumentowane i mierzalne cele. Ankietowani, którzy byli zdania, że organizacja jest w fazie pojawienia się na rynku, w większym stopniu od pozostałych wskazywali, że została opracowana polityka środowiskowa oraz towarzyszą jej udokumentowane

i mierzalne cele na poziomie organizacyjnym. Warto podkreślić, że przedsiębiorstwa agrobiznesu podejmowały także różne działania mające na celu promowanie zrównoważonej konsumpcji, głównie w zakresie technologii przyjaznych dla środowiska naturalnego czy też uczestnictwa w różnych akcjach prośrodowiskowych.

6. W grupie wszystkich przedsiębiorstw z sektora agrobiznesu występowały powiązania istotne statystycznie, które świadczyły o tym, że wraz ze wzrostem *Ładu organizacyjnego przedsiębiorstwa* (działań podejmowanych w tym zakresie) wzrastają wartości *Relacji z pracownikami*, *Relacji z interesariuszami zewnętrznymi*, *Zaangażowania społecznego* oraz *Środowiska naturalnego*, czyli aktywnościami podejmowanymi i realizowanymi w ramach tych obszarów, wchodzących w skład *Trójkąta CSR*.
7. Wśród badanych mikro, małych i średnich przedsiębiorstw z sektora agrobiznesu występowały zależności istotne statystycznie, które informowały o tym, że wraz ze wzrostem wartości *Relacji z pracownikami*, *Relacji z interesariuszami zewnętrznymi*, *Zaangażowania społecznego* oraz *Środowiska naturalnego* (czyli *Trójkąta CSR*) wzrastają wartości *Innowacyjności przedsiębiorstwa* – przede wszystkim w aspekcie innowacji produktowych, procesowych oraz pracowniczych (między innymi oddolnych inicjatyw osób zatrudnionych w ramach wolontariatu funkcjonującego w organizacjach).
8. W mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach agrobiznesu występowały korelacje istotne statystycznie, które świadczyły o tym, że wraz ze wzrostem wartości *Innowacyjności przedsiębiorstwa* wzrastały także wartości *Wyniku działalności przedsiębiorstwa*, czyli *efektów modelu SOA*.

Warto wspomnieć także o **ograniczeniach** badań przeprowadzonych w mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach z sektora agrobiznesu wykorzystanych w niniejszej pracy. Możemy do nich zaliczyć między innymi subiektywne podejście ankietowanych w zakresie udzielanych odpowiedzi na pytania zawarte w kwestionariuszu ankiety czy brak możliwości weryfikacji, kto z danej organizacji w rzeczywistości odpowiadał na podane zagadnienia. Na pewno trzeba podkreślić też fakt uczestniczenia w badaniach tylko tych podmiotów gospodarczych, które miały dostęp do Internetu oraz korzystały z poczty elektronicznej w czasie przeprowadzania badania ankietowego. Badania ankietowe umożliwiają przeprowadzenie analiz na dużych próbach, jednak w takiej sytuacji trudno jest o pogłębioną wiedzę z danego zakresu ze względu na jednorazowość oraz uproszczoną strukturę pytań – chociaż podjęto próbę rozwiązania tej kwestii poprzez podział ankiety na część pierwszą i drugą.

Oczywiście zakres niniejszej monografii nie wyczerpuje wszystkich zagadnień związanych z wdrażaniem społecznej odpowiedzialności w mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach z sektora agrobiznesu. W **dalszych badaniach** można uwzględnić

dotatkowo wszystkie gospodarstwa rolne (pokazując tym samym specyfikę prowadzonej tam działalności, zwłaszcza na terenach wiejskich), czy spróbować pokazać analizy bardziej szczegółowo, na przykład w zakresie przemysłu spożywczego, transportu czy handlu produktami żywnościowymi. Wskazane jest także uwzględnienie w dalszych badaniach największych przedsiębiorstw agrobiznesu, czyli zatrudniających powyżej 249 pracowników. Warto też się zastanowić nad dodaniem do autorskiego modelu SOA pewnych elementów (składowych) wykraczających poza przyjęte, zgodnie z normą ISO 26000 i rekomendacjami specjalistów z CSRHUB Sustainability management tools, założenia w zakresie obszarów koncepcji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, na przykład etyki osobistej, moralności czy kultury organizacyjnej.

W szczególności jako istotny wkład w dyscyplinie nauk o zarządzaniu należy uznać poniższe elementy:

- **w obszarze naukowym (poznawczym):**

- 1) Określenie specyfiki funkcjonowania mikro, małych i średnich przedsiębiorstw z sektora agrobiznesu w zakresie nauk o zarządzaniu.
- 2) Przedstawienie genezy powstania koncepcji społecznej odpowiedzialności, rozpoczynając rozważania od podstawowych kwestii dotyczących etyki działalności gospodarczej, poprzez etykę biznesu jako fundament powstania Corporate Social Responsibility.
- 3) Szczegółowy przegląd definicji CSR na podstawie literatury zagranicznej oraz krajowej umożliwiający uporządkowanie tych pojęć, a także wskazanie dotychczasowych badań w tym zakresie uwzględniających sektor agrobiznesu.
- 4) Zaproponowanie własnej definicji strategii społecznej odpowiedzialności (jako formalnych działań na poziomie organizacyjnym podmiotu gospodarczego), która uwzględnia specyfikę sektora MSP oraz sektor agrobiznesu.
- 5) Opracowanie definicji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, na podstawie szczegółowego przeglądu literatury, uwzględniającej specyfikę oraz cechy agrobiznesu jako kluczowego systemu gospodarki narodowej.

- **w obszarze metodycznym:**

- 1) Przedstawienie w sposób kompleksowy zagadnienia koncepcji społecznej odpowiedzialności w mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach z sektora agrobiznesu, zgodnie z przyjętymi działaniami oraz założeniami normy ISO 26000.
- 2) Określenie kluczowych zależności między działaniami podejmowanymi w zakresie wdrażania koncepcji CSR w poszczególnych jej obszarach a przyjętymi w pracy zmiennymi niezależnymi (wielkość przedsiębiorstwa, rodzaj gminy, dział agrobiznesu, forma prawna, rok powstania, zasięg działania rynkowego oraz faza cyklu życia w aspekcie sytuacji rynkowej).
- 3) Przedstawienie wszystkich obszarów uwzględnionych w autorskim modelu SOA oraz uzasadnienie ich wykorzystania do przeprowadzonych badań oraz analiz.

- 4) Opracowanie autorskiego modelu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw z sektora agrobiznesu (SOA) pokazującego zależności między obszarami koncepcji CSR a innowacyjnością oraz wynikiem działalności podmiotów gospodarczych, czyli efektami autorskiego modelu (w aspekcie ekonomicznym, ekologicznym oraz społecznym).
- **w obszarze praktycznym (aplikacyjnym):**
 - 1) Przedstawienie kluczowych korelacji między działaniami w zakresie koncepcji CSR a aktywnościami podejmowanymi przez badane przedsiębiorstwa agrobiznesu jako rekomendacji w kontekście ich wdrażania oraz rozwijania w praktyce gospodarczej – należy podkreślić, że badania spełniły kryteria przyjętej metodologii opracowanej przez J. Steczkowskiego i na tej podstawie można je określić jako reprezentatywne wśród przedsiębiorstw z sektora agrobiznesu.
 - 2) Określenie poszczególnych działań w ramach obszarów społecznej odpowiedzialności obrazujących silne zależności, a także wskazanie tych mniej istotnych w aspekcie praktycznego wdrażania analizowanej koncepcji CSR.
 - 3) Opracowanie modelu SOA pokazującego konkretne działania w zakresie odpowiedzialnego biznesu (w ramach poszczególnych obszarów), które kształtują oraz wpływają na wdrażanie praktyczne koncepcji Corporate Social Responsibility.
 - 4) Zaproponowanie modelu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw z sektora agrobiznesu (SOA), który wpisuje się rozwój praktyczny oraz teoretyczny koncepcji i modeli zarządzania rozwojem mikro, małych i średnich przedsiębiorstw w zakresie odpowiedzialnego biznesu.
 - 5) Przedstawienie propozycji dalszych prac badawczych w ramach, coraz bardziej popularnej, tematyki związanej ze społeczną odpowiedzialnością przedsiębiorstw.

5. Omówienie pozostałych osiągnięć naukowo-badawczych

a) główne obszary badań naukowych

Moja działalność naukowo-badawcza, po uzyskaniu stopnia doktora nauk ekonomicznych, koncentruje się na trzech głównych obszarach badań naukowych:

I. Uwarunkowania i czynniki rozwoju sektora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce.

II. Koncepcja społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw w wymiarze teoretycznym.

III. Identyfikacja i ocena działań podejmowanych przez przedsiębiorstwa w zakresie poszczególnych obszarów koncepcji CSR.

W ramach przedstawionych obszarów podejmowane były różne zagadnienia, które zostaną omówione szczegółowo poniżej.

I. Uwarunkowania i czynniki rozwoju sektora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce.

Pierwszym zagadnieniem podejmowanym w ramach tego obszaru, także przed uzyskaniem stopnia doktora, była *innowacyjność przedsiębiorstw*. Trzeba podkreślić, że innowacje odgrywają bardzo ważną rolę w funkcjonowaniu oraz rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw. Wszelkie działania innowacyjne podejmowane przez te podmioty gospodarcze podnoszą atrakcyjność wyrobów firmy, a tym samym poprawiają konkurencyjność i pozycję rynkową. Jednak, aby wprowadzić i opracować konkretne innowacje konieczna jest otwartość właścicieli na takie zmiany. O innowacyjności jako istotnym czynniku kreującym przewagę konkurencyjną przedsiębiorstw świadczy jej kluczowa rola we wprowadzaniu na rynek nowych produktów i usług, czyli zaspokajaniu potrzeb, pragnień i wymagań klientów oraz spełnianiu ich oczekiwań. Oprócz tego, dzięki innowacyjności wzrasta ogólna efektywność firm, nabiera właściwego wymiaru synergia pomiędzy poszczególnymi elementami organizacji, jak też kształtują się gusty i upodobania konsumentów na rynku. Poniższe publikacje zostały napisane przed obroną rozprawy doktorskiej, ale w tematyce innowacyjności miały zastosowanie także w dalszych badaniach prowadzonych przeze mnie.

Na podstawie rozważań teoretycznych i przeprowadzonych analiz w ramach tego zagadnienia stwierdzono, że:

- ✓ w sektorze mikro, małych i średnich przedsiębiorstw najczęściej występują innowacje opracowywane tylko w ramach danego podmiotu gospodarczego;
- ✓ występują obawy polskich przedsiębiorców przed szukaniem współpracowników, czego konsekwencją jest niższy stopień innowacyjności polskich organizacji w odniesieniu do sektora MSP w krajach Unii Europejskiej;
- ✓ można dostrzec dominujący udział środków własnych w finansowaniu innowacji w małych i średnich przedsiębiorstwach z centralnej Polski - z kolei kredyty bankowe najczęściej zaciągane były przez organizacje z południowych regionów kraju, dzięki większej dostępności do zewnętrznych źródeł finansowania nowych technologii;
- ✓ podejmując działania innowacyjne przedsiębiorstwa decydują się na różne strategie działania, przeważnie na strategię rywalizacji lub współpracy - ponieważ strategia rywalizacji bywa często bardziej kosztowna niż strategia współpracy, niektóre przedsiębiorstwa zaczynają wdrażać kulturę kooperacji i współdziałania z tego zakresu.

Do najważniejszych publikacji związanych z tym zagadnieniem można zaliczyć:

- Wołoszyn J., **Ratajczak M.:** „Innowacje produktowe w sektorze MSP w Polsce jako istotny czynnik konkurencyjności”, [w:] *Innowacje i innowacyjność w sektorze agrobiznesu*, Tom II: Rodzaje innowacji, s. 11-19, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2008.
- **Ratajczak M.:** „Źródła pochodzenia innowacji produktowych i procesowych wdrażanych przez sektor MSP w Polsce”, [w:] *Konkurencyjność gospodarki Polski*, s. 163-171, Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2008.
- **Ratajczak M., Mądra M.:** „Źródła i bariery finansowania innowacji w sektorze MSP w Polsce”, *Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego: Ekonomia i Organizacja Gospodarki Żywnościowej*, Nr 69, 2008, s. 43-53.
- Wołoszyn J., **Ratajczak M.:** „Porozumienia o współpracy w zakresie działalności innowacyjnej sektora MSP”, [w:] *Jednostki samorządu terytorialnego w procesie rozwoju regionalnego w zintegrowanej Europie*, s. 74-81, Wydawnictwo UJK w Kielcach, Kielce 2008.

Drugim zagadnieniem poruszonym w tym obszarze było *określenie znaczenia sektora MSP w polskiej gospodarce, ze szczególnym uwzględnieniem branży agrobiznesu*. Mikro, małe i średnie podmioty gospodarcze praktycznie we wszystkich krajach odgrywają obecnie wiodącą rolę w rozwoju gospodarczym na kluczowych szczeblach, czyli ekonomicznym, społecznym i organizacyjnym. Dlatego właśnie poprawnie funkcjonująca mała i średnia przedsiębiorczość jest uznawana za źródło poprawy wyników ekonomicznych, głównie poprzez tworzenie nowych miejsc pracy, stopień innowacji, płace, wydajność czy wymianę międzynarodową.

Do najważniejszych publikacji związanych z tym zagadnieniem można zaliczyć:

- **Ratajczak M.:** „Rola sektora MSP w wytwarzaniu PKB i wartości dodanej brutto w Polsce w latach 2002-2006”, *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, Tom XI, Zeszyt 1, 2009, s. 352-354.
- **Ratajczak M.:** „The role of small and medium enterprises in the Polish foreign trade”, [w:] *Young scientists towards the challenges of modern technology*, s. 441-445, Warsaw University of Technology, Warsaw 2009.
- **Ratajczak M., Wołoszyn J.:** „Wielkość i struktura zatrudnienia w przedsiębiorstwach w latach 2002-2006”, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, Nr 102, 2010, s. 244-250.

Oprócz tego starano się zwrócić uwagę na różne problemy związane z *zarządzaniem różnymi procesami* w omawianych podmiotach gospodarczych z sektora MSP, ukazując specyfikę w procesie kierowania nimi.

Na podstawie rozważań teoretycznych i przeprowadzonych analiz w ramach tego zagadnienia stwierdzono, że:

- ✓ we współczesnej gospodarce franchising jest atrakcyjną formą ekspansji rynkowej, która pozwala na poszerzanie rynków zbytu bez konieczności angażowania dużych środków finansowych - uczestnikom takiego porozumienia daje to silną ochronę przed konkurencją i możliwości rozdzielenia osiągnięć wypracowanych przez poszczególne ogniwa takiej sieci;
- ✓ istotnego znaczenia nabierają współcześnie odpowiednio przyjęte systemy oraz style zarządzania personelem w małych i średnich podmiotach gospodarczych - właśnie w tym przejawia się specyfika tych przedsiębiorstw i umiejętnego kierowania ludźmi w nich zatrudnionych;
- ✓ outsourcing dla małych i średnich przedsiębiorstw jest rozwiązaniem zwiększającym konkurencyjność i elastyczność zatrudnienia, ponieważ umożliwia poprawę rentowności oraz koncentruje się na kluczowych kompetencjach organizacji.

Do najważniejszych publikacji związanych z tym zagadnieniem można zaliczyć:

- **Ratajczak M.:** „Franchising jako forma współpracy małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce”, [w:] Współczesne metody zarządzania w praktyce gospodarczej, s. 146-152, Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź 2009.
- **Ratajczak M.:** „Specyfika zarządzania personelem w małych i średnich przedsiębiorstwach”, [w:] Zarządzanie jakością i personelem, s. 195-198, Wydawnictwo UP we Wrocławiu, Wrocław 2009.
- **Ratajczak M.:** „Zarządzanie jakością (QM) w małych i średnich przedsiębiorstwach w Polsce”, [w:] Jakość stylem życia, s. 117-123, Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej, Wrocław 2011.
- **Ratajczak M.:** „Outsourcing as a form of making flexible the employment in the sector of small and medium sized companies in Poland”, [w:] Human resources management: theory and practice, s. 49-55, Technical University of Lodz, Lodz 2009.

Kolejne zagadnienie podjęte w ramach powyższego obszaru dotyczyło *potencjału ekonomiczno-finansowego mikro, małych i średnich przedsiębiorstw*. W ramach wspomnianego potencjału osiągnane efekty mogą mieć charakter rzeczowy lub finansowy. W kwotach bezwzględnych, efekty rzeczowe mogą charakteryzować zwłaszcza przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów, przychody z całokształtu działalności, a także wartość dodana wytworzona w sektorze przedsiębiorstw. Natomiast efekty finansowe wyrażać będą kwoty bezwzględne wyniku finansowego

(zysk lub strata), a także nadwyżki finansowej, która jest sumą netto wyniku finansowego netto i amortyzacji. W poniższych publikacjach przedstawione zostały te kwestie, zarówno w skali całego kraju, jak i badanych przedsiębiorstwach z sektora MSP.

Na podstawie rozważań teoretycznych i przeprowadzonych analiz w ramach tego zagadnienia stwierdzono, że:

- ✓ w polskiej gospodarce dominowały przychody wytwarzane w przedsiębiorstwach mikro (zatrudnienie 0-9 osób) oraz zatrudniających powyżej 249 osób, a przyspieszenie tempa wzrostu gospodarczego nastąpiło przede wszystkim dzięki aktywności największych podmiotów gospodarczych;
- ✓ podstawową przeszkodą w rozwoju faktoringu są wysokie koszty usług faktoringowych (prowizja dla faktora oraz dodatkowe usługi świadczone na rzecz faktoranta) - jest to główna bariera, która bardzo często zniechęca małych i średnich przedsiębiorców do korzystania z tego rodzaju finansowania.
- ✓ kondycja ekonomiczna podmiotów wiejskich była w dużej mierze uzależniona od rodzaju prowadzonej działalności oraz możliwości rozwojowych tych przedsiębiorstw (w tym zakresie wykorzystano wyniki badań uzyskane w ramach rozprawy doktorskiej).

Do najważniejszych publikacji związanych z tym zagadnieniem można zaliczyć:

- **Ratajczak M.:** „Sytuacja finansowa małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2002-2007”, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego: Ekonomia i Organizacja Gospodarki Żywnościowej, Nr 76, 2009, s. 147-155.
- **Ratajczak M.:** „Wyniki finansowe małych i średnich podmiotów gospodarczych w Polsce w latach 2002-2008”, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego: Ekonomiczne Problemy Usług, Nr 43, 2010, s. 293-301.
- **Ratajczak M.:** „Znaczenie faktoringu jako instrumentu finansowania działalności sektora MSP w Polsce”, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach: Interdyscyplinarność w naukach o zarządzaniu, 2011, s. 232-239.
- **Ratajczak M.:** „Financial condition of small and medium rural enterprises situated in Warmia and Mazury”, EDAMBA 2009: Proceedings, s. 179-185, University of Economics in Bratislava, Bratislava 2009.
- **Ratajczak M.:** „Kondycja ekonomiczna małych i średnich przedsiębiorstw z obszarów wiejskich Warmii i Mazur”, ACTA Scientiarum Polonorum. Oeconomia, Nr 9 (2), 2010, s. 163-172.
- **Ratajczak M.:** „The financial condition of small and medium enterprises from the rural areas of the Warmia and Mazury region in north-eastern Poland”, [w:] Managing the potential of small and medium-sized enterprises in business practice, s. 207-223, Technical University of Lodz, Lodz 2010.

II. Koncepcja społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw w wymiarze teoretycznym.

Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR – Corporate Social Responsibility) jest ważna dla wszystkich małych i średnich przedsiębiorców prowadzących działalność na globalnym rynku, przede wszystkim dlatego, że uczestniczą tu różne grupy interesariuszy, także interesariusz milczący czyli środowisko naturalne). Zainteresowanie tą tematyką stale rośnie, ponieważ wszyscy ludzie powinni być świadomi, że dbanie o zachowanie równowagi zarówno w sferze ekonomicznej (wzrost gospodarczy), społecznej (poprawa jakości życia) i ekologicznej (ochrona środowiska) jest wspólnym obowiązkiem.

Poza tym, stosowanie CSR, pozytywnie wpływa na konkurencyjność sektora MSP. Pozwala ulepszać produkty, co skutkuje większym zadowoleniem i lojalnością klientów. Większa motywacja i zaangażowanie pracowników przekłada się na zwiększoną kreatywność oraz innowacyjność. Stwarza się pozytywny wizerunek firmy, a co za tym idzie poprawia się sytuacja na rynku pracy i współpraca z partnerami biznesowymi. W efekcie daje to zwiększenie sprzedaży i uzyskanie przewagi konkurencyjnej wynikającej z powyższych aspektów. Biorąc pod uwagę wszystkie powyższe ustalenia, początkowo postanowiono w opracowaniach skupić się na wymiarze teoretycznym omawianej koncepcji.

Na podstawie rozważań teoretycznych przeprowadzonych w ramach tego obszaru stwierdzono, że:

- ✓ odpowiedzialności oczekują interesariusze, zarówno ci, z którymi dane przedsiębiorstwo wchodzi w różne układy biznesowe (dostawcy, kooperanci, banki), jak też partnerzy społeczni (związki zawodowe, organizacje reprezentujące interesy klientów, organizacje ekologiczne, organizacje typu non-profit), a także pracownicy;
- ✓ organizacja ucząca się jest przestrzenią, w której idea CSR może być prawidłowo zinterpretowana, przyswojona i wdrożona - w organizacji, która odwołuje się do zasady nieustannego zdobywania wiedzy i dzielenia się nią, doceniane są zachowania etyczne i ich wpływ na relacje międzyludzkie, na interaktywną współpracę;
- ✓ ważne jest, aby wybrać te zakresy działalności CSR, które będą najbardziej istotne z punktu widzenia innowacyjności i ryzyka, gdyż nie wszystkie są jednakowo ważne dla ogółu przedsiębiorstw - ponadto podejmowane ryzyko innowacyjne należy widzieć jako szansę nowych możliwości biznesowych w dłuższym horyzoncie czasu (ustalenie odpowiednich proporcji między działaniami ograniczającymi ryzyko krótko i długoterminowe);
- ✓ organizacje stosując zasady odpowiedzialnego biznesu kształtują także swoje relacje z otoczeniem branżowym, regulacyjnym oraz konsumenckim - nie można mówić o odpowiedzialności przedsiębiorstw, jeśli nie zwraca się uwagi na to, jakie standardy stosują nasi kontrahenci, jakich mamy dostawców i jaki jest nasz wpływ na kondycję ekonomiczną podmiotu gospodarczego;

- ✓ ład organizacyjny sprzyja podejmowaniu przez przedsiębiorstwa etycznych działań oraz integruje kwestię odpowiedzialności społecznej ze wszystkimi obszarami funkcjonowania organizacji - praktyki z tego obszaru poruszają bardzo istotne zagadnienia związane z budowaniem dialogu z interesariuszami, kwestiami etycznymi, raportowaniem i, przede wszystkim, odpowiedzialnym zarządzaniem;
- ✓ przedsiębiorstwa przyjmujące postawę aktywną w zakresie ochrony środowiska stają się częścią polityki społecznej; zakres ochrony środowiska wyznaczany jest nie tylko przez ekologiczne ustawodawstwo, ale również przez świadomość kierownictwa i szeregowych pracowników konkretnego przedsiębiorstwa - dzięki takiej postawie organizacja zyskuje polityczną akceptację i społeczną legitymizację.

Do najważniejszych publikacji związanych z tym obszarem można zaliczyć:

- **Ratajczak M., Stawicka E.:** „Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) jako narzędzie podnoszenia konkurencyjności sektora MSP”, [w:] Społeczna odpowiedzialność biznesu w małych i średnich przedsiębiorstwach, s. 131-141, Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym, Warszawa 2008.
- **Wołoszyn J., Ratajczak M.:** „Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw wobec oczekiwań interesariuszy”, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego: Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej, Nr 83, 2010, s. 95-102.
- **Ratajczak M., Stawicka E.:** „Historyczne uwarunkowania rozwoju społecznej odpowiedzialności biznesu”, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Nr 156, 2011, s. 96-102.
- **Wołoszyn J., Ratajczak M.:** „Organizacja oparta na wiedzy a CSR”, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego: Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej, Nr 88, 2011, s. 141-149.
- **Wołoszyn J., Ratajczak M.:** „Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw (CSR) w sferze agrobiznesu”, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego: Problemy Rolnictwa Światowego, Tom 11, Zeszyt 2, 2011, s. 146-155.
- **Ratajczak M., Wołoszyn J.:** „Innowacyjność i ryzyko w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu”, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Nr 220, 2011, s. 84-90.
- **Wołoszyn J., Ratajczak M.:** „Modele społecznej odpowiedzialności biznesu – rozważania teoretyczne”, [w:] Społeczna odpowiedzialność biznesu w obszarze przedsiębiorczości, s. 7-15, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2012.

- **Ratajczak M.:** „Odpowiedzialny biznes (CSR) w odniesieniu do wymagań rynkowych”, [w:] Nauki o zarządzaniu dla przedsiębiorstw i biznesu, s. 155-164, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2013.
- **Ratajczak M.:** „Ład organizacyjny jako element społecznej odpowiedzialności (CSR) we współczesnych przedsiębiorstwach”, [w:] Społeczne i organizacyjne czynniki rozwoju przedsiębiorczości, s. 195-202, Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź 2013.
- **Ratajczak M.:** „Ekorozwój jako podstawa odpowiedzialnego biznesu (CSR) w obszarze środowiska naturalnego”, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Nr 288, 2013, s. 151-159.

III. Identyfikacja i ocena działań podejmowanych przez przedsiębiorstwa w zakresie poszczególnych obszarów koncepcji CSR.

Ostatni obszar prowadzonych badań charakteryzuje się praktycznym podejściem do koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu, co ma główny związek z otrzymaniem w 2010 roku decyzji o finansowaniu przez Narodowe Centrum Nauki projektu badawczego z tego zakresu – pełniłem rolę głównego wykonawcy w tych badaniach. Razem z prof. Janem Wołoszynem oraz dr Ewą Stawicką przeprowadziliśmy badania dotyczące wdrażania koncepcji CSR w przedsiębiorstwach agrobiznesu prowadzących działalność na obszarach wiejskich województwa mazowieckiego.

Wyniki przeprowadzonych badań pozwoliły określić stan wiedzy polskich przedsiębiorców z branży agrobiznesu na temat CSR oraz jej praktyczny wymiar. Analiza wyników przeprowadzonych badań pozwoliła dostrzec różnice w podejściu przedsiębiorców do działań odpowiedzialnych społecznie uwzględniając podział na następujące obszary: znajomość koncepcji CSR, stosowaną politykę CSR, społeczne zaangażowanie przedsiębiorców, uwzględnianie aspektu środowiskowego, działania na rzecz pracowników oraz aspekt ekonomiczny a CSR. Efektem realizacji powyższych badań była monografia naszego autorstwa pod tytułem „Społeczna odpowiedzialność małych i średnich przedsiębiorstw agrobiznesu z obszarów wiejskich” wydana w 2012 roku.

Na podstawie przeprowadzonych badań empirycznych stwierdzono, że:

- ✓ przedsiębiorcom brakuje wiedzy z zakresu CSR i należy uzupełniać te braki poprzez dostarczenie informacji, szczególnie w zakresie przykładów dobrych praktyk realizowanych w praktyce gospodarczej;
- ✓ właściciele powinni więcej uwagi poświęcać mapowaniu interesariuszy i określeniu tych, z którymi należy prowadzić zaawansowany dialog;
- ✓ konieczne jest, aby przedsiębiorcy wdrażali instrumenty społecznej odpowiedzialności, głównie normy i certyfikaty jakości, kodeksy etyczne czy kodeksy dobrych praktyk wobec pracowników;

- ✓ w branży spożywczej ekologia musi być priorytetem koncepcji społecznej odpowiedzialności i ważne jest stworzenie własnych rozwiązań w tym zakresie, które będą podejmowane systematycznie jako strategia biznesowa;
- ✓ występuje obawa, że pracownicy z wysokim poziomem kapitału ludzkiego będą poszukiwali odpowiedzialnych pracodawców, do których badane podmioty gospodarcze trudno jest zakwalifikować;
- ✓ konieczne jest, aby instytucje zajmujące się promocją CSR mocno podkreślały znaczenie tej koncepcji w praktyce biznesowej, na rynku krajowym, jak i zagranicznym.

Do najważniejszych publikacji, oprócz wskazanej powyżej monografii, związanych z tym obszarem można zaliczyć:

- **Ratajczak M., Wołoszyn J.:** „Wdrażanie strategii CSR w ramach obszaru Rynek jako ważny element podnoszenia konkurencyjności współczesnych przedsiębiorstw”, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Tom XII, Zeszyt 5, 2010, s. 199-203.
- **Ratajczak M.:** „Implementacja strategii CSR w odniesieniu do środowiska naturalnego jako ważny element strategii rozwojowych współczesnych przedsiębiorstw”, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego: Problemy Rolnictwa Światowego, Tom 10, Zeszyt 4, 2010, s. 74-81.
- **Ratajczak M., Wołoszyn J.:** „Corporate Social Responsibility towards employees”, [w:] The determinants of entrepreneurship development in SME sector companies, s. 89-100, Technical University of Lodz, Lodz 2011.
- **Ratajczak M., Wołoszyn J.:** „Strategia CSR w aspekcie relacji biznes-środowisko”, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Tom XIII, Zeszyt 2, 2011, s. 398-401.
- **Ratajczak M.:** „Odpowiedzialny biznes (CSR) w ramach obszaru Społeczeństwo”, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Nr 168, Tom 2, 2011, s. 154-162.
- Wołoszyn J., Stawicka E., **Ratajczak M.:** „Koncepcja społecznej odpowiedzialności w opinii właścicieli małych i średnich przedsiębiorstw agrobiznesu z województwa mazowieckiego”, [w:] Zarządzanie w regionie: teoria i praktyka, s. 383-391, Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej, Warszawa 2012.
- **Ratajczak M., Wołoszyn J., Stawicka E.:** „Koncepcja CSR w aspekcie pracowników na przykładzie przedsiębiorstw agrobiznesu z województwa mazowieckiego”, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Nr 246, 2012, s. 381-390.

Poza praktycznym podejściem do koncepcji CSR wskazanym w powyższych publikacjach, badania te kontynuowałem dzięki otrzymanym grantom dla młodych naukowców w latach 2013-2017. Obejmowały one przedsiębiorstwa agrobiznesu z obszarów wiejskich prowadzące działalność gospodarczą na terenie województwa warmińsko-mazurskiego, małopolskiego oraz wielkopolskiego. Dzięki temu poszerzyłem swoją wiedzę dotyczącą implementacji odpowiedzialnego biznesu w różnych regionach Polski i mogłem dokładniej zaplanować dalsze badania, które stanowiły podstawę do napisania monografii habilitacyjnej.

Na podstawie przeprowadzonych badań empirycznych określiłem kluczowe elementy dotyczące stosowania koncepcji społecznej odpowiedzialności w praktyce gospodarczej (głównie w podmiotach gospodarczych prowadzących działalność na obszarach wiejskich). Uwzględniając analizę literatury i powyższe badania potwierdziłem potrzebę przeprowadzenia kompleksowych analiz dotyczących implementacji społecznej odpowiedzialności w mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach z sektora agrobiznesu.

Do najważniejszych publikacji powstałych, między innymi, w oparciu o wyniki badań uzyskane dzięki grantom dla młodych naukowców zaliczam:

- **Ratajczak M.:** „Działania CSR wobec pracowników na przykładzie przedsiębiorstw agrobiznesu z Warmii i Mazur”, *Przegląd Organizacji*, Nr 12, 2013, s. 14-19.
- **Ratajczak M.:** „The implementation of selected elements of the CSR concept on the example of agribusiness enterprises from Warmia and Mazury”, *Management*, Vol. 18, Nr 1, 2014, s. 109-123.
- **Ratajczak M., Wołoszyn J.:** „Koncepcja CSR w aspekcie korzyści społecznych przedsiębiorstw agrobiznesowych z obszarów wiejskich”, *Prace Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Gdańsku*, Tom 36, 2014, s. 159-167.
- **Ratajczak M., Wołoszyn J.:** „Działania na rzecz społeczeństwa w zakresie Corporate Social Responsibility na przykładzie przedsiębiorstw agrobiznesu”, *Journal of Agribusiness and Rural Development*, Zeszyt 4 (34), 2014, s. 127-135.
- **Ratajczak M.:** „Important issues of CSR strategy on the example of Polish agribusiness enterprises”, *Prace Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Gdańsku*, Tom 42, 2015, s. 135-146.
- **Ratajczak M.:** „Understanding the concept of CSR in small and medium-sized enterprises in agribusiness”, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, Nr 387, 2015, s. 149-157.
- **Wołoszyn J., Ratajczak M.:** „Społeczne aspekty działalności przedsiębiorstw agrobiznesu z obszarów wiejskich”, *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, Tom XVIII, Zeszyt 3, 2016, s. 385-389.

- **Ratajczak M.:** „Knowledge of the concept of corporate social responsibility in agribusiness enterprises (based on the example of the SME sector in Malopolska)”, *Management*, Vol. 20, Nr 1, 2016, s. 337-351. **Indeksowane w Web of Science Core Collection.**
- **Ratajczak M., Wołoszyn J.:** „Ecological activity as part of the corporate social responsibility concept area (based on the example of agricultural enterprises in rural areas)”, *Economic and Regional Studies/Studia Ekonomiczne i Regionalne*, Vol. 10, Nr 4, 2017, s. 43-53.
- **Ratajczak M.:** Wybrane aspekty wdrażania CSR w przedsiębiorstwach agrobiznesu (w świetle badań własnych), [w:] *Wyzwania i perspektywy przedsiębiorczej organizacji*, T. 2: *Koncepcje i metody zarządzania*, s. 53-62, Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2017.
- Rokicki T., Michalski K., **Ratajczak M.,** Szczepaniuk H., Golonko M.: „Wykorzystanie odnawialnych źródeł energii w krajach Unii Europejskiej”, *Annual Set the Environment Protection. Rocznik Ochrona Środowiska*, T. 20, 2018, s.1318-1334. **Impact Factor: 0.899, Lista A MNiSW, Baza JCR, indeksowane w Scopus.**
- **Ratajczak M., Rokicki T.:** „Selected issues regarding the implementation of CSR in Polish agribusiness enterprises: case study”, *Rural development and entrepreneurship: production and co-operation in agriculture*, *Proceedings of the International Scientific Conference 9-11 maja 2018 r., Economic Science for Rural Development*, Nr 47, s. 291-297, Jelgava, Łotwa 2018. **Indeksowane w Web of Science Core Collection.**
- **Ratajczak M.:** „Zakres wiedzy polskich przedsiębiorców agrobiznesu na temat koncepcji CSR (w świetle badań własnych)”, *Humanizacja Pracy*, Nr 1, 2018, s. 81-94.
- **Ratajczak M., Rokicki T.:** „The CSR concept in the Polish metallurgical sector – selected activities in the area of the natural environment”, *27th International Conference in Metallurgy and Materials: conference proceedings*, 23-25 maja 2018 r., s. 2062-2067, Ostrava, Czechy 2018. **Indeksowane w Scopus.**

Podsumowując, opracowania naukowe mojego autorstwa były publikowane w takich czasopismach, jak: *Annual Set The Environment Protection: Rocznik Ochrona Środowiska*; *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego: Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*; *Przegląd Organizacji*; *Management*; *ACTA Scientiarum Polonorum. Oeconomia*; *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*; *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego: Ekonomiczne Problemy Usług*; *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*; *Studia Ekonomiczne Regionu Łódzkiego*; *Prace Naukowe*

Wyższej Szkoły Bankowej w Gdańsku; Humanizacja Pracy; Marketing i Rynek; Slovak Scientific Journal – Management: Science and Education; Management Trends in Theory and Practice; Journal of Agribusiness and Rural Development; Folia Pomearanae Universitatis Technologiae Stetinensis Seria Oeconomia; Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu; Economic and Regional Studies; Studia Ekonomiczne i Regionalne; Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie: Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej; Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie: Problemy Rolnictwa Światowego.

Natomiast rozdziały w monografiach naukowych ukazały się w Wydawnictwach: Politechniki Łódzkiej, Politechniki Częstochowskiej, Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie, Uniwersytetu Rolniczego w Krakowie, Uniwersytetu Szczecińskiego, Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu, Instytutu Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym, Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach, Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu, Politechniki Wrocławskiej, Szkoły Głównej Handlowej, Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach oraz Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie.

W czasie mojej pracy naukowej opublikowałem łącznie 95 opracowań (stan na koniec 2018 roku), z czego 22 publikacje ukazały się przed uzyskaniem stopnia doktora. W języku angielskim opublikowałem 19 opracowań, wszystkie po uzyskaniu stopnia doktora. Mój dorobek naukowo-badawczy został szczegółowo przedstawiony w tabeli 1.

Tabela 1. Ilościowe zestawienie publikacji przed i po uzyskaniu stopnia doktora

Wyszczególnienie	Publikacje naukowe przed uzyskaniem stopnia doktora	Publikacje naukowe po uzyskaniu stopnia doktora
Publikacje w czasopismach posiadających współczynnik wpływu Impact Factor (IF), znajdujących się w bazie Journal Citation Reports (JCR)	-	1 (IF - 0.899) ¹⁶
Publikacje w recenzowanych materiałach z konferencji międzynarodowych oraz czasopismach naukowych uwzględnionych w Web of Science i/lub Scopus	-	4
Monografie naukowe	-	2
Publikacje naukowe	7	42

¹⁶ <https://www.bioxbio.com/journal/RO CZ-OCHR-SR> (28.02.2019 r.)

w recenzowanych czasopiśmie międzynarodowych i krajowych		
Rozdziały w monografiach naukowych	15	21
Redagowane monografie wieloautorskie	-	1
Publikacje popularno-naukowe	-	2
Liczba publikacji ogółem	22	73
Liczba punktów ogółem ustalona zgodnie z wytycznymi MNiSW obowiązującymi w poszczególnych latach sprawozdawczych	73	538
Liczba punktów z uwzględnieniem udziału procentowego ustalona zgodnie z wytycznymi MNiSW obowiązującymi w poszczególnych latach sprawozdawczych	61	437,7
Liczba publikacji i punktów łącznie	95 publikacji – 611 punktów	

Źródło: opracowanie własne.

Poniżej przedstawione są kluczowe wskaźniki moich dokonań naukowych z uwzględnieniem liczby publikacji w bazach danych, liczby cytowań oraz indeksem Hirscha.

Tabela 2. Indeks Hirscha, liczba publikacji i cytowań w bazach danych

Nazwa bazy danych publikacji	Liczba publikacji w bazie danych	Liczba cytowań publikacji naukowych	Indeks Hirscha
Web of Science oraz Scopus	5	6 ¹⁷	-
Google Scholar	74	147	5
Publish or Perish	67	135	5
BazEkon	32	70	4

Źródło: opracowanie własne na podstawie informacji uzyskanych z Biblioteki Głównej SGGW w Warszawie (stan na 28.02.2019 r.).

¹⁷ Uwzględniono liczbę cytowań publikacji znajdujących się w bazie oraz liczbę cytowań publikacji spoza bazy wykorzystanych w opracowaniach naukowych indeksowanych w Web of Science.

b) udział w projektach badawczych

W trakcie swojej pracy zawodowej jako kierownik i główny wykonawca uczestniczyłem w następujących projektach:

I. Temat projektu: Społeczna odpowiedzialność małych i średnich przedsiębiorstw agrobiznesu z obszarów wiejskich (na przykładzie województwa mazowieckiego).

Numer projektu: N N114 165638

Kierownik projektu: dr hab. Jan Wołoszyn

Grant własny przyznany przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego (od 3.11.2011 roku – Narodowe Centrum Nauki) w kwocie 84 500 zł.

Termin rozpoczęcia i zakończenia projektu: 19.03.2010 r.-18.03.2012 r.

W tym projekcie pełniłem rolę **głównego wykonawcy**. Przedmiotem badań był aspekt społecznej odpowiedzialności w małych i średnich przedsiębiorstwach agrobiznesu z obszarów wiejskich województwa mazowieckiego. Analizę społecznej odpowiedzialności w przedsiębiorstwach agrobiznesu dokonano z uwzględnieniem następujących obszarów: znajomość koncepcji CSR, stosowana polityka CSR, społeczne zaangażowanie przedsiębiorców, uwzględnianie aspektu środowiskowego, polityka wobec pracowników oraz aspekt ekonomiczny a CSR. Wyniki przeprowadzonych badań pozwoliły określić stan wiedzy polskich przedsiębiorców z branży agrobiznesu na temat CSR oraz jej praktyczny wymiar. Analiza wyników przeprowadzonych badań pozwoliła dostrzec różnice w podejściu przedsiębiorców do działań odpowiedzialnych społecznie. Monografia i inne opracowania naukowe powstałe w ramach tego projektu przedstawiono w części dotyczącej obszarów badań naukowych.

II. Temat projektu: Stan, kierunki i efektywność innowacji w przedsiębiorstwach przetwórstwa rolno-spożywczego.

Numer projektu: N N115 180939

Kierownik projektu: dr Anna Wasilewska

Grant własny przyznany przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego (od 3.11.2011 roku – Narodowe Centrum Nauki) w kwocie 150 000 zł.

Termin rozpoczęcia i zakończenia projektu: 4.08.2010 r.-21.04.2013 r.

W tym projekcie pełniłem rolę **wykonawcy**. Celem przeprowadzonych badań było określenie poziomu innowacyjności przedsiębiorstw przetwórstwa rolno-spożywczego oraz kształtujących ją czynników. Dokonano przeglądu literatury z zakresu definicji i rodzajów innowacji oraz działalności innowacyjnej przedsiębiorstw, zwracając szczególną uwagę na sposoby jej pomiaru. Badania ankietowe przeprowadzono w 60 przedsiębiorstwach innowacyjnych, publikujących sprawozdania finansowe w Monitorze Polskim B lub Monitorze Spółdzielczym. Na ich podstawie określono zmiany, jakie miały miejsce

w przedsiębiorstwach pod wpływem działalności innowacyjnej oraz stopień nowości tych zmian. Analizie poddano również cele działalności innowacyjnej w zakresie produktów i procesów oraz stopień ich realizacji. Omówione zostały źródła informacji dotyczącej działalności innowacyjnej przedsiębiorstw.

III. Temat projektu: Społeczna odpowiedzialność małych i średnich przedsiębiorstw agrobiznesu z obszarów wiejskich (na przykładzie województwa warmińsko-mazurskiego).

Kierownik projektu: dr Marcin Ratajczak

Grant wewnętrzny dla młodych naukowców przyznany na Uczelni w 2013 roku w kwocie 4400 zł.

Celem głównym projektu było określenie zakresu społecznej odpowiedzialności małych i średnich przedsiębiorstw agrobiznesu prowadzących działalność na obszarach wiejskich województwa warmińsko-mazurskiego. Ze względu na to, że przedsiębiorcom brakuje wiedzy z zakresu CSR, należy uzupełniać te braki poprzez dostarczanie wiedzy i informacji szczególnie na temat przykładów dobrych praktyk w branży agrobiznesu. Przedsiębiorcy powinni więcej uwagi poświęcić mapowaniu interesariuszy, to pozwoli im wybrać tych, z którymi warto, a nawet należy prowadzić zaawansowany dialog.

IV. Temat projektu: Wdrażanie koncepcji CSR (Corporate Social Responsibility) na przykładzie małych i średnich przedsiębiorstw agrobiznesu z Małopolski.

Kierownik projektu: dr Marcin Ratajczak

Grant wewnętrzny dla młodych naukowców przyznany na Uczelni w 2014 roku w kwocie 3250 zł.

Celem głównym projektu było określenie zakresu społecznej odpowiedzialności małych i średnich przedsiębiorstw agrobiznesu prowadzących działalność na terenie województwa małopolskiego. Konieczne jest, aby przedsiębiorcy w swoich firmach wdrożyli instrumenty polityki społecznej odpowiedzialności, a szczególnie normy i certyfikaty jakości i bezpieczeństwa, kodeksy etyczne wobec interesariuszy, kodeksy dobrych praktyk wobec pracowników. Świadomość, iż pracownicy to ważny, a może najważniejszy zasób każdej organizacji, jest niestety niska. Zachodzi więc potrzeba, aby przedsiębiorcy przyjrzeni się relacjom pracowniczym w swoich firmach, a zwłaszcza funkcjonującym regulaminom (np. oceniania, premiowania), czy też innym uregulowaniom z obszaru personalnego.

V. Temat projektu: Zastosowanie zasad społecznej odpowiedzialności w małych i średnich przedsiębiorstwach agrobiznesu w Polsce.

Kierownik projektu: dr Marcin Ratajczak

Grant wewnętrzny dla młodych naukowców przyznany na Uczelni w 2015 roku w kwocie 2300 zł.

Celem głównym projektu było określenie zakresu społecznej odpowiedzialności w małych i średnich przedsiębiorstwach agrobiznesu prowadzących działalność na obszarach wiejskich w Polsce (analiza porównawcza trzech województw – mazowieckiego, warmińsko-mazurskiego oraz małopolskiego). Badania pokazały, że koncepcja CSR w największym zakresie była wdrażana w podmiotach gospodarczych z Mazowsza, a najrzadziej takie działania podejmowali właściciele firm z Warmii i Mazur.

VI. Temat projektu: Wdrażanie koncepcji Corporate Social Responsibility w polskich przedsiębiorstwach agrobiznesu.

Kierownik projektu: dr Marcin Ratajczak

Grant wewnętrzny dla młodych naukowców przyznany na Uczelni w 2016 roku w kwocie 2070 zł.

Celem głównym projektu było określenie zakresu społecznej odpowiedzialności (CSR) w przedsiębiorstwach agrobiznesu prowadzących działalność w Polsce. Wyniki badań uzyskane w czasie realizacji zadania miały charakter teoretyczny, jak również praktyczny. Znalazły zastosowanie w późniejszych analizach społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw agrobiznesu i dydaktyce oraz mogą być cennym źródłem dla małych i średnich przedsiębiorców przy podejmowaniu ważnych decyzji organizacyjnych oraz umacnianiu swojej pozycji konkurencyjnej na rynku.

Dodatkowo byłem jeszcze **wykonawcą w dwóch projektach o charakterze dydaktycznym:**

- projekcie „Edukacja-Kompetencje-Zatrudnienie” realizowanego w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki Poddziałanie 4.1.1 „Wzmocnienie potencjału dydaktycznego uczelni” pod nadzorem Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego Nr: WND-POKL.04.01.01-00-161/10-00;
- projekcie Program doskonalenia dydaktyki SGGW w dziedzinie bioekonomii oraz utworzenie kwalifikacji zawodowej „Młodszy menadżer jakości” finansowanym z Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007-2013, Priorytet IV Szkolnictwo wyższe i nauka, Działanie 4.1. Wzmocnienie i rozwój potencjału dydaktycznego uczelni oraz zwiększenie liczby absolwentów kierunków o kluczowym znaczeniu dla gospodarki opartej na wiedzy, Poddziałanie 4.1.1. Wzmocnienie potencjału dydaktycznego uczelni Nr: UDA-POKL.04.01.01-00-073/13-00.

c) nagrody i wyróżnienia za działalność naukowa i organizacyjna

- Nagroda JM Rektora Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie Indywidualna Stopnia III za osiągnięcia naukowe w 2011 roku
- Nagroda JM Rektora Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie Zespołowa Stopnia II za osiągnięcia naukowe w 2013 roku
- Dyplom Uznania Dziekana Wydziału Nauk Ekonomicznych za uzyskanie wyróżniającej oceny w zakresie działalności naukowej, dydaktycznej i organizacyjnej w 2015 roku
- Nagroda JM Rektora Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie Indywidualna Stopnia III za osiągnięcia naukowe w 2016 roku
- Dyplom Uznania JM Rektora Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie za osiągnięcia organizacyjne w 2016 roku
- Nagroda JM Rektora Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie Zespołowa Stopnia II za osiągnięcia organizacyjne w 2017 roku
- Nagroda JM Rektora Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie Indywidualna Stopnia III za osiągnięcia organizacyjne w 2018 roku

d) wvgłoszone referaty na międzynarodowych i krajowych konferencjach, przewodniczenie sesjom oraz odbyte staże naukowe

W latach 2009-2018 uczestniczyłem łącznie w 64 konferencjach naukowych, przy czym wyniki badań własnych prezentowałem na **30 konferencjach naukowych (9 międzynarodowych i 21 krajowych)**, które były organizowane przez różne ośrodki akademickie. Na **5 konferencjach** miałem przyjemność być przewodniczącym sesji. Wykaz referatów przedstawia się następująco:

- International Conference „UN Millennium development goals: challenges and perspectives”, Szent Istvan University, Godollo-Hungary, 23-26 czerwca 2009 r. (**wystąpienie: „Investment outlays of the small and medium-sized enterprises sector in Poland”**).
- VIII Konferencja Naukowa „Nauka młodych – nowe spojrzenie”, Akademia Podlaska w Siedlcach, Siedlce, 14-15 września 2009 r. (**wystąpienie: „Odpowiedzialny biznes jako element zarządzania przedsiębiorstwem w warunkach kryzysu gospodarczego”**).
- International PhD Students and Young Scientists Conference „Young Scientists Towards the Challenges of Modern Technology”, Warsaw University of Technology, Warsaw, 21-23 września 2009 r. (**wystąpienie: „The role of small and medium enterprises in the Polish foreign trade”**).
- International Scientific Conference „Edamba 2009”, University of Economics in Bratislava, Mojmirovce-Slovakia, 8 październik 2009 r. (**wystąpienie: „Financial**

condition of small and medium rural enterprises situated in Warmia and Mazury”).

- II Ogólnopolska Konferencja „Młodzi ekonomiści wobec kryzysu”, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin, 23 października 2009 r. **(wystąpienie: „Wyniki finansowe małych i średnich podmiotów gospodarczych w Polsce w latach 2002-2008”).**
- Konferencja Naukowa „Zarządzanie potencjałem małych i średnich przedsiębiorstw w praktyce gospodarczej”, Politechnika Łódzka, Łódź, 14-15 maja 2010 r. **(wystąpienie: „Sytuacja finansowa małych i średnich przedsiębiorstw z obszarów wiejskich Warmii i Mazur”), przewodniczący sesji „Metody zarządzania potencjałem małych i średnich przedsiębiorstw”).**
- IV Ogólnopolska Konferencja Naukowa „Społeczna odpowiedzialność organizacji. Metodyka, narzędzia, ocena”, Uniwersytet Ekonomiczny, Wrocław, 24-26 maja 2010 r. **(wystąpienie: „Historyczne uwarunkowania rozwoju społecznej odpowiedzialności biznesu”).**
- Konferencja Naukowa „Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich. Stan i perspektywy rozwoju”, SGGW w Warszawie, Warszawa, 17-18 czerwca 2010 r. **(wystąpienie: „Kondycja ekonomiczna małych i średnich przedsiębiorstw z obszarów wiejskich Warmii i Mazur”).**
- XVII Kongres SERiA „Determinanty rozwoju agrobiznesu”, Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie, Świnoujście, 7-9 września 2010 r. **(wystąpienie: „Wykorzystanie usług szkoleniowych przez małe i średnie przedsiębiorstwa wiejskie z Warmii i Mazur”).**
- Międzynarodowa Konferencja Naukowa „Good governance i społeczna odpowiedzialność a sektor rolno-żywnościowy”, SGGW w Warszawie, Warszawa, 2 grudnia 2010 r. **(wystąpienie: „Implementacja strategii CSR w odniesieniu do środowiska naturalnego jako ważny element strategii rozwojowych współczesnych przedsiębiorstw”).**
- II Konferencja Naukowa „Współczesne koncepcje i strategie zarządzania. Teoria a praktyka”, Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna w Bielsku-Białej, Wisła, 31 marca-01 kwietnia 2011 r. **(wystąpienie: „Społecznie odpowiedzialny biznes w aspekcie interesariuszy firmy – pracowników”).**
- IV Międzynarodowa Konferencja Naukowa „Informacja i wiedza w zarządzaniu finansami”, SGGW w Warszawie, Jachranka, 17-18 listopada 2011 r. **(wystąpienie: „Organizacja oparta na wiedzy a CSR”).**
- XIX Kongres SERiA „Obszary wiejskie i agrobiznes w warunkach zmieniającej się koniunktury gospodarczej”, Uniwersytet w Białymstoku, Białystok, 5-7 września 2012 r. **(wystąpienie: „Odpowiedzialny biznes (CSR) w aspekcie**

środowiska naturalnego na przykładzie małych i średnich przedsiębiorstw agrobiznesu z województwa mazowieckiego”).

- VI Ogólnopolska Konferencja Naukowa „Społeczna odpowiedzialność organizacji. W poszukiwaniu paradygmatów, metodologii i strategii”, Uniwersytet Ekonomiczny, Wrocław, 8-9 października 2012 r. **(wystąpienie: „Ekorozwój jako podstawa odpowiedzialnego biznesu (CSR) w obszarze środowiska naturalnego”).**
- Konferencja Naukowa „Społeczna odpowiedzialność biznesu w obszarze przedsiębiorczości na wsi”, SGGW w Warszawie, Gołdkowo, 23-24 listopada 2012 r. **(wystąpienie: „Działania CSR w aspekcie społeczności lokalnej na przykładzie przedsiębiorstw agrobiznesu z województwa mazowieckiego”).**
- VII Ogólnopolska Konferencja Naukowa „Społeczna odpowiedzialność organizacji. Diagnoza i doskonalenie”, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Wrocław, 10-11 czerwca 2013 r. **(wystąpienia: „Wolontariat pracowniczy jako forma angażowania interesariuszy firmy w ramach koncepcji CSR” oraz „Koncepcja CSR w aspekcie osiąganych korzyści społecznych na przykładzie przedsiębiorstw agrobiznesu”).**
- IV Ogólnopolska Konferencja Naukowa „Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w teorii i praktyce gospodarczej”, Politechnika Łódzka, Łódź, 21-22 października 2013 r. **(wystąpienie: „Ład organizacyjny jako element społecznej odpowiedzialności (CSR) we współczesnych przedsiębiorstwach”), przewodniczący sesji „Perspektywy rozwoju przedsiębiorczości w warunkach niepewności i ryzyka”.**
- XV Konferencja Naukowa „Nowoczesne zarządzanie przedsiębiorstwem”, Uniwersytet Zielonogórski, Zielona Góra, 12-14 maja 2014 r. **(wystąpienie: „Implementacja wybranych elementów koncepcji CSR na przykładzie przedsiębiorstw agrobiznesu z Warmii i Mazur”).**
- VII Ogólnopolska Konferencja Naukowa „Kulturowe uwarunkowania rozwoju organizacji”, Politechnika Łódzka, Ciecchocinek, 28-30 maja 2014 r. **(wystąpienie: „Wybrane aspekty polityki przedsiębiorstw agrobiznesu w kierunku CSR na przykładzie MSP z Warmii i Mazur”).**
- V Ogólnopolska Konferencja Naukowa „Małe i średnie przedsiębiorstwa w UE: wyzwania rozwojowe w perspektywie 2014-2020”, Politechnika Łódzka, Łódź, 20-21 października 2014 r. **(wystąpienie: „Koncepcja CSR w aspekcie polityki środowiskowej na przykładzie przedsiębiorstw agrobiznesu”), przewodniczący sesji „Rola otoczenia w rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw”.**
- Konferencja Naukowa „Społeczna odpowiedzialność biznesu szansą kształtowania warunków dla zrównoważonego rozwoju”, Szkoła Wyższa im. Pawła Włodkowica

w Płocku, Płock, 19-20 marca 2015 r. **(wystąpienie: „Społeczeństwo jako ważny interesariusz w ramach koncepcji społecznej odpowiedzialności na przykładzie sektora MSP z branży agrobiznesu”).**

- XVI Konferencja Naukowa „Nowoczesne zarządzanie przedsiębiorstwem”, Uniwersytet Zielonogórski, Kolesin, 23-24 maja 2016 r. **(wystąpienie: „Znajomość koncepcji społecznej odpowiedzialności w przedsiębiorstwach agrobiznesu (na przykładzie sektora MSP z Małopolski”).**
- XXIII Kongres Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu „Biogospodarka w rozwoju wsi i agrobiznesu”, Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II, Biała Podlaska, 7-9 września 2016 r. **(wystąpienie: „Społeczny aspekt działalności przedsiębiorstw agrobiznesu z obszarów wiejskich”).**
- Konferencja Naukowa „Współczesne tendencje zmian kultury zarządzania organizacją”, Szkoła Wyższa im. Pawła Włodkowica w Płocku, Płock, 30-31 marca 2017 r. **(wystąpienie: „Wdrażanie wybranych elementów koncepcji CSR w przedsiębiorstwach agrobiznesu”).**
- VII Międzynarodowa Konferencja Naukowa „Wyzwania i perspektywy przedsiębiorczej organizacji”, Politechnika Częstochowska, Częstochowa, 27 września 2017 r. **(wystąpienie: „Wybrane zagadnienia dotyczące wdrażania koncepcji CSR w przedsiębiorstwach agrobiznesu (w świetle badań własnych”).**
- Konferencja Naukowa „Wyzwania w rozwoju regionów”, Ośrodek Szkoleniowo-Wypoczynkowy SGGW w Kociszewie, SGGW w Warszawie, Kociszew, 1-2 lutego 2018 r. **(wystąpienie: „Wybrane zagadnienia dotyczące wdrażania koncepcji CSR w przedsiębiorstwach agrobiznesu”), współprzewodniczący sesji „Informacja i promocja w perspektywie rozwoju regionalnego”.**
- 19th Annual International Scientific Conference „Economic Science For Rural Development”, Jelgava, Łotwa, 9-11 maja 2018 r. **(wystąpienie: „Selected issues regarding the implementation of CSR in Polish enterprises: case study” oraz poster).**
- Konferencja Naukowa Forum Wspierania Przedsiębiorczości „Mikrofirma 2018”, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin, 15 maja 2018 r. **(wystąpienie: „Ekonomiczne i społeczne korzyści działań społecznie odpowiedzialnych na rzecz pracowników w przedsiębiorstwach agrobiznesu”).**
- 27th International Conference on Metallurgy and Materials, Brno, Czechy, 23-25 maja 2018 r. **(poster: „The CSR concept in the Polish metallurgical sector – selected activities in the area of the natural environment”).**
- Międzynarodowa Konferencja Naukowa „Nauki ekonomiczne dla agrobiznesu i obszarów wiejskich”, SGGW w Warszawie, Warszawa, 7-8 czerwca 2018 r.

(moderator sesji tematycznej „Znaczenie kapitału społecznego w rozwoju lokalnym i regionalnym”).

W ramach stypendium otrzymanego z Własnego Funduszu Stypendialnego odbyłem dwumiesięczny **staż naukowy** (w terminie 1.08.2015r.-30.09.2015r.) na Słowackim Uniwersytecie Rolniczym w Nitrze. Moim opiekunem naukowym podczas stażu była assoc. prof. Zuzana Kapsdorferova, PhD., Prodziekan ds. Badań oraz Studiów Doktoranckich z Wydziału Ekonomii i Zarządzania. Badania, które przeprowadziłem na Słowackim Uniwersytecie Rolniczym w Nitrze w dużym zakresie przybliżyły mi istotę wdrażania koncepcji CSR na Słowacji oraz jej zaawansowanie w tym kraju. Szczegółowe informacje z tego zakresu są zawarte w załączniku 4.

e) najważniejsze osiągnięcia z dorobku dydaktycznego i organizacyjnego

Byłem promotorem **37 prac magisterskich** oraz **25 prac licencjackich**, które zostały obronione na Wydziale Nauk Ekonomicznych SGGW w Warszawie. Wykonałem również **17 recenzji prac licencjackich**. Na kierowanych przeze mnie studiach podyplomowych „Przedsiębiorczość i wiedza o społeczeństwie” byłem promotorem **ponad 80 prac dyplomowych** napisanych przez słuchaczy tych studiów. Dodatkowo dla studentów Erasmus+ prowadzę zajęcia z przedmiotu Sustainable business and CSR w języku angielskim.

Od roku 2013 pełnię funkcję **Pełnomocnika Dziekana ds. Sprawozdawczości Naukowej i Współpracy z Biblioteką** – szczegółowy wykaz moich obowiązków i uprawnień zamieszczony jest w załączniku 4.

Od 2015 roku jestem **kierownikiem Studiów Podyplomowych „Przedsiębiorczość i wiedza o społeczeństwie”** przeznaczonych dla nauczycieli czynnych zawodowo, którzy chcą nabyć kwalifikacje do nauczania kolejnych przedmiotów w szkole podstawowej lub szkołach średnich (od 2010 roku jestem także sekretarzem tych studiów).

W latach 2012-2016 byłem członkiem Wydziałowej Komisji ds. Badań Naukowych, a w latach 2016-2020 jestem członkiem Wydziałowej Komisji ds. Oceny Nauczycieli Akademickich.

Szczegółowy wykaz mojego udziału w komitetach organizacyjnych konferencji, Radach Naukowych, zespołach eksperckich i konkursowych, członkostwie w organizacjach oraz wykonanych recenzjach publikacji naukowych został przedstawiony w załączniku 4.

Marek Retajczak