

Bożydar Ziółkowski

Politechnika Rzeszowska

EKOINNOWACJE W AGROBIZNESIE JAKO CZYNNIK KONKURENCYJNOŚCI

*W życiu jest coś więcej do zrobienia,
niż tylko zwiększyć jego tempo.*

Mohandas Karamchand Gandhi
(przydomek Mahatma)

1. Wstęp

W dobie przyspieszonego rozwoju gospodarki globalnej dochodzi do niespotykanej dotąd eksploatacji zasobów otoczenia. Wynika to w przeważającej mierze z pogoni wielu organizacji komercyjnych za osiągnięciem przewagi konkurencyjnej. Skala zjawiska jest na tyle widoczna, że reprezentanci największych światowych organizacji zastanawiają się nad tym problemem. Chcąc zachować dotychczasową pozycję konkurencyjną, podkreślają oni konieczność bieżącego podejmowania decyzji (tj. wyceniania wszystkiego na bieżąco). Niektórzy z nich, obecni na ostatnim Światowym Forum Ekonomicznym w Davos, stwierdzali, że „historia przyspiesza bieg, a czas ulega kompresji” [Tornhill 2006].

W obliczu powyższych przesłanek powstaje obawa, czy natychmiastowe decyzje operacyjne w podmiotach gospodarczych nie pominą potrzeb środowiska przyrodniczego.

Postawa taka jest szczególnie uzasadniona w przypadku całej sfery agrobiznesu. Wynika to z jej ścisłego związku ze środowiskiem naturalnym. Wobec tego kluczowym zagadnieniem staje się szybkie i skuteczne eliminowanie lub minimalizowanie powstających zanieczyszczeń oraz ekonomicznie i przyrodniczo uzasadniona oszczędność dostępnych czynników produkcji. Warunkuje to potrzeba zachowania właściwego stanu środowiska, zapewniająca wysoką jakość życia całych społeczeństw.

Mając na uwadze stosowane w tym zakresie rozwiązania, postawiono za cel główny niniejszej pracy wskazanie i uzasadnienie pokoleniowego nakazu przyjęcia nowego paradygmatu, tj. próby spojrzenia na całokształt w kategoriach ekoinnowacji.

Przytaczane przykłady wskazują, że wykorzystanie ekoinnowacyjnych rozwiązań zaspokaja potrzeby człowieka i środowiska. Prowadzi ono zarazem do zrównoważonego ich rozwoju przy zachowaniu, a nawet zwiększeniu przewagi konkurencyjnej podmiotów zaangażowanych.

2. Istota ekoinnowacji w agrobiznesie

Próba połączenia opisu ekoinnowacji i agrobiznesu nie była podejmowana do tej pory ani w literaturze krajowej, ani zagranicznej. Przedstawione w niniejszym opracowaniu ujęcie możliwości zastosowania ekoinnowacji w zwiększaniu przewagi konkurencyjnej stanowi przykład nowego spojrzenia na innowacyjność i agrobiznes.

Mimo tego, że ekoinnowacje są wynikiem dopiero od niedawna promowanej zmiany paradygmatu tradycyjnej ekonomii [Woźniak, Trinks, Bącal 2004, s. 682-688], nabierają one jednak coraz większego znaczenia. W związku z tym ważne jest, aby rzucić światło na ten kształtujący się trend w przyszłościowej konkurencji rynkowej zarówno agrobiznesu, jak i całej gospodarki. Tym bardziej, że ekoinnowacje, podobnie jak agrobiznes, odnoszą się do sfery działalności przedsiębiorstw.

Warto, w odniesieniu do tego tematu, wskazać miejsca, w których połączenie ekoinnowacji i agrobiznesu przyniesie korzyści środowisku i społeczeństwu. Warto także przywołać ten punkt widzenia z powodu braku usystematyzowania i uporządkowania pod jednym pojęciem przedstawianego rodzaju innowacji.

W celu wykazania przydatności ekoinnowacji w procesie podnoszenia konkurencyjności agrobiznesu należy się odnieść do wyjściowej terminologii z zakresu tych dwóch obszarów nauki.

Wąska interpretacja słowa „agrobiznes” sprowadza się do określania tym pojęciem jedynie bardzo dużych lub połączonych przedsiębiorstw w przemyśle rolniczym [Cramer, Jensen 1994, s. 9].

Jedna z uniwersalnych definicji agrobiznesu podaje, iż winien on być ujmowany w trzech wymiarach, tj.:

- „jako wyodrębniony subsystem gospodarki narodowej;
- jako dziedzina aktywności podmiotów gospodarczych;
- jako dziedzina wiedzy i badań naukowych” [Woś 1998, s. 22].

W rozwinięciu powyższych uwag podsumowuje się, że „agrobiznes definiujemy jako zespolenie ze sobą tych działalności (aktywności) człowieka, które bezpośrednio lub pośrednio uczestniczą w wytwarzaniu finalnych produktów żywnościowych, poczynając od pozyskania surowców pierwotnych, a na gotowej żywności na stole konsumenta skończywszy” [Woś 1998, s. 22].

Istniejące doniesienia wskazują, że w Polsce pojęciem bliskoznacznym do „agrobiznesu” jest określenie „gospodarka żywnościowa” [Niewiadomski 2003, s. 10, za: Woś 1996, s. 22; Urban 1998, s. 24].

Warto zauważyć, że początki tej dziedziny są stosunkowo nieodległe i sięgają roku 1955. Wtedy to, uznawany dziś za prekursora, Amerykanin J.H. Davis „po raz pierwszy wprowadził do nauk ekonomicznych termin i pojęcie agrobiznesu” [Funkcjonowanie... 1994, s. 11].

Fakt zaistnienia tej teorii, z uwagi na jej krótką historię, wiąże się z pojęciem „ekoinnowacje”. Proces kreowania tego sformułowania rozpoczął się z początkiem lat dziewięćdziesiątych XX wieku w związku z działalnością Światowej Rady Biznesu dla Zrównoważonego Rozwoju.

W roku 1996 J. Fussler (we współpracy z Jamesem) w dziele *Driving Eco Innovation* wprowadził i opisał termin „ekoinnowacje”, opierając się na lansowanej dotychczas ekowydajności. Stwierdził on, że ekowydajność w przedsiębiorstwie byłaby jedynie nowym słowem na określenie optymalizacji zwykłych procesów przedsiębiorczych, gdybyśmy jej nie powiązali z wolą głębokich innowacji i nowych przełomów [Fussler, James 1999, s. IX].

Funkcjonujące definicje wyjaśniają, że ekoinnowacja zmierza do rozwoju nowych produktów i procesów, które dostarczają konsumentowi i przedsiębiorstwu wartości dodanej, obniżając zarazem znacznie oddziaływanie na środowisko [Jones, Harrison, McLaren 2001, s. 27-39].

Mówiąc w skrócie, można uznać, że ekoinnowacje to szczególny rodzaj innowacji, które są tworzone z myślą o ochronie środowiska. Inne spotykane określenia utożsamiane z określeniem ekoinnowacje to: zielone innowacje, technologia środowiskowa, zielona technologia czy technologiczne innowacje środowiskowe.

Rozważając znaczenie ekoinnowacji w kontekście agrobiznesu, należy wskazać elementy łączące te dwie idee.

Agrobiznes jest działem gospodarki, który w poważnym stopniu podlega wpływowi zmiennej sytuacji rynkowej. Zauważane tendencje w funkcjonowaniu przedsiębiorstw tego sektora wskazują, gdzie tkwi punkt ciężkości. Literatura podaje, że nakłady inwestycyjne zmierzają w większości do lokowania kapitału w odtwierzanie i modernizację majątku trwałego, natomiast znacznie mniej przeznaczają się na komercjalizację innowacji oraz pozyskiwanie wiedzy [Grzybowska 2004, s. 548-553, za: GUS 2002]. „Taka struktura niestety nie sprzyja szybkiemu zmniejszeniu luki innowacyjnej, jaka dzieli Polskę i kraje wysoko rozwinięte. Może jednak przyczynić się do zmniejszenia przynajmniej luki technologicznej” [Grzybowska 2004, s. 548-553, za: Brdulak, Gołębiowski 2003].

Opinie te potwierdzają potrzebę promowania elementów innowacyjnych w agrobiznesie. Szczególnie pożądane byłoby natomiast eksponowanie elementów ekoinnowacyjnych, które zapewnią ochronę agrocenoz (wraz z otoczeniem agrobiznesu) i środowiska przyrodniczego w stopniu większym niż dotychczas. Ten punkt widzenia, wynikający z potrzeby poprawy stanu środowiska, nie funkcjonował do tej pory w literaturze (jak wspomniano na wstępie). Wszystko natomiast

przemawia za tym, aby możliwie maksymalnie upowszechniać go w kolejnych rozważaniach.

Stwierdzenie to uzasadnione jest kilkoma przyczynami o perspektywicznej wymowie. Wprowadzenie pojęcia ekoinnowacje do powszechnego obiegu może sprawić, że pojawią się liczne pożądane skutki, jak np.:

- podniesienie świadomości ekologicznej mieszkańców wsi i grup związanych z agrobiznesem, a przez to
- zwiększenie troski podmiotów z otoczenia agrobiznesu o stan środowiska poprzez walor atrakcyjności słowa ekoinnowacje oraz jego porządkującą rolę, a w konsekwencji
- zwiększenie skali aktywnych działań na rzecz poprawy czystości otoczenia, co wyrazi się poprzez
- zwiększenie oszczędności zasobów środowiskowych i poprawę efektywności większości procesów w agrobiznesie, także w wyniku zmniejszenia opłat środowiskowych i kar, a dzięki temu
- szybsze osiągnięcie prognozowanych [Wilkin 2005, s. 41-44; Orłowski 2005, s. 75-79] pozytywnych przemian społeczno-ekonomicznych na wsi, czyli w obrębie podstawowego ogniwa agrobiznesu,
- szybsze wypełnienie międzynarodowych zobowiązań w zakresie ochrony środowiska, a ostatecznie w wyniku wszystkich wyżej wymienionych
- podniesienie konkurencyjności całego sektora rolno-żywnościowego.

Przywołany jako ostatni, efekt zwiększenia konkurencyjności, będący następstwem wykorzystania innowacji prośrodowiskowych, jest obrazowany liczbowo. Podaje się, że rynek technologii środowiskowych to obecnie jeden z najszybciej rozwijających się rynków świata. Jego wielkość szacowana jest na ok. 550 bln rocznie. Mimo to uznaje się, że potencjał tego rynku może być znacznie większy z uwagi na nieuwzględnienie w prognozach oddziaływania wielu produktów i technologii [*Eco-innovation...*, 2005].

Stwarza to więc realną potrzebę świadomego promowania użycia i upowszechniania praktyk ekoinnowacyjnych w agrobiznesie.

3. Podsumowanie

Międzynarodowa troska o ochronę krajobrazu przejawia się poprzez promowanie i upowszechnianie zaprezentowanych postaw prośrodowiskowych. Skuteczność tych działań pojawia się dopiero w momencie, gdy finalny rachunek ekonomiczny jest powszechnie akceptowalny. W związku z tym najlepszym sposobem poprawy stanu środowiska wydaje się być wskazywanie odpowiednich rozwiązań. Mają one eliminować jakiekolwiek zanieczyszczenia bądź oddziaływać na środowisko m.in. poprzez ograniczenie konsumpcji energii czy odzyskiwanie produktów ubocznych. Przywołany przykład ekoinnowacji w agrobiznesie ma wszystkie wspom-

niane zalety. Stanowi on zarazem nowy sposób ujęcia kwestii dochodzenia do zrównoważonego rozwoju, będąc jednocześnie czynnikiem zwiększającym konkurencyjność, a przez to także wynik finansowy podmiotów z otoczenia agrobiznesu.

Wykorzystanie ekoinnowacji w agrobiznesie ma dodatkowy walor w postaci funkcji porządkującej. Pojawia się ona w wyniku możliwości zastosowania jednego wspólnego mianownika dla innowacji o charakterze wybitnie prośrodowiskowym.

Należy stwierdzić, że w ostateczności wszelkie działania z twórczym wykorzystaniem pojęcia „ekoinnowacje” przyczynią się do poprawy jakości życia ogółu mieszkańców, a w tym także osób zajmujących się agrobiznesem.

Literatura

- Brdulak H., Gołębiwski T., *Rola innowacyjności w budowaniu przewagi konkurencyjnej*, [w:] *Wspólna Europa – innowacyjność w działalności przedsiębiorstw*, red. H. Brdulak, T. Gołębiwski, Difin, Warszawa 2003.
- Cramer G.L., Jensen C.W., *Agricultural Economics and Agribusiness*, John Wiley Sons, Inc., New York, Chichester, Brisbane, Toronto, Singapore, Sixth Edition, 1994.
- Działalność innowacyjna przedsiębiorstw przemysłowych w latach 1998-2000*, GUS, Warszawa 2002.
- Eco-innovation, Potentials and Challenges of Tomorrow's Technologies, Perspectives for Business, Europe and the Environment*, Background paper, Copenhagen, 19-20 April, 2005.
- Funkcjonowanie agrobiznesu*, red. J. Fereniec, Wyższa Szkoła Rolniczo-Pedagogiczna w Siedlcach, Siedlce 1994.
- Fussler J., James P., *Die Öko-Innovation, wie Unternehmen profitabel und umweltfreundlich sein können*, S. Hirzel Verlag Stuttgart, Leipzig 1999.
- Grzybowska B., *Determinanty aktywności innowacyjnej przedsiębiorstw przemysłu spożywczego*, [w:] *Przedsiębiorczość i innowacyjność małych i średnich przedsiębiorstw – wyzwania współczesności*, red. A. Kaleta, K. Moszkowicz, L. Woźniak, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej nr 1030, AE, Wrocław 2004.
- Jones E., Harrison D., McLaren J., *Managing Creative Eco-innovation, Structuring outputs from Eco-innovation Projects*, „The Journal of Sustainable Product Design” 1, 2001.
- Niewiadomski K., *Agrobiznes, podstawowe zagadnienia z elementami marketingu*, Białystok 2003.
- Orłowski W.M., *Cicha rewolucja. Wizja polskiej wsi za 25 lat*, [w:] *Polska wieś 2025, wizja rozwoju*, red. J. Wilkin, Fundusz Współpracy, Warszawa 2005.
- Tornhill J., *Przyszłość widziana z Davos*, „Financial Times”, 31 stycznia 2006, [w:] „Rzeczpospolita” z 2 lutego 2006, FT.
- Urban S., *Marketing produktów spożywczych*, Wydawnictwo AE, Wrocław 1998.
- Wilkin J., *Lepszy świat – polska wieś za 25 lat*, [w:] *Polska wieś 2025, wizja rozwoju*, red. J. Wilkin, Fundusz Współpracy, Warszawa 2005.
- Woś A., *Agrobiznes, makroekonomika*, Wydawnictwo Key Text, Warszawa 1998.
- Woźniak L., Trinks R., Bącal W., *Ekoinnowacje – nowy paradygmat, odmienna gospodarska, proekologiczna świadomość przedsiębiorców*, [w:] *Przedsiębiorczość i innowacyjność małych i średnich przedsiębiorstw – wyzwania współczesności*, red. A. Kaleta, K. Moszkowicz, L. Woźniak, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej nr 1030, AE, Wrocław 2004.

ECOINNOVATIVENESS IN AGRIBUSINESS AS COMPETITIVENESS FACTOR

Summary

The aim of this paper is to present a new paradigm within the area of agribusiness competitiveness. There is displayed – not used so far – a new way of connection e.i. between agribusiness and ecoinnovation. The given examples of benefits which may be achieved thanks to the introduction of ecoinnovation have both an environmental, social and economic character.