

Inovácie v agropotravinárstve

Petra Štefeková¹, Danka Moravčíková

Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre^{1,2}

Fakulta ekonomiky a manažmentu, Katedra spoločenských vied

Tr. A. Hlinku 2

Nitra, Slovenská republika

e-mail¹: petra.stefekova@gmail.com

Abstrakt

Spoločensko-politický a ekonomický vývoj na Slovensku po vstupe do EÚ priniesol nielen množstvo nových príležitostí, ale aj mnoho zmien týkajúcich sa konkurencieschopnosti jednotlivých sektorov a odvetví národného hospodárstva. Snaha o zvýšenie konkurencieschopnosti agropotravinárskeho sektora kladie dôraz na potrebu implementácie inovačných prvkov a procesov. Cieľom príspevku je charakterizovať problematiku inovácií v agropotravinárskom sektore so zdôraznením jeho špecifik. Autorky v úvode obsahovo vysvetľujú základné pojmy a poukazujú tiež na význam inovácií v regionálnom rozvoji. V ďalšej časti poskytujú stručný prehľad o aktuálnom stave agropotravinárskeho sektora v Slovenskej republike, predovšetkým v zmysle úrovne jeho inovačného potenciálu. V závere príspevku sú identifikované hlavné faktory ovplyvňujúce proces implementácie inovácií v agropotravinárskom sektore.

KPúčové slová: *inovácie, inovačný potenciál, agropotravinársky sektor, inovačné procesy, implementácia inovácií*

JEL klasifikácia: *O30, Q 19*

1.Úvod

Členstvo v Európskej únii predstavovalo pre Slovensko jeden z najdôležitejších cieľov za predchádzajúce obdobie. Integrácia so západoeurópskymi trhmi priniesla agropotravinárskemu sektoru mnohé výhody a príležitosti, ale i zvýšenú konkurenciu. Posilnenie konkurencieschopnosti sa v súčasných podmienkach dotýka celých reťazcov výroby potravín. Zvýšenie konkurencieschopnosti predstavuje potrebu reagovať a prispôbovať sa rýchle sa meniacim vonkajším i vnútorným podmienkam, rastúcich nárokov na koordináciu činností v rámci komoditných vertikál.

Udržateľný rast podnikov ovplyvňuje množstvo faktorov. Jedným zo základných faktorov je i inovačný rozvoj a inovačný potenciál organizácií. Inovácie nepredstavujú len faktor prežitia a úspechu podniku, ale ovplyvňujú i celkový hospodársky rast. V súčasnej dobe je typickým znakom ekonomiky rozširovanie malých a stredných podnikov, ktoré sa stávajú prirodzeným prostredím pre rozvoj inovačných procesov. Inovácie možno považovať za dôležitú konkurenčnú výhodu a vyhľadávanie nových príležitostí pre rozvoj. V trhovej ekonomike sú inovácie dôležitým faktorom rozvoja podniku za podmienok ich aktívneho a efektívneho využitia. Inovácia predstavuje nový spôsob využitia existujúcich zdrojov firmy k získaniu nových podnikateľských príležitostí, zvýšeniu podnikateľských aktivít a dosiahnutiu zisku. Zisk a ekonomický prínos hnaný inováciami sa stáva významným faktorom rastu vo vyspelých ekonomikách a z dlhodobého hľadiska sa konkurencieschopnosť odvíja predovšetkým od úrovne inovácií.

1.1 Problematika inovácií a inovačného potenciálu v agropotravinárstve

Inovácie a inovačný potenciál podniku má jeden základný cieľ, ktorým je ekonomický rozvoj a ekonomicky rast podniku. Regionálny rast a rozvoj upravuje i zákon č. 539/2008 Z. z. o podpore regionálneho rozvoja, ktorého predmetom je právna úprava podpory regionálneho rozvoja. Zákon č. 539/2008 Z. z. charakterizuje hlavné ciele tvorby a realizácie regionálneho rozvoja. K základným cieľom patrí zabezpečenie hospodárskeho a sociálneho rozvoja Slovenskej republiky, odstránenie alebo zmiernenie regionálnych rozdielov, eliminácia vzniku oblastí s nízkou ekonomickou výkonnosťou, trvalo udržateľný hospodársky a sociálny rozvoj regiónov, rozvoj hospodárstva, podpora podnikateľského prostredia, vytváranie nových pracovných príležitostí, rozvoj výskumu a vývoja v rozvoji regiónov s podporou zavádzania nových technológií a inovácií, rozvoj medziregionálnej spolupráce, cestovného ruchu, infraštruktúry, kultúry, zabezpečenie ochrany životného prostredia, podpora pôdohospodárstva a rozvoja vidieka. K naplneniu čiastkových cieľov podpory regionálneho rozvoja sú prijaté programové dokumenty podpory regionálneho rozvoja, ktoré majú prispieť k splneniu základných cieľov pre udržanie a rast regiónov Slovenskej republiky (zákon č. 539/2008 Z. z.).

Pojem „ inovácia“ pochádza z latinského slova „ innovare“ obnovovať, robiť nové, meniť. V ekonomickej literatúre pojem „inovácie“ charakterizuje uplatnenie výsledkov výskumu a vývoja zameraného na zlepšenie výrobného procesu, ekonomických, právnych a sociálnych

„Inovácia je všeobecne chápaná ako úspešná výroba, asimilácia a využívanie novínok v hospodárskej a sociálnej oblasti. Inovácie môže mať rôzne podoby, ako napríklad pracujúci podľa nových spôsobov, vývoj nových produktov a služieb alebo prispôbenie preukázaného prístupu k novým okolnostiam. Typické inovácie sú založené na investíciách do vedy a výskumu a samotná transformácia inovačného potenciálu do reálnych výsledkov“ (Moravčíková D., Adamičková I., 2014, s.711).

Inováciu možno definovať ako súbor vedných, technologických, organizačných, finančných a komerčných postupov, ktorých cieľom je realizácia nových produktov alebo modernizácia pôvodných produktov. Inovácia je považovaná za jadro ekonomických zmien, predstavuje zavedenie nového výrobku, nový inovačný proces v priemysle, nový otvorený trh, rozvoj nových zdrojov produktov a zmeny v organizácii priemyslu (Oslo Manual,2006).

Základné členenie inovácií rozdeľuje inovácie na produktové, procesné, výrobkové, technologické, marketingové a organizačné inovácie. Produktové inovácie sú zamerané na uvedenie nového produktu alebo služby. Procesné inovácie sa zameriavajú na skrátenie procesného času, vývoja, výroby. Výrobné inovácie predstavujú vylepšenie výrobkov alebo vytvorenie nových výrobkov. Technologické inovácie zahŕňajú zlepšenie výrobného procesu a zavedenie nových technológií. Marketingové inovácie zabezpečujú implementáciu novej marketingovej koncepcie a stratégie. Organizačné inovácie zahŕňajú implementáciu nových alebo významných zmien v organizačnej štruktúre podniku(Oslo Manual,1992).

Udržateľný rast podnikov ovplyvňuje množstvo faktorov. Jedným zo základných faktorov je inovačný rozvoj a inovačný potenciál organizácií. Inovácie ovplyvňujú celkový hospodársky rast. V súčasnosti je typickým znakom ekonomiky rozširovanie malých a stredných podnikov, ktoré sa stávajú prirodzeným prostredím pre rozvoj inovačných procesov. Inovácie možno považovať za dôležitú konkurenčnú výhodu a zároveň vyhľadávanie nových príležitostí pre rozvoj. V trhovej ekonomike sú inovácie dôležitým faktorom rozvoja podniku za podmienok ich aktívneho a efektívneho využitia. Pre aktívne a efektívne využitie inovácií je dôležité predbežné, ale i následné hodnotenie inovačného potenciálu podniku. Hlavným cieľom inovačného procesu je ekonomický, sociálny, ekologický a technický rast, ktorý možno dosiahnuť efektívnym inovačným riadením. Efektívnosť inovačného riadenia závisí od inovačného potenciálu podniku. Čím je vyššia úroveň

inovačného potenciálu podniku, tým je inovačný proces efektívnejší a ľahšie čelí krízovým situáciám.

Pre pojem inovačný potenciál existuje mnoho charakteristík a definícií, pričom mnohí autori sa najčastejšie zhodujú na nasledovných definíciách:

„Inovačný potenciál podniku predstavuje celkovú spôsobilosť podniku, ktorá smeruje k úspešnému a permanentnému uskutočňovaniu svojej vízie. Dôraz kladie na úroveň potenciálu, ktorý vytvára predpoklad i možnosť koncipovať a hlavne realizovať inovačnú stratégiu“ (Pittner, M., Švejda, P., 2004, s.10).

Ekonomický inštitút inovačného potenciálu, ktorý zabezpečuje rozvoj podniku aplikáciou inovácií do ekonomického modelu zaviedol anglický ekonóm Christofer Freeman. Podľa Freemana inovácie predstavujú systém činností, ktoré smerujú k využitiu celého ekonomického, organizačného, výrobného i sociálneho potenciálu podniku, ktorým podnik disponuje. Inovačný potenciál podniku možno charakterizovať ako efektívne využitie ekonomických možností podniku. Ekonomické možnosti zahŕňajú zdroje technologické, technické, materiálne, personálne, finančné, infraštruktúrne a doplnkové zdroje pre zlepšenie výsledkov inovačného procesu.

Na základe existencie inovačného potenciálu podniku rozlišujeme konkurenčnú a adaptívnu inovačnú stratégiu. Konkurenčná inovačná stratégia predstavuje prostriedok konkurenčnej výhody. Adaptačná inovačná stratégia predstavuje zmenu, ktorá je nevyhnutná pre meniace sa trhové prostredie a zároveň prostriedok pre udržanie istej pozície na trhu (Maneko, 2012).

Realizácia inovácií v podniku závisí od inovačného potenciálu podniku, ktorý určuje miera znalosti inovačných potrieb, existencia inovačných príležitostí, úroveň inovačnej kultúry a ľudských zdrojov. Inovácia podniku predstavuje novú ideu, zmenu súčasného stavu na nový, implementáciu nových možností, zlepšenie súčasného stavu. Inovačný proces je procesom zmien, adaptácie a rozvoja. Inovačný potenciál existuje v každom podniku. Jeho úroveň možno stanoviť na základe indikátorov. K hlavným indikátorom inovačného potenciálu podniku patria inovačná úroveň ľudského kapitálu, finančný kapitál a infraštruktúra. Inovačný potenciál charakterizuje i miera znalosti inovačných potrieb, miera existencie inovačných príležitostí, miera inovačnej kultúry a miera motivácie pracovníkov k inováciám. Inovačný potenciál je nevyhnutná podmienka konkurencieschopnosti podniku a schopnosť podniku využiť svoj kapitál na zvýšenie konkurencieschopnosti. V súčasnom trhovom prostredí predstavuje istú hnaciu silu pre rozvoj podniku. Inovačné prostredie podniku je prostredím, v ktorom inovácie vznikajú, rozvíjajú sa a realizujú sa. Nevyhnutnou podmienkou inovačného prostredia je prístupnosť k spolupráci, otvorenosti a modernizácii.

Inovačný proces podniku si vyžaduje inovačné stratégie, ktorých hlavným predmetom je nájsť rovnováhu medzi potenciálom podniku a všetkými relevantnými faktormi vnútorného i vonkajšieho prostredia. Faktory, ktoré ovplyvňujú inovačný proces tvoria trhové príležitosti, príťažlivosť odvetvia, využiteľné potenciálne zdroje podniku, riziká, možné straty, ľudský kapitál, sociálne, politické a ekonomické aspekty vnútorného prostredia podniku, podniková kultúra a filozofia podnikania. Výber najvhodnejšej inovačnej stratégie si vyžaduje analýzu vonkajšieho a vnútorného prostredia a analýzu záujmových skupín. Analýza vonkajšieho prostredia pozostáva z analýzy step¹, analýzy ekonomických odvetví, analýzy hybných síl odvetví, analýzy konkurencieschopnosti a analýz atraktívnosti odvetvia. Analýza vnútorného prostredia zahŕňa analýzu súčasnej inovačnej stratégie, space analýzu², analýzu faktorov

¹Step analýza skúma vonkajšie faktory, ktoré ovplyvňujú podnik. Za vonkajšie faktory možno považovať faktory spoločenské, sociálne, technické, technologické, ekonomické a politické, právne faktory.

²Space analýza je viackriteriálna metóda, ktorá hodnotí vonkajšie a vnútorné prostredie podniku na základe štyroch základných kritérií ako sú stabilita prostredia, atraktívnosť prostredia, konkurenčná výhoda podniku a finančná sila podniku.

úspešnosti a konkurencieschopnosti a analýzu exponovanosti, identifikácie faktorov, ktoré by mohli podnik ohroziť. Analýza záujmových skupín pozostáva zo swot analýzy, zhodnotenia silných a slabých stránok podniku a analýzy príležitostí a potenciálnych ohrození (Šimková, H. 2013).

Inovácie predstavujú aplikáciu nových znalostí, ktoré sú nevyhnutnou súčasťou podnikových stratégií. Hlavným cieľom inovácií je schopnosť vytvárať a uvádzať na trh nové produkty a služby, ktoré spĺňajú neustále sa zvyšujúce požiadavky spotrebiteľov na nové funkcie produktov, kvalitu, variabilitu, spoľahlivosť, funkčnosť, životnosť a dizajn. Duálnou stránkou inovácií výrobkov sú inovácie v oblasti technológií.

Zdrojom technologických inovácií sú najmä flexibilita, produktivita, eliminácia nadbytočnosti zdrojov, bezpečnosť práce, automatizácia a využitie znalostí ľudského kapitálu. Inovácie sú považované za kľúčový termín podniku. Inovačný proces je zameraný na inovácie výrobkov a technológií. Inovácie výrobkov sú orientované navonok, s cieľom zvýšiť záujem odberateľov a tým samotný predaj. Inovácie technológií sú orientované do vnútra podniku s cieľom zabezpečiť ich kvalitu a produktivitu. Podnik, ktorý realizuje inovačný proces sa vyznačuje vysokým podielom inovovaných výrobkov, využívaním inovovaných technológií a inovatívnym riadením. Inovačný proces podniku zahŕňa investície do výskumu, know-how³, pružnú a variabilnú výrobu, prispôsobenie kapacity odbytu, kvalifikované ľudské a inovačné zdroje. Inovačný proces je procesom postupnej tvorby a realizácie nového produktu, výrobku alebo služby. Inovácia pochádza z novej idej, ktorá vznikla na základe nových potrieb a požiadaviek odberateľov. Základným predpokladom realizácie inovácií v podniku je dôkladné poznanie situácie, podmienok a vývojových trendov podniku. Nevyhnutným predpokladom realizácie inovácií je analýza ich realizovateľnosti, bezpečnosti zdrojov, know-how, technické vybavenie, finančné a ľudské zdroje, priestor, partneri a zhodnotenie trhového potenciálu, možnosti dosiahnutia ekonomického rastu a návratnosti investícií. K hlavným cieľom inovačného procesu podniku a samotnej realizácii inovácií patrí zvýšenie konkurencieschopnosti, pozitívne zmeny v kultúre podniku, minimalizácia straty podniku, zlepšenie postavenia na trhu a obchodných vzťahov.

1.2 Zhodnotenie súčasného stavu agropotravinárskeho sektora

Poľnohospodárstvo Slovenskej republiky je významnou a dôležitou súčasťou hospodárstva krajiny, jeho hlavnou úlohou je zabezpečenie výživy obyvateľstva. Poľnohospodársky sektor prispieva k zamestnanosti v krajine, k zabezpečeniu a udržiavaniu vidieckej zamestnanosti a je i dôležitým sektorom pre iné odvetvia národného hospodárstva. Pre poľnohospodárstvo Slovenskej republiky je dôležité a zároveň nevyhnutné prispôbovať sa meniacim podmienkam, proces adaptácie na jednotnom európskom trhu, vytváranie konkurenčného prostredia a otvorenie sa svetu. Pôdohospodársky sektor tvoria tri základné odvetvia, poľnohospodárstvo, potravinársky priemysel a lesné hospodárstvo. Potravinársky priemysel je významným odvetvím priemyselnej výroby, ktoré plní mnohé funkcie agrokomplexu prostredníctvom jednotlivých výrobných odborov. Potravinársky priemysel je považovaný za nosného odberateľa poľnohospodárskych komodít z domácej i zahraničnej proveniencie, zabezpečuje ich spracovanie, výrobu a zúčastňuje sa na zásobovaní obyvateľstva potravinami (Ekonomika poľnohospodárstva, 2015).

³ Know – how tvoria rôzne poznatky, informácie, prípadne skúsenosti a vedomosti z rôznych oblastí výroby, obchodu, služieb alebo ekonomiky. Za poznatky a skúsenosti sa považujú rôzne výsledky výskumných, vedeckých, vývojových, technologických, poradenských a iných obdobných prác.

Potravinársky priemysel Slovenskej republiky má dlhodobú tradíciu, ktorá vychádza z kvalitnej výroby, garantovanej legislatívou a patri medzi rozhodujúce výrobné odvetvia. Potravinársky priemysel priamo nadväzuje na poľnohospodársku prvovýrobu, zabezpečuje základnú potravinársku výrobu, služby, vytvára pracovné miesta, má významný vplyv na rozvoj regiónov, ale predovšetkým zabezpečuje výživu obyvateľstva.

Potravinársky priemysel je strategickým priemyslom, ktorého cieľom je zabezpečiť a vytvoriť potravinovú suverenitu a sebestačnosť krajiny.

Vstup Slovenskej republiky do Európskej únie v oblasti agropotravinárskeho sektoru priniesol silnú konkurenciu a tiež oslabenie pozície na trhu. Na oslabenie pozície na trhu prispeli mnohé faktory ako nerovnomerná podpora poľnohospodárstva a potravinárstva, nedostatočné investície do inovácií a modernizácie potravinárskeho priemyslu, otvorené trhy, nástup obchodných reťazcov, nepripravenosť slovenského potravinárskeho priemyslu na spoločný európsky trh a nedostatočné skúsenosti v oblasti obchodu a marketingu.

Čiastočnou elimináciou pre stagnáciu potravinárskeho priemyslu bol príliv zahraničných investícií a kapitálu na domáci trh. Avšak jednou z najzávažnejších prekážok pre rast a rozvoj potravinárskeho priemyslu bol príchod zahraničných obchodných systémov na územie Slovenskej republiky, ktoré prispeli predovšetkým k výraznému poklesu podielu domácich potravinárskych produktov na domacom trhu. K poklesu odbytu domácej produkcie prispeli i samotní spotrebiteľia, ktorí vymenili domáce potraviny za zahraničné, často nižšej kvality, ale i nižšej ceny. A práve nižšia cena prispela k voľbe spotrebiteľov pri rozhodovaní o kúpe domácich alebo zahraničných výrobkov. Slovenský spotrebiteľ sa stal spotrebiteľom európskym, ale bez spotrebiteľského patriotizmu, kde základnou preferenciou bola cena potravinárskych výrobkov.

Ďalším negatívom, ktorý ovplyvňuje potravinársky priemysel je zastaralosť výrobných technológií, ktoré sú vysoko energeticky náročné a tým spôsobujú nedostatočné využitie výrobných kapacít. Absentujú technologické inovácie, nevyhnutné pre rast a rozvoj potravinárskeho priemyslu. Pričom podniky nie sú pripravené zvládnuť technologické inovácie bez podpory vonkajších zdrojov.

K negatívnym stránkam potravinárskeho priemyslu možno zahrnúť i nedostatočné prepojenie výrobných oblastí potravinárskeho priemyslu s výsledkami v oblasti vedy a výskumu potravinárskeho priemyslu, čo negatívne ovplyvňuje jeho inovačný potenciál a smerovanie k kvalitatívne novým potravinárskym výrobkom.

Za nedostatočné, možno považovať i samotnú spoluprácu prvovýrobcov a spracovateľov, ktorá je na nízkej úrovni. Mnohé odvetvia potravinárskeho priemyslu nevykazujú konkurencieschopnosť, čo spôsobujú vysoké ceny surovín z domácej produkcie, ktoré často nútia spracovateľov k nákupu surovín zo zahraničia.

Dovoz spracovaných potravinárskych výrobkov za nízke ceny taktiež negatívne pôsobí na potravinársky priemysel. Rovnako i ambulatný predaj obzvlášť mäsových a mliekarenských výrobkov v pohraničných oblastiach pôsobí likvidačne na prvovýrobcov a spracovateľov v potravinárskom priemysle, predstavuje výpadok významnej časti príjmov do štátneho rozpočtu a taktiež vo vysokej miere ohrozuje zdravie spotrebiteľov (Konceptia rozvoja potravinárskeho priemyslu, 2014-2020).

Mnohé podniky v oblasti agropotravinárskeho priemyslu vynakladajú veľa úsilia pre udržanie si svojho podielu na trhu a zabezpečenie budúceho fungovania. Práve pre udržateľnosť na trhu, zvýšenie konkurencieschopnosti a zabezpečenie vývoja do budúcnosti sú nevyhnutným faktorom inovácie. Rovnako i výzvy, ktorým čelí agropotravinársky sektor zdôrazňujú

nevyhnutnú potrebu inovácií, práve pre zlepšenie konkurencieschopnosti a udržateľnosti na trhu.

1.4 Potreba inovácií v agropotravinárskom sektore

Potreba a podpora inovácií v oblasti pôdohospodárstva patrí k základným prioritám Stratégie inteligentnej špecializácie Slovenka, ktorá nadväzuje na stratégiu Európa 2020. Európska komisia spustila európske partnerstvá v oblasti inovácií so zameraním na suroviny, udržateľnosť a rast poľnohospodárstva. Európske partnerstvá v oblasti inovácií sú novou koncepciou hlavnej iniciatívy Inovácia v Únii v rámci stratégie Európa 2020. Hlavným cieľom európskych partnerstiev je riešenie slabých stránok a prekážok v európskych systémoch výskumu a inovácií, ktoré bránia alebo spomaľujú rozvoj dobrých nápadov a implementáciu na trh. Nevyhnutnosť inovácií v agropotravinárskom sektore zdôrazňuje i celosvetový problém, ktorým je zabezpečenie potravinovej bezpečnosti a rastúci dopyt po potravinách. Organizácia pre výživu a poľnohospodárstvo (FAO)⁴ na základe odhadov predpokladá nárast dopytu po potravinách do roku 2050 o 70 %, tým i nárast dopytu po krmivách, vlákninách, biomase a biomateriáloch. Dochádza však k spomaleniu rastu produktivity a to najmä znižovaním investícií do poľnohospodárskeho výskumu, pričom neustále rastie tlak na životné prostredie a naše prírodné zdroje. Hlavným problémom poľnohospodárstva bude v budúcnosti nárast výroby udržateľným spôsobom. Pre riešenie týchto problémov sú nevyhnutné výrazné stimuly pre rozvoj vedy a inovácií, vybudovanie užšej spolupráce medzi výskumnými pracovníkmi a poľnohospodármi s cieľom zrýchliť prenos technológií z vedy do poľnohospodárskej praxe a poskytovať akademickej obci systematickejšiu spätnú väzbu o praktických potrebách poľnohospodárstva. Cieľom európskeho partnerstva v oblasti inovácie „Poľnohospodárska produktivita a udržateľnosť“ je zabezpečovať funkčné rozhranie medzi poľnohospodárstvom, biohospodárstvom, vedou a inými aktérmi na úrovni Európskej únie, na vnútroštátnej i regionálnej úrovni. Hlavným cieľom partnerstva je podpora produktivity, efektívnosti a udržateľnosť poľnohospodárstva.

Komisár Európskej únie pre poľnohospodárstvo a rozvoj vidieka Dacian Cioloș vyhlásil: „Základnou otázkou poľnohospodárstva v budúcnosti nie je len, ako vyrábať viac, ale takisto ako vyrábať lepšie. Na dosiahnutie tohto cieľa je potrebné plnou mierou čerpať z výskumu a inovácií založených na dopyte a rovnako je potrebné zabezpečiť šírenie najlepších postupov“ (Európska komisia, Partnerstvá v oblasti inovácií, 2012,s.1).

Pre splnenie cieľov v oblasti inovácií je podstatné zaoberať sa silnými stránkami a príležitosťami, ktorými disponuje agropotravinársky sektor. Silné stránky a príležitosti vytvárajú inovačný potenciál, ktorý určuje miera znalosti inovačných potrieb, existencia inovačných príležitostí, úroveň inovačnej kultúry a ľudských zdrojov.

I napriek tomu, že súčasný stav potravinárskeho priemyslu je kapacitne dostatočne vybavený, spracovanie zvýšenej poľnohospodárskej produkcie si vyžaduje modernizáciu, ekologizáciu výroby a inovácie. Pre odbyt domácej produkcie na domácom trhu prichádzajú nové možnosti spolupráce s obchodnými reťazcami, ktoré si uvedomujú potrebu spotrebiteľov pre zvýšenie podielu domácich, čerstvých potravín na trhu. Pre rast a zvyšovanie konkurencieschopnosti

⁴**Organizácia pre výživu a poľnohospodárstvo** (FAO, Food and Agriculture Organization) je špecializovaná agentúra OSN so sídlom v Ríme, založená v roku 1945. Jej cieľom je zabezpečiť dostatok potravín a pitnej vody pre obyvateľstvo rozvojových krajín. Zameriava sa na pomoc predovšetkým po technickej, technologickej, finančnej a vzdelávacej stránke. Jej snaha smeruje k dosiahnutiu sebestačnosti vo výžive obyvateľstva, k eliminácii problémov s nedostatkom potravín a zlepšeniu životných podmienok vidieckeho obyvateľstva, závislého od poľnohospodárstva.

podniku na trhu je nevyhnutná aplikácia inovácií do všetkých sfér a odvetví hospodárskej činnosti podniku. Úspešnosť a ekonomický rast v súčasnosti môže preukázať len podnik, ktorý je schopný realizovať razantnú inovačnú politiku pre zabezpečenie špecifických požiadaviek spotrebiteľov. Proces globalizácie zasahuje i do agropotravinárskeho sektoru a zdôrazňuje nevyhnutnosť realizácie produktových, procesných, výrobných, technologických, marketingových alebo organizačných inovácií.

2. Záver

Cieľom príspevku bolo zhodnotenie súčasného stavu agropotravinárskeho sektora, charakteristika základných pojmov a vyzdvihnutie potreby implementácie inovácií v agropotravinárskom sektore. Časť príspevku bola zameraná na identifikáciu hlavných faktorov, ktoré ovplyvňujú inovačné procesy v agropotravinárskom sektore. Predmetom príspevku bolo poukázať na význam inovácií pre ekonomický rast a výkonnosť ekonomiky, ktorý je založený na znalostiach, zvyšovaní produktivity práce, modernizácii, zavádzaní nových technológií a inovácií. Inovácie ovplyvňujú ekonomický rozvoj podniku a možno ich považovať za faktor úspešnosti podniku, ekonomického rastu a zvyšovania konkurencieschopnosti nielen na domácom trhu, ale i na zahraničnom trhu. Súčasný stav agropotravinárskeho sektora si vyžaduje realizovať zmeny, meniť zastarané systémy a štruktúry na novšie, modernejšie, výkonnejšie, pružnejšie, čo možno považovať za základ úspešnosti podniku. Inovácie sú hybnou silou sociálno – ekonomického rozvoja, preto je nevyhnutné, uvedomiť si ich potrebu a dôležitosť vo všetkých hospodárskych oblastiach. Od inovačných schopností závisí rast a rozvoj výroby, tovarov, služieb, ale i samotného trhu.

Literatúra

- [1] Európska komisia, tlačová správa (2012): *Partnerstvá v oblasti inovácií: nové návrhy týkajúce sa surovín, poľnohospodárstva a zdravého starnutia* 2012, Brusel 29. február 2012, Dostupné na: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-196_sk.htm, s.1
- [2] Konceptia rozvoja potravinárskeho priemyslu 2014-2020, 2014, Dostupné na: <https://www.mpsr.sk/?navID=1&id=8756>
- [3] Maneko, 2012, Manžment a Ekonomika, *Journal of Management and Economics*, Maneko, 2012, ISSN 1337-9488 Dostupné na : https://www.google.sk/#q=Maneko%2C+2%2F2012, www.maneko.sk/casopis/pdf/2_2012.
- [4] Matošková, D., Uhrinčat'ová, E., 2015, *Ekonomicko-sociálne aspekty potravinárstva*, Vedecký časopis Ekonomika poľnohospodárstva, Časopis Ekonomika poľnohospodárstva, Výskumný ústav poľnohospodárstva a potravinárstva, Národné poľnohospodárske a potravinárske centrum, ISSN 1338 – 6336, s.27. Dostupné na: www.vuepp.sk/ep.htm
- [5] Moravčíková, D., Adamičková, I., 2014, *Proceedings from IX. International Conference on Applied Business*, Research ICABR 2014, ISBN 978-80-7509-223-6, s. 711, Dostupné na: <http://www.icabr.com/?page=26>
- [6] Oslo Manual, 2006, *European Commission, Eurostat*, Dostupné na: <http://www.oecd.org/sti/inno/2367580.pdf>
- [7] Oslo Manual, 1992, *European Commission, Eurostat*, Dostupné na: <http://www.oecd.org/dataoecd/35/61/2367580.pdf>
- [8] Pittner, M. – Švejda, P. 2004, *Řízení inovací v podniku*, 1. vyd., AIP ČR, Praha, 2004. –87 s., ISBN 80-903153-2-1, s.10
- [9] Šimková, H., *Inovačný potenciál podniku*, Dostupné na: <http://www3.ekf.tuke.sk/work/Konferencia%20Herlany/.../doc/Simkova2., s.401>
- [10] Zákon č. 539/2008 Z. z. o podpore regionálneho rozvoja, Dostupné na: <https://www.slov-lex.sk/vyhľadavanie-pravnychpredpisov?text=z%C3%A1kon%20o%20podpore%20region%C3%A1lneho%20rozvoja>