Studiu EY: România trebuie să se concentreze prioritar pe inovația în educație pentru o dezvoltare durabilă

Inovația a devenit elementul de diferențiere în peisajul competitiv actual. Soluțiile vechi nu mai sunt întotdeauna aplicabile, iar liderii de afaceri trebuie să ajungă să implementeze rapid idei şi soluţii noi pentru a rămâne competitivi şi relevanți pentru clienții lor. Procesul de inovare este prezent în toate industriile și presupune o înțelegere aprofundată din partea companiilor.

EY România a realizat un studiu prin care a sondat opiniile mediului de business din România în privința inovației și despre un nou concept – *Innovation-as-a-Service*, care are scopul de a sprijini companiile în startul și, ulterior, accelerarea capacităților lor de inovare și completează cunoștințele organizațiilor în afaceri, tehnologie și eficiență operațională.

Cristian Cârstoiu, Partener, Consultanţă, Chief Innovation Officer, EY România: *„Majoritatea respondenților a fost de părere că cea mai importantă dimensiune a inovaţiei asupra căruia trebuie acționat este schimbarea/ajustarea modelului de*

business – 31,5%. Pe locul doi se găsește inovația ca mod de optimizare a proceselor cu 27,4%, iar pe al treilea loc respondenții au decis că inovația este un ingredient important al culturii organizaționale și trebuie să primească o atenție sporită – 21,9%. Peste 20% dintre cei chestionați au răspuns că inovația trebuie să se concentreze pe îmbunătățirea şi crearea de noi produse".

În ceea ce priveşte gradul de implicare al companiei în activități legate de inovație, 36% dintre respondenţi au răspuns că este moderat, 20,2% că este ridicat, 12% foarte scăzut, iar 11% că este scăzut. Întrebaţi dacă organizația în care activează are un proces de inovație implementat, peste un sfert dintre respondenți au răspuns că da (25,6%), restul de 74,4% răspunzând că nu.

Din punctul de vedere al oamenilor dedicați procesului de inovaţie, situația este mai bună, 33,3% dintre respondenți spunând că în compania în care lucrează există o persoană care se ocupă de inovație.

Cei doi ani de pandemie au afectat nu numai serviciile oferite de organizații, cât și bugetele acestora. Companiile au fost nevoite să își micșoreze bugetele destinate inovației, să își restructureze echipele sau chiar să își sisteze activitățile. Situația începe să se redreseze odată cu ridicarea restricțiilor, iar companiile își reimplementează strategiile de inovației de dinainte de pandemia COVID-19.

Însă Europa se confruntă acum cu o nouă criză provocată de războiul din Ucraina. Situația geopolitică din estul Europei a avut efecte fără precedent, printre care creșterea prețurilor la energie, inflație, relocări. Acestea, la rândul lor, afectează strategiile și prioritățile companiilor, printre care și planurile în ceea ce privește procesele de inovație.

Întrebați dacă perioadele de criză afectează bugetul alocat inovației, 41,6% au răspuns că acesta este afectat într-o mare

și foarte mare măsură, 35,1% într-o mică sau foarte mică măsură şi 23,4% au răspuns că acesta nu este afectat în niciun fel.

Inovația – elementul de sinergie dintre mediul privat, public și cel academic

Pentru a avea o dezvoltare durabilă, România trebuie să se focuseze, în primul rând, pe inovația în educație, conform răspunsurilor a 49,2% dintre cei chestionaţi, mai precis, în noi modele de învățământ, noi materii, metodologii adaptate și convergente trendurilor în digitalizare.

Pe locul doi (20,6%), respondenții au selectat inovația tehnologică (folosirea noilor tehnologii pentru a crea produse noi). Al treilea loc este ocupat de inovația de tip îmbunătățire continuă a proceselor organizaționale (15,9%), iar pe ultimul loc se situează, cu un procent de 14,3%, inovația radicală în business (noi produse, noi tipuri de servicii).

Elementului inovativ în cadrul sistemului educațional (primar-universitar) este văzut de majoritatea respondenților ca fiind relativ scăzut (32,8%). 24,6% consideră că inovația este prezentă în sistemul educațional din România, pe când 21,3% cred că această nu este deloc prezentă.

Există însă la orizont aspecte pozitive, prin prisma Planului Național de Redresare și Reziliență. La întrebarea cum este apreciat sprijinul pe care îl oferă PNRR inovației în sectoarele și ariile menționate anterior, 37,1% au răspuns că este ridicat, 32,3% puțin ridicat, 17,8% foarte ridicat și extrem de ridicat, iar 12,9% deloc ridicat.

Innovation-as-a-service – un proces pragmatic pentru viitor

În contextul tensiunilor la nivel geopolitic și al crizei sanitare, noul model de inovație reprezintă o veste bună pentru mediul local de afaceri în vederea atingerii unui prag

substanțial de dezvoltare a organizației. De-a lungul timpului, studiile au arătat că 40-50% dintre executivi văd inovația ca o necesitate pentru ca organizația lor să rămână competitivă.

Beneficiul direct al *innovation-as-a-service* este reducerea complexității inovației, astfel încât echipele să se poată concentra pe competențele de bază care au adus succes organizației până acum: să genereze idei noi, să fie prezenți în piață, să țină legătura cu clienții. *Innovation-as-a-service* reduce, iar în unele cazuri elimină, efortul și costul de a construi o echipă. Procentul celor care consideră că procesul poate să le ajute organizația este de 49,3%.

În prezent, nu se mai poate discuta de inovație fără implicarea elementelor de sustenabilitate. Studiile efectuate de EY au arătat că sustenabilitatea a devenit un domeniu prioritar pe agenda executivilor din România. Procesele de inovație, pe lângă faptul că trebuie să îmbunătățească operațiunile companiilor și să le eficientizeze, trebuie să se asigure că implică și elementul de sustenabilitate al companiei, atât financiar, social, climatic, cât şi din punct de vedere al responsabilităţii pentru investitori şi pentru generaţiile viitoare de clienţi.

Întrebați fiind dacă procesul *innovation-as-a-service* poate fi un ajutor în vederea micșorării amprentei de carbon a fiecărei companii, o majoritate solidă de 83,1% consideră că serviciul poate conduce către rezultate remarcabile în această direcție.

Aceeaşi majoritate semnificativă se menține și când vine vorba despre potențialul impact pe care îl poate avea serviciul *innovation-as-a-service* asupra mediului public, cu scopul de a accelera anumite procese cu valoare adăugată pentru cetățeni. Astfel, un procent de 80% consideră că în domeniul public acest nou serviciu poate fi un ajutor real.