

Innovation-as-a-service

Un sprijin pentru România?

Iunie 2022



30

EY

Building a better
working world



The better the question. The better the answer.
The better the world works.

Background General

Inovația stă la baza tuturor societăților dezvoltate din secolul XXI. România face parte astăzi din Uniunea Europeană, una dintre cele mai inovative și dinamice comunități la nivel mondial. În prezent, 401 companii europene fac parte din primele 2.500 de companii la nivel internațional care investesc cel mai mult în cercetare și inovare. România este membră a acestei comunități și, deși poate nu a avut cel mai lin parcurs posibil în acest domeniu, are de beneficiat de pe urma acestei acumulări de experiențe și mulțumită acestora, percepțiile încep să se schimbe și în România vis-a-vis de importanța cercetării și inovării.

În prezent România investește aproximativ 0,5% din PIB în cercetare conform Eurostat, media europeană situându-se la 2,3%. Putem vedea încă un decalaj pe care trebuie să îl recuperăm, dar se observă și oportunitatea care ne așteaptă. Comisia Europeană prognozează o creștere a procentului investit în cercetare și inovare de până la 2,25%, ce ar putea fi atins înainte de anul 2029 și ce va genera o creștere netă a PIB-ului cu peste 4,1%. În cazul contrar în care procentul actual de 0,5% se va menține, acesta va genera o creștere de doar 1,63% până la sfârșitul acestui deceniu. Accentul pus pe inovare are efecte directe asupra competitivității economiei românești, tranziția către o economie mai verde și mai puțin poluantă, promovarea mobilității și diminuarea diferențelor economice și sociale.





Cuprins

Sumar Executiv	4
Despre studiu	5
Inovația – provocare pentru mediul de business	7
Innovation-as-a-service – un proces pragmatic pentru viitor	11
Inovația – elementul de sinergie dintre mediul privat, public și cel academic	16

Rezumat

Studiul EY dorește să analizeze, la o dimensiune locală, nivelul de implicare a mediului de business românesc în noile tendințe din inovație. Procesul de inovație a devenit vital în ultimii ani, companiile căutând să își transforme modul în care operează, cum analizează datele și cum se poziționează în piață, fiind obligați în primul rând de contextul pandemic, dar și de evenimentele geopolitice. Totodată, drumul către o economie digitală nu poate începe fără un proces de inovație, iar acest studiu poate pona începutul direcției către o Românie digitalizată, prin intermediul noului serviciu Innovation-as-a-service.

Sumar executiv

Capitolul 1

Cum apreciați gradul de implicare al companiei dumneavoastră în activități legate de inovație?



În compania dvs. bugetul alocat inovației este afectat de perioadele de criză?



Capitolul 2

În ce măsură considerați că inițiativa Innovation-as-a-Service poate ajuta organizația dumneavoastră să rămână competitivă?



Din punct de vedere al sustenabilității, considerați că un ajutor extern (spre exemplu Innovation-as-a-service) ar putea oferi suport mărit companiilor în vederea identificării și implementării unor inițiative menite să le micșoreze amprenta de carbon?



Considerați că un serviciu de tipul Innovation-as-a-Service în sectorul public poate contribui la implementarea accelerată a unor servicii cu valoarea adăugată pentru cetățeni?

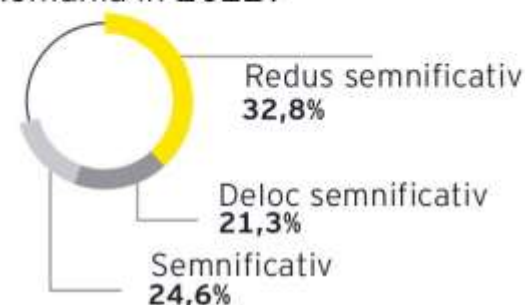


Capitolul 3

În ceea ce privește perioada următoare, care dintre următoarele modele de inovație considerați că va fi necesară pentru dezvoltarea durabilă a României?



Din lista de mai jos, cum apreciați elementul inovativ în cadrul sistemului educațional (primar - universitar) din România în 2022?



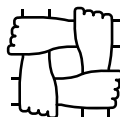
Despre studiu



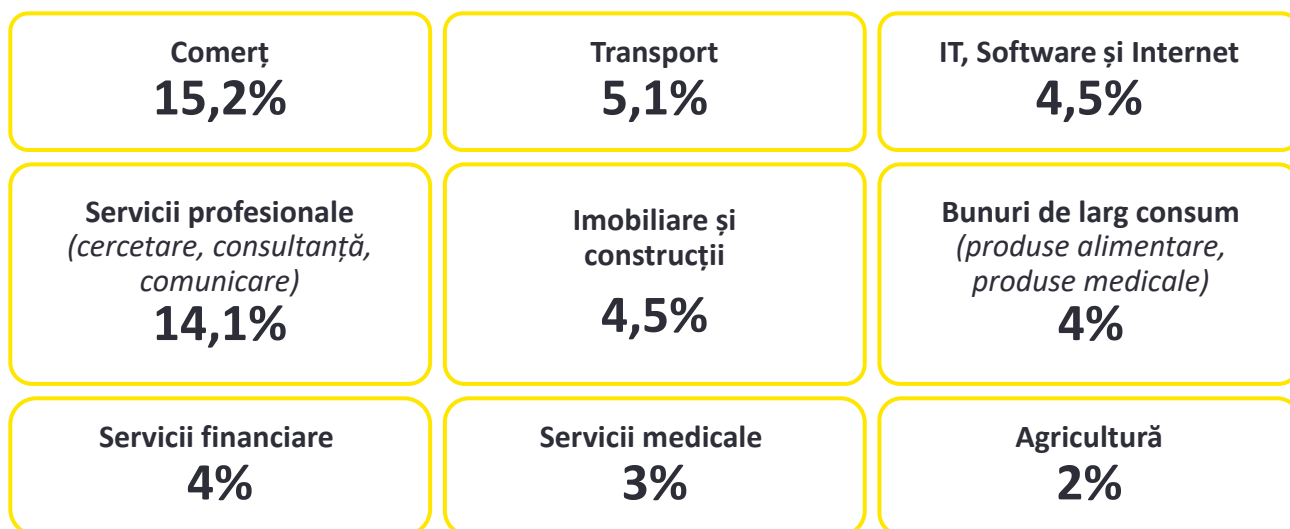
Ce este inovația? Inovația este asimilată în majoritatea cazurilor cu dezvoltarea unor soluții sau produse complet noi, cu creativitatea, însă între cele două există și diferențe. Creativitatea în afaceri este importantă pentru că îmbrățișează idei unice, iar această componentă de noutate este parte a inovației.

Inovația a devenit elementul de diferențiere în peisajul competitiv actual. Soluțiile vechi nu mai sunt întotdeauna aplicabile, iar liderii de afaceri trebuie să încerce să implementeze rapid idei și soluții noi pentru a rămâne competitivi și relevanți pentru clienții lor. Procesul de inovare transcende întreaga paletă a industriilor, însă, acesta nu se întâmplă într-un timp scurt, companiile fiind nevoite să acorde timp pentru a înțelege temeinic acest proces și, nu în ultimul rând, pentru a-și recruta competențele umane necesare unui astfel de proces.

Pentru ca o idee să fie inovativă trebuie să fie în primul rând utilă. Din acest motiv, în această perioadă, EY a desfășurat un studiu privind opiniile mediului de business din România asupra unui serviciu relativ nou din practica inovației, și anume, Innovation-as-a-Service, care are scopul de a sprijini companiile în startul și ulterior accelerarea capacităților lor de inovare. Acest serviciu completează cunoștințele organizațiilor în afaceri, cunoștințele tehnologice, dar și eficiența operațională.

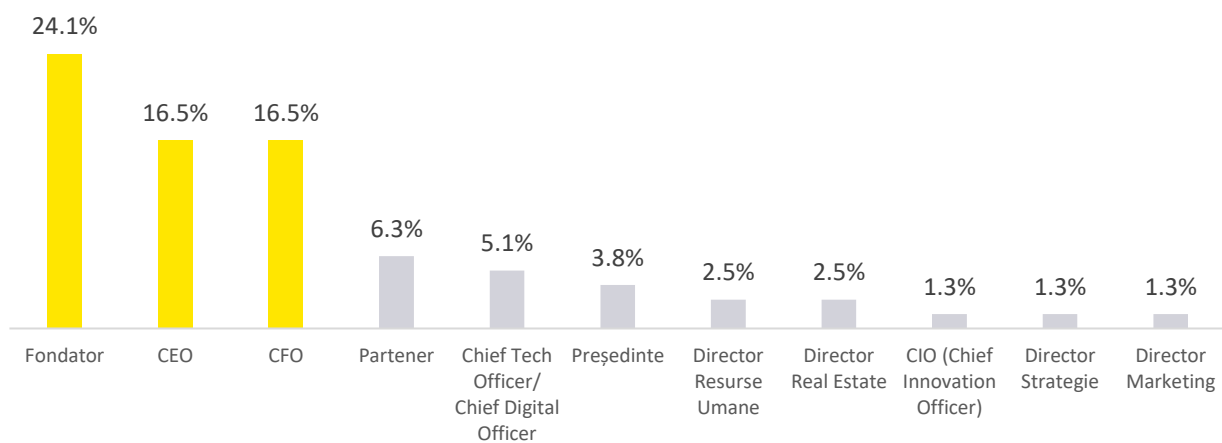


Studiul este bazat pe răspunsurile a 99 de respondenți*, membri ai unor echipe de conducere cu funcții de la middle-management până la C-Suite (CEO, CFO, CIO, CRO) din diverse companii aparținând următoarelor sectoare:

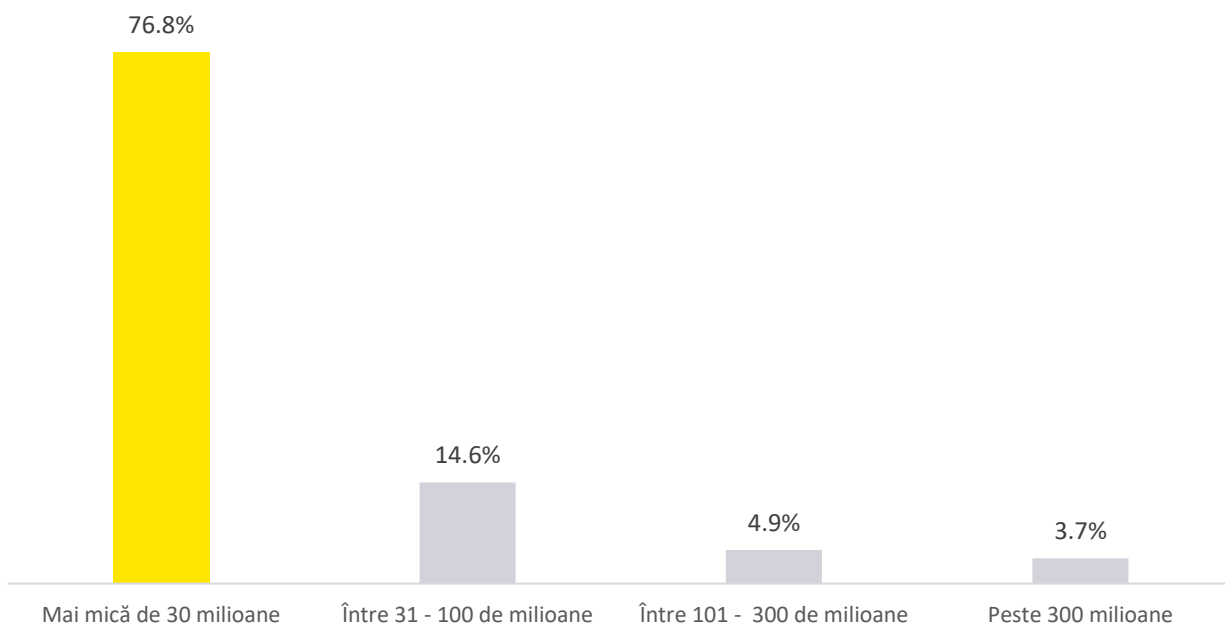


*Studiul își propune să evidențieze tendințe ce pot fi ulterior validate prin cercetări de piață extinse, pe eșantioane reprezentative. Acest material este dezvoltat pe baza informațiilor pe care le deținem la momentul redactării. El are un caracter informativ și de aceea se recomandă apelarea la asistență specializată înainte de a întreprinde orice acțiune în baza lui.

Funcțiile respondenților



Cifra de afaceri a companiilor (EUR)



Inovația – provocare pentru mediul de business

Inovația poate fi definită ca fiind un produs, un serviciu, un model de business sau o strategie care este inovatoare și în același timp utilă. Inovațiile în mediul de business nu trebuie să reprezinte progrese majore în tehnologie sau idei complet noi de afaceri, acestea pot reprezenta îmbunătățiri semnificative ale serviciului oferit clienților unei companii sau pot fi funcții adăugate unui produs deja existent. Inovația este de asemenea vizibilă atunci când tehnologii existente sunt adaptate unor aplicații noi de business sau când tehnologii existente sunt utilizate într-un mod unificat, spre exemplu tehnologia RPA cu tehnologia OCR și cu Machine learning.

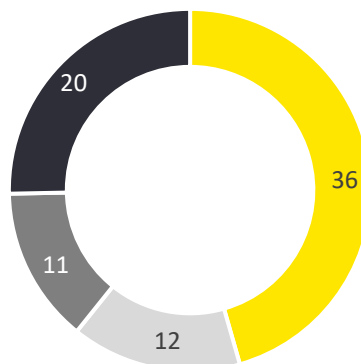
În afaceri sunt nenumărate provocări nevăzute, iar inovația poate ajuta companiile să rămână în frunte și în același timp să își dezvolte serviciile existente sau unele noi.

Experiențele cu care domeniul s-a confruntat de-a lungul timpului au arătat că adevărata inovație are loc atunci când organizațiile se concentrează pe provocări specifice de afaceri, identifică instrumentele potrivite pentru a le aborda și accelerează transformarea.

În cadrul studiului realizat de EY România, întrebați fiind cum apreciază gradul de implicare al companiei lor în procesul inovativ, un procent de 36% a răspuns că nivelul de implicare al companiei este moderat, 20,2% ridicat, 12% foarte scăzut, 11% scăzut.

Cum apreciați gradul de implicare al companiei dumneavoastră în activități legate de inovație?

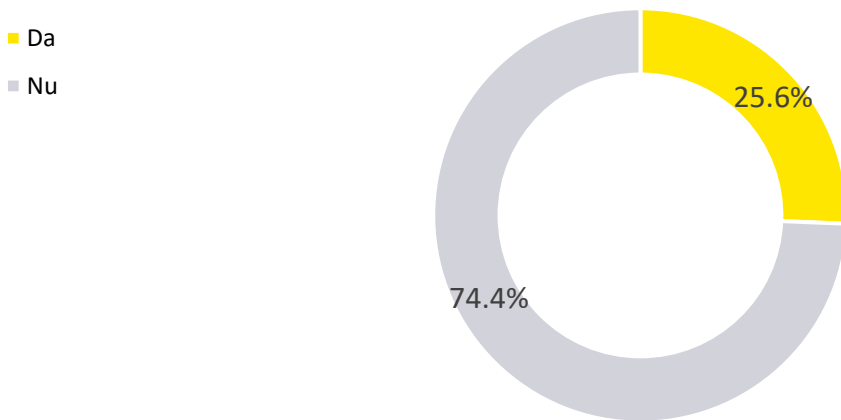
- Moderat
- Foarte scăzut
- Scăzut
- Ridicat



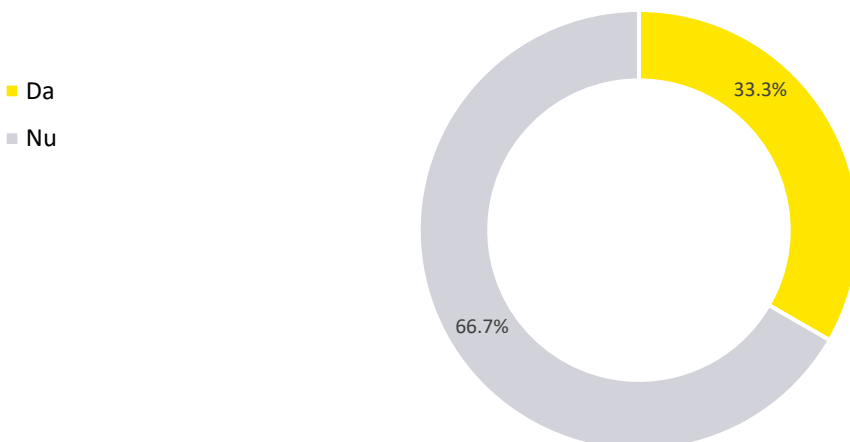
Motivatia și recunoașterea nevoii de implicare activă în procesul de inovație este prezent la nivel național și din ce în ce mai multe entități proiectează în discuțiile din mediul public și privat necesitatea de a face din inovație o prioritate. Cu toate acestea, trecerea de la discuție și idei la implementare suferă - întrebați fiind dacă organizația în care activează are un proces de inovație implementat, un sfert dintre respondenți au răspuns că da (25,6%), restul de 74,4% răspunzând că nu (vezi Figura 1).

Din punct de vedere al oamenilor dedicați procesului de inovație, situația este mai bună, 33,3% dintre respondenți spunând că în compania în care lucrează există o persoană care se ocupă de inovație (vezi Fig.2).

Compania dumneavoastră are implementat un proces de inovație? (Fig.1)



În compania dumneavoastră există o persoană responsabilă de coordonarea procesului de inovație? (Fig.2)

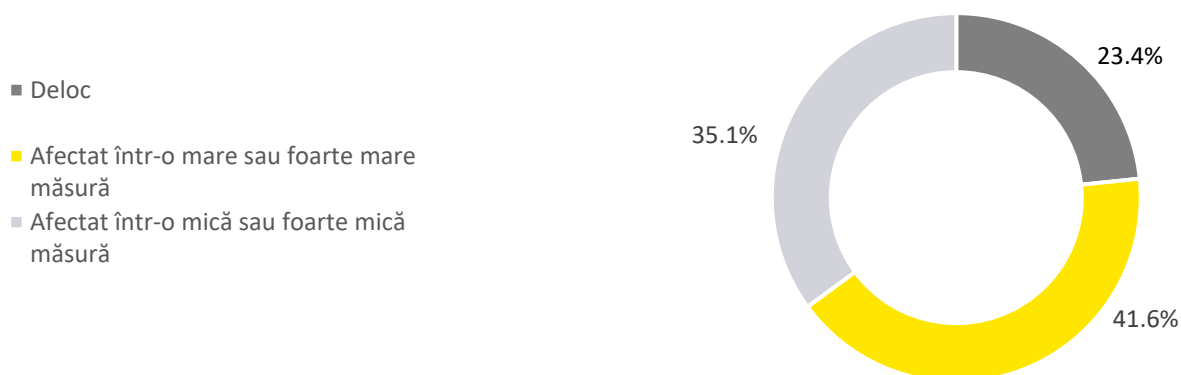


Cei doi ani de pandemie au afectat nu numai serviciile oferite de organizații, cât și bugetele acestora. Companiile au fost nevoite să își micșoreze bugetele, să își restructureze echipele sau chiar să își sisteze activitățile. Situația începe să se redreseze odată cu ridicarea restricțiilor, iar companiile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

Cu toate acestea, Europa se confruntă cu 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.

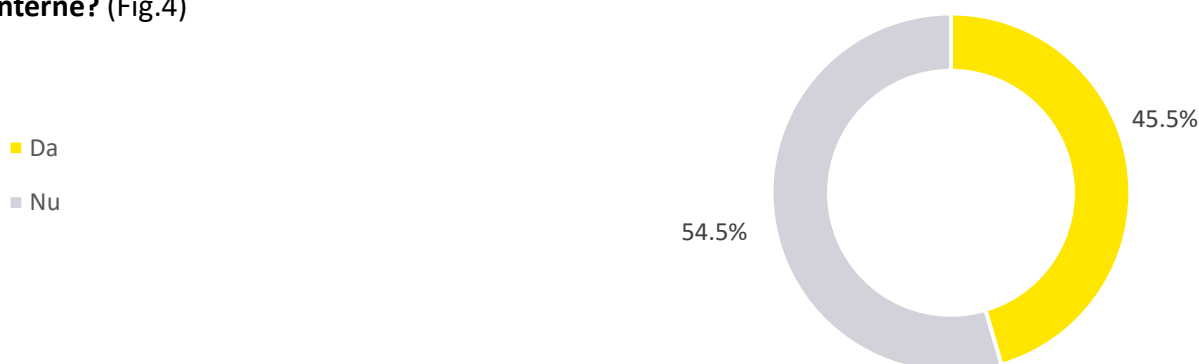
Fiind întrebați dacă perioadele de criză afectează bugetul alocat inovației, aproximativ un sfert dintre respondenți (23,4%) au răspuns că acesta nu este afectat în niciun fel, 41,6 că este afectat într-o mare și foarte mare măsură, iar 35,1 că acesta este afectat într-o mică sau foarte mică măsură (vezi Fig. 3)

În compania dvs. bugetul alocat inovației este afectat de perioadele de criză? (Fig.3)



În ceea ce privește stimularea inovației prin combinația de talente externe cu interne, răspunsurile înregistrate arată majoritatea (~55%) companiilor din mediul privat din România inoveaza cu ajutorul resurselor exclusiv interne. (vezi Fig.4).

Organizația dumneavoastră stimulează inovația cu ajutorul combinației de talente externe și interne? (Fig.4)





Inovația rămâne un scop pentru multe dintre organizațiile românești, poate și datorită faptului că procesele de inovație de la nivelul companiilor din România se confruntă cu multe provocări, iar experții EY au fost implicați în vederea traversării acestor provocări.

Pentru a avansa în procesul de inovație, există câteva puncte esențiale ce nu trebuie omise, printre care:


- a) îmbrățișarea tehnologiei noi în vederea adaptării în dinamica actuală care prezintă constante schimbări,
- b) curajul de a eșua rapid și devreme pentru a ajunge rapid la rezultatele dorite,
- c) capacitatea de a te comporta în fiecare zi, indiferent de mărimea companiei, precum un start-up, precum și
- d) Necesitatea de a gândi lateral, a genera ipoteze provocatoare în timpul procesului de inovație, coroborat cu o permanentă colaborare și conectare între părțile interesante în vederea îmbunătățirii.



Acțiunile enumerate mai sus fac parte din ceea ce se numește *hyper-innovation*, un proces care înseamnă abilitatea de a inova rapid – a genera idei, a le testa și a le implementa într-un timp semnificativ mai scurt decât taxonomia curentă. Cu o experiență profundă în reglementare, contabilitate, finanțe și consultanță de risc, dar și în inovarea produselor, robotică, FinTech, EY România se află la intersecția acestor sfere. Echipa EY poate sprijini companiile în fața provocărilor dificile din afaceri, în scoaterea din laborator a inovației și conectarea ei la infrastructura, procesele și mandatele de reglementare ale organizației.

EY România poate oferi o abordare agilă a inovației bazată pe învățare rapidă și accelerată, instrumente și tehnologii utile și funcționabile dezvoltate cu partenerii EY, acces la un grup dedicat de facilitatori, designeri și ingineri software, dar și acces la consilieri în materie din întreaga rețea globală EY.





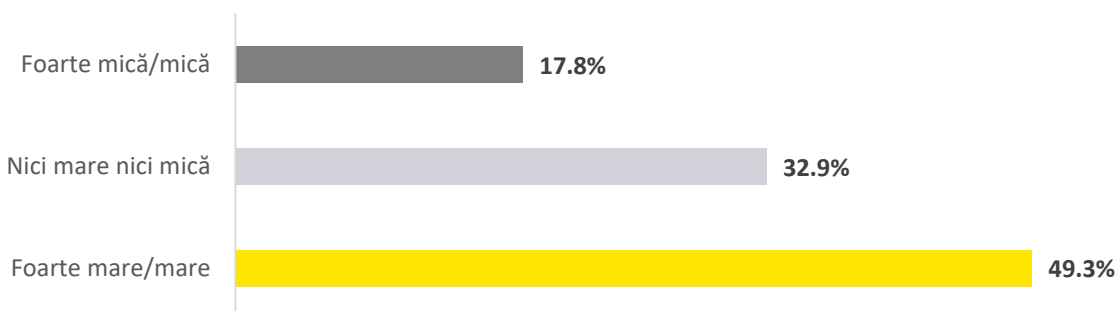
Innovation-as-a-service – un proces pragmatic pentru viitor

Innovation-as-a-service reprezintă un proces pragmatic pentru a inspira și a crea noi experiențe, procese, servicii și produse, care vor avea un impact asupra strategiei organizației. Innovation-as-a-service este un proces dovedit care generează noi modele de inovație pentru companiile care doresc să își propulseze serviciile.

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 necesitate pentru ca organizația lor să rămână una competitivă.

Beneficiul direct al innovation-as-a-service este reducerea complexității inovației, astfel încât echipele să se concentreze pe competențele de bază care au adus succes 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 ce măsură considerați că inițiativa Innovation-as-a-Service poate ajuta organizația dumneavoastră să rămână competitivă?



Majoritatea respondenților au fost de părere că cea mai importanta dimensiune a inovatiei asupra căruia trebuie acționat este schimbarea / ajustarea modelului de business – 31,5%. Pe locul doi se găsește inovația ca mod de optimizare al proceselor cu 27,4%, iar pe al treilea loc respondenții au decis că inovația ca ingredient cheie al culturii organizaționale trebuie să primească o atenție sporită – 21,9%. O cincime din respondenți au răspuns că inovația trebuie să se concentreze pe îmbunătățirea și crearea de noi produse (vezi Fig.5).

Asupra cărei dimensiuni a inovației considerați că trebuie să se acționeze mai mult? (Fig.5)



După înregistrarea răspunsurilor la întrebarea *“Care dintre următoarele servicii de inovație îl găsiți cel mai relevant în contextul Innovation-as-a-Service”**, clasamentul acestora arată în felul următor:

Locul
1

37 de răspunsuri

Alinierea strategică a obiectivelor companiei pe 5 componente esențiale: capital uman, capital financiar, tehnologie, procese și date.

Locul
2

30 de răspunsuri

Sprrijin în fondarea unui set-up privind un laborator de inovație/laborator de digitalizare

Locul
3

27 de răspunsuri

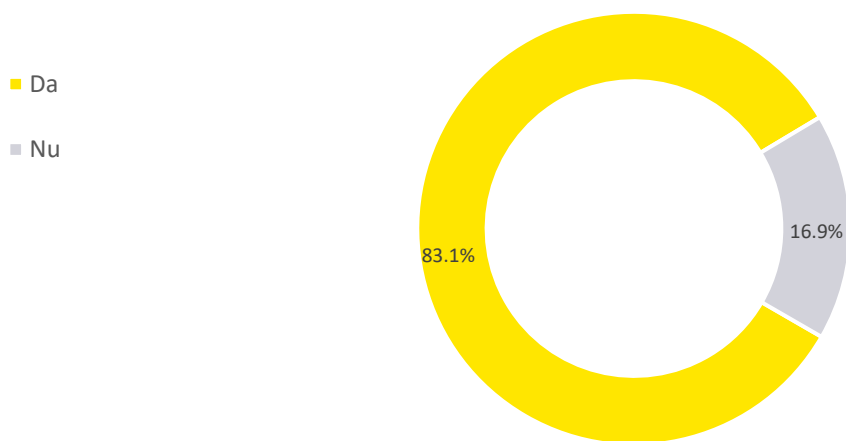
Organizarea de sesiuni interne în cadrul companiei pentru comunicarea inițiativelor strategice, a metodologiei de inovație și a sprijinului necesar din partea campionilor inovației din fiecare divizie de business.

*Întrebare cu răspuns multiplu

Sustenabilitatea a devenit un domeniu prioritar pe agenda executivilor din România. În prezent a devenit dificil să discutăm de inovație fără să implicăm elemente de sustenabilitate. 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 și din punct de vedere al responsabilității pentru investitori și pentru generațiile viitoare de clienți.

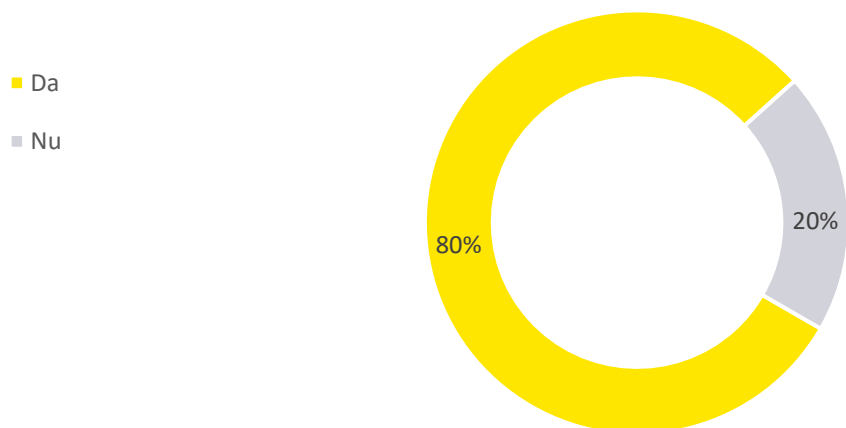
Întrebați fiind dacă procesul innovation-as-a-service poate fi un ajutor în vederea micșorării amprentei de carbon a fiecărei companii, o majoritate solidă de 83,1% consideră că serviciul poate conduce către rezultate remarcabile în această direcție (vezi Fig.6).

Din punct de vedere al sustenabilității, considerați că un ajutor extern (spre exemplu Innovation-as-a-service) ar putea oferi suport mărit companiilor în vederea identificării și implementării unor inițiative menite să le micșoreze amprenta de carbon? (Fig.6)



Aceeași majoritate solidă se respectă 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 (Fig.7).

Considerați că un serviciu de tipul Innovation-as-a-Service în sectorul public poate contribui la implementarea accelerată a unor servicii cu valoarea adăugată pentru cetățeni? (Fig.7)



Ce oferă serviciul EY de inovație?

- ✓ Alinierea strategică a obiectivelor companiei pe 5 componente esențiale: capital uman, capital financiar, tehnologie, procese și date.

- ✓ Setup-ul unui laborator de inovație (uneori numit și laborator de digitalizare – Digital Lab). Focusul inițial va fi definirea unui proces de inovație, a unei guvernante în cadrul companiei (responsabili, roluri), identificarea soluțiilor IT care pot ajuta în colectarea și analiza datelor sau care facilitează colaborarea între echipe, alte resurse necesare (spațiu dedicat, white-boards, echipament audio-video).

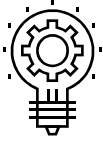
- ✓ Un aspect critic este definirea modalităților prin care ideile vor fi colectate, analizate, aduse la un nivel suficient de bun pentru a fi prezentate, urmate de o primă validare în piață.

- ✓ Organizarea de sesiuni interne în cadrul companiei pentru comunicarea inițiativelor strategice, a metodologiei de inovație și a sprijinului necesar din partea campionilor inovației din fiecare divizie de business.

- ✓ Sprijin în organizarea de hackatons și facilitarea de întâlniri între parteneri strategici din industrii complementare și cu start-ups inovatoare.

- ✓ Sprijin constant în co-crearea de soluții și implementarea lor intern sau pentru clienți.





În mediul de business, provocările sunt inevitabile. Pentru a putea contracara aceste provocări, procesul de inovație ajută să fim întotdeauna cu un pas înaintea. Există mai multe motive pentru care inovația este crucială pentru business. În primul rând, oferă adaptabilitate. În timpul pandemiei de COVID-19, afacerile au fost afectate la scară globală. Operațiunile obișnuite au devenit rapid învechite, iar multe companii în continuare se confruntă cu efecte negative, deoarece s-au blocat în status quo-ul vechi. În acest context, inovația este utilă pentru a ajuta companiile să se adapteze și să depășească **provocările schimbărilor**.

În al doilea rând, inovația stimulează creșterea. Procesul de stagnare este extrem de dăunător afacerii. Într-o piață extrem de competitivă la nivel global cum este cea din ziua de astăzi, obținerea creșterii organizaționale și economice prin inovare este cheia pentru a face față competiției. Al treilea motiv pentru care inovația ajută o companie este faptul că o poate diferenția de competiție. În majoritatea industriilor există companii care oferă aceleași tipuri de produse și servicii similare. În acest sens, inovația poate să diferențieze o companie de alta.



Când discutăm de inovație, ne referim în principal la două tipuri de inovație: (1) inovația de susținere și (2) cea disruptivă. Inovația de susținere sporește procesele și tehnologiile unei companii în vederea îmbunătățirii liniei de produse pentru clienți. Acest tip de inovație este în general folosită de companiile existente care doresc să rămână în vârful pieței lor. Pe de altă parte, inovația disruptivă își face simțită prezența când companiile mici provoacă organizațiile mari. Acest tip de inovație poate fi clasificat în mai multe tipuri în funcție de piețele în care activează acele companii. Astfel, așa numita *low-end disruption* este conectată momentului când companiile intră în piață și revendică un segment din partea de jos a acesteia, în timp ce *new-market disruption* se referă la acele companii care creează un segment de piață suplimentar pentru a servi unei baze de clienți la care piața existentă nu ajunge. Cu toate acestea, cele mai de succes companii rămân cele care reușesc să insereze în strategiile lor ambele modele de inovație.

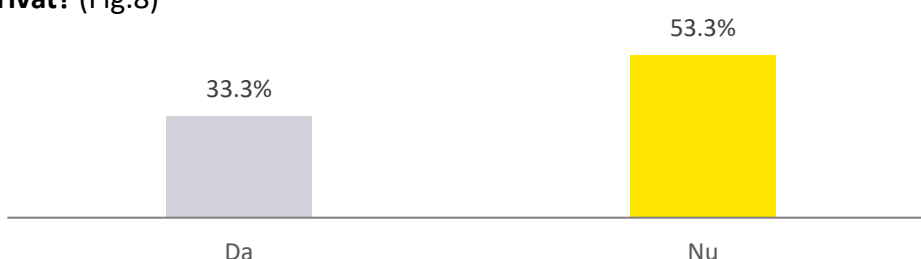
Inovația – elementul de sinergie dintre mediul privat, public și cel academic

Discuția despre inovație nu trebuie să rămână un subiect de dezbatere doar la nivel de mediu de business. Dezbaterele despre inovație ar trebui să fie proiectate la nivel național, într-o manieră în care mediul academic și de cercetare, împreună cu spațiul privat și decidenții politici să se intersecteze la aceeași masă. Această abordare de tipul *triple helix* ar putea trimite inovația, dezvoltarea economică și socială într-o fază accelerată de evoluție.

Conform datelor publicate de European Innovation Scoreboard 2021, România se plasează la finalul clasamentului din punct de vedere al inovației. Astfel, pentru a reuși să conturăm la nivel național o mentalitate îndreptată către inovație, procesul inovativ trebuie să fie transpus în fiecare palier al activităților pe care o companie le desfășoară. Astfel, trebuie să existe implicare din partea tuturor actorilor pentru a realiza un cadru cât mai benefic pentru viitoarele politici publice din inovație.

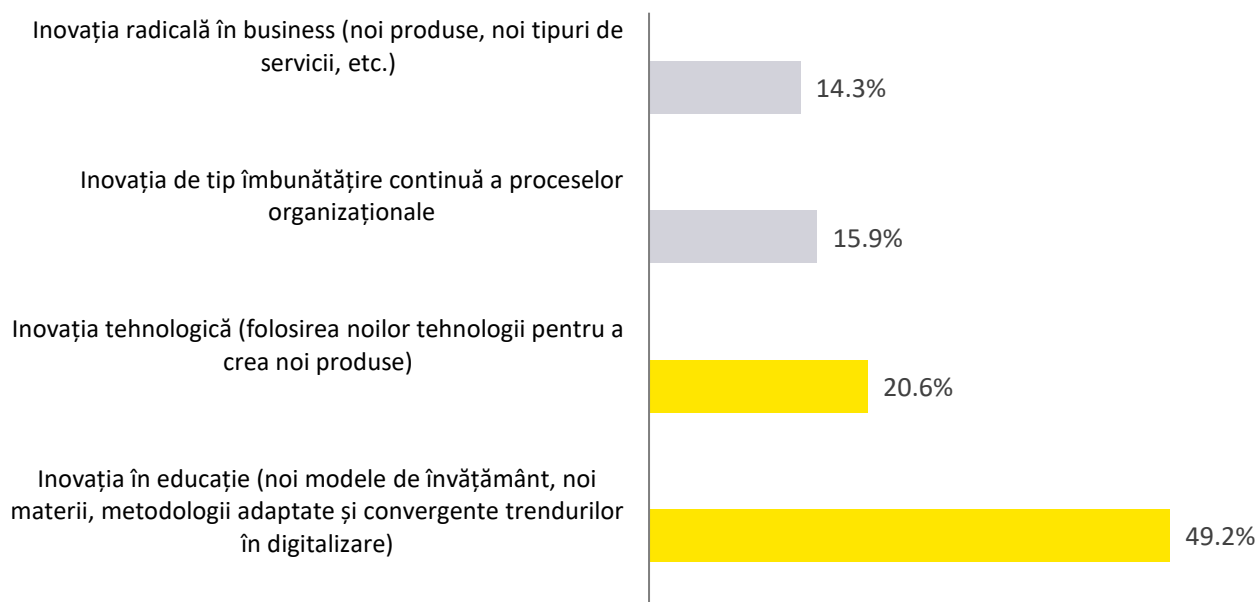
Esențial este ca din acest *triple helix* să nu fie exclus mediul academic. Inovația în toate științele și domeniile din viață nu poate fi asigurată fără a nu implementa sisteme și procese de învățământ care să ofere premisele în această direcție, care să formeze viitorii indivizi cu viziune asupra inovației. Acest lucru este dovedit și de faptul că, la întrebarea dacă se consideră o piesă importantă în accelerarea inovației sporirea parteneriatelor dintre sectorul public și cel privat, majoritatea (53,3%) au răspuns că nu este suficient (Fig.8). Totuși, dintre cei care au răspuns că da, fiind rugați să menționeze și ce anume ar contribui în această direcție, majoritatea au menționat că este nevoie de o legislație adecvată și de politici guvernamentale reglementate. De asemenea, printre răspunsuri se numără și stimulente acordate companiilor care inovează.

Considerați o piesă importantă în accelerarea inovației sporirea parteneriatelor dintre sectorul public și cel privat? (Fig.8)



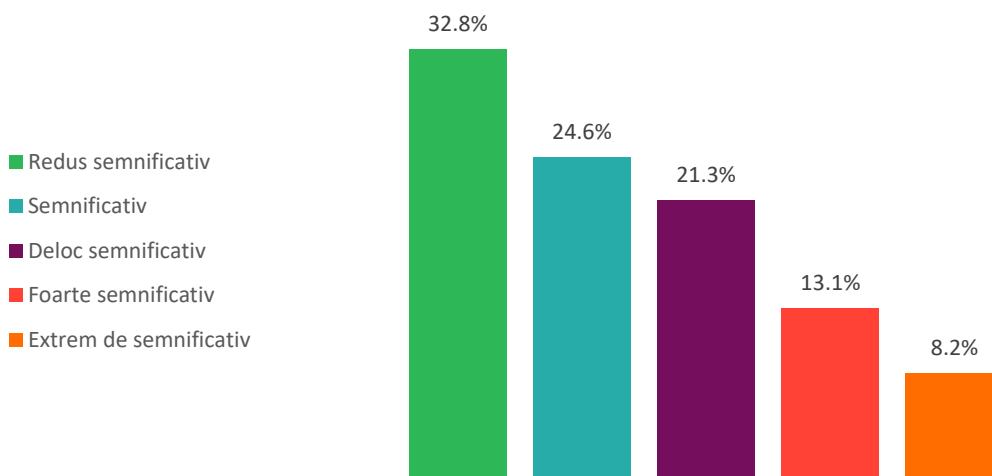
Faptul că mediul academic nu trebuie exclus din parteneriatul pentru inovație și că procesul inovativ trebuie să înceapă încă din faza școlară, este redat și de procentul ridicat de respondenți care au decis că, pentru ca România să aibă o dezvoltare durabilă, aceasta trebuie să se focalizeze în primul rând pe inovația în educație (49,2%), 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).

În ceea ce privește perioada următoare, care dintre următoarele modele de inovație considerați că va fi necesară pentru dezvoltarea durabilă a României?



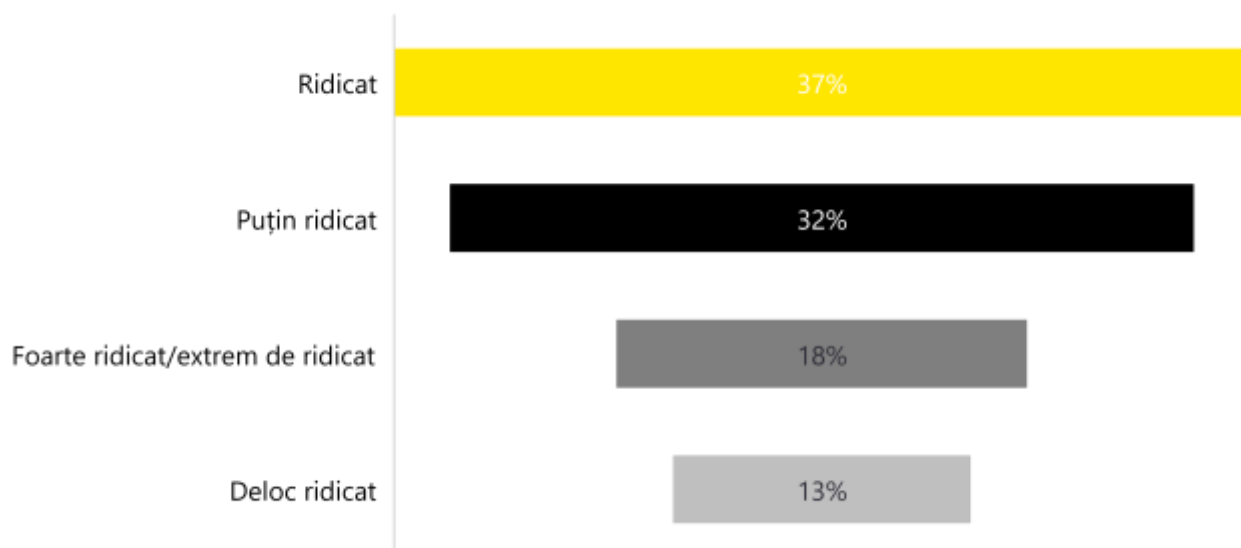
Elementului inovativ în cadrul sistemului educațional (primar-universitar) este văzut de majoritatea respondenților ca fiind relativ scăzut (32,8%). 24,6% consideră că inovația este prezentă în sistemul educațional din România, pe când 21,3% că această nu este deloc prezentă.

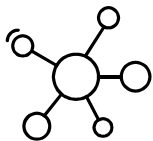
Din lista de mai jos, cum apreciați elementul inovativ în cadrul sistemului educațional (primar – universitar) din România în 2022?



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 ridicat, 32,3% puțin ridicat, 17,8% foarte ridicat și extrem de ridicat, iar 12,9% deloc ridicat.

Cum apreciați sprijinul pe care Planul Național de Redresare și Reziliență îl oferă inovației prin ariile și sectoarele identificate?





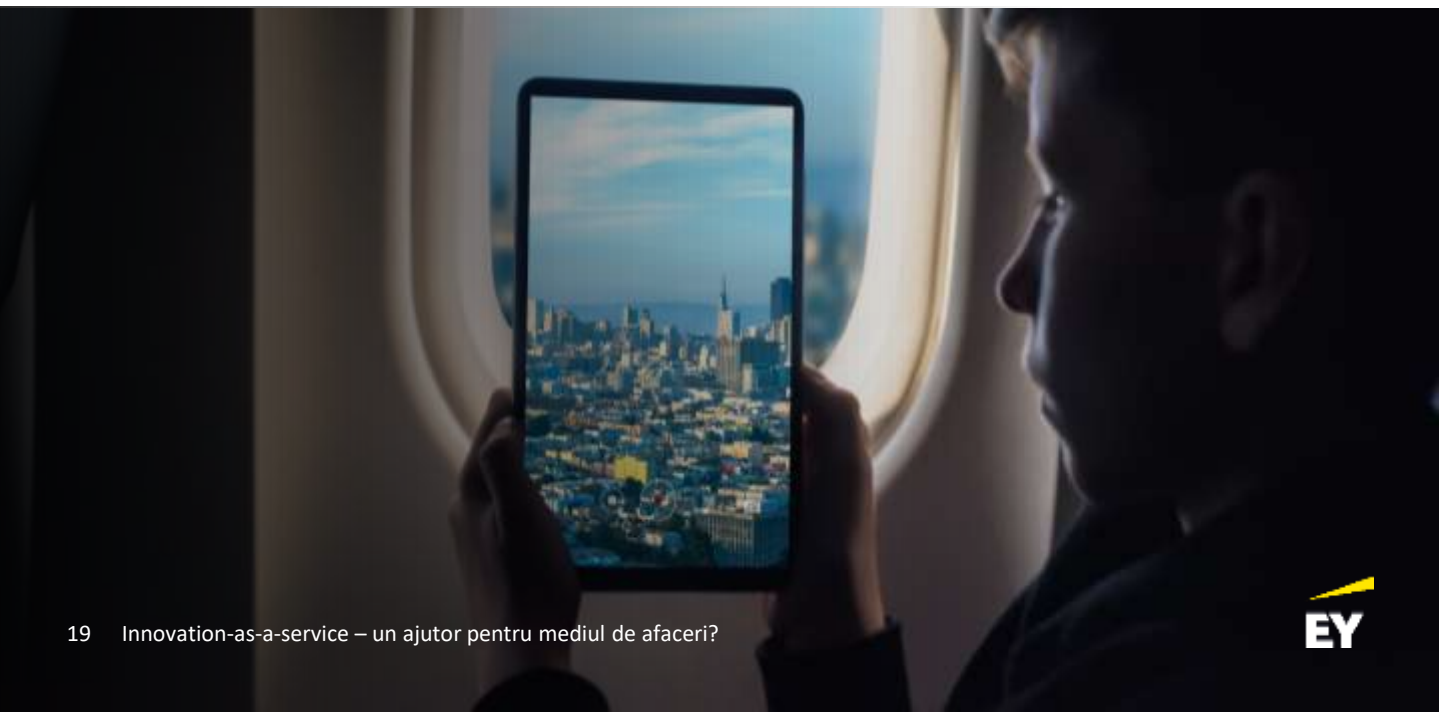
Inovația nu se rezumă la a fi doar un produs sau un serviciu nou, aceasta înglobează tipuri de servicii, de produse care sunt oferite deja, dar sunt sub o altă formă. În acest context, România posedă anumite avantaje, printre care capacitatea de a de a gândi diferit în ciuda provocărilor pe care trebuie să le depășească.

Din punct de vedere al resurselor umane, există anumite lacune în activitatea de inovare. Din acest motiv este necesar ca procesul inovativ să fie implementat încă din faza pre-universitară. România are nevoie de modele iar emigrarea accelerată a talentelor și nepromovarea celor existente nu ajută. Într-adevăr există excepții, dar nu suficiente pentru a ajunge acolo unde trebuie să fim.

Este important să existe sprijin în această direcție atât din partea mediului de afaceri din România, cât și din partea mediului public. Pentru a putea fi inovativi avem nevoie de resursă umană focusată pe acest proces și cu o mentalitate orientată în permanență către evoluție.



Inovația este deja prezentă de multe decenii pe agenda mondială ca unul din factorii fundamentali de diferențiere și de creștere. Ea sparge tipare existente prin schimbarea adesea fundamentală a modului în care lucrăm. Este un proces care creează oportunități, iar cei care vor reuși să se mențină în primul val sau care au capacitatea internă de reinventare vor fi câștigători. În acest sens, EY a avut și va avea în continuare un focus atât pe inovație internă, cât și pe inovația ca serviciu oferit clienților. EY România a făcut trecerea de la o inovație axată pe procese și servicii la o inovație internă a cărei scop final este de a schimba o cultură.





Cristian Cârstoiu

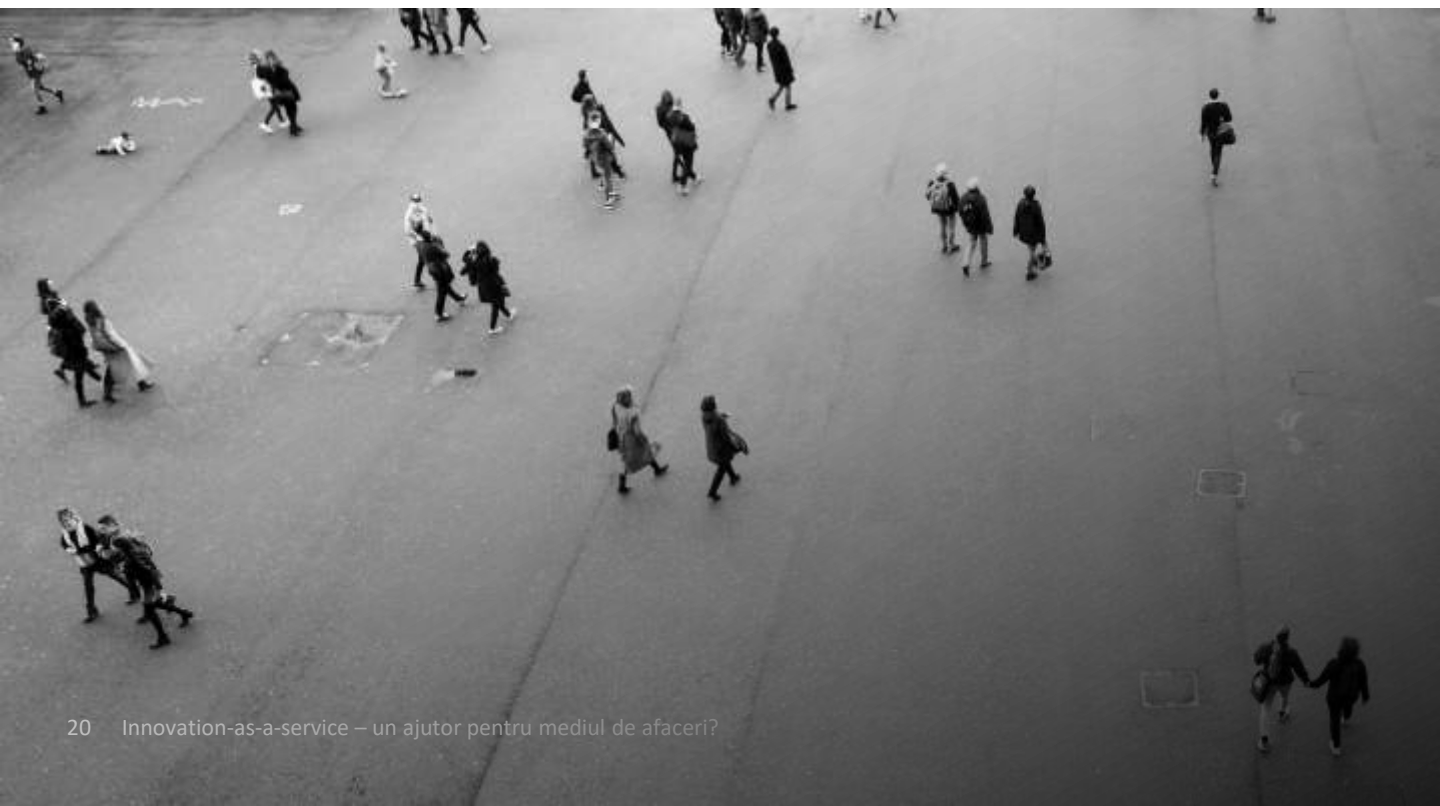
Digital Enablement and Chief
Innovation Officer
Partner

EY Romania

Într-o lume în care bătălia pentru talente se intensifică, iar concurența vine din industrii laterale la fel de repede precum din cea proprie, colaborarea și inovația nu mai par a fi o opțiune - astfel de abordări au devenit un factor de supraviețuire, nu doar de diferențiere.

Ca atare, inovația ca serviciu, în opinia noastră, abordează ambele puncte într-o manieră optimă: (1) completarea cunoștințelor sectoriale ale clientului cu o viziune asupra altor servicii, produse și procese de succes și (2) completarea unui deficit de capital uman combinând o dorință puternică de îmbunătățire cu capacitatea de a executa rapid. În timp ce inovația nu este încă pe primul loc pe agenda sectorului public și privat din țara noastră, suntem încrezători că o abordare concentrată pe diferențierea în piață (nu doar la nivel local, ci și regional și global) va ajuta doar acele organizații care au o strategie de creștere durabilă.

În calitate de firmă care s-a angajat în ultimii 30 de ani în dezvoltarea economiei românești și a ecosistemului de inovare, educație și companii de business, EY este unul dintre pionierii unor astfel de abordări și suntem pregătiți să oferim informații și sprijin acestor organizații.



Echipa de proiect



Cristian Cârstoiu

Digital Enablement and
Chief Innovation Officer,

Partner

cristian.carstoiu@ro.ey.com

EY Romania



Ionuț Stancu

Knowledge Management
Specialist

Ionut.Stancu@ro.ey.com

EY Romania

EY | Building a better working world

Despre EY România

Misiunea EY este să construiască o lume a muncii mai bună, ajutând la crearea de valoare pe termen lung pentru clienți, oameni și societate și la creșterea gradului de încredere în piețele de capital. Cu ajutorul datelor și tehnologiei, echipele EY de o mare diversitate din peste 150 de țări oferă încredere prin serviciile de audit și ajută clienții să crească, să se transforme și să își desfășoare activitatea. Asigurând servicii de audit, consultanță în afaceri, consultanță juridică, strategică, fiscală și în tranzacții, echipele EY pun întrebări mai bune pentru a afla noi răspunsuri la problemele complexe cu care se confruntă lumea noastră în prezent. EY înseamnă organizația globală și poate desemna una sau mai multe dintre firmele membre ale Ernst & Young Global Limited, fiecare dintre acestea fiind o entitate juridică separată. Ernst & Young Global Limited, o companie cu răspundere limitată de garanții cu sediul în Regatul Unit, nu oferă servicii clienților.

EY Romania, Clădirea Bucharest Tower Center, Etajul 22, Bd. Ion Mihalache nr. 15-17, Sector 1, 011171 București, România © Ernst & Young SRL.



Building a better
working world

© 2022 EYGM Limited.

Toate drepturile rezervate

EY desemnează organizația globală de firme membre ale EY Global Limited (EYG), o societate cu răspundere limitată din Marea Britanie. EYG

constituie organismul principal de conducere și nu furnizează servicii către clienți.

[ey.com](https://www.ey.com)

