

4.2. Noul model al inovării

Ștacheta inovării a fost ridicată, iar înlocuirea simplă nu va fi suficientă pentru a susține competitivitatea României în secolul 21. Însăși inovarea (crearea valorii) s-a schimbat.

- Ea este difuzată într-o viteză din ce în ce mai mare. I-au trebuit 55 de ani automobilului să se răspândească la nivelul unui sfert din țări, 35 de ani telefonului, 22 ani radioului, 16 ani pentru PC, 13 ani telefonului celular și numai șapte ani Internetului.
- Ea este un complex multidisciplinar și tehnologic. Apare din intersecția diferitelor câmpuri sau sfere de activitate.
- Ea este colaborativă – reclamă cooperarea activă și comunicarea între oamenii de știință și ingineri și între creatori și utilizatori.
- Lucrătorii și consumatorii îmbrățișează idei noi, tehnologii și conținut, cerând mai multă creativitate de la creatorii lor.
- Și ea devine globală în anvergură – cu progrese venite de la centre de excelență din întreaga lume și cerințele a miliarde de noi consumatori.
- Economia bazată pe inovare este diferită fundamental de economia bazată pe industrie și chiar de economia bazată pe informație. Această cere o nouă viziune, noi abordări și o nouă agendă de acțiune. România trebuie să creeze condițiile care să stimuleze indivizii și întreprinderile să inoveze și să devină competitivă în viitoarea generație de creare a cunoștințelor, tehnologiilor, modelelor de afaceri și sistemelor de management dinamic.