



### II./3. fejezet: A nyílt innováció és a tömegbe kiszervezés

A *nyílt innováció* az együttműködési és a kokreativitási képesség szervezet által nem korlátozott feltárása és kiaknázása bármely lehetséges együttműködő féllel, elvileg az egész globálisan elosztott tudás mobilizálásával. **A nyílt innováció megvalósítása új „társadalmi technológiákat” hoz előtérbe.** Megvalósításának alapja a *tömegbe kiszervezés* (crowdsourcing), illetve a *termékfejlesztési partnerség*. A tömegbe kiszervezéssel a hagyományosan egy, a vállalattal szerződéses viszonyban levő aktorral (egyén, csoport vagy vállalat) kialakított stabil, általában hosszú viszony helyett egyének vagy közösségek, vállalatok egy előre meg nem határozott csoportjának, *alkalmi megkeresése* jön létre – nyílt felhívás közzétételével.

A kiszervezés irányulhat a vállalat határain túli kiválóságok irányában és „a tömeg bölcsességének” megtalálására is. Ebben az esetben arról van szó, hogy **egyes feladatok pontos megoldását a tömeg átlagolt tudása bizonyos feltételek mellett jobban megközelíti, mint a szakértői becslés.** A nyílt felhívás irányulhat a lehető legjobb megismerésre is, annak függvényében, hogy a többség milyen álláspontot képvisel. Ebben az esetben inkább marketing tevékenységről van szó. A tömegbe kiszervezést ma már sokféle lehetőségre alkalmazzák, a fogyasztókkal, a beszállítókkal, a szakértőkkel, sőt a versenytársakkal való együttműködésre is. Egyik legfontosabb a *fogyasztókkal való interaktív értékteremtés* nyílt módja.

Von Hippel szerint az innovatív ötletek többsége már korábban is a felhasználók sajátos csoportjától, a vezető felhasználóktól származott, s ezen elsősorban embereket értett. Minden bizonnyal nagyon egyoldalú *Verganti* véleménye, aki gyökeresen tagadja a fogyasztó radikálisan új termékötleteinek lehetőségét, még ha abban fontos igazság is van, hogy kezdetben csak a kínálati oldalon állók ismerhetnek még bizonyos technológiai, szervezési, jogszabályozási, marketing stb. innovációs lehetőségeket. Verganti alulértékeli azt a potenciált, ami a mai infokommunikációs fejlődésből adódik. **A nyílt innovációt, különösen a felhasználóval való együttalkotást korábban hihetetlen mértékben segíti elő a jelenlegi infokommunikációs fejlődés.** A McKinsey tanácsadó cég becslése szerint kb. 70 millióan blogolnak és végeznek rendszeresen on-line termékértékeléseket. Az „**elosztott együttalkotás**”, a fogyasztóval együtt végzett interaktív értékteremtés ezzel, a képessé tevő (*enabling*) technikával ma még beláthatatlan, de feltétlenül óriási lehetőséget kap. Alapvető segítséget nyújthatnak a kibontakozásban olyan technikák, amelyek biztosítják a „nagy adatok” összegyűjthetőségét és feldolgozhatóságát.