

Open innovation – **otwarte innowacje**

- W tradycyjnym modelu tzw. zamkniętych innowacji (podażowych) kreowanie nowatorskich rozwiązań opiera się na prowadzeniu przez przedsiębiorstwo wewnętrznych prac badawczo-rozwojowych, które wymagają znacznych nakładów finansowych oraz na ochronie patentowej, tajemnicy handlowej innowacyjnych rozwiązań.
- Zamknięty proces innowacji jest wewnętrznie kontrolowany przez firmę, która tworzy, rozwija, finansuje, wdraża i dystrybuuje nowe produkty. W efekcie pozycję lidera rynkowego innowacyjnych produktów osiągają duże, silne finansowo przedsiębiorstwa.

Model współpracy firmy z klientami w otwartym procesie innowacji określany jest koncepcją **user driven-innovation** (popytowego podejścia do innowacji).

Wprowadzenie **user driven-innovation** do praktyki funkcjonowania firm przynosi korzyści:

- wzrost konkurencyjności, systematyczne podejście do pozyskiwania specjalistycznej wiedzy, lepsze rozumienie potrzeb, oczekiwań i wartości klientów, szybsze i efektywniejsze reagowanie na nie, lepszą komunikację z konsumentami, a także wprowadzanie zmian organizacyjnych i marketingowych.

Z innowacjami opracowywanymi przez użytkowników wiąże się pojęcie ekonomii **free revealing** czyli wolnego dostępu - bezpłatnego ujawniania innym zastrzeżonych informacji o wynalazku, uzyskanych dzięki prywatnym nakładom osób lub firm, dzięki czemu stają się one dobrem publicznym.

Podejście to przeciwstawiane jest ekonomii praw własności intelektualnej, w ramach której innowatorom udzielany jest na pewien czas przez władze publiczne monopol na zdobytą przez nich wiedzę. Nowe podejście posługuje się pojęciem dobra społecznego (social welfare).

Nie tylko talenty i eksperci są ważnymi elementami w procesie otwartych innowacji, ale także prosumenci – (producers+consumers) zaangażowani konsumenci. Są oni źródłem nowych pomysłów i idei zarówno jako krytycy i obserwatorzy, ale też jako poszukiwacze i innowatorzy.

- **Prosument** to aktywny klient, który ma wiedzę o produkcie/marce i dzieli się z innymi tą wiedzą na dobre i złe dla producenta/firmy.
- Prosument to także partner w biznesie – bierze udział w tworzeniu nowych rozwiązań (produktowych, logistycznych, jakościowych).