



**Szociológia Doktori
Iskola**

TÉZISGYŰJTEMÉNY

Faludi Julianna

**Innovációs minták a design-vezérelt iparágakban
A 'nyílt' *Made in Italy***

**Innovation Patterns In the Design-Driven Industries:
Opening Up The Made In Italy**

című Ph.D. értekezéséhez

Témavezető:

Dr. Szántó Zoltán Ph.D.
egyetemi tanár

Budapest, 2015.

Szociológia és Társadalompolitika Intézet

TÉZISGYŰJTEMÉNY

Faludi Julianna

**Innovációs minták a design-vezérelt iparágakban
A 'nyílt' *Made in Italy***

**Innovation Patterns In the Design-Driven Industries
Opening Up The Made In Italy**

című Ph.D. értekezéséhez

Témavezető:

Dr. Szántó Zoltán Ph.D.
egyetemi tanár

© Faludi Julianna

Tartalomjegyzék

Table of Contents

Tartalomjegyzék	3
Kutatási előzmények és a téma indoklása	1
Háttér és kutatási probléma	2
Innováció mint alkalmazkodó viselkedés és a technológia evolúciója	2
Modularitás és Innováció	4
Felhasznált módszerek	5
Eszköztár	6
Módszertani problémák és lehetőségek.....	8
Fontosabb kutatási eredmények	9
Legfontosabb empirikus eredmények.....	10
Legfontosabb elméleti eredmények.....	12
Szervezetelmélet	12
Az innováció nyitottsága (innovation openness).....	13
Innovációs irodalom	13
Kitekintés: A globális és lokális összekapcsolása (globális kihívások, helyi fejlesztés).....	11
Főbb hivatkozások	13
A témában közölt publikációk	22

Kutatási előzmények és a téma indoklása

A kutatás két, látszatra különböző, a tárgyi (tangible) és a szellemi/ immateriális (intangible) termékek területét öleli fel. Szétágazó jellegüket szemantikai dekonstrukción keresztül hozom közös nevezőre, és a szervezeti viselkedés innovációs mintáin keresztül vizsgálom. A modularitás/ termelés/ innováció mentén felépített egyenesvonalú érvelés a kutatás eredményeinek meggyőző bemutatását szolgálja. A tárgyalás zegzúgos kitérői és mellékszálai elsősorban az érintett témák megértésének elmélyítését célozzák, illetve nem kevésbé az olvasó szórakoztatására, elgondolkodtatására, illetve a tudományos érvelés szikárságának oldására kerültek bele. Az olvasót eddigi tudományos ismeretei mellett, látása, érzékei és képzeletének bevetésére hívom, engedje, hogy a hétköznapijainkat kiszolgáló, megkönnyítő és megszépítő tárgyak és szolgáltatások varázslatos világába vezesse ez az írás. A disszertációban felvetett további témák mélyebb elemzések tárgyaként számos, itt csupán felvillantott példával illusztrálva. Ezek ebben a műben terjedelmi okok, illetve az érvelés linearitásának megtartása érdekében maradtak jelzésértékűek.

Elméleti keretrendszerem alapjait az intézménygazdaságtan illetve szervezettudomány három fontos kutatási iránya adja:

- innováció (különös tekintettel a nyílt innovációra),
- szervezettelmélet (szervezet viselkedésán),
- modularitás (komplex rendszerek).

A fenti három elméleti irányból épített vázhoz további területek kapcsolódnak, melyek a konkrétabb probléma megértéséhez szolgálnak támpontként:

- design-vezérelt iparágak,
- technológia és menedzsment (vezetéstudomány).

Tudományos megközelitésem az evolúciós közgazdaságtan által kijelölt irányon halad, a fent vázolt elméleti irányzatokkal összhangban. Úgy mint, a gazdaság dinamikáját az ipar dinamikájának időtávlatból való vizsgálata, melyben a gazdasági aktorok egy fejlődési folyamaton belül lépnek egymással interakcióba, a tudás akkumulációján keresztül tanulnak, és a túlélésért harcolnak egyrészt a környezethez való alkalmazkodással, illetve a környezet általi befogadottságukkal. Továbbá, környezetük bizonytalan, korlátozott racionalitással rendelkeznek és nem az absztrakt optimális-megoldást követik döntéseik során [Alchian 1950,

Alchian and Demsetz 1972, Penrose 1952, Schumpeter 1934, Schumpeter 1950, Nelson and Winter 1982, etc].

A disszertációban kidolgozott, felvázolt, kivonatolt és illusztrált kereten belül a valódi fókusz nem az aktorokon van, hanem az innovációs dinamikán, ahol a 'magkonceptiók' (*core concept*) fejlődnek, a tervezési, gyártási, stb. folyamatok nyílttá válnak, vizuális elemek lépnek kapcsolatba gyártási formákkal, a platformok ökoszisztémába rendeződnek, és ahol az innováció szereplőkön, kontextusokon és diszciplínákon keresztül árad.

Miről NEM szól ez a könyv?

Nem fedem le az e sorokon kívül eső diskurzust, a szikár érvelés és világos struktúra megtartása érdekében (ld. fent). Azaz, nem foglalkozom művészetszociológiával, antropológiával, társas viselkedéssel, osztályelmélettel, egyéb társadalmi interakciókat és struktúrákat felölelő irodalommal, hiszen itt gazdasági szereplők az aktorok. Nem foglalkozom továbbá, a neoklasszikus kereslet-kínálattal, növekedéssel vagy stratégiai viselkedéssel.

Háttér és kutatási probléma

A *design* egy adott termék előállítási szabályainak összessége [Baldwin, Clark 2000]. Felmerül a kérdés, honnan erednek ezek a szabályok, és hogyan fogalmazzuk meg őket úgy, hogy megvalósíthatóak legyenek? A kézműves mester a szerszámai segítségével megalkotja művét, az őt körülvevő tárgyak, szükségletek és vizuális elemek ihletésére. A tömegek számára való tervezést, illetve gyártást a méretgazdaságosság és az elérhető források határozzák meg. Ebben az esetben honnan ered a tudás, hogy vajon mit fognak értékelni a felhasználók? Hogyan hozható összhangba az igények percepciója a termelési lehetőségekkel és hogyan illeszkednek ehhez a szervezeti határok? Hogyan és mi okból alakulnak ki a különböző együttműködési formák a tervezés és gyártás területén, illetve pontosan mit ért a szakirodalom *nyitottság* alatt? Mik a folyamatos innováció fenntartásának feltételei? A fenti kérdésekre keresve a választ az innovációt magyarázó és leíró elméletekre támaszkodtam, a tágabb perspektívából a közeli vizsgálatig haladva, ezek (elsősorban az előbbiek) rövid összefoglalása található alább.

Innováció mint alkalmazkodó viselkedés és a technológia evolúciója

Régóta elméleti vizsgálódások tárgya a gazdasági változás, különösen a gazdasági szereplők alkalmazkodásának módja a bizonytalan környezethez, illetve a legalkalmasabbak környezetük általi befogadása. Az új iparágak keletkezése kiszorítja a régieket, miközben néhány iparág mutálódva túlél, megváltoztatva termelésének szervezeti kereteit, vagy új

termékeket, szolgáltatásokat kifejlesztve. A kreatív destrukció (*creative destruction*) [Schumpeter 1934] a régít új formákkal, vállalatokkal és iparral helyettesíti. Az innováció próba-hiba adaptációs stratégia eredményeként gazdasági fejlődést indukál.

A szervezetek tudatos és igen eltérő adaptív viselkedési stratégiát választanak, a populáción belüli változatosságot eredményezve, ami hozzájárul az egész iparág túlélési képességének erősítéséhez. Összegezve, az új formák és kombinációk létrehozása a gazdaságot előre lendítő innováció alapja [Schumpeter 1934, Penrose 1952, Cohen and Levinthal 1989].

Nelson és Winter (1982, p. 128) *géneket* keresve, a vállalatok közeli vizsgálata során arra a megállapításra jutott, hogy az innováció nem más, mint *a szervezeti rutin megváltoztatása*, ahol fontos szerepet játszik *a viselkedési minták sokszínűsége*. A gazdaságban jelen levő konzervatív vállalatok mellett az úttörők gyorsan alkalmazkodnak a folyamatosan változó környezethez. Azok, akik dekonstruálják a meglévő mintákat, és hiba-próba stratégiájuk során *tanulnak*, jelentős kockázatot is vállalnak egyúttal [Alchian 1950]. Jelen kutatás a nyílt és participatív innovációs formákra koncentrál, melyek a szervezeti határokat feszegetik és a szervezeti rutinokat változtatják meg.

A szervezeti rutin a szervezeten belüli aktorok által végrehajtott cselekvések összessége.[Nelson and Winter 1982]. Ugyanakkor, a különböző aktorok viselkedése komplementer, ami megmutatkozik a szervezeti rutinok szintjén is (azaz *linked behavior*: kapcsolt viselkedés), és erősíti a vállalati képességeket (*capabilities*). A rutinok tehát komplementerek, a szervezeten belüli és kívüli cselekvések pedig interdependensek, függnék egymástól. Ismert, hogy intelligens kollektív cselekvés reciprok interdependenciákon keresztül jelenik meg, ahol az individuális aktorok viselkedése nem optimális [Levinthal 2000]. Azaz, az adaptív rendszer hatékony, mivel 'képes arra hogy az individuális viselkedéseket a cselekvés nagyobb összességéhez kapcsolja, ahol a hierarchia és autoritás a cselekvés alrendszereit alkotja' [ford. F.J.: Levinthal 2000, p. 365]. A változó rutinok növelhetik a vállalat képességeit (*capabilities*) a tudás határainak áthelyezése által, azaz megfelelnek az innovációs kihívásnak [Henderson and Clark 1990]. A disszertációban bemutatott tudás-intenzív üzleti szolgáltatások vállalatai (KIBS) az innovációt és a tervezést (*design*) nyújtják szolgáltatásként olyan módszerekkel, melyekkel fejlesztik a megrendelő vállalat rutinjait.

A technológiai változás és az iparágak evolúciója régóta kutatás tárgya [Schumpeter 1934, Schumpeter 1950, Nelson and Winter 1982]. Ebben a keretben a technológia menedzsment [Henderson and Clark 1990] együttjár az innovációval és az ipar evolúciójával [Malerba 2005].

Modularitás és Innováció

A modularitás elmélete számtalan kutatást indított a moduláris termelési rendszerek, a modularitás és integralitás előnyei-hátrányai, illetve az intellektuális tulajdonjogok és a modularizált nyílt rendszerek, a tükör-hipotézis tesztelésére, azaz hogyan és mikor tükrözik le a szervezetek a moduláris termelést [Langlois and Robertson 1992, Sanchez and Mahoney 1996, Colfer and Baldwin 2010]. Ugyancsak vizsgálat tárgya az ipari struktúra modularizáltsága és a termék architektúra közötti kapcsolat [Parnas 1972, Simon 1962, Baldwin and Clark 2000, Ulrich 1995, Sanchez and Mahoney 1996].

További tudományos kihívást jelent az a tény, hogy az iparágak már nem olyanok mint egykor, egyrészt, tanúi voltunk a termelés de-vertikalizációjának (azaz horizontális átrendeződésének) például az elektronika és a számítógép gyártásban [Langlois 2007, Baldwin and Clark 2000]. Másrészt, az innováció lókusának megállapítása során paradigmaváltást jelentett a felhasználók bekapcsolása [Von Hippel 1976, 1988] vagy az innovációs közösségek tanulmányozása a klasszikus elméleti feltételezéshez képest, mely szerint az innováció a gyártótól (producer) ered [Baldwin and Von Hippel 2011]. Ugyancsak ismert, hogy a stratégiai információk modulokon belüli elzárása (*encapsulation*) lehetséges. A modularizáción és az innováció eredményeinek (folyamatának, igényeinek) nyílt elérhetővé tételén (*free revealing*) keresztül az iparágak ma innovációs platformok köré szerveződnek [Gawer ed. 2009].

Az is kiderült, hogy a vállalatok inkább márkákat gyártanak mintsem termékeket, hiszen a termékek gyártása és értékesítése kiszerveződött, illetve beszállítói hálóból érkezik, az Egyesült Államokban ez a domináns minta [Klein 2000].

A kiszervezés mögött a tervezés (design), és a gyártás specializált tudása iránti igény növekedése áll: ezzel újrafogalmazódik a vállalatok *tudásának* koordinációja, ami ismét kérdőre vonja a vállalat határainak tradicionális elméleti körét: a tranzakciós költségek elméletét, hiszen ebből a perspektívából a szervezet nem más mint a design, gyártás és marketing területén együttműködő vállalatok hálózata [Brusoni, Prencipe, Pavitt 2001].

A vállalat tudás-központú elméletei a szervezeti rutinokat, a képességeket, kompetenciákat vizsgálják, hogy az inter-vállalati komparatív előnyöket magyarázzák [Fujimoto 2000, p. 246]. Ezek a képesség-alapú vállalatelméletek figyelembe veszik a dinamikát, azonban nem tudják megragadni a vállalatokon felülívelő állandóan változó formációkat. Ebben a kutatásban dinamikusabb keretek felé haladtam, melyek az iparágak fluiditását, az innováció dinamikáját a modularitás elméletén keresztül nézik.

A modularitás és innováció kapcsolatán belül jelen kutatás a nyitottság kérdéskörét, illetve a modularitás által megteremtett innovációs belépő pontok összefüggéseit vizsgálja legfontosabb problémaként, illetve a termék megtervezését, és megtervezettségét mind szemantikai mind gyártási szempontból elemzi. Design-történeti tanulmányok sora hivatkozik a moduláris, tömegtermelésre gyártott termékekre, illetve a designer szerepére a tervezési és gyártási folyamat koordinációja terén [Mañá 1973, de Fusco 1993, Koenig 1981, Bersano ed. 2009, Aurichio 2012, Casciani 2014]. Ugyancsak kiterjedt az irodalma a vállalatok együttműködésének [Pisano, Verganti 2008, Dell’Era Verganti 2010], az saját-gyártás (*self-production, autoproduzione*), az open design és innováció [Bianchini, Maffei 2013, Maffei], illetve a *making* és a *co-design* témáinak [*CoDesign: International Journal of CoCreation in Design and the Arts*].

Kutatásom hiánypótló az innováció és a design nyitottságának (*free revealing*, szervezeti permeabilitás, tulajdonjogok és a szervezet határai) szisztematikus megközelítésében a modularitás perspektívájából vizsgálca. Elemzésem tárgyául a Made in Italy design-vezérelt iparait választottam, mivel ebből a szemszögből még nem vizsgálták. Példáim a design klasszikusokból és a mai gyártók termékeiből merítenek, különös tekintettel a bútorigarra. Ugyanakkor nyitott voltam egyéb területekre is: néhány példa az építészet remekei, vagy a hétköznapi használati tárgyak közül került ki. Az innováció nyitottságának különböző árnyalatait a vállalat permeabilitásától az innováció mint közjóság értelmezéséig fedtem le. A gyártás különböző formáit vizsgáltam, a közepes cégektől, a *self-production* formáig.

Felhasznált módszerek

A tudományos irodalom az innovációt elsősorban technológiai, kvalitatív változás, illetve a szervezeti rutinok és képességek változásán, vagy kvantitatíve (pl. K+F beruházásokon keresztül) méri. Annak ellenére, hogy számtalan iparágban mérték már az innovációs aktivitást, a kreatív iparágak kihívás elé állítják a kutatókat, elsősorban a szimbolikus érték megteremtésének hangsúlyos szerepe miatt.

A fent leírt probléma feltárására túlnyomórészt az esettanulmányok módszertanát alkalmaztam, tekintve, hogy az ‘esettanulmány, olyan kutatási stratégia, ami egy bizonyos körülményhalmaz dinamikájának megértését célozza’ [ford. F.J.: Eisenhardt 1989, p. 534]. Ráadásul az atipikus esetek lehetőséget nyújtanak az új felfedezésére, tanulására [Stake 2003, p. 152]. Összegezve, stratégiám az egymástól különböző esetek megismerésére irányult, mintsem egy bizonyos általános feltárására. Mivel ez a kutatás a ‘hogyan’ és a ‘miért’ kérdések köré szerveződött, a fókusz a ‘kortárs jelenség bizonyos valódi, életszerű

kontextusban'-ra esett, az esetek feltáróak és a 'miként' mögé nyújtanak betekintést [*exploratory, descriptive* [ford. F.J.: Yin 2003, p. 1]].

Kutatásom módszertanát egy előző, a budapesti független színházi és tánc társulatokat elemző vizsgálat során fejlesztettem ki. Végül, e kutatás eredményeit nem használtam fel a disszertációban terjedelmi és szerkesztési okok miatt. A vizsgált esetek kiválasztását a terep és a probléma feltárása előzte meg, a gyűjtőmunka során felhasznált eszközök: megfigyelés, strukturálatlan beszélgetések, rengeteg szakirodalom feldolgozása az első szakaszban. Ezt követte a célzottabb adatgyűjtés, ami primer és másodlagos irodalom feldolgozásából, fél-strukturált interjúkból állt. Egy sor eset összegyűjtése után, szűkítettem a fókusz azokra, melyek végül bekerültek a disszertációba. A mélyebb elemzés tárgyául szolgáló eseteket a fentiekben leírt tárgyhoz való illeszkedésük alapján választottam ki. Néhányat ki kellett hagynom, vagy gyakorlati módszertani nehézségek miatt, vagy az érvelés felépítése nem engedte, hogy divergáljak a tárgytól. Olyan eseteket kerestem, melyek egyrészt illusztrálják az eddigi tudományos empirikus és elméleti irodalomban feldolgozottakat, illetve ahhoz képest előremutatóak. Különösen érdekeltek az együttműködések, a nyílt innováció, illetve azok árnyalatai: a *maker* közösségektől a befutott vállalatokig. A kiválasztott esettanulmányok egy bizonyos, elemzett jelenséget illusztrálnak, illetve a folyamat feltárását szolgálják [Siggelkow 2007], tehát megfeleltek a szervezeti és vezetési folyamatok feltárásához (is).

Eszköztár

Kutatásom eszköztára a különféle kvalitatív tradíciókból merít. A 'világ' megértésének, feltárása a megfigyelés eszközein túlmutatva, a társadalomtudományi kutatás interpretatív iskolájához kapcsolódik. Weber a 'megértés két típusát javasolta: közvetlen megfigyelésen alapuló megértést, és a magyarázó, avagy motivált megértést' [ford. F.J.: Ritchie, Lewis 2010, p. 7]. Elemzésem során mindkét fajta megértés előnyeit használtam: a közvetlen megfigyelés, illetve a félstrukturált interjú a terep holisztikus megértését szolgálta. A szekunder szövegek szoros tanulmányozása a konceptualizációt tette lehetővé, illetve a mechanizmusok felépítését segítette a szereplők, interakciók, és a narratív keretek dekonstrukciója révén. Az interjúk szövegei az elméletalkotás forrásaiként szolgáltak, amihez a keret az eddigi elméleti eredményekből tevődött össze (ld. előbb: innovációs irodalom, modularitás elmélet, szervezetelmélet). A kutatás során mintegy 30 fél-strukturált interjú készült (a strukturálatlan beszélgetéseken felül), melyek alanyai designerek, kutatók, újságírók, menedzserek, kurátorok, illetve milánói vállalatok kreatívjai voltak. A felsorolt szerepek sokszor átfednek, illetve egymásból következnek. A félstrukturált interjúkat az interjúalanyok tapasztalatához

igazítottam, tiszteletben tartva az egyes projektek, partnerek kapcsán az esetleges üzleti titkokat, bizalmas információkat. Az interjút nyitó kérdéssel indítottam, ‘amelyet az interjúalany könnyedén meg tud válaszolni, esetleges zavar vagy stressz nélkül’, illetve kutakodásom ‘a tényszerű és leíró információ’ megszerzésére irányult, ‘ami hasznos indító kérdés lehet’ [ford. F.J.: King 1994, p. 21]. Megjegyzendő, hogy az interjúalanyok szűkös idővel álltak rendelkezésre, amit nagylelkűen áldoztak a kutatásra zsúfolt napirendjükből. Ez a kérdések összeszedettségét, illetve testreszabását indokolta az adott háttérhez, helyzethez igazítva. Módszertani szempontból fontos itt leírni, hogy az interjúalanyok saját design értelmezésüket, definíciójukat adták meg (ez a bemelegítő kérdések egyike volt), ami két szempontból fontos: 1. a *design* poliszemikus térbe való helyezése, illetve heterogén értelmezési körének megértése, és 2. az adott interjú válaszainak kontextusba való helyezése szempontjából.

Mivel különböző esettanulmányokkal dolgoztam, amelyek saját specifikus részleteire és kontextusára voltam kíváncsi, nem volt két egyforma interjú sem a kérdések, sem a válaszok tekintetében. Ugyanakkor szem előtt tartottam, hogy a jó esettanulmány feltárásához a kutatónak ‘jó kérdéseket kell feltennie’, ‘jó hallgatóságnak’ kell lennie, és ‘adaptívnak és rugalmasnak’ egyszerre, hogy nyitott legyen az interpretációra, és ne legyen foglya saját prekonceptióinak [ford. F.J. Yin 2003, p. 59]. Magukat a kérdéseket az interjút megelőzően papírra vettem, majd az interjú ritmusához igazítottam, nem térve le az előtte kijelölt ösvényről. A beszélgetés sokszor a felvétel leállítása után még folytatódott: a legfontosabb dolgok ekkor hangzottak el. Ezeket a kutatási naplómba jegyeztem fel a beszélgetést követően. Az interjúkat Olaszországban készítettem, olasz nyelven. Ennek oka egyrészt a válaszadók saját nyelvükön való beszélgetése volt, hogy oldjam az idegennyelven megfogalmazottak szorosságát, másrészt hogy a szakmai kifejezések, értelmezések, ugyanabban a nyelvi közegben maradjanak, garantálva az ugyanazon narratív keretrendszeren belüli szabad mozgást, kizárva ezzel a fordítás során elveszíthető jelentéseket (hiszen maga a *design* vagy akár a *designer* más jelentéssel bír az olasz, illetve az amerikai hagyományokon alapuló angol nyelvhasználatban, ezeket ki is fejtem a disszertációban).

Törekedtem az esetek/ projektek rekonstrukciójára a vállalatok, és a terep által nyújtott információk alapján. Az adatok validitása terén azonban problémák merültek fel, amiket a szövegben részletesen tárgyalok. A Valcucine esettanulmány a telephelyen végzett terepmunka alapján készült (Pordenone, Olaszország). Az eseteket *trianguláció* megközelítéssel tártam fel [Arksey and Knight 1999, pp. 21-31] támaszkodva a vállalatok által megadott másodlagos adatforrásokra. A mélyebb vizsgálatot a kutatásra rendelkezésre

álló idő és anyagi források korlátai nem tették lehetővé. További korlátot jelentett a mű struktúrája. Mivel céлом volt az olasz design színes térképének felvázolása, egy bizonyos vállalatípus vagy gyártás fókuszált, adatsorokon lefuttatott elemzésétől eltekinttem. Összegezve, a kutatás célja nem hipotézisek tesztelése volt, hanem az adott probléma feltárása, megértése és modellezése.

Módszertani problémák és lehetőségek

Az interjúk megszervezéséhez sokszor a terepen kellett kontaktokat gyűjteni, a bemutatótermekben, frissen szerzett ismerettségeken keresztül, tekintve, hogy a weblapokon megadott elérhetőségek nem adnak közvetlen kapcsolatot a kommunikációs és marketing menedzserekhez, akik az interjúfelkéréseket, kutatási megkereséseket kezelik. A vállalati hierarchián belül a kommunikációért/ PR-ért felelősökön keresztül vezet az út, legyen szó a designért, innovációért, stb. felelős szervezeti egységekről. Ez leginkább a bútorgyártás/világítás/ stb. terén működő cégekre volt igaz. A tudásintenzív üzleti szolgáltatásokat nyújtó cégek (KIBS) esetében könnyebb volt a helyzet, a megfelelő elérhetőségek könnyedén megszerezhetőek, az érintett interjúalanyok közvetlenül elérhetőek (kutatók, art direktorok, bár itt is támadtak nehézségek, így volt olyan cég, melynek vizsgálata végül nem került be). A tereplátogatást, interjú lehetőséget kérő email-jeim azonban sokszor maradtak megválaszolatlanok, a többszörös megkeresés sem hozott eredményt. Más esetben csak kérdőív megválaszolására voltak nyitottak, ami a jelen kutatás jellege miatt egy későbbi kutatás során használható kapcsolat lehet. Egyes cégeknél hónapokig tartott az időpontegyeztetés, amit a személyes jelenlét, telefon segített. A cégek elzárkóztak a pénzügyi adatok, dokumentációk rendelkezésre bocsátásától. Annál nyitottabbak voltak a kommunikációs anyagok: kiadványok, katalógusok, stb átadásában, ezeket üzleti ügyfelek, illetve a sajtó számára készítik. A fent már említett korlátok miatt jelen kutatás nem nyújtott lehetőséget arra, hogy az egy-egy cég saját maga által kommunikált innovációs-története mögé mély betekintést nyerjek, mivel korlátozott volt a designer-ekkel való beszélgetés ideje, illetve az egyéb szervezeti dokumentációba való betekintés lehetősége. A saját 'vállalati múzeumot' működtető cégek ezen itnézményen keresztül mesélik el innovációs történetüket, idegenvezetéssel. Mások könyvtárt, a témát szélesen felölelő dokumentációs központot tartanak fenn (pl. Alessi), vagy több gyártó termékét mutatja be (Cimballi a kávéfőzők történetét). A Campari pl. a kommunikációs és márkaépítési stratégiája terén véghez vitt innovációit mutatja be (mivel a Campari likőr összetétele nem változott). A cégek által kreált és bemutatott narratívák továbbá az általuk támogatott kiadványokon, eseményeken keresztül is megjelennek. A kritikus szemlélettel felvértezett kutató a cégek önreprezentációja mögé törekszik betekinteni, a feltüntetett innovációk valódi súlyát, jelentőségét ellenőrizni a maguk

kontextusában, idejében, illetve hatásukat az iparra és a piacra. Egy ilyen kutatás lehetővé tenné a céges narratívák dekonstrukcióját. Jelen kutatás azonban, az adott, elérhető diskurzból merítkezett. Ebben a helyzetben az elméletet hívtam segítségül, hogy a vállalati dinamikákat, nyitottságot, és a különféle innovációs mintázatokat értelmezsem a cégek által a terepen kínált információkra építve.

Hogy némi kritikai élt is vigyek vizsgálódásaimba, szakértői interjúk (tudományos kutatók, újságírók, designerek) segítségével igyekeztem megérteni az olasz design diskurzusát, amire mintavételelem is támaszkodott.

A fent leírt korlátok értékes eredményeket produkáltak. Mivel a perspektíva az innováció történetének kritikus rekonstrukciójáról a cégek által kínált (diskurzusba ágyazott) narratívák felé toldott, ezzel lehetővé vált a cégek által kommunikált értékek figyelembe vétele, illetve a cégnek a saját innovációjához való viszonyának vizsgálata. E kutatás egyik fontos eredménye, a *procedurális innováció* jelenségének megragadása, leírása, ami pontosan a cég (Valcucine) saját kommunikációja révén volt fellelhető. Ebben a tekintetben jelen kutatás közelebb került a vállalati stratégia, márkaépítés területéhez, illetve egyfajta hidat teremt egyrészt a modularitás/ innováció irodalom és a menedzsment/ marketing irodalmi között, másrészt a technológiai innováció és a jelentések gyártása összefüggései terén.

Fontosabb kutatási eredmények

A disszertációban megfogalmazott eredmények az innováció és modularitás irodalmát gazdagítják, eddig ebből az elméleti szemszögből nem vizsgált területről (kiegészítve az elsősorban a technológia-intenzív iparágak: számítógép, automotor, open source software fejlesztések, stb irodalmát). A disszertáció mind elméleti, mind empirikus eredmények terén új perspektívát nyit. Elméleti tekintetben fontos hozzáadott értéke a disszertációnak, hogy

összegzi:

- a nyílt(open)/ felhasználói (user)/ kollaboratív (collaborative) innováció eddig értelmezését,
- a modularitás és innováció összefüggéseit
- a moduláris design jelentőségét a design és építészet történetében,

kidolgozza:

- az innováció szemantikai keretét: ahol a termék nem más, mint jelentések architektúrája (architecture of meanings),

- a jelentések és innováció stilisztikai dimenziójának értelmezési kereteit,
- és összekapcsolja a termékek konceptuális modularis felépítését (esztétika) a gyártási folyamat evolúciójával.

Legfontosabb empirikus eredmények

Vizsgálódásom egyik eredménye, hogy a modularitás eddig gyártásra és szervezetekre alkalmazott kereteit a tárgyak megfogalmazására/ tervezésének szemantikai erőterébe tudtam helyezni. Ehhez a tárgynak a 'termék' és a 'design produktuma' különválasztása vezetett, valamint a 'termék' mint 'jelentések architektúrája' dimenzióba való helyezése. A design tehát nem csupán a termék gyártásához szükséges lépések és tulajdonságok fizikai síkon lévő megtervezése és az ahhoz kapcsolódó szervezeti formációk rendeződéseként jelenik meg, hanem mint konceptuális síkon is. Ebből a szempontból vizsgálódva a legfontosabb eredmények az alábbiak voltak.

Az architektúrális innováció (*architectural innovation*) [Henderson and Clark 1990] elemzése során feltártam, hogy a mag design-konceptiók, melyek a technológiai fejlesztéseket határozzák meg, jelen vannak az innováció konceptuális síkján:

- Bemutatom, hogy amit 'értéknek' interpretált a cég a design meghatározása során, azok a konceptuális keret mag design-konceptióinak (vagy, 'mag tervezési koncepciók': *core design concepts*) tekinthetők, hiszen egyszerre definiálja a technológiai és konceptuális (stilisztikai) kereteket.
- Tehát, az architektúra szemantikai és esztétikai keretet jelöl egyszerre. Ezek a keretek összehangoltan hordoznak és továbbítanak jelentéseket: túlmutatva a termék technológiai konstrukcióján, amit az egyes elemek interakciója ír le.
- *Procedurális innováció* [saját elnevezés: F.J.]: a mag design-konceptiók hatékony érvényesítése és kifejtésének célja érdekében tett erőfeszítés, mely technológiai, szemantikai, stilisztikai síkokon kapcsolódik össze.

Az esettanulmányok további, empirikus eredményei azt mutatják, hogy az open design módszertana az innováció terén harmadik féltől érkezhetsz és inkább a kommunikációs eszköztár oldaláról, mint szervezeti nyitottságként jelentkezik. Ezen eredmények hozzájárulnak az elméleti keretek újragondolásához:

- open design módszertan elsősorban a vállalat kommunikációs eszközeként, és nem mint tudatos innovációs stratégia jelenik meg. A technológiai és a kommunikációs eszközök itt összeérnek, mivel a mag design-konceptiók által meghatározott jelentéseket közvetítenek,

- ösztönzött maker közösségek bevonásával hibrid innovációs model jött létre, ami a maker-ek digitális barkácsolás (*digital fabrication*) terén szerzett tudását csatornázza be.

Egyes cégek egy harmadik fél szolgáltatásaira támaszkodnak új termékeik fejlesztése, újratervezése érdekében, illetve szervezeti rutinjaik újrendezésében, hogy a hosszútávú innovációs kapacitásaikat fejlesszék. A tudásintenzív üzleti szolgáltatások itt innovációt és design-t kínálnak. Ezek a szolgáltatások ugyancsak modularizáltak és termékesítettek:

- Ezek az együttműködési formák a megrendelő-szolgáltató co-creation és co-design sémáit hozzák létre,
- tapintható a kereslet az innováció know-how-ja iránt.

Ezen eredmények elméleti implikációja a szervezet határainak újrafogalmazásában jelenik meg.

A globális és lokális összekapcsolása (globális kihívások, helyi fejlesztés)

A kutatás terepe, mint már említettem Milánó, Lombardia, Olaszország volt (és Pordenone). Eredményeimből, további kutatás tárgyként vezethető le az alábbi probléma. A vállalatok globális igényekre válaszolnak, ezért dolgoznak nemzetközi beszállítói hálózatokkal, globális designer portfólióval, stb. Ugyanakkor, helyben, az elmúlt évtizedek alatt a design és kapcsolódó területein a felsőoktatási intézmények által nyújtott képzések kreatívok számottevő pool-ját termeli ki, illetve a cégek sűrű jelenléte további szakembereket vonz. Az interjúk rávilágítottak arra a problémára, hogy a fiatal designer-ek nehézségekbe ütköznek munkakeresésükben, helyben való érvényesülésükben, több ok miatt: 1) a vállalatok designerek globális portfólióival dolgoznak, 2) saját körülhatárolt vízióval rendelkeznek a design és gyártás tekintetében, 3) tehát, nem nyitottak a vállalaton kívülről érkező fiatal designerek terveire, prototípusainak legyártására, alkalmazásukra. Ugyanakkor: 1) a technológia fejlődése, 2) az olcsó prototípus előállítási lehetőségek, 3) a divergáló lokális felhasználói szükségletek és globális gyártás megteremtette a saját-gyártás (self-production) és maker közösségek számára a terepet. A designerek saját maguk előállíthatják prototípusaikat, illetve azokat kis számban legyárthatják.

Növekszik az egyénileg, online konfigurálható termékek kínálata, melyek kinyomtathatóak a helyi fablab-ben, vagy közvetlenül a designer-től postán megrendelhetőek. Ehhez kapcsolódnak a különböző háttérrel rendelkező, de a design területén működő maker-ek, akik offline, helyi fablab-ek köré szerveződött helyi közösségeket alkotnak, illetve bekapcsolódnak az online globális közösségbe (*makers, digital fabricators*) tudásuk megosztására.

További kutatás tárgya a kreatív osztály illetve a helyi kreatív tőke vizsgálata a globalizált gyártás és design terén a fenti földrajzi régióban: Lombardiában (Milanóban és Torinóban). A fenti tudástőke és a helyi vállalkozások, illetve helyi intézmények megerősítésével, fejlesztésével való összekapcsolására terjedne ki a vizsgálat. A maker-ek előnye, hogy globális közösségi terek részeként a globális tudásból merítenek, miközben helyben működnek a fablabek által nyújtott infrastrukturális előnyök, illetve a közvetlen helyi tudásmegosztás és együttműködés lehetőségeinek kiaknázásával, harmadik (jogi) személyek bevonásával. A megoldásokat kereső helyi vállalkozások, illetve a maker közösségeket mobilizáló fablabek együttműködési modelljeinek kidolgozása a helyi igazgatás fejlesztési eszközévé válhat.

Legfontosabb elméleti eredmények

Szervezetelmélet

Az olaszországi terepmunka rávilágított arra, hogy a vállalat nem más, mint design koncepciók és marketingkommunikáció csomópontja, melyben a márkaépítés játszik főszerepet. Ismert, hogy az Egyesült Államok vállalatai a globális kontextusban az elmúlt évtizedekben a márkák gyártására koncentrálnak mintsem termékekre [Klein 2000].

Intézménygazdaságtani szempontból a vállalat beszállító, értékesítő, bemutatótermék, és designer-portfóliók összességének szerződéses rendszere. Kutatásom során kiderült, hogy a termelés, marketing, disztribúció és ráadásul a design is harmadik felek, beszállító által valósul meg, és ebben a folyamatban a vállalat határozza meg a mag design-koncepciókat (értékeket). Ezen eredmények a szervezeti határok vizsgálatára hívják a kutatót: annak (újra)értelmezésére, hogy pontosan mik a mag képességek (tudás) és funkciók. Amit tehát a szervezetelméleti szakirodalom *producer*-nek nevez az valójában *brander* (F.J.), azaz a mag design-koncepciók koordinátora/ gyártója, a márka stratégiájának és jelentésének felépítésében. A perspektíva tehát a márkák jelentősége felé toódik el ebben az értelemben a termelésről. Ezek az eredmények további tervezett kutatásaim irányát jelölik ki.

A fentiek mellett megjegyzendő, hogy a vállalatok kihívásokkal kerülhetnek szembe az innováció, a design és a márkázás területén. Ilyenkor KIBS szolgáltatásokat vesznek igénybe, hogy szervezeti rutinjaikat újratervezzék, kapacitásukat (Cohen and Levinthal-i értelemben) növeljék. Ezzel tágul a szervezetek kognitív határainak értelmezése, valamint a szervezeti rutinton keresztül történő innováció értelmezési köre

Az innováció nyitottsága (innovation openness)

Rendszereztem és keretbe foglaltam a nyitottság témájában írt szakirodalmat: open innovation, user innovation, collaborative (open) innovation, és a kapcsolódó témákban. Először is a töredezett és szerteágazó irodalmat az innováció lókusza, a tranzakciós költségek, szervezeti megoldások, és az innováció végeredménye szempontjából rendszerbe foglaltam.

Ezzel egyrészt megteremttem a disszertáció elemzési keretrendszerét, melyet az esettanulmányoknál alkalmazok. Másodszor, mivel a vizsgált esetek az innováció nyitottságának hibrid formáit mutatják, javaslatokat teszek értelmezésükre.

Innovációs irodalom

Talán az innováció lókuszt a legnehezebb feladat beazonosítani. Innováció a maga letisztult, csillogó formájában a valóságban nem létezik, nem beszélhetünk csupán a termékek fejlesztéséről, igazításáról, vagy a földrengetően radikális megoldások egyértelműen a gyártótól való eredetéről. Technológia és stílus ugyancsak nem létezik egymás nélkül, nem járnak feltétlen külön utakon, a stilisztikai és technológiai innováció lehet egymás komplementere, összefonódnak, helyettesítik egymást (az innováció: történet) egy adott pillanatban a vállalati teljesítmény dinamikus perspektívájából nézve. A konyhagyártás (de egyéb számtalan területen, pl. a szolgáltatások) terén például, az új termékek bevezetésének folyamatos nyomása új megoldások gyors piacra dobását követeli meg, holott a valódi technológiai fejlesztések éveket követelnek. Ezekben az esetekben a stilisztikai innováció veheti át a hangsúlyosabb szerepet, amíg a technológiai fejlesztés folyik.

Főbb hivatkozások

Arksey, Hilary, Knight, Peter [1999]: *Interviewing or Social Scientists. An Introductory Resource with Examples*, Sage

Alchian A. A. [1950]: Uncertainty, Evolution, and Economic Theory, *Journal of Political Economy* 59: 211-221. <http://www.jstor.org/stable/1827159>

Alchian A. A., Demsetz H. [1972]: Production, Information Costs, and Economic Organization, *The American Economic Review*, 62/5: 777-795 <https://www.aeaweb.org/aer/top20/62.5.777-795.pdf>

Alexander, Christopher 1964 [1973]: *Notes on the Synthesis of Form*, Harvard University Press

Anderson, Chris [2006]: [*The Long Tail. Why the Future of Business Is Selling Less of More*]. *La Coda Lunga. Da un mercato di massa a una massa di mercati*, trad. Susanna Bourlot, Codice Edizioni, Torino

- Arvidsson, Adam [2005]: Brands. A Critical Perspective, *Journal of Consumer Culture*, 5/2: 235-258. doi: 10.1177/1469540505053093
- Auricchio, Valentina [2012]: *Design In Cucina. Oggetti, riti, luoghi*, Ottagono, Giunti, Italia.
- Baldwin, Carliss Y. and Clark, Kim B. [2000]: *The Power of Modularity. Design Rules, Part I*, MIT Press
- Baldwin, Carliss Y. [2007]: Where Do Transactions Come From? Modularity, Transactions and the Boundaries of Firms, *Industrial and Corporate Change*, 17/1: 155-195 doi:10.1093/icc/dtm036
- Baldwin, Carliss Y. and Clark, Kim B. [1997]: Managing in the Age of Modularity, *Harvard Business Review*
- Baldwin, Carliss Y., Clark, Kim B. [2006]: The Architecture of Participation. Does Code Architecture Mitigate Free Riding in the Open Source Development Model?, *Management Science*, 52/7: 1116-1127 <http://dx.doi.org/10.1287/mnsc.1060.0546>
- Baldwin, Carliss Y., von Hippel, Eric [2011]: Modeling a Paradigm Shift. From Producer Innovation to User and Open Collaborative Innovation, *Organization Science*, 22/6: 1399-1417 <http://dx.doi.org/10.1287/orsc.1100.0618>
- Baldwin, Carliss Y, Woodard, Jason C. [2009]: The Architecture of Platforms. A Unified View, in: Gawer, Annabelle ed. *Platforms, Markets and Innovation*, Edward Elgar Publishing Ltd, 19-44
- Barge-Gil, Andres [2010]: Open, Semi-Open and Closed Innovators. Towards an Explanation of Degree of Openness, *Industry and Innovation*, 17/6: 577-607 /doi/abs/10.1080/13662716.2010.530839
- Bergamasco, Porzia, Croci, Valentina [2010]: *Design in Italia. L'esperienza del quotidiano*, a cura di Aldo Colonetti, Giunti, Bologna
- Bersano ed. [2009]: *Tendenze. Progetto. Prodotto. Una ricerca sulla filiera del 'furniture design'*, a cura di Giorgio Bersano, Editrice Compositori, Bologna 2009.
- Bertoli, Paola, Maffei, Stefano [a cura di/ ed.] [2009]: *Design Research Maps. Prospettive della ricerca universitaria in design in Italia [Design Research Maps. Perspectives of University Research in Design in Italy]*, Maggioli Editore
- Bianchini, Massimo, Maffei, Stefano [2013]: Self-Made Design From Industrial Toward Industrious Design, *Ottagono*, 257: 2-10 https://www.academia.edu/3793255/AUTOPRODUZIONE_DALL_INDUSTRIAL_DESIGN_ALL_INDUSTRIOUS_DESIGN
- Bosoni, Giampiero [ed.] [2002]: *La cultura dell'abitare. Il design in Italia [The Culture of Living. Design in Italy] 1945-2001*, Skira, Milano
- Bosoni Giampiero [2002]: *Tipo e contratipo dello "stile" italiano. Tradizione e innovazione nel disegno industrial per lo spazio domestic [Typical and atypical 'stile italiano'. Tradition and*

- Innovation in industrial design for domestics, in: Bosoni ed. 2002. *La cultura dell'abitare. Il design in Italia* [The Culture of Living. Design in Italy] 1945-2001, Skira, Milano, pp. 12-22
- Brusoni, S. [2001]: Managing Knowledge in Loosely Coupled Networks: Exploring the Links between Product and Knowledge Dynamics, *Journal of Management Studies*, 38/7: 1019-1035 DOI: 10.1111/1467-6486.00270
- Brusoni, Stefano and Prencipe, Andrea [2006]: Making Design Rules in a Multidomain Perspective, *Organization Science*, 17/2: 179-189 <http://dx.doi.org/10.1287/orsc.1060.0180>
- Brusoni, Stefano, Prencipe, Andrea, Pavitt, Keith [2001]: Knowledge Specialization, Organizational Coupling, and the Boundaries of the Firm: Why Do Firms Know More Than They Make?, *Administrative Science Quarterly*, 46/4: 597-621 DOI: 10.2307/3094825
- Casciani, Stefano [2014]: Origins of Italian Design IV. [Alle origini del design italiano IV]. Adriano Olivetti: Industry as a Total Work of Art [Adriano Olivetti: Industria come opera d'arte totale], *Disegno 3*: 76-82.
- Caves, Richard E. [2000]: *Contracts Between Art and Commerce*, *Harvard University Press*, retrieved from google books
- Chesbrough, Henry [2006]: Open Innovation. A New Paradigm for Understanding Industrial Innovation, in: *Open Innovation. Researching a New Paradigm*, ed. Chesbrough H., Vanhaverbeke Wim, West, Joel, Oxford University Press
- Chesbrough, Henry [2011]: *Open Services Innovation. Rethinking Your Business to Grow and Compete in a New Era*, Jossey-Bass
- Chesbrough, Henry, Crowther, Adrienne Kardon [2006]: Beyond High-Tech. Early Adopters of Open Innovation in Other Industries, *R&D Management*, 36/3: 229-236 DOI: 10.1111/j.1467-9310.2006.00428.x
- Chiaroni, D., Chiesa, V., Frattini F. [2011]: The Open Innovation Journey. How Firms Dynamically Implement the Emerging Innovation Management Paradigm, *Technovation* 31: 34-43, doi:10.1016/j.technovation.2009.08.007
- Coase, Ronald [1937]: The Nature of the Firm, *Economica*, New Series, 4/16: 386-405 DOI: 10.2307/2626876
- Cohen, Wesley M., Levinthal, Daniel A. [1990]: Absorptive Capacity. A New Perspective on Learning and Innovation, *Administrative Science Quarterly*, 35/1: 128-152 DOI: 10.2307/2393553
- Cohen, Wesley M., Levinthal, Daniel A. [1990]: Absorptive Capacity. A New Perspective on Learning and Innovation, *Administrative Science Quarterly*, 35/1: 128-152. Retrived 04/05/2012 from DOI: 10.2307/2393553

- Cohen WM, Levinthal D [1989]: Innovation and learning: the two faces of R&D. *Economic Journal* 99/397: 569–596 DOI: 10.2307/2233763
- Commons, John R. [1934]: *Institutional Economics*, University of Wisconsin Press: Madison, WI.
- Colfer, L., C. Baldwin [2010]: The Mirroring Hypothesis: Theory, Evidence and Exceptions. *Working Paper 10-058*, Harvard Business School, Boston.
- Dahlander, Linus, Fredriksen, Lars, Rullani, Francesco [2008]: Online Communities and Open Innovation, *Industry and Innovation*, 15/2: 115-123 DOI: 10.1080/13662710801970076
- Dahlander, Linus, Gann, David M. [2010]: How Open is Innovation, *Research Policy*, 39: 699-709 doi:10.1016/j.respol.2010.01.013
- Dell’Era, Claudio [2010]: Art for Business. Creating Competitive Advantage through Cultural Projects. *Industry and Innovation*, 17/1: 71-89 DOI:10.1080/13662710903573844
- Dell’Era, Claudio, Verganti, Roberto [2010]: Collaborative Strategies in Design-Intensive Industries. Knowledge Diversity and Innovation, *Long Range Planning*, 43: 123-141. DOI: 10.1016/j.lrp.2009.10.006
- Dell’Era, Claudio, Verganti, Roberto [2008]: Design-driven laboratories: organization and strategy of laboratories specialized in the development of radical design-driven innovations, *R&D Management*, 39/1: 1-20 DOI: 10.1111/j.1467-9310.2008.00541.x
- deMassis, Alfredo, Frattini, Federico, Lichtenhaler Ulrich [2012]: Research on Technological Innovation in Family Firms. Present Debates and Future Directions. *Family Business Review*, 26/1:10-31 DOI: 10.1177/0894486512466258
- du Chatenier, Elise, Verstegen, Jos A.A.M, Biemans, Harm J.A., Mulder, Martin, Omta Onno [2009]: The Challenges of Collaborative Knowledge Creation in Open Innovation Teams, *Human Resource Development Review*. 8/3: 350-381. doi: 10.1177/1534484309338265
- Eisenhardt, Kathleen M. [1989]: Building Theories From Case Study Research, *Academy of Management Review*, 14/4: 532-550. doi: 10.5465/AMR.1989.4308385
- Faludi Julianna [2014]: Fifty Shades of Innovation. From Open Toward User and Open Collaborative Forms of Innovation. An Overview, *Budapest Management Review*, 45/11: 33-43 http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/1739/1/vt_2014n11p33.pdf
- Franke, Nicolaus, Shah Sonali [2003]: How Communities Support Innovative Activities. An Exploration of Assistance and Sharing Among End Users, *Research Policy*, 32: 157-178 SSRN: <http://ssrn.com/abstract=789824>
- Frigant, Vincant, Layan, Jean-Bernard [2009]: Modular Production and the New Division of Labour Within Europe: The Perspective of French Automotive Parts Suppliers, *European Urban and Regional Studies*, 16/1: 11–25, DOI: 10.1177/0969776408098930

- de Fusco, Renato [1993]: *Storia dell'arredamento* [The History of Furniture], Unione Tipografico-Editrice Torinese, Torino
- Füller, Johann, Scholl, Roland, von Hippel, Eric [2013]: User Generated Brands and Their Contribution to the Diffusion of User Innovations, *Research Policy*, 42: 1197-1209. http://www.uibk.ac.at/orgsoc/research/fld_pub.html
- Garud, R., Kumaraswamy, A. and Langlois, R.N. [eds] [2003]: *Managing in the Modular Age. Architectures, Networks and Organizations* [Oxford: Blackwell]
- Gassmann, Oliver, Enkel, Ellen, Chesbrough, Henry [2009]: Open R&D and Open Innovation. Exploring the Phenomenon, *R&D Management*, 39/4: 311-316 DOI: 10.1111/j.1467-9310.2009.00570.x
- Gassmann, Oliver, Enkel, Ellen, Chesbrough, Henry [2010]: The Future of Open Innovation, *R&D Management*, 40/3: 213-220 DOI: 10.1111/j.1467-9310.2010.00605.x
- Gawer, Annabelle ed. [2009]: *Platforms, Markets and Innovation*, Edward Elgar Publishing Ltd
- Gawer, Annabelle, Cusumano, Michael A. [2008]: How Companies Become Platform Leaders, *MIT Sloan Management Review*, 49/2: 28-35 <http://sloanreview.mit.edu/article/how-companies-become-platform-leaders/>
- Gawer, Annabelle, Henderson, Rebecca [2007]: Platform Owner Entry and Innovation in Complementary Markets. Evidence from Intel, *Journal of Economics and Management Strategy*, 16/1: 1-34. DOI: 10.1111/j.1530-9134.2007.00130.x
- Gemser, Gerda, Wijnberg, Nachoem M. [2002]: The Economic Significance of Industrial Design Awards. A Conceptual Framework, *Design Management Journal, An Academic Review*, 2/1: 61- 71 DOI: 10.1111/j.1948-7177.2002.tb00012.x
- Grabher, Gernot [2004]: Learning in Projects? Remembering in Networks. *European Urban and Regional Studies*, 11/2: 103-123 doi: 10.1177/0969776404041417
- Grossman, Sanford J. and Hart, Oliver [1986]: The costs and benefits of ownership: A theory of vertical and lateral integration, *Journal of Political Economy* 94/4: 691-719. doi:10.1086/261404
- Hart, Oliver and Moore, John [1990]: Property rights and the nature of the firm. *Journal of Political Economy* 98/6: 1119-1158 doi:10.1086/261729
- Hagiu, Andrei, Wright Julian [2011]: Multi-Sided Platforms, Harvard Business School, *Working Paper* 12-024. <http://www.hbs.edu/faculty/Pages/download.aspx?name=12-024.pdf>
- Hall, Bronwyn H., Lotti, Francesca, Mairesse, Jacques [2009]: Innovation and Productivity in SMEs. Empirical Evidence for Italy. *Small Business Economics*, 33: 13-33. DOI: 10.3386/w14594
- Harison, Elad, Koski, Heli [2010]: Applying Open Innovation in Business Strategies. Evidence from Finnish Software Firms. *Research Policy*, 39: 351-359 doi:10.1016/j.respol.2010.01.008

- Hauge, Atle, Hracs, Brian J. [2010]: See the Sound, Hear the Style. Collaborative Linkages Between Indie Musicians and Fashion Designers in Local Scenes, *Industry and Innovation*, 17/1: 113-129. DOI: 10.1080/13662710903573893
- Henderson, Rebecca M. and Clark, Kim B. [1990]: Architectural Innovation: The Reconfiguration of Existing Product Technologies and the Failure of Established Firms, *Administrative Science Quarterly, Special Issue: Technology, Organizations, and Innovation*, 35/1: 9-30 [[publication/102f1126de010d37580f2205d4976cad1/jrennstich]]
- Herstatt, Cornelius and von Hippel, Eric [1992]: Developing New Product Concepts Via the Lead User Method. A Case Study in a „Low Tech” Field”, Working Paper, publ. *Journal of Product Innovation Management* 1992/9: 213-221 DOI: 10.1111/1540-5885.930213
- Hirsch, M. Paul 1992[1977]: *Processing Fads and Fashions: An Organization-set Analysis of Cultural Industry Systems*, in Granovetter, Swedberg ed. *The Sociology of Economic Life*, pp. 363-378
- Mañá, Jordi [1973]: *Il Disegno Industriale*, testo di Jordi, intervista di Ettore Sottsass, direttori Achille Boroli, Adolfo Boroli, Istituto Geografico de Agostini, Novara.
- IN IT: Antonelli, Paola [2002]: *L’Italian design tra globalismo e affettività [Italian Design Between Globalization and Affectivity]*, in: Bosoni, Giampiero [ed.] 2002. *La cultura dell’abitare. Il design in Italia* [The Culture of Living. Design in Italy] 1945-2001, Skira, Milano p. 22-38
- King, N. [1994]: The Qualitative Research Interview, In: C. Cassell & Symon [eds.] *Qualitative methods in organizational research*, London: Sage. P. 14-25, 33-35.
- Klein, Naomi 2000 [2002, 2009]: *No Logo. Taking Aim at the Brand Bullies*, Picador, Kindle edition [2015].
- Koenig, Giovanni, Klaus [1981]: *Stile Industria. Alberto Rosselli*, [saggio introduttivo, Koenig Giovanni Kalus, Catalogo di Amalia Fracassi, Simona Riva], Università di Parma, Centro Studi e Archivio della Comunicazione, Dipartimento Progetto, Quaderni 50.
- Lange B., Kalandides A., Stöber B., Mieg H.A. [2008]: Berlin’s Creative Industries. Governing Creativity?, *Industry and Innovation*, 15/5: 531-548 DOI: 10.1080/13662710802373981
- Langlois, Richard N., Garzarelli, Giampaolo [2008]: Of Hackers and Hairdressers. Modularity and the Organizational Economics of Open Source Collaboration, *Industry and Innovation*, 15/2, 125-143 DOI: 10.1080/13662710801954559
- Langlois, Richard N., Robertson, Paul [1992]: Networks and Innovation in a Modular System. Lessons from the Microcomputer and Stereo Component Industries, *Research Policy*, 21 [1992] 297-313 doi:10.1016/0048-7333(92)90030-8
- Langlois, Richard N. [2007]: *Organizing the Electronic Century*, University of Connecticut, Working Paper 2007-7, indexed on RePEc, <http://repec.org/>

- Lee, Gwendolyn K, Cole, Robert E. [2003]: From a Firm Based Toward a Community Based Model of Knowledge Creation. The Case of the Linux Kernel Development, *version* retrieved: <http://www.stillhq.com/pdfdb/000501/data.pdf> on 29 Jan. 2014. Published in *Organization Science*, 14/6: 633-649 <http://dx.doi.org/10.1287/orsc.14.6.633.24866>
- Lejonhufvud, Axel [1986]: Capitalism and the Factory System, in: R. N. Langlois, ed., *Economics as a Process: Essays in the New Institutional Economics*, New York: Cambridge University Press, 1986, pp. 203-223
- Luthje, Christian, Herstatt, Cornelius, von Hippel Eric [2002]: The Dominant Role of Local Information in User Innovation. The Case of Mountainbiking, *Working Paper 4377-02* http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=322800
- Maffei, Stefano [2014]: Artisans Today. Understanding Contemporary Innovative Processes Between Design, New Forms of Creativity and Design, in Addition to the Development Production Models, *Design e Artigianato per il Trentino [DEA]*
- Malossi, Giannino [2009]: Phenomenology of the Fuori Salone, *Lotus International*, Vol. 137, Marzo 2009. *Last revision 13/09/2014*
- Malossi, Giannino [ed.] [1999]: *Volare. L'icona italiana nella cultura globale* [Volare. The Icon of Italy in the Global Pop Culture], edizioni Bolis, Pitti Immagine Fashion Engineering Unit
- Mañá Jordi [1973]: *Il Disegno Industriale*, [testo di J.M.] , intervista di Ettore Sottsass, direttori Achille Boroli, Adolfo Boroli, Istituto Geografico de Agostini, Novara
- Marengo, Luigi, Dosi, Giovanni [2005]: Division of Labor, Organizational Coordination and Market Mechanisms in Collective Problem-Solving, *Journal of Economic Behavior and Organization*, vol. 58: 303-326. doi:10.1016/j.jebo.2004.03.020
- Martignoni [2010]: “La piu amata dagli italiani” Scavolini 1961-2011. 50 anni di cucine, a cura di Massimo Martignoni, Skira Editore Milano, 2010 Scavolini Spa, Pesaro
- Méndez-Durón, Rebeca and García, Clara E. [2009]: Returns from Social Capital in Open Source Software Network, *Journal of Evolutionary Economics*, 19: 277-295 <http://ssrn.com/abstract=1435213>
- Miozzo, Marcella, Grimshaw, Damian [2005]: Modularity and Innovation in the Knowledge-Intensive Business Services. IT Outsourcing in Germany and the UK, *Research Policy*, 34: 1419-1439.
- Moraga E. 2006. *Cultural Learning Organizations. A Management and Organizational Model*, Retrieved: http://culturallearningorganizations.net/index_files/Page295.htm 19/08/2011
- Morrison, Pamela D., Roberts, John H., and Midgley, David F. [2004]: The Nature of Lead Users and Measurement of Leading Edge Status, *Research Policy*, 33: 351-362
- Nelson R. R., Winter S. G., [1982]/1994: *An Evolutionary Theory of Economic Change*, The Belknap Press of Harvard University Press, Fifth Printing

- Oliviera, Pedro and von Hippel, Eric [2010]: Users as Service Innovator. The Case of Banking Services, MIT Sloan School of Management Working Paper Nr- 4748-09.
- Padilla-Melendez Antonio, Del Aguila-Obra, Ana R., Lockett Nigel [2012]: Shifting Sands. Regional Perspectives on the Role of Social Capital in Supporting Open Innovation through Knowledge Transfer and Exchange with Small and Medium-sized Enterprizes, *International Small Business Journal*, 31/3: 296-318 doi: 10.1177/0266242612467659
- Parnas, D. L. [1972]: On the criteria to be used in decomposing systems into modules, *Communications of the ACM*, Vol. 15, No. 12, pp. 1053–1058. DOI 10.1145/361598.361623
- Pavitt, K. [1984]: Sectoral patterns of technical change: Towards a taxonomy and a theory. *Research Policy* 13[6] 343–373. DOI: 10.1016/0048-7333(84)90018-0
- Pisano, Gary P. Verganti, Roberto [2008]: Which Kind of Collaboration is Right For You?, *Harvard Business Review*, 86/12: 78-86.
- Porzia Bergamasco, Valentina Croci [2010]: *Design in Italia. L'esperienza del quotidiano*, a cura di Aldo Colonetti, Giunti, Bologna
- Power, Nigel [2002]: *Conversations on Interaction. Exploring the Interplay Between Theory, Practice, Research and Practice in Design Education*, International Design Conference, Design 2002, Dubrovnik, May 14 - 17, 2002.
- Ritchie, J. – Lewis, J. [2010]: *Qualitative Research Practice*. London: Sage, Chapter 1: The Foundations of Qualitative Research, p. 1-23.
- Roper, Stephen, Hewitt-Dundas Nola [2012]: Catalysing Open Innovation through Publicly-funded R&D. A Comparison of University and Company-based Research Centers, *International Small Business Journal*, 31/3: 275-295 DOI:10.1177/0266242612454671
- Ritala, Paavo, Hyötyla, Maarit, Blomqvist, Kirsimarja, Kosonen, Miia [2013]: Key Capabilities in Knowledge-Intensive Service Business, *The Service Industries Journal*, 33/5: 486-500 **DOI:** 10.1080/02642069.2011.623774
- Schumpeter, Joseph A., 1934 [1961]: *The Theory of Economic Development*, New York, Oxford University Press
- Schumpeter, Joseph A. [1950]: *Capitalism, Socialism, Democracy*, Harper Brothers, New York
- Sedita, Silvia R. [2008]: Interpersonal and Inter-Organizational Networks in the Performing Arts. The Case of Project-Based Organizations in the Live Music Industry, *Industry and Innovation*, 15/5: 493-511 doi/abs/10.1080/13662710802373833
- Siggelkow, Nicolaj [2007]: “Persuasion with case studies”, *Academy of Management Journal*, 50/1: 20-24
- Stake, Robert E. [2003]: “Case Studies”, in Norman K. Denzin, Yvonna S. Lincoln ed: *Strategies of Qualitative Inquiry*, Sage Publications, US, 2nd ed., 134-164

- Simard, Caroline, West, Joel [2006]: Knowledge Networks and the Geographic Locus of Innovation, in: *Open Innovation. Researching a New paradigm*, ed. H. Chesbrough, W. Vanhaverbeke, J. West, Oxford University, Press
- Simon, Herbert A. [1962]: The Architecture of Complexity, *Proceedings of the American Philosophical Society*, 106/6: 467-482
- Smith-Doerr, Laurel [2010]: Flexible Organizations, Innovation, and Gender Equality. Writing for the US Film Industry, 1907-27. *Industry and Innovation*, 17/1: 5-22 DOI: 10.1080/13662710903573810
- Staber U. [2008]: Network Evolution in Cultural Industries, *Industry and Innovation*, 15/5: 569-578 DOI: 10.1080/13662710802374229
- Teece, D. J. [1986]: Profiting From Technological Innovation, *Research Policy*, 15/6: 285-305 doi:10.1016/0048-7333(86)90027-2
- Theyel, Nelli [2012]: Extending Open Innovation Throughout the Value Chain by Small and Medium Sized Manufacturers, *International Small Business Journal*, 31/3: 256-274. doi: 10.1177/0266242612458517
- Tietz, Robert, Morrison, Pamela D., Luthje, Christian, Herstatt, Cornelius [2005]: The Process of User Innovation. A case study in a consumer goods setting. *International Journal of Product Development*, 2/4: 321-338 DOI: 10.1504/IJPD.2005.008005
- The Sage Handbook of Interview Research. The Complexity of the Craft*, ed. Gubrium J.F, Holstein, J.A., Marvasti, A.B, McKinney, K.D. [2012]:
- Yin, Robert K. [2003]: *Case Study Research. Design and Methods*, Third ed. Applied Social research Methods Series Vol.5, Sage Publications
- Ulrich, K. [1995]: The role of product architecture in the manufacturing firm, *Research Policy* 24/3: 419–440. DOI: 10.1016/0048-7333(94)00775-3
- Van de Vrande, Vareska, de Jong, Jeroen P.G., Vanhaverbeke, Wim, de Rochemont, Maurice [2009]: Open Innovation in SMEs. Trends, Motives and Management Challenges, *Technovation*, 29: 423-437 doi:10.1016/j.technovation.2008.10.001
- von Hippel, Eric [1976]: The Dominant Role of Users in the Scientific Instrument Innovation Process, *Research Policy* 5: 212-239 doi: 10.1016/0048-7333(76) 90028-7
- von Hippel, Eric [1988]: *The Sources of Innovation*, Oxford University Press, New York
- von Hippel, Eric [2005]: *Democratizing Innovation*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts
- Wynarczyk Pooran, Piperopoulos, Panagiotis, McAdam, Maura [2013]: Open innovation in small and medium-sized enterprises: An overview. *International Small Business Journal*, 31/3: 240-255 doi:10.1177/0266242612472214

A témában közölt publikációk

Faludi Julianna [2015]: Open Innovation Patterns in the Performing Arts, *Corvinus Journal of Sociology and Social Policy*, 61/1: 47-70

Faludi Julianna [2014]: Fifty Shades of Innovation. From Open Toward User and Open Collaborative Forms of Innovation. An Overview, *Budapest Management Review*, 45/11: 33-43
http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/1739/1/vt_2014n11p33.pdf

Befogadás alatt

Faludi, Julianna 2015. Showroom Turned Fablab. Kitchen Becomes Open in Brera, *Under review at Industry and Innovation*.

Recenzió

Faludi Julianna, 2013. Intellectual Public Goods in the digitalized science: Knowledge for Access. A book Review on Peter Suber: Open Access (in Hungarian). Intellektuális közjóság a digitalizált tudományban, avagy a tudás azé, aki hozzáfér, *Educatio*, XXII/ 3, 435-38