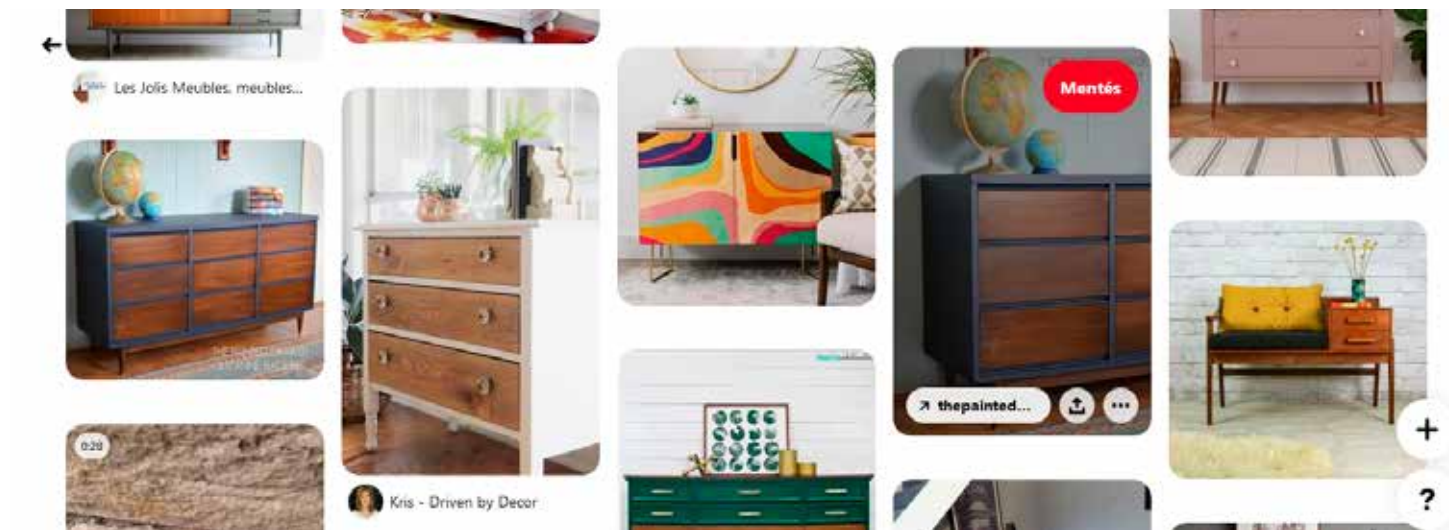


# TERMÉKFEJLESZTÉS A MIKRO- ÉS KIS- VÁLLALKOZÁSOKBAN

1. rész



Hauch Tamás

Amikor az ember fia vagy lánya asztalosnak áll, nem is hiszi, hogy mekkora keresztet vesz a vállára. Páran most biztosan legyintenek, hogy ez mekkora blőd megállapítás, pedig ha végiggondoljuk, akkor az út, amelyen elkezdünk járni, sokszor nem olyan egyenes, mint azt elsőre gondolnánk. Ha ez nem lenne elég, akkor hadd említsem meg azt a külső nyomást, ami a kreativitásra és a problémamegoldásra vonatkozik. Ha ezt nem érezzük, az idő előrehaladtával fogjuk.

## AZ ELSŐ LÉPÉSEK

Az iskolai képzés legjobb esetben arra tanítja meg a leendő szakembert, hogy a fával, mint alapanyaggal, miként kell bánnia. Ehhez milyen eszközök állnak rendelkezésre és mire figyeljen, ha egészségben szeretne hazatérni otthonába. Valljuk be, páran ennél azért többre vágyunk. Már csak azért is, mert az asztalos szó kapcsán mindig egyfajta misztikus atmoszféra járja körbe a levegőt, annak képviselőjét. Erről már párszor kifejtet-

tem gondolataimat, de a lényeg a következő. Számomra az asztalosság az egyetlen olyan kinyilatkoztatási forma, ahol kiélhetem azon szabadság iránti vágyamat, amit amúgy pont a természetes fa, vagy annak helyettesítői igyekeznek korlátozni. Paradox a helyzet, hiszen olyan demokrácia ez, ahol sokáig én hajtom igába a fát, de ha ezt „ő” nem akarja, akkor minden addigi igyekezetemet oly módon teszi semmissé, mint egy ad hoc márciusi esernyős dzsembori Pesten. Ettől szép és ettől olyan nehéz is ez a szakma.

Viszont ez az írás nem erről szól, hanem arról, hogyan is kellene, vagy hogyan érdemes termékfejlesztésre adni a fejünket. Ezt amúgy mindannyiunk csinálja ilyen vagy olyan formában, csak vagy nem szentelünk neki elég figyelmet, vagy túl sokat is. Mindkét esetben a végeredmény azonos. Nem tűnünk ki a tömegeből, nem tudjuk ötleteinket érvényesíteni. Pedig pont ezekben az „időkben” lehet, sőt kell is egyedít tervezni és készíteni. Előbbivel akadnak gondok, de az utóbbival van a legtöbb probléma. Természetesen

vannak kiváló példák arra, hogy idehaza is van tetszetős forma, remek konstrukció. Ezt kell megcélozni és ebben próbál ez az írás segíteni, kiindulási alapot adni. Hozzá kell tennem, nem vagyok formatervező – asztalos vagyok, aki szeret alkotni.

### MIÉRT TERMÉKFEJLESZTÉS, MIÉRT NEM GYÁRTÁS?

Jelen világunkban egy kisebb asztalosműhely kiaknázatlan szerepvállalása az egyedi termékek, termékcsaládok önálló megalkotása. Gyártani mindenki tud, akinek rendelkezésére áll megfelelő technológia, és tömegeket tud kiszolgálni. Nem bántásból írom, hiszen tudjuk, mennyibe is fáj egy komplett, jól átgondolt, rugalmasan fejleszthető, megfelelő erőtartálékkal rendelkező gyártás megtervezése, üzembe helyezése, működtetése és munkával való ellátása. Sokba. Mérhetjük ezt családi házak, vagy prémium luxuslimuzinok árában. Ha a hazai mikro- és kisvállalkozások első öt évének a nyereségét nézzük, akkor csak nagyon kis százalékuk termel profitot. Nekik sikerült piacot találniuk, optimalizálni a termelési feltételeket, és minden bizonnyal a megfelelő szakembereket felvenni. Na de a többiek? Itt kell megemlíteni, hogy míg a digitális térben napi szinten alkalmazzuk a világra kiterjedő információáramlást, addig a fizikai létünk során ez szinte csak a távol-keleti online áruházak kínálatára vonatkozik. Olyan nehéz elképzelni, hogy egy jó termékkel akár mi magunk is „kopogtathatunk” valamelyik több száz, vagy több ezer kilométerre böngésző internet-felhasználó monitorán? Nem kell Bécsben cukrászdát nyitnunk, az sokkal nagyobb veszélyeket rejt! Egy honlapot összekalapálni a mai világban már nem okoz problémát. Sokkal nagyobb gondokat kezelünk napi szinten. Ez valóban ennyi lenne és sikeres lesz a vállalkozásom? Nem biztos, azonban, ha meg sem próbáljuk, akkor üres horoggal is várhatjuk a harcsát. Hozzáteszem, idehaza ismerünk jó példákat, csak nem nagyon kérkednek vele. A marketingről, pontosabban az online marketingről most nem lesz szó.



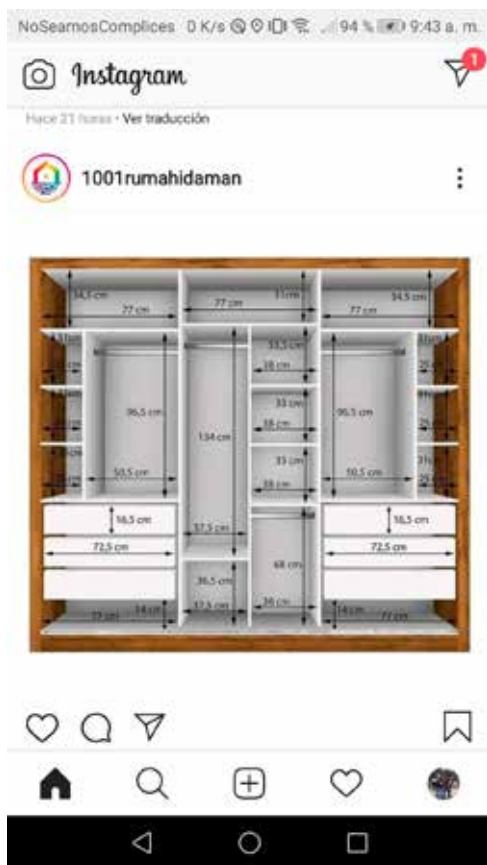
## AZ ISKOLA MEGTANÍT, AZ ÉLET FORMÁL

Optimális esetben az oktatásból kikerülve jó alapokat kapunk (ez azért sok mindentől függ, rajtunk is múlik). Tudunk rajzról dolgozni, rajtot készíteni, megértetni magunkat több szakmával is. Ami a legfontosabb, hogy tudunk bánni az anyaggal és a gépekkel. Ezt sok tervező nem mondhatja el magáról. A tervezőasztalról kikerülő termékek sok esetben két dolgot nem vesznek figyelembe. Az első a megvalósítás hogyanja. A másik, hogy az adott alapanyagból a kitalált szerkezet megvalósítása szinte lehetetlen, mivel az terhelés nélkül is a szilárdsági határon van. Tipikus példa erre a végtelenül elvékonyított keresztmetszetekkel operáló karcsú székek esete.

Ezzel szemben a gyakorló asztalost sok esetben a saját tudása korlátozza. Az alapszerkezetek méretezéséből indulunk ki, és nem merünk kicsit vagányabban bánni az anyaggal. Kicsit olyan ez, mint a dongó és a repülés. Fizikailag ez a behemót rovar nem repülhetne – csakhogy ezt ő nem tudja. Valahogy így van ez a formatervezőkkel is, s nem bántani akarom őket, mert szükség van rájuk. Amit viszont nagyon nem szeretek, az az a mondat, hogy „oldjam meg”! Sokszor a véletlenek szülik az új megoldásokat és azt a tapasztalást, amelyből egy új, addig soha nem látott megoldás születhet. Tehát állítsuk magunkat kihívások elé, figyeljünk, tapasztaljunk, gyűjtsünk információkat!



A gyakorló asztalost sok esetben a saját tudása korlátozza. Az alapszerkezetek méretezéséből indulunk ki, és nem merünk kicsit vagányabban bánni az anyaggal.



## A KEVESEBB NÉHA (MINDIG) TÖBB

Sokan hallottuk ezt a mondást, de kicsit ássunk a mélyére. Az összefüggést a tervezés előtt végzett kutatás és az inspiráció adja. A XXI. század egyik kulcsfontosságú információs tárháza nem az egyetemi könyvtár, hanem a digitális tér. Az jó is, meg nem is. Jó, mert a könyvtári jegyet nem kell keresgélni, nem vagyunk időhöz kötve, s akarva-akaratlanul is mindig szembejön valami a neten. Rossz, mert tényleg mindig szembejön valami a neten, és azok a valamik a kreatív munkának sokszor nem igazán kedveznek. Nem kívánom a tartalomfogyasztási szokásokat elemezni, inkább célirányosan mutatnék pár példát. Ezek mindegyike rendkívül koncentráltan látja el a felhasználót információval. Ez első látásra nem jelent problémát, de amikor elkezdünk tervezni, egyből mindent integrálni szeretnénk. Ebből jön a bonyolultság faktor növekvő tendenciája és a stílus hiánya. Márpedig

azt a stílust kell megtalálni, amiben jól érezzük magunkat. Az ötletek gyűjtése, az inspiráció, fontos része a terméktervezés során, de ez önmagában kevés. Nagyon hasonlít ez az öltözködéshöz. Önmagukban megálló ruhadarabok egységbe szervezése nem egyszerű feladat. Egy fehér sneakert „ritkán” veszünk fel öltönyhöz, ahogyan barna cipőhöz sem párosítunk fekete övet. A rámán varrott oxford bőrcipő is furán hat „macinacihoz”, és a rövid ujjú ing sem létezik, bár erről vannak hiteles források, hogy mégis. Sorolhatnám. Persze vannak kivételek, amelyekről tudjuk, hogy erősítik a szabályt. Nem attól lesz valami egyedi, hogy van benne fél tucat egymástól stílusidegen elem.

## A NULLADIK LÉPÉS ÉS A SZAKMAI FÉREGLYUK

A nulladik lépés nem más, mint a tudat alatt elkövetett rákészülés a projektre. Ez voltaképpen az alkotás, az önmegvalósítás iránti vágy. Ez egy

belénk kódolt szükséglet kielégítése. S itt van egy csavar, mert az asztalosság és a termékfejlesztés igazából egy újabb paradoxon. Maslow piramisa a fizikai szükségleteken alapszik és az önmegvalósítás csúcsával záródik. A kettő között 3 további szint van. Az emberek többségének a második szint érhető el, jobb esetben a harmadik. Mi, asztalosok (nyilván más szakmával is hasonló a helyzet, de ez nem az Amatőr Tisza-kutatók Baráti Egyesületének a szaklapja), pont a termékfejlesztés megkezdésével nyithatunk egy szakmai féreglyukat a csúcshoz! A tudat alatti rákészülés a későbbiekben tudatossá válik majd, ha már pár projekten túljutottunk. De mi is ez? Alapvetően információ- és alapanyaggyűjtést jelent. Előbbit napi szinten műveljük. Lájkolunk, mentünk. A legnagyobb hiba, hogy a lementett információ (ami jellemzően fotó, infógrafika, videó) elsikkad, kallódik. Nem rendszerezzük, s nem tartjuk a felszínen. Ezért igyekezzünk ezeket strukturáltan rendszerezni és elnevezni – s amelyek nagy hatást gyakorolnak ránk, azokat kinyomtatni és a műhelybe kirakni. Akár az irodába is. Az apró részleteket le is modellezhetjük. A technológia kialakítása fontos része az alkotófolyamatnak, ne gondoljuk, hogy minden elsőre sikerülni fog. Edison 2000-féle módon készített nem működő villanykörtét. Nézőpont, akarat kérdése minden. Az anyaggyűjtés legtöbbször az ötletek gyűjtésével párhuzamosan történik. Leeső anyagokat rakunk el, vagy érdekes rajzolatú deszkát, furnért rakunk félre az adott munkavégzés során – „ebből készítek majd valami szépet” felkiáltással. Itt is hasonló a probléma, mint a digitális oldalon. Kallódik az anyag. A megoldás hasonló a már leírtakhoz képest.

## A KREATÍV IDŐ

Szoktam mondani, hogy akkor van fejlődés, amikor éppen valami nagyon fontosat kell csinálnunk. Lehet ez egy megrendelés teljesítése, de akár egy ránk erőltetett ünnepség – mi mégis elkezdünk testben vagy lélekben máson dolgozni. A kreatív idő nem akkor van, amikor mi azt betervezzük, hanem, amikor az agyunk úgy dönt, hogy valaminek a hatására elkezd ötletelni. Ezeket a pillanatokot kell megragadni, s ha lehet rajzolni, hangjegyzetet készíteni, vagy csak gyorsan összeütni két alkatrészt egy kezdetleges, de fő részében működő maketté. Szóval a hétfő 9–11-ig kreatív idő nem fog működni. Persze ezt az időt lehet kicsit stimulálni is. Rákészülni hangulatilag, olyan tevékenységet végezni, ami ugyan



monoton, de teret ad más gondolatoknak. Öt erdei méter akác felkuglizása közben az embernek lesznek nagyra törő gondolatai, ha egymaga intézi, de a krumplipucolás, vagy az autóvezetés is elfogadható tevékenység, mint a

kreatív időhöz vezető előjáték. Legtöbbszörünk sajnos kreatív idő nélkül próbál kreatív tervezést végezni, ami sokszor kudarchoz, majd feladáshoz vezet. A szellemnek kell a simogatás, hogy működjön, parancsra ez sem megy.

” Fontos hangsúlyozni, hogy ne komplett termékeket másoljunk, hanem csupán nekünk tetsző részleteket próbáljunk találni. Nem kell aggódni. A stílus megtalálása nem megy egyből.

## A TERVEK NE CSAK TERVEK MARADJANAK

A terveink, ambícióink nem beteljesülése a legnagyobb hiba, amit elkövethetünk. Rendszerint mindent valamilyen esemény bekövetkeztéhez kötünk. Ez eleve hordozza azt, hogy ha az a valami nem teljesül, akkor a tervünk csúszik, vagy soha el sem készül. Ezért más megvilágításba kell helyezni az egész termékfejlesztősdit. Tisztázni kell, mi a cél! Olyan útkeresés, amelyből majd később a vállalkozás profitál? Vagy netán „csak” egy saját vágy kielégítése a cél? Akár egy közeli hozzátartozó, vagy egy barát kedvében akarunk járni? Mindegyik fontos lehet, de az első prioritását kell a legmagasabb szintre emelni. Alapvetően a kreatív idő az, ami kevés, s ami nem tervezhető. Viszont tesztelni, makettezni, próbálgatni bármikor lehet. Ez két okból jó. Először is átalakul a gondolat. Megfogható, körbejárható, tapintható mintadarabot készítünk. Vagyis az alkotás elkezdődik. Nem biztos, hogy sikeres lesz, de tettünk az ügyért. A második, hogy tapasztalunk,

gyakorlunk. Bármilyen tevékenység, ami a szakmával összefügg, az minket erősít. Persze az is lehet, hogy többszöri igyekezetünk után sem sikerülnek a tervek. Ebben az esetben vissza kell ülni a tervezőasztalhoz. Szintén fontos, hogy amit ki szeretnénk próbálni, azt adaptálni kell a saját feltételeinkhez. Ezért sokszor ne az eredeti legyártása legyen a cél, hanem annak olyformán történő leképezése, ami passzol a mi feltételeinkhez. Ez már önmagában termékfejlesztés.

## AZ ÖTLETEK GYŰJTÉSE, FELDOLGOZÁSA

Számtalan inspirációs forrás áll a rendelkezésünkre. A Pinterest a legveszélyesebb, mivel organikusan halmozza az ötleteket. Jellemzően tengerentúli fotókkal, infógrafikákkal bombáz. Egy adott kép felfedezését követően azonnal még vagy félszáz hasonló találatot is az utunkba dob, ami végeláthatatlan utazást eredményez. A legtöbb stílushalmozás és negatív példa innen eredeztethető.

Sokkal célravezetőbb az Instagramon és a Facebookon található asztalosmanufaktúrák, vagy mesterek képes beszámolóit követni. Azért ezeket jelölöm meg, mivel egy-egy ilyen profil ellenőrzése után egyből látszik a tulajdonos aktivitása, illetve a kommentekből egyfajta kép alakul ki a hitelességükről. Fontos hangsúlyozni, hogy ne komplett termékeket másoljunk, hanem csupán nekünk tetsző részleteket próbáljunk találni. Nem kell aggódni. A stílus megtalálása nem megy egyből. A neves zenekarok is merítették sok kortárs, vagy éppen régi zenei stílusokból. Sokszor egymással szöges ellentétben álló stílusokat is sikerült asszimilálniuk a saját művészetükbe. Arról nem is beszélve, hogy ami a zenében a hangszerelés, az a mi kezünkben az alapanyagok, színek kombinálása. Ezért egy-egy ötlet akkor válik értékes ötletforrássá, ha jegyzettel látjuk el. Vagyis kijelöljük, hol szeretnénk alkalmazni, milyen anyagból, milyen technológiával. Később ezen szempontok alapján lehet majd ezeket rendszerezni. ■



**HILDEBRAND  
BRUNNER**

**Közép-Európai kirendeltség:  
Szántó utca 20 szám  
445300 Tasnád (SM)  
Tel: 0040 261 848873**



**Szász Sándor**  
alex@hildebrand.ro

[www.brunner-hildebrand.com](http://www.brunner-hildebrand.com)