

jakost



1



2



3

„Být první není věc náhody.“

To vědí vývojáři z Centra aplikovaného výzkumu firmy Tescoma.

text: Ing. Vladislav Kopřiva | foto: Dalibor Michalčík

Dnes se na testování výrobků značky Tescoma podíváme z trochu jiného úhlu. Každá firma nabízející své výrobky na tuzemském, ale především na světovém trhu, musí mít ve svém sortimentu nejen designově originální, atraktivní a na první pohled nezaměnitelné výrobky, ale i výrobky zcela nové, tedy výrobky dosud nevídané, převratné a revoluční. Takové, které se nikde na světě dosud neobjevily, které přináší do své sféry užití zcela novou perspektivu a mají naprosto zřejmý punc výjimečnosti a jedinečnosti.

PŘIJÍT NA TRH S NĚČÍM NOVÝM

a být první je v rozvinutém konkurenčním prostředí velmi obtížné. Vývoj nového a revolučního výrobku není v žádném případě otázkou náhody – nějakého nenadálého osvětlení, náhodné inspirace nebo tajemného vnutnutí. Jde o otevřený proces mnoha diskuzí, ověřování, zkoušení a testů, který jsou souhrnem cíleného úsilí celých výzkumných týmů a mnoha vědeckých pracovníků.

Potřebu přinášet na trh zcela nové, původní produkty řešila od samého vzniku značky také firma Tescoma. Proto bylo v červnu 2009 v areálu Logistického centra Tescoma World ve Zlíně založeno samostatné oddělení aplikovaného výzkumu.

APLIKOVANÝ VÝZKUM

se zaměřuje na využití veškerých vlastností „nových“ materiálů, které se běžně používají v jiných

odvětvích (např. v medicíně) pro výrobky určené pro domácí i profesionální gastronomii. Probíhá zde také realizace a testování funkčnosti nových výrobků, které se na trhu dosud nevyskytují a které spotřebitelé dosud neměli možnost nikdy držet v ruce. **Cílem** je ověřit reálnost produktové vize, praktičnost budoucího výrobku a v neposlední řadě také možnost jeho realizace ve skutečných výrobních podmínkách.

Za dva roky existence prošlo oddělením aplikovaného výzkumu již nespočet návrhů nových výrobků, s mnoha z nich se již naši zákazníci ve více než 80 zemích světa mohou setkat ve svých kuchyních. Za všechny jmenujme třeba převratné kráječ na ananas a na mango **HANDY**, revolučně chytrý a praktický nůž na meloun **PRESTO** nebo perfektně nápaditý a jednoduchý odpeckovač melounů **PRESIDENT**.

Všechny tyto výrobky jsou zcela původní. Jak svým designem, tak především svou myšlenkou, nápadem, které vyústily až ve výrobu zcela nového výrobku. Je nasnadě, že původní výrobek – jeho myšlenku i veškeré úsilí věnované vývoji a testování – je nezbytné **patentově chránit**. „Společnost Tescoma si je vědoma nevyčíslitelné hodnoty lidského bádání, a proto každý výjimečný produkt, který zde vznikl, pečlivě chrání užžitným nebo průmyslovým vzorem,“ říká Ing. Vladislav Kopřiva, manažer oddělení aplikovaného výzkumu.



info

1 Kráječ na mango **HANDY** v různých fázích vývoje. Podívejte se na www.tescoma.com/video/643658

2 Odpeckovač melounů **PRESIDENT**. Podívejte se na www.tescoma.com/638620

3 Testování funkčnosti výrobků.