



עקרון ה - FFF:

להסתכל על הקנקן, כדי להבין מה כדאי שיהיה בו

סבון, צף או שוקע?

תקלה בקו הייצור של חברת הסבונים הנודעת 'אייבורי', יצרה סבוני רחצה מזן חדש. הסבונים נראו זהים בדיוק לאחיהם הרגילים, אך נבדלו מהם בתכונה אחת שולית לכאורה: אויר שחדר לחומר ממנו עשויים הסבונים, גרם להם להיות קלים יותר ולכן לצוף. הסתבר שלסבונים החדשים נוצר ביקוש גדול, היות וכאשר החליקו מידי הרוחצים, צפו מיד על פני המים באמבטיה וניתן היה למצוא אותם בקלות רבה. כך הפכה תקלה בלתי מכוונת לסיפור הצלחה, או במילים אחרות - כך הפכה 'צורה' אשר נוצרה בטעות, למוצר משופר בעל תפקוד חדש וקהל יעד. סיפור קצר זה ממחיש היטב מסלול שמאפיין המצאות רבות, ומכונה בשפה המקצועית Function Follows Form: מתחילים מהצורה (Form), וממנה עוברים אל התועלת (Function).

דרך החשיבה המקובלת מלמדת אותנו כבר בגיל צעיר, שלתוכן ולמהות מקום חשוב הרבה יותר מלצורה. פתגם כמו 'אל תסתכל בקנקן אלא במה שיש בו', נועד לכוון אותנו תמיד אל העיקר ולא אל הטפל, להימנע מלעסוק בצורה החיצונית הנתפסת כשטחית וכשולית. שיטת SIT אינה מטיפה חלילה לעיסוק בלעדי בצורה החיצונית, אך היא מערערת את הסדר בו אנו רגילים לחשוב. אחד מעקרונותיה המרכזיים של שיטת SIT שהושאל מהחוקר **פינקא (Finke)** הוא '**Function Follows Form**' (או בקיצור: FFF). עקרון זה אומר בתרגום חופשי שכדאי לחשוב על התועלת או התפקוד של מוצר או מערכת כאשר הצורה שלהם כבר מוגדרת. בתהליך פיתוח מוצרים חדשים, למשל, מסתבר כי לאנשים קל יותר להעלות רעיונות לשימושים חדשניים לצורה נתונה, מאשר להמציא צורות שיענו לצרכים מוכרים.

המצב הקיים - ידידו הטוב ביותר של האדם החדשן

החשיבה השייוקית המסורתית, הרגילה אותנו לבדוק מהי התועלת הרצויה לאיזה קהל מטרה, ואז לנסות ולמצוא פתרון שיספק את הצורך. כלומר, עד עתה התרגלנו לחשוב דווקא מה'לא מוכר' (צרכים עתידיים), אל המוצר שעשוי לספק אותם. SIT יוצרת היפוך בתהליך החשיבה - השיטה מציעה להתחיל דווקא במצב קיים מוכר (מוצר, בעיה וכד'), ולעבור ממנו למצב חדש פחות מוכר, הבוחן תועלת, קהל מטרה או ייתכנות טכנולוגית. הרצינון להיפוך זה הוא שבמקרים רבים ניתן לנצל את המידע הגלום במוצר הקיים (מידע שבדרך כלל אינו מנוצל), כדי ליצור 'form' - קונפיגורציה של מוצר חדש, ורק אז למצוא עבודה תועלת וקהל מטרה. למעשה, טוענת שיטת SIT, צורת החשיבה האינסטינקטיבית אותה למדנו להדחיק, היא דווקא לראות צורה ולשייך לה את התועלת המתאימה.



מוצר וירטואלי - אפשר? כדאי?

באמצעות תבניות חשיבה שחלקן כבר אוזכרו במאמרים קודמים באתר, מאפשרת שיטת SIT ליצור את אותן גירסאות ראשוניות של מוצרים, הקרויות בז'רגון השיטה 'מוצרים וירטואליים'. כהמשך התהליך המחשבת המובנה, נבדקות או מאותרות התועלות של אותם מוצרים וירטואליים, במטרה לבדוק האם אפשר וכדאי להוציא אותם מהכוח אל הפועל.

האם למשל יהיו קונים למכונת שכל חלק בה צבוע בצבע אחר? כנראה שבחברת 'פולסווגן' החליטו שהתשובה היא חיובית - אפשר וכדאי לייצר דגם מוזר כזה. מכונת ה'פולו ארקלינו' יוצרה בתחילה כגימיק וזכתה לביקוש מפתיע על ידי קונים שאהבו את העיצוב הייחודי והבלתי שגרתי. האם אפשר וכדאי לייצר כסא ללא רגליים? מסתבר שאפשר בהחלט, ואף כדאי לטובת היושבים על חוף הים. האם אפשר וכדאי לייצר טייפ קטן המצויד באוזניות אותו אפשר לקחת לכל מקום? היום, כשמכשירי ה'ווקמן' וה'דיסקמן' נפוצים כל כך התשובה לשאלה נראית מובנת מאליה, אך גם ה'ווקמן' החל את דרכו כמוצר וירטואלי שאף אחד לא שיער עד כמה יצליח בשוק.

תהליך העבודה אותו מתייב עקרון ה - FFF, מתחיל **במצב קיים** כלשהו (למשל מוצר קיים של חברה המעוניינת להוסיף מוצרים חדשניים לקו המוצרים שלה), עובר **דרך הפעלת תבניות חשיבה** על המוצר הקיים ויצירת **מוצר וירטואלי** חדש, ממשיך **בבחינת כדאיותו** לשוק של המוצר החדש, ומסתיים בשלב סופי של **התאמות** ואפשרויות טכנולוגיות שנועדו להפוך את המוצר מוירטואלי לממשי. המעבר משלב ה - Form (המוצר הוירטואלי) לשלב איתור ה - Function, מתרחש כאשר החברה שואלת את עצמה שתי שאלות חשובות: 1. **כדאי?** כלומר האם ייצור המוצר ישתלם כלכלית או במילים אחרות מיהו קהל היעד של המוצר? 2. **אפשר?** כלומר האם אפשר טכנית לייצר את המוצר? מתן המענה לשתי השאלות מגדיר את תפקודו של המוצר הוירטואלי ובמידה ושתי התשובות חיוביות, הופך את המוצר הוירטואלי למוצר חדש שסיכוייו לעלות על המדפים נראים לא רעים.

מתרגלים FFF

עקרון ה - FFF, משנה את דרכי החשיבה המקובלות ועלול להתקל לעיתים במחסומים פנימיים הנובעים מההרגל לחשוב קודם כל על הצרכי הלקוח ורק אחר כך כיצד ניתן לספק להם מענה. יחד עם זאת כמה מוצרים חכמים לא נוצרו מתוך ראיית צרכי הלקוח אלא מהמצאה של החברה כשהלקוח עדיין לא היה מודע לאפשרויות לקבל שירות או מוצר חדש זה. כדי לתרגל את עקרון ה - FFF גם ללא הפעלת תבניות החשיבה של שיטת SIT, אפשר לבחור מוצר קיים כלשהו (שולחן, כסא, אבטיח, שעון, מחשב, נעליים, מכונת כביסה, מכונת דיסק, שרות 144, ועוד כיד הדמיון הטובה), לחשוב כיצד ניתן לשנות אותו או ליצור ממנו "מוצר וירטואלי" כזה או אחר, ואז לנסות למצוא ל'קנקן' החדש שנולד מילויים וקהלי יעד שונים ומשונים. כלי החשיבה שיובילו אותכם למוצר הוירטואלי נמצאים בחלקם במאמרים הקודמים.

בהצלחה!