

Najlepszy wzmacniacz na świecie

Przed przekazaniem wydania do druku muszę przejrzeć wszystkie materiały. W numerze wakacyjnym miałem do czynienia z „pigulą” w postaci relacji z wystawy w Monachium. Liczba zdjęć jest potężna, a to tylko wybór najciekawszych. Gdybyśmy chcieli udokumentować każdy „eksponat”, nie wystarczyłoby numeru. Co ja piszę, wyszedłby z tego rocznik, albo i dwa.

Maciej Stryjecki

Podobnie jest z Audio Show. Po każdej relacji spotykamy się z pretensjami: dlaczego nie napisaliście o nas? Teorii spiskowych krąży mnóstwo. Tymczasem odpowiedź jest prozaiczna: sfotografowanie każdego klocka i kabelka w trzy dni to praca dla pół tuzina fotografów w asyście rozpychaczy tłumu, a później jeszcze wypadałoby to wszystko opisać.

Nie mam jednak zamiaru narzekać. Wprawdzie nogi wchodzą czasem w tyłek, a od rozmów zasycha w gardle, ale zawsze można usiąść, napić się herbaty i człowiek znów jest jak nowy.

Uświadomiłem sobie jednak ostatnio co innego: jak ogromna jest podaż. W dodatku można odnieść wrażenie, że codziennie powstaje gdzieś nowa firma, której marzy się powtórka legendy NAD-a czy Arcama.

Zjawisko można obserwować z dwóch perspektyw: początkującego klienta i początkującego producenta. Obaj mają przeżabane. Tym razem poświęcę więcej czasu ciężkiemu życiu producenta. Niech będzie, że polskiego, chociaż tak naprawdę to bez znaczenia. Sytuacja jest podobna pod każdą szerokością geograficzną. Niech będzie też na przykładzie Najlepszego Wzmacniacza na Świecie, w skrócie: NWS.

Wyobraźmy sobie taki scenariusz. Genialny konstruktor obmyśla układy i patenty (zakładamy, że nie wynajduje niczego lepszego niż lampa i tranzystor razem wzięte, bo za to jest majątek za życia i sława po śmierci). Rysuje, planuje, lutuje i odsłuchuje. I tak w kółko przez pięć lat. W końcu jest! NWS. Gra tak, że łzy lecą z oczu, pot z czoła, a po plecach chodzą ciarki.

Narodziny NWS-a obserwuje silna grupa pod wezwaniem forum internetowego, organizująca w nieodległej od aglomeracji stodole audiofilskie odsłuchy podstawek

pod kable. Ludzie się znają, że hej, bo rozróżniają gołym uchem brzmienie sosnowego i dębowego klocka. NWS zostaje właściwie rozpoznany, ale już wkrótce wokół niego, jak zawsze, rodzi się zażarta dyskusja. Słuchacze dzielą się na wyznawców i sceptyków. W postach padają raz słowa wzniosłe, raz cierpkie; w wątku o NWS nawet bany, bo co niektórym puszczały nerwy. Ale najważniejsze już się stało: mówi się o nim na mieście. Pojawiają się pierwsi potencjalni nabywcy, tyle że najpierw chcieliby posłuchać. NWS przechodzi chrzest bojowy.

Tutaj pojawia się pierwszy problem. O tym, że jak posłuchasz, to się zakochasz, już wiemy. Urządzenie musi jednak robić coś jeszcze: bezawaryjnie działać. Z tym jednak bywa różnie. Pamiętam, jak paręnaście lat temu znany konstruktor postanowił zrobić bardzo taną, za to świetnie grającą lampę. Udało się. Szkopuł w tym, że lubiła się zapalić i zdarzały się fajerwerki na perskich dywanach. W efekcie więc projekt został zrealizowany, ale, nomen omen, nie wypalił. Poprawiona wersja była niepalna niczym azbest, ale lęk podszyty opowieściami o eksplozjach pozostał.

Założmy jednak, że NWS działa, a w dodatku jest „używalny”. Teraz pozostaje tylko go wycenić i niech idzie w świat. Szkolny błąd – to za wcześnie. Dopiero co założona firma powinna trafić szerzej niż w okolice lokalnej stodołki. Zwłaszcza że ludzie z forum sprzęt już mają, a nowo zarejestrowani szukają przeważnie używki za 1500 zł, nie NWS-a. Ta wiedza kosztuje zwykle rok daremnego dźwigania i zażartych dyskusji na tematy niemożliwe do przewidzenia, za to ciągle z tą samą muzyką w tle. Wreszcie przychodzi refleksja: nie tędy droga. Konieczne są dalsze inwestycje: w promocję i produkcję.

Wzmacniacz będzie swoje kosztował, więc musi wyglądać strawniej niż cygański pałac albo radiostacja z czasów II wojny światowej. Ku zaskoczeniu producenta, porządna obudowa w jednym egzemplarzu kosztuje więcej niż wszystko, co gra w jej wnętrzu. W dodatku kolejni podwykonawcy dają ciała, a prototypy wychodzą nie tak, jak miało być. Założymy jednak znowu, że i ten etap mamy za sobą. Na jednym egzemplarzu ma się nie skończyć, więc trzeba wdrożyć produkcję. Kolejny schodek: ile tego? Okazuje się, że poniżej setki kalkulacja boleśnie się nie dopina. Jak sprzedać choćby 20? Konieczna jest promocja. Ten etap wszyscy chcieliby pominąć, a znawcy forumowi – płacić tylko za kondensatory i cewki. Niestety, trzeba zaliczyć kilka wystaw, choć to zdecydowanie nie wystarczy. Tym bardziej, że zwiedzający nie kupują, a producenci nie jeżdżą do Monachium, żeby „się pokazać”, tylko żeby podpisać umowy dystrybucyjne. Ewentualni odbiorcy hurtowi w kraju i za granicą nie wezmą nieznanego produktu, choćby śpiewał jak syrena i grał niczym Orfeusz na lirze. Tak jak inżynier Mamoń, „wołał piosenki, które już raz słyszeli”. Jeżeli nie słyszeli, to potrzebują jakiegoś zabezpieczenia, potwierdzenia potencjału produktu, chociażby w postaci opinii z prasy. Czyli: testy i gonitwa za tym, żeby się pisało. A pisać, jak widać, jest o czym. Założmy, że jednak i na tym polu świeżo upieczony producent odnosi sukces. Zaczynają się sypać zamówienia.

I to jest etap, na którym większość rzuca ręcznik. Budowa pierwszego egzemplarza trwała pięć lat, a teraz trzeba zrobić 30 w trzy miesiące. Sam nie da rady, bo musi się zmieścić w terminach, utrzymać jakość, dokładność wykonania i – przede wszystkim – powtarzalność. Każdy egzemplarz musi być NWS-em, a nie jego lichą kopią. Musi być bezawaryjny, bo jeżeli klocki zaczną się sypać, wszystkie przychody pochłonie serwis gwarancyjny z przyległościami. A skoro lutownicę mają obsługiwać inni, to trzeba ich nauczyć i patrzeć im na ręce. Wzmacniacz staje się coraz droższy, a co chwila dochodzą niespodzianki. Sklep musi dostać swoją marżę, bo za darmo załoga nie pojedzie do klienta. A później...

Miejsce na stronie już się skończyło. Natomiast zabawa dopiero się rozkręca.