

## Необходимые и достаточные условия успеха в инновациях

### Введение

По определению, инновация – это нововведение, введение нового наукоемкого товара на рынок, инновация и успех на рынке – неразделимы. Нововведению предшествует создание новшеств, т.е. новых разработок, технологий, изобретений. Трудоемкость этого процесса составляет, примерно, 5% от общего объема усилий. А 95% требуется, чтобы вывести новый товар на рынок.

С.Фокин образно оценил это соотношение: «Изобретение и инновация имеют столько же общего, сколько Божий дар с яичницей. Новшество или изобретение является лишь начальным пунктом инновационного процесса, который требует много времени, денег, доступа к различным рынкам и блестящей интуиции».

Таким образом, инновация – это, прежде всего, маркетинг, т. е. грамотная организация продаж наукоемких товаров. Единственным объективным критерием успеха инновационной деятельности на предприятии, в холдинге, в стране является рост продаж на мировом рынке, соответственно, рост инновационного экспорта.

Серьезнейшая проблема на пути нововведений - это непонимание потенциальных покупателей, проблема преодоления психологической инерции, предрассудков и предубеждений.

Добиваться успеха на инновационном рынке можно с помощью агрессивной массированной рекламы, требующей вложения миллионов долларов. А можно использовать преимущества сетевого маркетинга, когда каждое звено сети продвигает товар знакомым лицам или предприятиям на основе потенциала доверия и неформальных отношений.

Главным моментом является концентрация всех усилий на увеличении инновационного экспорта. Это **необходимое** условие.

### **Идеальный вариант вхождения в инновационный бизнес:**

Лидер предприятия, холдинга, государства ставит задачу: "Инновационный экспорт – любой ценой!", – и весь административный аппарат начинает работать на реализацию этой задачи. Примером может служить Южная Корея с ее смешанной моделью экономической системы, сочетающей в себе регулируемую роль государства и экономическую свободу производителей.

В 1961 году власть после военного переворота оказалась в руках генерал-майора Пак Чон Хи, правительство которого в 1962 г. разработало стратегию экономического развития, основанную на стимулировании и государственной поддержке экспорта. В результате с 1962 по 1997 гг. валовой национальный доход страны вырос с 2,3 до 474 млрд. долларов, а доход на душу населения – с 87 долларов до 10 тысяч 307 долларов США.

**Достаточным** условием является наличие большого научно-технического потенциала или механизма привлечения и консолидации такого потенциала, способного обеспечить целенаправленное создание новых разработок по рекомендациям маркетингового анализа. Одной из задач и одним из преимуществ нашего международного инновационного холдинга является консолидация научно-технического потенциала стран, вовлеченных в инфраструктуру сетевого маркетинга.

## Концепция успеха

Мы разработали свою концепцию успешного построения сетевого маркетинга.

1. Необходимо сконцентрировать усилия на том, чтобы заинтересовать крупные предприятия с развитой клиентской базой во многих странах идеей инновационной рационализации производства на основе массового освоения ресурсо, энерго, топливосберегающих инновационных продуктов и технологий. Положительный опыт снижения производственных издержек, повышения конкурентоспособности продукции становится инновационным товаром, продаже которого будет способствовать потенциал доверия данного предприятия у его клиентов.

Предприятия клиентов могут стать начальными звеньями сети продаж в своих и в соседних странах. Главное преимущество такого подхода в том, что развитая сеть продаж может быть построена быстро и с минимальными затратами.

2. Одновременно необходимо искать начальные звенья дистрибьюторской сети в наиболее интересных странах. Проблема в том, чтобы найти дистрибьютора, отвечающего минимальным требованиям:

- финансовая состоятельность, позволяющая организовать оформление необходимых документов, типа сертификатов; нанять грамотный персонал, способный понять и в доступной форме разъяснить технико-экономические преимущества предлагаемых наукоемких продуктов и технологий, организовать рекламу, продажи и внедрение на предприятиях различного профиля;

- достаточный потенциал авторитета и влияния в местных политических, административных и деловых кругах.

Практика показывает, что найти таких дистрибьюторов в развивающихся странах чрезвычайно сложно, поэтому необходимо использовать все возможные каналы: информационные, административные, политические, корпоративные, религиозные, общественные. Особое внимание стоит уделить работе через диаспоры.

Наша ценовая политика позволяет построить дистрибьюторскую сеть из 3–10 звеньев.

3. При всей сложности рассмотренных задач совершенно недопустимо забывать о ресурсах международных организаций. Наша деятельность полностью соответствует целям и задачам международных программ помощи слаборазвитым странам, охраны окружающей среды, энергоэффективности, занятости населения, инновационных преобразований и т. д.

4. В основе экономик развивающихся стран, чаще всего, лежит освоение природных ресурсов, т. е. горнорудная или нефтегазодобывающая отрасли; сельское хозяйство; легкая и пищевая промышленность. У всех стран не хватает средств на содержание энергетического, жилищно-коммунального хозяйства и муниципального транспорта.

Исходя из этих соображений, необходимо проводить целенаправленный, систематический поиск прямых потребителей ресурсо, энерго, топливо сберегающих инновационных продуктов и технологий – предприятий из перечисленных отраслей.

Целесообразно тщательно продумывать наиболее выгодные варианты разрастания сети продаж и добросовестно с максимальной концентрацией усилий прорабатывать эти варианты, одновременно по всем 4 пунктам.

**Практика показывает, что попытки упростить себе задачу, отказываясь от комплексного подхода, не приводят к успеху.**

## **Конкретные предложения по организации презентаций**

Необходимо организовать представительные испытания - презентацию восстановительного действия антифрикционной ресурсовосстанавливающей композиции (АРВК) с обязательной фиксацией результатов по вибро диагностическим показаниям, шумности, расходу энергии и топлива, температуре саморазогрева (еще лучше, **постоянно действующую презентационную площадку** для демонстрации эффекта от применения новых инновационных продуктов и технологий).

В качестве объектов для убедительной демонстрации восстановительного эффекта можно использовать:

1. Двигатели внутреннего сгорания перед капитальным ремонтом;
2. Поршневые компрессоры;
3. Редукторы дробилок, мельниц помола сырья, цемента, угля на горнорудных, цементных, энергетических предприятиях;
4. Мультипликаторы турбокомпрессоров и турбодетандеров;
5. Приводы насосов-качалок, поршневые насосы на нефтедобывающих предприятиях;
6. Различные виды приводов на предприятиях пищевой, легкой промышленности, на полиграфических предприятиях и т. д.

Перечисленные объекты позволяют продемонстрировать результаты восстановления в короткие сроки: от 2 до 48 часов.

В течение 7 – 10 суток можно продемонстрировать снижение температуры или даже устранить перегрев подшипников скольжения, цапфовых подшипников, радиально-упорных подшипников качения.

Несколько месяцев может понадобиться для уменьшения виброактивности подшипников качения и скольжения центробежных насосов, вентиляторов, дымососов, металлорежущих станков.

На испытания следует пригласить представителей интересующих нас предприятий из страны пребывания и других стран; представителей всех посольств, чтобы они могли подтвердить достоверность результатов испытаний потенциальным клиентам из своих стран; представителей министерств, международных организаций, областных и городских администраций, всех видов СМИ, представителей социальных сетей, сообществ и форумов в интернете.