**HA VAN EGY JÓ ÖTLETED.**

Az ötlet megvalósítás lépései, egészen a késztermékig, élő példákon keresztül.

* **Bevezetés :** Mi adta az ötletet ehhez az előadás sorozathoz? Az, aminek a hiányát éreztem fiatal mérnökként éppúgy, mint később:
* eredményesviselkedésformák főnökkel és beosztottal,
* és hogy,hogyan valósítsuk meg ötleteinket.
* Mivel az előbbi egy tudományág és nem is értem el ebben érdemleges eredményeket, ezért az utóbbi témát választottam.
* **Eredmények.**
* 25 hazai szabadalom, ebből 12 élő, 3 nemzetközi szabadalom, ebből 2 élő,
* 5 humán gyógyhatású készítmény(hazai és külföldi piacon),
* 1 humán gyógyszer(a hazai piacon),
* 3 állatgyógyászati termék(hazai és külföldi piacon),
* 1 takarmánykiegészítő(NPN vegyület),kísérleti stádiumban,
* 3 állatgyógyászati termék kísérleti,engedélyeztetési fázisban.
* Üzleti sikerek:
* EGAVER szemölcs elleni ecsetelő: évi 30-50 ezer db. eladás – 30 éven át – román koppintás, következmények nélkül, mert know-how és nem jogilag védett termék(lásd később),
* UROHERB/UROGIN gyógynövény tinktúrák prosztata problémák illetve felfázásból eredő hólyagproblémákra: évi 60 ezer – 25 illetve 10 éven át,
* EPAVIR herpesz simplex elleni tabletta: egykor 100 ezer darab, most évi 50 ezer db,
* MÉHPATIKA/NONOS/NAF (méhészeti gyógyszerkészítmények):
* NONOS: az egyetlen nem antibiotikum alapú megoldás egy súlyos méhbetegségre,
* MÉHPATIKA, NAF: az egyetlen megoldás,mivel más gyógyszerkészítmény nincs ezekre a betegségekre,
* versenytársak: BAYER, SANOFI,
* piacvezető: Mo, Korea; jelen vagyunk: Sk, Cz, Fr, EK, Iran, Gr, I; előkészületben: USA, Chile, Banglades, Marocco, Bg ,
* "Garázsból" indultunk, mostanra:
* laboratóriumi részesedésünk van egy nagyobb vizsgló laboratóriumban,
* állandó gyártási alvállalkozónk Magyarország legnagyobb gyógynövény feldolgozó cége (HERBÁRIA, Budapest),
* forgalmazónk az ország legnagyobb ilyen jellegű cége(TOLNAGRO Kft., Szekszárd),
* a meghatározó termékeinken keresztül világszinten ismertek vagyunk a méhészeti piacon, a vonatkozó világkiállítások állandó résztvevője (APIMONDIA).
* **A történet:**
* egy Tolna megyei faluból a Műszaki Egyetemre,majd 1972-ben végeztem,
* K+F tevékenység kezdete a PHYLAXIA-nál . Pályázat-megnyertem-eredmények a Gyáregységnél-0 jutalom-per-megnyert per,
* fejlesztések magánúton: 1981: EGAVER sztori indul, 1983-ban a BÉRES-cseppel egyidőben engedélyezték – a negyedik sikeres kísérlet sem volt elég, a" Béres film"(Az utólsó szó jogán.) kellett az engedélyezéshez,
* saját könyvtár gyógynövényekről, nem az Egyetemen tanultam, sőt, kifejezett ellenszélben fejlesztettem ebbéli tudásomat. **Fontos:** a gyógynövény alapú gyógyszerkutatáshoz a magyar szakirodalom rendelkezésre állt és elegendő volt(erről később bővebben),
* CHEMOR (a saját cégünk neve): 1990-ben alapítottam,
* humán gyógyhatású készítmények: 1990-1996 között 6 db,
* fordulópont – nem humán, hanem állatgyógyászati készítmények fejlesztése kezdődött 1997-ben,és 2000-ben már a piacon volt a MÉHPATIKA nevű készítmény.
* **Kinek szól ez az előadás?**
* aki nem multi cégnél dolgozik,
* aki nem kőgazdag induláskor,
* aki nem a Facebook világából meríti a motivációit(milliárdos de minimum milliomos, 1-2 év alatt),
* aki saját maga akarja megvalósítani elképzeléseit. **A mottó**: A kudarcokból tanulni kell!
* **Kutatás, fejlesztés (K+F).**

**Mottó: A kudarcokból tanulni kell!** Legnagyobb siker példáján keresztül mutatom ezt be.

* Ötlettől a termékig.
* **Melyik területre érdemes fókuszálni?**
* **Amelyikben Magyarország és a fejlesztő rendelkezik tudományos alapokkal, illetve tapasztalatokkal**.
* PÉLDA:
* **Magyarország:**
* gyógynövény nagyhatalom(nemcsak mint termelő, de mint felhasználó is), régi hagyományokkal(népi gyógynövény gyógyászat) és jelentős tudományos eredményekkel és azok felhasználásával is rendelkezik,
* méhészeti nagyhatalom: a világ első 10 piacának egyike, nemcsak mint termelő, de mint felhasználó és exportáló is.
* **Személyes:**
* a Gimnáziumban 3 évig méhész szakköri tagság,
* 70-es években méhtápszer fejlesztésére és gyártására kaptam feladatot a PHYLAXIÁ-ban,
* nagyon sok méhészt ismertem meg, a reklamációk miatt,
* informális Méhegészséügyi felelős voltam a 80-as években, a megyei Állategészségügyi Intézetben,
* **Legyen piaci rés:** PÉLDA: méhek: erről még sok szó lesz.
* **Ne legyen túl sok vagy túl erős ellenérdekelt**: PÉLDA:
* (1) öregkori látást megjavító gyógynövény kivonat – kísérleteket nem engedélyezték;
* (2) gyógynövényes vérnyomáscsökkentő: kísérleteket nem engedélyezték túl sok hazai ellenérdekelt volt
* Humán gyógyászati termékek: nagyon sok a multi ezen a piacon, nagyon sok pénzzel. Kis cégeknek itt kicsi a lehetőség, ezért is váltottunk 1997-ben.
* **Hogyan célszerű elkezdeni?**
* legyen élő kapcsolat a felhasználókkal, hogy reálisan lássuk a problémákat (amikre fókuszálunk,amelyek alapján alakítjuk ki fejlesztéseink célját, a Terméket) :
* azok súlyosságát,
* elterjedtségét és gyakoriságát.
* irodalom-kutatás. Itt megismerhetjük a " tudomány aktuális eredményeit" az adott problémával kapcsolatban. Új ötleteket is kaphatunk a megoldásra,
* konzultáció a felhasználókkal a fejlesztés minden fázisában,
* ahhoz, hogy az adott probléma igazi szakértőivé váljunk, 10.000 óra körüli időt kell eltöltenünk az adott témakörben, kb. 5-10 év alatt(művészet, tudomány, sport vagy akár a kézműipar területén egyaránt).
* **Tesztelés.**
* a módszer nem egyénileg kialakított, hanem szigorú protokoll szerint kívánatos elvégezni gyógyszerfajták szerint(humán,állategészségügyi vagy gyógyszer, gyógyhatású készítmény esetében stb.),
* In vitro (laboratóriumi kísérletek)-in vivo(élő szervezeteken végzett kísérletek) módszerek,
* a kísérletek menete: kísérlet – visszacsatolás(a hatásosság vizsgálata) – módosítás(szükség esetén) –újabb kísérlet(ez ismétlődik a kívánt eredmény eléréséig),
* az fejlesztés alatt álló méhészeti termékeknél(mindegyiknél), semmi információ nem volt a hatásos mennyiségekről – így aztán az első kísérletnél kipusztultak vagy elmenekültek a méhek, míg végül, az ötödére kellett levinni az kiindulási hatóanyag koncentrációt,
* pl. az UROHERB esetében: nem voltak pozitív eredmények először, végül a drog arányát a végsőkig el kellett vinni ahhoz, hogy hatásos legyen a termék (ötször kellett módosítani ahatóanyag koncentrációt). Kellett egy, a termék piacra jutásában érdekelt partner, aki látta benne a perspektívát és pénzügyileg finanszírozta a folyamatos kísérleteket.
* **Termék végső formába öntése.**
* EGAVER-nél rossz volt a gyógyszerforma megválasztása, mert krém formában jobb lett volna,mint a mostani híg, sok problémát okozó folyadék forma. Így utólag az a véleményem,hogy akár többszörös értékesítés lehetett volna a piacon, de akkoriban nem láttam ennek a jelentőségét(a tapasztalat hiánya),
* a MÉHPATIKA esetében : ellenfelek letiltatták az egyik hatóanyagot és utána fél év alatt sikerült kihozni módosított összetétellel, de a régi névvel a terméket(a régi név nagyon fontos, mert ez már be volt vezetve, ez alapján keresték a vevők).Az új hatóanyagra még az első szakirodalmi kutatás során bukkantam rá és eltettem talonba.Ahogy már említettem a szakirodalmazás sokszor kíváló új ötleteket adhat! Amúgy a letiltás oka nem volt valós, de a Hatósággal szemben kivívott "pürrosi" didal nem szokott hosszú életű lenni. Mi sem ezt az utat választottuk!
* **Engedélyeztetés-szabadalmaztatás.**
* a jogszabályi környezetet, napra készen, nagyon kell ismerni,
* példa: MÉHPATIKA: először takarmány kiegészítőként engedélyeztettem, gyorsan meg is kapta az engedélyt, DE az állami támogatás erre nem járt. Gyógyhatású készítményként elismertetni óriási feladat(az előző státuszhoz képest), kb 1 év elveszett, támogatás nélkül, minimális forgalom mellett,
* versenyelőny: NAF-ot eleve úgy fejlesztettük, hogy beleférjen a támogatottak körébe,
* a jogszabály alkalmazókat(Hatóság)szintén nagyon kell ismerni – nem elég, ha igazunk van(lásd a MÉHPATIKA egyik hatóanyagának letiltását),
* versenyelőny: koreai partnerünk nem tudjuk, hogy kinek a sógora, de minden évben megnyeri az állami tendert a termékünkkel: kiszorította a SANOFI-t a piacról, így Korea az elsőszámú piacunk volt az elmúlt 10 évben,
* kudarc: vitamin és mikroelem tablettát akartunk piacra vinni és az engedélyeztetéskor a Hatóság megfúrta, mert a PLUSSZ márkanevű,hasonló indikációs területű termék már engedélyezés alatt állt, a háta mögött sok,sok pénzzel,
* külföldi piacokon helyiekkel kell dolgozni és őket is érdekeltté kell tenni, különben szinte reménytelen az export eredményessége(nyelvi és kapcsolatrendszerbeli hiányok miatt, pl. az engedélyeztetés helyi "specialitásai"...), Erre tipikus példa a MÉHPATIKA USA-beli export engedélyeztetése az ottani Hatóságnál, (FDA)ahok az interjún 8 USA szakértő az egyik oldalon és egy magyar a másikon: a kérdéseket sem értettük (és nem az angol nyelv miatt…).
* **Szabadalmaztatás.**
* **Érdemes-e szabadalmaztatni?**
* pro:jogi védelem(sok,sok pénzért),
* con: nyílt és kutatható lesz, és (általában) NEM tudod az érdekeidet megvédeni(a helyi ismeretek hiánya,nyelvi nehézségek és nem utólsó sorban rengeteg pénz),
* szumma: nekünk(CHEMOR) >20 millió forint ment el (bejelentés,minden évben növekvő fenntartási összegek,egyéb díjak) eddig, de szinte semmi előnyünk belőle. Kis cégnek valószínűleg nem éri meg szabadalmaztatni,
* ha mégis szabadalmaztatsz, akkor profikkal kell dolgozni – Magyarországon viszonylag jó szakmai viszonyok(hozzáértő ügyvédi irodák) vannak, de, rengeteg pénzbe kerül,
* **Piacra vitel.**
* Senki nem harcol úgy a sikeredért, mint Te magad,
* MÉHPATIKA (siker): az egész család szakmai vásárokra járt(hazai,külföldi) járt, így ismertettük meg a piacot a termékekkel,
* UROHERB-UROGIN: átkerült tőlünk egy amerikai forgalmazóhoz, onnan magyar forgalmazóhoz (ott ötödére zuhant az éves forgalom), tovább egy másik magyarhoz, akik felfuttaták megint(de mi állandóan figyeltük a forgalmat és ha baj volt, léptünk egyet),
* Rengeteg ponton el lehet rontani. Példák:
* GOMBAREX(gyógynövény kivonat lábgombára): kzdetben hatalmas forgalom, majd az első hónap után duplájára emelte a forgalmazó az árat és ezzel megnyílt az út a CANESTEN-nek, ami aztán lesöpörte a termékünket a piacról;
* FIT(lábkrém bőrkeményedés,tyúkszem és lábgomba kezelésére): heti 2000 db-ral indult a forgalmazás és Gyártó elrontott 2 sarzsot(megváltoztatta a receptet,anyaghiány miatt), ami miatt szétesett a stabil emulzió és egy használhatatlan termék vált belőle. A reklamációk hatására Forgalmazó lemondott a termékről.Azóta sem sikerült visszakapaszkodni a piacra vele,
* ízesített ásványvíz ötletével bombáztam a magyar Gyártókat, de a 90-es években,de ebben az időszakban, olyan nagy volt(és évről évre bővült)a normák ásványvíz fogyasztás, hogy ez az ötlet akkor nem érdekelte őket(Jó időben, jó helyen kell lenni!Ez esetben az időfaktorral volt a baj.).
* **Állandó kapcsolat és kölcsönös bizalom kell a forgalmazóval.**
* nekik is nagyon érdekeltnek kell lenniük az adott üzletben. A legjobb példa erre a méhészeti termékeink hazai forgalmazója,a TOLNAGRO Kft. Szekszárd,
* legnagyobb a hazai állatgyógyászati piacon,
* mivel már felfuttatott termékeket vettek át, és a magyar méhészeti piac elég nagy ahhoz,hogy megérte felfuttatni ezt a gyógyszerkereskedelmet is(a velünk való kapcsolat előtt gyakorlatilag nem forgalmaztak méhészeti állatgyógyászati készítményeket, manapság, hat év után ők a legnagyobb ilyen jellegű forgalmazók),
* szoros szakmai és bizalmi viszony az ügyvezetővel(partnereik vagyunk az eladások megtervezésében és a napi munkák megbeszélésében egyaránt).
* **Hogy lesz a piaci sikerből tartós profit?**
* **Rendelkezned kell mikrogazdasági ismeretekkel! Enélkül nagyon kockázotossá válik bármilyen gazdasági(a K+F is az!)tevékenység!**
* árrést meg kell őrizni minden áron. Mindenki kérni fog, mindenki le akarja majd nyomni, de végső soron ezen múlik a nyereség,
* a indító ár/árrés nagyon fontos, mert utána szinte lehetetlen emelni,

példa:( Korea) nyolc éven át nem változott az átvételi ár.

* kontrollban kell maradni a saját termékeid felett: jogokat, illetve a jogok érvényesülésének ellenőrzési lehetőségét is fenn kell tartani,
* a forgalmazó a gyártóval csak rajtunk(CHEMOR) keresztül tárgyalhat,vagy bármilyen fajta ügyet is ilyen módon intézhet(természetesen ez csak a közös ügyeinkre vonatkozip),
* példa a rossz kontrollra: a humán gyógyszerek (Egaverr, Uroherb, Urogin, Travello, Epavir): gyártást nem kontrollálhattuk(rossz Szerződés), ezért nincs értékelhető ellenőrzési lehetőségünk a valódi eladott termék mennyiségéről. 20 éve pontosan ugyanannyi az éves forgalmi jutalékunk!Ezért is nagyon fontos a jó Szerződés,
* példa az ellenőrzésre: gyanakodtunk az egyik nemzetközi forgalmazónkra, hogy feketén gyártott, felénk le nem jelentett termékeinket adja el Franciországban. Próbavásárlás, majd laborvizsgálat következett és kiderült, hogy nincs csalás.
* **Kikel dolgozz? Mottó: Ha tejet szeretnél inni, nem biztos, hogy tehenet kell tartanod! Sok munkatárs-sok kiadás-sok gond.Próbálkozz külsősökkel!**
* K+F: milyen laboratóriummal dolgozzunk(ha nincs saját):
* szakmailag jól felkészült munkatársak: meg tudják oldani a nem szokványos problémákat,
* kudarc: NAF kidolgozásakor a korokozó kimutatását és a termék hatásosságát 3 labor is képtelen volt megmérni,
* személyes ismeretség segít az ár leszorításában.
* milyen gyártó partnerrel dolgozzunk:
* fegyelmezett,technológiailag felkészült partner kell,aki az előírásokat betűről, betűre betartja,
* elengedhetetlen a a technológia betanítása és a gyártás állandó ellenőrzése! Ezt mi a kezdetektől így csináljuk és még ennek ellenére is van néha minőségi hiba!
* kell még: forgalmazó(külföd,belföld), szabadalmi ügyvivő, engedélyeztetési szakértő(az a jó,ha Te vagy az!),
* és bármit csinálsz, kell egy jó ügyvéd is. Hosszú távon nem olyan, aki csak Mo-t ismeri, hanem akinek van kitekintése a világra,nyelveket beszél.
* **Mi az, amit ne bízz másra?**
* gondolkodás/probléma megoldás. Erre ne sajnáld az idő! Gondolj a nevezetes 10.000 órára és rájössz, hogy még sokat kell a Problémával foglalkoznod, hogy kiváló légy annak megoldásában,
* a szolgáltatók kiválasztása és szoros kontrollja: a folyamat minden lépését magadénak kell, hogy érezd,
* kifogástalan megállapodásokat kell kötni,
* munka közben, folyamatosan kell minden szolgáltatót ellenőrizned,
* lehetőleg profi munkatársakakal dolgozz(belső,külső),
* légy szívós és tanulj a kudarcokból!

Törökbálint,2013.szeptember-október

 Orbán Gyula

 okl. vegyészmérnök, okl gazd. mérnök