



INDUSTRIJSKO-GOSPODARSKI PREGLED

Uređuje: Dušan Ražem

Hrvatska je jedno od strateški važnih prijateljskih tržišta skopskog Alkaloida

Predsjednik Uprave Alkaloida iz Skopja, Živko Mukaetov već je devet godina čelni čovjek jedne od najvećih makedonskih tvrtki. U razgovoru za Privredni vjesnik govori o poslovanju tog makedonskog farmaceutskeg diva, o njihovoj prisutnosti na hrvatskom tržištu kao i o ulaganjima u proizvodne kapacitete, gdje su u proteklih deset godina uložili oko 100 milijuna eura.

Imate dugu tradiciju na hrvatskom tržištu, kakva su vaša iskustva kad je riječ o poslovanju na njemu, jer se u Hrvatskoj za svakog kupca bore svi veliki međunarodni igrači?

Hrvatska je jedno od naših strateški važnih, tradicionalnih i prijateljskih tržišta, gdje poslujemo od 1969. godine, a u našem uredu u Zagrebu imamo preko 30 zaposlenika. Hrvatska, kao i svako drugo tržište ima svoje specifičnosti. Susrećemo se s lokalnim, jakim regionalnim igračima i moćnim multinacionalnim i generičkim kompanijama, ali uspjeh našeg poslovanja rezultat je timskog rada i proaktivnog marketinškoga koncepta, što je svojevrsna borba za svaki prodani proizvod i za svako tržište. Iako se ponekad susrećemo sa sumnjom vezanom za shvaćanje Alkaloida kao tvrtke koja dolazi iz zemlje u razvoju, u proteklih deset godina uložili smo oko 100 milijuna eura u proizvodne kapacitete, laboratorije za istraživanje i razvoj i odgovarajući softver, što rezultira plasiranjem na tržište proizvoda vrhunske kvalitete, konkurentne svjetskim proizvođačima.

Alkaloid u Hrvatskoj prepoznaju po Caffetinu te po poznatom brendu dječje kozmetike Becutan; smatrate li da ovo tržište dovoljno prepoznaje vaše ostale brendove? Mnogi ističu kako je nužno diverzificirati portfelj da bi se uspjelo na tržištu. Može li se dogoditi da jedna kompanija ima previše brendova?

Dugoročno gledano, potrošači ne biraju anonimne proizvode, već grade odnos s brendovima identificirajući u njima vlastite vrijednosti. Slažem se da je diverzifikacija brenda važna i nužna za uspjeh, ali samo ako je taj brend ispunio svoja obećanja, stvorio odnos s potrošačima u mjeri koja ga na kraju neće razvodniti. Ne samo u Hrvatskoj već i na ostalim regionalnim tržištima potrošači prepoznaju Alkaloid po Caffetinu i po brendu Becutan. Jaki brendovi i tradicija koju imamo u regiji su svakako rezultat kontinuiranog ulaganja i ispunjavanja obećanja vrhunske kvalitete. Becutan je brend čija se tradicija prenosi s generacije na generaciju već četiri desetljeća. Na početku je bilo pet proizvoda za njegu dječje kože, a danas ovaj portfelj sadrži 20 osnovnih vrsta proizvoda s blizu 40 formi. Što se tiče Caffetina, svijest potrošača glede ovog brenda bio je razlog zbog kojeg je Alkaloid odlučio razviti njegove ekstenzije u smjeru novih indikacija. S više od 10 milijardi prodanih tableta tijekom 59 godina postojanja u regiji, a i šire, Caffetin je postao sinonim borbe protiv bolova. Brend je prisutan u zemljama bivše Jugoslavije, Albaniji i Rusiji, a u zadnjih deset godina lansiran je u Bugarsku, Rumunjsku, Ukrajinu, Armeniju i u još nekoliko zemalja ZND-a.

Postoji li s vaše strane određeni vid zajedničke suradnje kad su u pitanju proizvođači iz regije, kako bi se, recimo, zajedno izlazilo na neka treća tržišta kao što je Rusija?

U kontekstu regionalne suradnje Alkaloid, primjerice, niz godina odlično i uspješno surađuje s hrvatskim Belupom, bosanskom Farmavitom, srpskim Hemofarmom, slovenskim Arifarmom i s ostalim farmaceutskim tvrtkama. Kao član upravnih odbora nekoliko ekonomski važnih institucija u Makedoniji i inozemstvu te već devet godina generalni direktor Alkaloida, smatram da je upravo suradnja veoma značajna za unapređenje svakog poslovanja. Ako je izvoz indikator snage svake ekonomije, za lakši i uspješniji pristup novim inozemnim tržištima kompanijama je neophodno udruživanje. *Summit 100* je jedna takva platforma koja na jednom mjestu okuplja poslovne i političke lidere iz Srbije, Hrvatske, Slovenije, Bosne i Hercegovine, Makedonije, Albanije i Crne Gore. Mogućnost ostvarivanja regionalne suradnje za nastup na inozemnim tržištima preko ove platforme do sad su iskoristile tvrtke iz područja građevinarstva, energetike i informatičke tehnologije.

Kako ste uspjeli sve ove tranzicijske godine opstati i poslovati bez potpore nekog velikog međunarodnog igrača?

Ukoliko analizirate strukturu vodećih šest farmaceutskih tvrtki Južnoistočne Europe, samo tri nemaju inozemnog vlasnika, odnosno nisu dio većeg sustava koji bi im olakšao plasman i poslovanje. Alkaloid je neovisan, prilagodljiv i mnogo brži u protoku informacija kao i u proceduri donošenja odluka i to je naša konkurentna prednost. Jačanjem naših pozicija u regiji, boljim pozicioniranjem na tržištima zemalja članica EU-a, ZND-a i u SAD-u te kontinuiranim investiranjem u znanje otvoreni smo za nove sinergije i udruživanja, za daljnje usavršavanje određenih skupina proizvoda te općenito za jačanje brenda Alkaloid izvan granica Makedonije.

Čini se kako vas kriza, koja je posljednjih godina ostavila traga na svima, nije ni okrnula.

U farmaceutskoj industriji postoji prilično pogrešna percepcija da proizvođači lijekova isporučuju pozitivne rezultate u radu, čak i u vrijeme krize. Farmacija je prilično dinamična industrija gdje se ne smije zastati s ulaganjem u opremu, kapacitete, zaposlenike, znanje, praćenje svjetskih trendova i inovacije. Sve to ne bi bilo moguće bez velikih ulaganja u cjelokupni rad. Uspjeh u radu Alkaloida je rezultat, prije svega, u kvaliteti proizvoda, kvaliteti svih zaposlenika, brendu Alkaloid i pojedinačnim brendovima, koje su prije mnogo godina izgradile generacije prije nas. Naše čvrsto opredjeljenje za vrhunsku kvalitetu i savršenstvo u svakom segmentu je ono što je naš putokaz i cilj u radu u ovo vrijeme velike dinamike i brzih promjena. Kontinuirani poslovni uspjeh i održivi razvoj kompanije je direktan rezultat zalaganja cijelog menadžerskog tima koji teži postojanom poboljšanju i promoviranju vrijednosti naše kompanije, integritetu i profesionalnom pristupu.

Kakvi su vam planovi u godinama koje dolaze?

Planiramo zadržati trend organskoga rasta koji imamo u proteklih deset godina, a ukoliko se pojavi interesantna komplementarna tvrtka, ciljamo prema akviziciji izvan Makedonije. U proteklih deset godina plasman Alkaloida s 53 milijuna eura u 2005. godini došao je na skoro 130 milijuna, koliko očekujemo u 2015. Prodaja je rasla u kontinuitetu godinu za godinom, pri čemu smo uspješli održati ravnotežu svojih ciljeva, potreba potrošača, dioničara, zajednice i svih zainteresiranih. Takvi su nam planovi i tijekom 2016. godine, s jasnim ambicijama za godišnji rast od oko 7 %.

Hoće li biti nekih promjena u vašem poslovanju na hrvatskom tržištu?

Zasad Alkaloid plasira 8 % svoje proizvodnje na hrvatsko tržište i ima udio od 1,8 % u segmentu farmaceutike na njemu. Mi smo zadovoljni dosadašnjim radom i ne planiramo neke radikalne promjene, ali u poslovnim relacijama s našim partnerima uvijek se može više i bolje.

Izvor: Privredni vjesnik 3911 od 18. 1. 2016.

JGL ostvario veći prihod i manji gubitak u prvih devet mjeseci 2015. godine

Riječka tvrtka JGL u prvih je devet mjeseci prošle godine ostvarila rast prihoda i mali gubitak. Ukupni prihodi iznosili su 627 milijuna kuna, dok su u istom razdoblju 2014. godine oni bili 495 milijuna kuna, stoji u izvještaju objavljenom na stranicama Zagrebačke burze. No rasli su i ukupni rashodi, na 638 milijuna kuna. U prvih devet mjeseci 2014. godine gubitak JGL-a iznosio je 28,9 milijuna kuna, dok je 2015. godine smanjen na 14 milijuna kuna.

Izvor: Privredni vjesnik 3905 od 7. 12. 2015.

KRKA među najboljim poduzećima u Sloveniji

Najbolji među najboljima u gospodarstvu prepoznaju se po tome što su dobri poslodavci koji dijele dobit i 13. plaću, što su ekološki osjetljivi i u postupcima visoko etični, što ulažu u razvoj, a time i u nova radna mjesta. Da i Slovenija ima poduzeća s tako poželjnim značajkama već treću godinu, pokazuje Delo predstavljajući javnosti slovenske poduzetničke zvijezde, s uvjerenjem da naznačeni uzori mogu i druge ohrabriti na odlučnije poteze u unapređenju poslovanja. Društvo odličnih predvodi Krka. Ništa neobično s obzirom na to da farmaceutska tvrtka iz Novog Mesta, s više od 10 000 zaposlenika u Sloveniji i diljem svijeta, ima impresivnu kadrovsku strukturu. Čak 55 % svih zaposlenika Krke ima fakultetsku naobrazbu (među njima su i 143 doktora znanosti). U Krki radi i 15,4 % s višom te 17,8 % ljudi sa srednjom školskom spremom. Ljude s izobrazbom koja bi bila niža od srednje škole u Krki praktički više ne zapošljavaju. Predsjednik Uprave Jože Colarič smatra da je tajna uspjeha Krke u visokom postotku izrazito motiviranih ljudi koji sebe poistovjećuju s poduzećem. To je onda podloga za ono što se ima, a Krka ima više nego što je uobičajeno za Sloveniju. To su natprosječne plaće, regres i božićnica, a svako polugodište slijedi i nagrada za uspješnost.

Izvor: Franjo Kiseljak, Privredni vjesnik 3907/3908 od 21. 12. 2015.

Oprez s krivotvorenim lijekovima

Tržište krivotvorenih lijekova vrijedi stotine milijardi dolara i ubrzano raste već nekoliko godina. Velike farmaceutske tvrtke poput Pfizer-a su do sada potvrdile prisutnost krivotvorina svojih lijekova u 109 zemalja u kojima je najmanje 78 njihovih lijekova krivotvoreno. Samo ta tvrtka od 2004. godine spriječila je da na tržište izađe više od 210,6 milijuna doza krivotvorenih lijekova.

Ljudi su još odavna svjesni opasnosti od lažnih, šarlatanskih lijekova. No unatoč tome što su toga svjesni više od 25 stoljeća i što je od tada civilizacija znatno napredovala, još uvijek ih muči taj problem. Upravo suprotno od očekivanoga, krivotvorenje lijekova je u porastu i ugrožava zdravlje milijuna bolesnika na svijetu. Nove tehnologije, koje su dostupne mnogima, omogućavaju izradu i kopiranje svega, od naljepnica na proizvodima pa do aktivnih sastojaka specifičnih za svaki lijek. Upravo to krivotvoriteljima omogućuje da krivotvorene lijekove učine naizgled jednakim onim pravima. U isto vrijeme, i rast internetske trgovine omogućio je da se krivotvoreni ili kopirani lijekovi danas mogu kupiti gotovo svugdje jednostavno, jeftino i bez recepta.

Iako točne razmjere krivotvorina nije moguće precizirati, Svjetska zdravstvena organizacija procjenjuje da se na razvijenim tržištima, koje uključuje i hrvatsko, krivotvori do 1 % svih lijekova, a na globalnoj razini oko 10 %. No u nekim dijelovima Azije, Afrike i Latinske Amerike krivotvoreni lijekovi i medicinski proizvodi zauzimaju i do 30 % tržišta. Također prema procjenama Svjetske zdravstvene organizacije, od konzumacije krivotvorenih lijekova svake godine umre do milijun ljudi.

Krivotvoritelji su sve sofisticiraniji i organiziraniji, pa su kriminalna djela povezana s krivotvorenjem lijekova raspoređena u cijelom lancu prodaje od proizvodnje do distribucije. Svoju robu šire i preko nedovoljno reguliranih veletrgovaca i onih koji se bave prepakiranjem, usporedno sa širenjem on-line potrošnje i internetskih ljekarni. Krivotvorenje lijekova donosi gubitak svima, a zaradu samo nekima. Uz gubitke, farmaceutskim tvrtkama se potkopava i povjerenje ljudi u njih, ali i cijeli zdravstveni sustav. No istodobno se ugrožavaju životi najranjivijih skupina ljudi. Troškovi rastu i vladama kao i proizvođačima, no najvažnije je da su krivotvoreni lijekovi ozbiljan rizik za zdravlje onih koji ih koriste. Zavedba za farmaceutsku sigurnost i Svjetska zdravstvena organizacija krivotvorenim lijekovima definiraju one lijekove koji su namjerno i s namjerom prijevarno proizvedeni ili pogrešno označeni kako bi izgledali kao originalno napravljeni proizvodi.

Krivotvoreni lijekovi su lijekovi koji nemaju aktivne sastojke, lijekovi koji imaju previše aktivnih sastojka i lijekovi s opasnim aditivima. To mogu biti kopije originalnih lijekova, koje imaju cijene slične originalu, a on-line prodaja omogućuje im diskretnost, jednostavnost i dostupnost bez liječničkog recepta. Najčešće su tako kopirani originalni lijekovi oni namijenjeni liječenju erektilne disfunkcije. Lijekovi s pravim sastojcima, ali krivotvorenim pakiranjem su i najprodavanija kategorija lijekova u on-line ljekarnama. Prema procjenama, oko 40 % lijekova, a u Europi i do 62 % lijekova koji se prodaju putem interneta je krivotvoreno. Na taj se način samo na tržištu Sjedinjenih Američkih Država u krivotvoriteljske džepove slije i do 30 milijardi dolara. Druga vrsta krivotvorina su lijekovi s pogrešnim aktivnim sastojcima. Posljedica njihova korištenja je veliki rizik od toksičnosti i neželjenih nuspojava, a posebice su česti u Aziji – na tržištima Indije, Pakistana, Bangladeša i Kine. Takvi lijekovi često imaju visok udio primjesa jer je riječ o tzv. garažnoj proizvodnji sa slabim sastojcima i jeftinim pomoćnim tvarima.

Treća vrsta krivotvorina su lijekovi koji u sebi uopće nemaju aktivnih sastojaka, a među njima dominiraju lažni antibiotici, anti-depresivi i biološki lijekovi. Postoje i krivotvorine koje su između ovih prethodnih primjera. Riječ je o krivotvorinama kod kojih su ulazne sirovine odnosno aktivni sastojci identični onima u originalnim lijekovima, no imaju manje ili veće doze aktivne tvari od onoga što piše na pakiranjima proizvoda.

U svijetu je najšire krivotvoren lijek *Viagra* s aktivnom tvari sildenafilom. I inače su među najčešće krivotvorenim lijekovima oni za liječenje erektilne disfunkcije. Krivotvoriteljima je u interesu da kupac od njih više puta kupi proizvod vjerujući da je dobio original pa su i cijene vrlo slične. Pritom se prodavatelji često pretvaraju i da se radi o internetskoj stranici originalnog proizvođača lijeka ili se na njega pozivaju, koristeći se njegovim logotipom i

slično. Prema podacima Interpola, trendovi pokazuju i jačanje krivotvorenja lijekova za smanjenje tjelesne težine, doping-lijekova poput steroida i drugih lijekova za poticanje rasta, a raste i crno tržište lijekova za ublažavanje bolova, narkotika i opioidnih analgetika te anksiolitika. No istodobno krivotvore se i lijekovi koji spašavaju život, među kojima su i oni za liječenje raka, srčanih i drugih ozbiljnih oboljenja.

Situacija u Hrvatskoj

Na hrvatskom tržištu se najčešće nađu kopije lijekova za erektilnu disfunkciju ili je riječ o sredstvima za mršavljenje te anabolicima i diureticima, ističe Rajka Truban Žulj, voditeljica službenog laboratorija u hrvatskoj Agenciji za lijekove i medicinske proizvode (HALMED). "Riječ je uglavnom o lijekovima koji se izdaju na liječnički recept i ne mogu se kupiti u ljekarni bez recepta. Upravo to tjera pacijente da ga kupuju preko interneta ili drugih ilegalnih izvora", naglašava Rajka Truban Žulj.

Iako među njima može biti lijekova koji su identični originalu po sadržaju i djelovanju, njihovi korisnici moraju biti oprezni. "I oni potpuno legalni lijekovi moraju se koristiti pod nadzorom liječnika, a s onima kojima je sastav upitan situacija se višestruko pogoršava. Čest je slučaj da kopije sildenafil, aktivnog sastojka Viagre, mogu imati višestruko veće doze pa je posljedica njihova korištenja infarkt, dok preparati za mršavljenje mogu izazvati depresivna stanja, pa su nuspojave vrlo ozbiljne", kaže Rajka Truban Žulj.

Iako u legalnom lancu prodaje u nas gotovo nigdje nema krivotvorina, stručnjaci upozoravaju kako je uzimati lijek kupljen preko oglasa na autobusnoj postaji sigurno vrlo rizično. "Da bi neki lijek dospio na tržište, mora proći opsežne provjere pri HALMED-u te zadovoljiti postavljene stroge zahtjeve kvalitete, sigurnosti i djelotvornosti. Odobravanjem lijekova nadzor nad njima ne prestaje, već se neprekidno prate kroz provjere kvalitete iz prometa te prikupljanja i analize prijavljenih sumnji na nuspojave", zaključuje Rajka Truban Žulj.

Izvor: Krešimir Sočković, Privredni vjesnik 3912 od 25. 1. 2015.

Stalni rast SAPONIJE

Od kada je 1998. godine privatizirana, jedna od perjanica osječke industrije – Saponia – iz godine u godinu bilježi snažan investicijsko-razvojni ciklus. Osnovana prije 122 godine, davne 1894., Saponia je nadživjela mnoge velike i male državne sustave. Povezivala se i surađivala s velikim koncernima poput Schichta, Lever Brothersa i Unilevera, a danas samostalno uspješno pliva u moru konkurencije svjetskih tvrtki sličnog proizvodnog spektra. Konkretno, u prvih devet mjeseci prošle godine (prema financijskom izvješću), Saponia je ostvarila ukupni prihod od 566,8 milijuna kuna, što je rast od 6,7 % u odnosu na isto razdoblje godinu dana ranije. U istom je razdoblju ostvarena dobit prije oporezivanja od 12,8 milijuna kuna ili 2,3 % više na godišnjoj razini. "Takav rezultat potvrđuju dobro provedene poslovne strategije usmjerene ponajprije na ulaganje u istraživanje i razvoj novih proizvoda, razvijanje proaktivnog odnosa s potrošačima i partnerskog odnosa s našim kupcima, brze i kontinuirane prilagodbe tehnološkim promjenama kroz investiranje i modernizaciju poslovnih procesa, kao i aktivno i promišljeno upravljanje troškovima poslovanja, financijskom imovinom i obvezama", pojašnjava Damir Skender, predsjednik Uprave Saponije, dodajući kako istim intenzitetom aktivnosti kojima osvaja hrvatsko tržište Saponia nastupa i na izvoznim tržištima, a osobito na tržištima tzv. regije Adria gdje ostvaruje polovinu prihoda. "Kontinuiran rast i poslovni uspjeh teško se može održati bez kvalitetne tehnološke podloge. Stoga nam je investiranje u modernizaciju proizvodnih procesa jedan od strateških prioriteta, te se investicijski ciklus u Saponiji ne zaustavlja. Uz ulaganja u samu proizvodnju i pakiranje deterdženata, ulažemo i u pogon za proizvodnju plastične ambalaže za tekuće deterdžente, a u 2016. godini planiramo daljnje proširenje kapaciteta proizvodnje kako bismo mogli pratiti planiranu stopu rasta prodaje", kaže Skender. Inače, Saponia zapošljava nešto više od 800 radnika.

Izvor: Privredni vjesnik 3910 od 11. 1. 2016.



TEHNOLOŠKE ZABILJEŠKE

Uređuje: Dušan Ražem

Periodnom sustavu dodana četiri nova elementa

Sedma perioda periodnog sustava kemijskih elemenata konačno je popunjena budući da su potvrđena otkrića četiri superteška elementa, koja su napravili znanstvenici u Americi, Rusiji i Japanu. Otkrića je 30. prosinca 2015. potvrdila Međunarodna unija za čistu i primijenjenu kemiju (IUPAC), a četiri nova elementa prvi su koji se dodaju periodnoj tablici elemenata poslije 2011. Dva izvještaja u kojima će biti izneseni detalji otkrića bit će objavljeni u IUPAC-ovom časopisu *Pure and Applied Chemistry*.

Najteži element u prirodi je uranij (atomski ili redni broj 92). Svi elementi teži od uranija moraju se napraviti u laboratoriju sudaranjem po dvije lakše jezgre u jednu "supertešku" umjetnu jezgru. Mnogobrojni protoni u superteškim jezgrama međusobno se odbijaju, pa jezgre postoje vrlo kratko vrijeme, djelić sekunde, prije nego što se raspadnu na stabilnije elemente. I sva četiri nova elementa su umjetna. Tri su napravili ruski i američki znanstvenici

iz Združenog instituta za nuklearna istraživanja u Dubni odnosno iz Nacionalnog laboratorija Lawrence u Livermoreu, Kalifornija, a japanski znanstvenici iz Instituta Riken napravili su jedan.

Iako je IUPAC upravo odobrio njihovo uključivanje u periodni sustav elemenata, svi oni otkriveni su ranije – neki i prije više godina. Na primjer, ruski znanstvenici tvrdili su da su napravili element 115 još 2003. godine. Međutim, da bi IUPAC priznao otkriće, trebalo ga je potvrditi više nezavisnih laboratorija, što nije bilo lak zadatak jer njegovo vrijeme poluraspada iznosi svega 173 milisekunde. Element 117, koji ima još kraće vrijeme poluraspada, 50 milisekunda, otkrio je zajednički rusko-američki tim 2010., kao i element 118. Japanci su zaslužni za otkriće elementa 113.

Elementi su dobili privremena imena, dok istraživački timovi koji su ih otkrili ne predlože njihova stalna imena. Privremena imena odražavaju redne brojeve novih elemenata: ununtrij (što na latinskom znači 1–1–3, privremeni simbol Uut, za element rednog