



Istraživački projekt BioProspecting Jadranskog mora na Institutu Ruđer Bošković

Na Institutu Ruđer Bošković, vodećoj hrvatskoj znanstveno istraživačkoj instituciji, predstavljen je projekt BioProspecting Jadranskog mora za koji su dodijeljena bespovratna sredstva u vrijednosti 36,9 milijuna kuna u cijelosti financirana iz Europskog fonda za regionalni razvoj. Projekt se odnosi na jačanje kapaciteta Centra izvrsnosti za bioprospecting mora (BioProCro) pod vodstvom dr.sc. Rozelindre Čož Rakovac, provođenjem vrhunskih interdisciplinarnih istraživanja u području biotehnologije mora s ciljem dobivanja biološki aktivnih molekula poželjnih svojstava za primjenu u farmaceutskoj, prehrambenoj i kozmetičkoj industriji. Njime će se ostvariti suradnja s međunarodnim institucijama te omogućiti transfer tehnologije u gospodarstvo, jer biotehnološka industrija prirodnih spojeva predstavlja brzorastuće tržište koje će značajno pomoći i u rastu cjelokupnog hrvatskog gospodarstva.

Izvor: [Privredni vjesnik, broj 4012](#)

Proizvodnja plastične ambalaže Credo Osijek

Tvrtku Credo koja ima sjedište u Osijeku, a proizvodni pogon u Belom Manastiru osnovao je 1992. godine Anton Stakor. Stakor ponosno voli reći da nije trgovac, nego se isključivo bavi proizvodnjom. Credo uglavnom proizvodi Bag-in-Box ambalažu, točnije, vrećice smještene u kartonsku kutiju. Proizvodi ove tvrtke najviše se primjenjuju u proizvodnji vina i voćnih sokova, a u posljednje vrijeme u njih se stavlja maslinovo ulje, jaja, kečap, krumpir za pomfrit... Na domaćem tržištu nema konkurenciju jer ih nitko ne proizvodi, a konkurencija mu je ponajviše uvoz te ambalaže iz Bugarske.

“Imamo i novi projekt koji nema još nitko. Riječ je o proizvodnji vrećica odnosno Bag-in-Boxa namijenjenih gaziranim pićima i pjenušavim vinima. Vrećice mogu izdržati pritisak do osam bara i u potpunosti zamjenjuju aluminijsku i metalnu ambalažu, tako da proizvođači ostvaruju ogromne uštede. Završili smo 90 % projekta, a treba nam još malo jer projekt zahtijeva velika sredstva odnosno velika ulaganja”, ističe Anton Stakor, vlasnik i direktor tvrtke, dodajući da je potrebno izgraditi novi pogon i kupiti nove strojeve. “Projekt smo doveli do faze proizvodnje manjih količina, ali za masovnu proizvodnju – tu mislim na proizvodnju za velike pivovare ili pak Coca-Colu. Treba nam investicija, i stoga tražimo investitora jer projekt zahtijeva značajna sredstva”, pojašnjava Stakor koji smatra da bi investicija u ovaj projekt i novi pogon trebala iznositi od pet do 10 milijuna eura. Do sada je njegova tvrtka u gradnju i opremanje postojećeg pogona investirala oko dva milijuna eura.

Problemi u poslovanju su, kaže Stakor, klasični problemi hrvatskih proizvođača. “Najveći nam je problem naplata potraživanja. Drugi problem je percepcija dijela hrvatskih poduzetnika da su uvozni proizvodi, kad je riječ o ambalaži, kvalitetniji od domaćih”, ističe on dodajući da više proizvodnog asortimana prodaje u inozemstvu nego u Hrvatskoj. Smatra i da je zbog avansnog plaćanja lakše raditi u inozemstvu nego na domaćem tržištu. Credo izvozi u BiH, Mađarsku, Srbiju, Austriju, Sloveniju..., dok

su njihovi ključni kupci u Hrvatskoj vinarije, proizvođači voćnih sokova, kečapa... “Proizvodimo vrećice za jaja za jednog domaćeg i jednog austrijskog proizvođača jaja. Čak jedan kupac iz Austrije stavlja pripremljeni krumpir za pomfrit u naše vrećice”, dodaje Stakor.

Credo ostvaruje godišnji promet od oko 1,5 milijuna eura. Trenutačno tvrtka zapošljava 11 radnika, a Stakor kaže da je to i malo i puno. Malo je jer, kaže, Credo ima velike mogućnosti i perspektivu, a puno jer su obveze velike. “Mala smo tvrtka velikih mogućnosti”, naglašava Stakor. Credo u jednoj smjeni trenutačno može proizvesti gotovo 15 000 vrećica, a kada se realizira projekt, kapacitet proizvodnje bi se uvišestručio.

Izvor: [Privredni vjesnik, broj 4004](#)

Jesmo li spremni za novu automobilsku revoluciju

Ma koliko hrvatski ljubitelji vozila s unutarnjim izgaranjem bili skeptični i odbijali to prihvatiti, budućnost u kojoj će svako drugo vozilo na našim cestama biti električno ili hibridno bliža je nego što to možemo zamisliti. Prema netom objavljenom istraživanju The Boston Consulting Group, hibridna i u cijelosti električna vozila će do 2030. preuzeti polovinu globalnog tržišta vozila.

Ta će se transformacija događati tijekom sljedećih 12 godina u tri faze. Do 2020. će vozila s unutarnjim izgaranjem zbog visoke cijene električnih vozila i predugog roka povrata ulaganja čak i uz poticaje ostati dominantna. Uz to, mnogi proizvođači s napretkom tehnologije i dalje uspijevaju zadovoljiti visoke regulatorne zahtjeve koji su slijedom članstva u EU-u na snazi i u Hrvatskoj. Upravo će regulatorni zahtjevi za zaštitu okoliša, ne samo u Europi, biti okidač druge faze i rasta udjela električnih vozila na globalnom tržištu, ali u kombinaciji s nastavkom poticaja za kupovinu električnih vozila. Treba naglasiti kako tu neće biti riječ o vozilima koja su pogonjena isključivo baterijama, već o kombinaciji tzv. potpunih hibrida, djelomičnih ili 48-voltnih hibrida, plug-in hibrida i automobila na baterijski pogon.

Za hrvatske potrošače jedna od najzanimljivijih promjena, odnosno jedna od onih koja će i globalno uzeti maha je pad udjela vozila s unutarnjim izgaranjem na dizel gorivo. Oni koji prate trendove u automobilskoj industriji zasigurno su zapazili da se dobar broj europskih proizvođača automobila obvezao smanjiti dostupnost dizel vozila u svojoj gami, a na to ih potiču i regulatori za zaštitu okoliša. U Europi su dizel vozila 2016. držala 48 % tržišta, a taj će udjel do 2020. pasti na 36 %. Glavna prepreka bržem usvajanju električnih vozila svakako je cijena vozila u kojoj je najveća stavka baterija. No ona danas pada osjetno brže od očekivanja, pa će cijena troška baterija po kilovatsatu pasti između 80 i 105 dolara do 2025. i između 70 i 90 dolara do 2030. godine. Tek kad alternativni izvori energije, poput nuklearne, vjetera i solarne, postanu ključni faktori u stvaranju električne energije u najvećim svjetskim ekonomijama poput Kine i SAD-a, tad će električna vozila imati osjetan utjecaj na smanjivanje razine stakleničkih plinova u atmosferi.

No gledajući cijeli svijet, situacija će tijekom sljedećih 12 godina biti šarolika. U Kini, gdje je cijena goriva visoka, a cijena električne energije niska, uz činjenicu da kineski vozači rade znatno

više kilometara u usporedbi s Europljanima, usvajanje električnih vozila ići će brže, barem do 2025., kad će se ono ubrzati, pa će električna vozila u Europi do 2030. doseći trećinu tržišta. Najveći će rast broja električnih vozila biti u segmentima manjih vozila: do 2030. vozila u C segmentu bit će gotovo u cijelosti električna, dok će vozila s unutarnjim izgaranjem ostati glavna za srednja gospodarska vozila i tzv. Pickup-vozila. Hibridi će dominirati japanskim tržištem, gdje će do 2030. doseći 55 %. Jedan od iznimno važnih faktora rasta udjela električnih vozila je i promjena modela vlasništva i korištenja vozila. S jedne strane, modeli dijeljenja vozila poticat će vlasnike automobilske flota na uvođenje električnih vozila jer će trošak vlasništva zbog velike kilometraže biti isplativ u odnosu na vozila s unutarnjim izgaranjem, a s druge strane, skori dolazak autonomnih vozila, najprije upravo u segmentu dijeljenja vozila i taksi-usluga, povećat će njihov udjel na tržištu.

Hrvatski potrošači tome će se trendu vjerojatno pridruživati nešto sporije od ostatka Europe zbog niže kupovne moći, ali nova automobilska revolucija ipak otvara prilike za hrvatsko gospodarstvo. Uz hrvatske Rimac Automobile, globalnog pionira u razvoju tehnologija baterija za autoindustriju, hrvatski sektor IT-a, posebno oni koji već imaju iskustva s autoindustrijom, mora tražiti prilike za izradu komplementarnih softverskih rješenja za autoindustriju. Za to svakako imaju dovoljno znanja.

Izvor: Tomislav Čorak, Privredni vjesnik, broj 4007

Stražaplastika, Hum na Sutli

Stražaplastika iz Huma na Sutli jedna je od najstarijih tvornica plastike u Hrvatskoj, ali i u ovom dijelu Europe. S radom su započeli 1958. godine, danas zapošljavaju 250 radnika i proizvode širok asortiman plastičnih proizvoda – od autodijelova do gajbi za piće. Prihodi im konstantno rastu, prošle godine su se kretali oko 12,5 milijuna eura, od čega je na izvoz otpalo 8,5 milijuna ili oko 70 %.

Stražaplastika se razvijala u okviru tvornice stakla Vetropack Straža kao dio dopunskog programa za opremanje boca. Program se postupno širio na proizvodnju bakelita, na program izrade donjih dijelova cipela odnosno industriju kože i obuće te na opletanje staklenih balona vrbovom šibom odnosno kasnije plastičnim trakama.

Širenje proizvodnog programa

Desetak godina nakon osnutka usvaja se program izrade plastične transportne ambalaže a 1967. godine prelazi se na sadašnju lokaciju u Humu na Sutli zvanu Dreža. Godinu potom započelo se s proizvodnjom mikroseparatora. Time se ulazi u proizvodni program povezan uz akumulatorsku industriju, koji se 1976. godine upotpunjuje programom izrade akumulatorskih kutija i poklopaca. U 1970. godini započeli su s proizvodnjom puhanih i ekstrudiranih proizvoda, dok značajniji rast proizvodnje, osobito plastičnih boca, dostižu desetak godina kasnije.

Sredinom 80-ih godina instaliraju se dvije nove linije za proizvodnju mikroseparatora, čime se osjetno povećavaju kapaciteti i taj program postaje u tom trenutku iznimno značajan za tvrtku. Tijekom izrazito teških ratnih godina ulagali su u postrojenje za izradu i tisak jednoslojnih i višeslojnih tuba, a koje tek u najnovije vrijeme dobivaju svoje pravo tržišno mjesto.

“Od 2012. proizvodimo komunalnu opremu, u taj segment smo investirali oko 15 milijuna kuna, a planiramo još pet u skoroj budućnosti. Želimo uvjeriti domaće kupce da domaće proizvodnja itekako ima što ponuditi. U našoj tvrtki se mogu iz prve ruke uvjeriti da mi u Hrvatskoj možemo napraviti itekako kvalitetan proizvod. U Hrvatskoj još uvijek vlada averzija prema domaćim proizvođačima pa se oslanjamo na uvoz, a to nije dobro”, izjavio je direktor Stražaplastike i predsjednik Udruženja industrije plastike i gume pri HGK-u Josip Grilec.

Ističe važnost Komore jer može donijeti mnogo dobrog a onima koji znaju iskoristiti sve usluge koje nudi svojim članicama. “Članovi Komore moraju biti aktivni unutar sustava kako bi ostvarili svoje ciljeve. Princip je jednostavan: ako ne tražite, nećete ništa ni dobiti, zato morate biti proaktivni i iskoristiti ono što dobro razvijena komorska infrastruktura nudi”, poručio je Grilec.

Stražaplastika posjeduje sve potrebne certifikate o kvaliteti, a ekološka osviještenost ogleda se i u njihovim pogonima za recikliranje plastičnih proizvoda koji se ponovno koriste za manje zahtjevne stvari. Primjerice, u pekarstvu moraju upotrebljavati čistu sirovinu, dok u drugim, manje zahtjevnim proizvodima, upotrebljavaju od 30 do 50 % reciklata. “Plastika se često demonizira, ali ona je zapravo najprihvatljivija za okoliš. Pri njevoj proizvodnji ne troši se puno energije, karbonski otisak nije velik, ona je zapravo ekološki čista”, pojasnio je Grilec koji je svoje izlaganje o tvrtki održao za jednom od najosebujnijih govornica koje smo imali prilike vidjeti, a radilo se o kanti za smeće iz vlastite proizvodnje.

U planu mnogo projekata

Njihova linija za tiskanje i graviranje logotipa na nosiljke i gajbe iznimno je kompaktna i posebno kvalitetna, a asortiman tuba mogu otisnuti u šest boja i dekorirati zlatnom folijom. Uz palete, gajbe, tube, slamke i kutije za akumulatore svoj asortiman su proširili i jednim pametnim proizvodom – nosiljkama s RFID-čipom. Čip je ubrizgan u proizvod pri izradi i olakšava logistiku komunicirajući s okolinom. Na naše pitanje o budućim investicijama Grilec odgovara kako im se planovi tvrtke iz godine u godinu nadopunjavaju i praktički nemaju čistog prelaska iz jedne u drugu sezonu. Investicije se jednostavno stapaju u jedan dugotrajan proces.

“Imamo dosta projekata koji će biti realizirani ove godine, ali i onih koji će se protegnuti na par godina. Konkretno, ove godine ćemo investirati u jedan model kante za otpad od 80 l, s kojom se pokušavamo probiti na domaćem tržištu. Nedavno smo izgradili halu u kojoj imamo prostora za još jedan moderan stroj za proizvodnju kontejnera od 1100 l, a riječ je o investiciji većoj od 20 milijuna kuna i u nju krećemo čim zatvorimo financijsku konstrukciju. Naravno, osim kontejnera, tu se mogu proizvoditi i boks palete za poljoprivredu, voćarstvo i skladištenje. Znači, bit će široka namjena, ali još uvijek gledamo kako namaknuti kapital. Samostalno trenutačno nemamo snage za takvu investiciju, ali tražimo načine kroz strukturne fondove i druge izvore pa se nadam da će ulaganje krenuti već ove godine”, istaknuo je Grilec dodavši kako bi uz nove investicije lako mogli zaposliti i još nekoliko desetaka radnika, ali zasad to odgađaju jer bi time prešli u kategoriju velikih tvrtki i u smislu birokracije imali drugačiji tretman, odnosno povećane troškove.

Izvor: Miro Soldić, Privredni vjesnik, broj 4015