

cijalno/razlikovno). "Diferencijalno" se ustalilo kao prijevod za *differential* u metodi diferencijalne/razlikovne pretražne analize (DSC). No, kako naglašava engleska literatura o toj metodi, tu *differential* nije matematički diferencijal (derivacija) već pridjev od *difference* – "razlika". Kako se u hrvatskom pridjev diferencijalni uglavnom odnosi na diferencijale (npr. diferencijalni račun), nakon konzultacije s matematičarima odlučila sam se za prijevod "razlikovno" da bi se naglasilo tu razliku. Svjesna sam da predloženi naziv možda neće biti prihvaćen (ne bi bila prva IUPAC-ova preporuka koja nije zaživjela), ali ovako sam mu barem pružila priliku da se ukorijeni. Više se ne može ni očekivati.

Svaki pravi leksikograf će potvrditi\*\*\* da rječnici ne propisuju značenje riječi, samo opisuju u kojem se značenju riječi rabe. Značenje riječi mijenja se s vremenom, gubi se izvorna logika njihove tvorbe i ostaje samo praktični ispit svakodnevne uporabe. Riječi koje se rabe ostaju, dok se one koje se ne rabe gube, ma koliko logički i jezično bile bolje od svojih suparnica. Srećom, to ne sprječava entuzijaste da i dalje iskopavaju stare i kuju nove riječi, u nastojanju da što preciznije razgraniče i što više razbistre značenje pojedinih pojmova. Možda im se posreći da baš "njihova" riječ uđe u buduće rječnike, postane još jedna ciglica u zdanju hrvatskoga strukovnoga nazivlja.

\*\*\* Kako je to lijepo definirao leksikograf Samuel Johnson u svom Rječniku engleskog jezika iz 1755.: leksikograf – pisac rječnika; bezazlen radnik koji crnči tragajući za izvornikom riječi i potanko opisujući njihovo značenje.



## INDUSTRIJSKO-GOSPODARSKI PREGLED

Uređuje: Dušan Ražem

### Farmaceutska tvrtka Adrialab, tvrtka kći JGL

Farmaceutska tvrtka JGL predstavila je tvrtku kćer Adrialab, koja je i osnovana s ciljem preuzimanja tradicionalnog dijela portfelja JGL-a. Investicija je vrijedna više od 15 milijuna kuna, a u cjelini se odnosi na pokretanje suvremene proizvodnje na lokaciji Pula-Rijeka, gdje je svoj poslovni put započeo i JGL. Najveći dio proizvodne investicije otpada na čiste sobe, procesnu i laboratorijsku opremu u iznosu od 13,4 milijuna kuna. Dodatnih 1,6 milijuna kuna uloženo je u informatičke sustave za upravljanje proizvodnjom. Vedrana Kuzmić Vrbanović, direktorica Adrialaba, kaže kako je tvrtka u stopostotnom vlasništvu JGL-a. "U Adrialabu će se proizvoditi polučvrsti oblici kao što su masti, kreme i paste te nesterilne otopine poput sirupa, kapi i losiona za prodaju u ljekarničkim kanalima, ali i trgovačkoj mreži", napominje dodajući kako će proizvodnja obuhvatiti brendove među kojima se ističu Dječja mast JGL, linija proizvoda kozmetike, kapi i čajeva Holyplant, proizvodi za higijenu nosne šupljine Nasine i zaštita od komaraca Dr. Bezz. Tvrtka je, nastavlja Vedrana Kuzmić Vrbanović, osnovana u srpnju 2013. Izgradnja proizvodnog pogona počela je u siječnju 2014. kada su ishodene dozvole. Vlastita proizvodnja, pak, krenula je u siječnju. "Od ukupnih proizvodnih kapaciteta, 75 posto namijenjeno je za vlastitu, a 25 posto za ugovornu proizvodnju", naglašava direktorica Adrialaba.

U Adrialabu je trenutačno zaposlena 21 osoba, mahom iz JGL-a, a direktorica ističe "Vjerujem kako ćemo s razvojem pogona vrlo brzo imati i potrebu za novim kadrovima". Planirani prihod u 2015. godini trebao bi se kretati oko 20 milijuna kuna. Važno je naglasiti i to da tvrtka želi osnažiti regionalnu prisutnost i ne krije izvornu orijentaciju. "Trenutačno, izvoz nam nije velik, kreće se ispod pet posto i stoga nam je cilj pojačati ga", otkriva direktorica.

Ivo Usmiani, predsjednik Upravnog odbora JGL-a, ističe kako je Adrialab jedan od tri strateška projekta tvrtke, koja je osnovana 1991. godine kao mali laboratorij, dok je danas druga farmaceutska tvrtka u Hrvatskoj, s oko 1000 zaposlenika. "Prvi projekt je izgradnja proizvodnog pogona Pharma Valley u Svilnom, koji Rijeci vraća industrijski štih. Drugi projekt je Beograd Sopot, proizvodna hala koja je kupljena od tvrtke BG Pharm", kaže Usmiani, dodajući da se u trećem projektu Adrialab želi stvoriti baza kako bi se

ta novoosnovana tvrtka, koja je implementirala visoke standarde dobre proizvođačke prakse, mogla što bolje razvijati samostalno.

Usmiani je dodao i to kako je tvrtka JGL u krizi udvostručila prihode i da je dosegla 800 milijuna kuna ukupnih prihoda. Međutim 2014. bila je godina smanjenja prihoda od osam posto. Razlog tome padu je geopolitička situacija i kriza u odnosima između Rusije i Ukrajine, koje su za JGL vrlo važna tržišta. "Ali, mislim kako smo uspješno izdržali prvi udar te krize te da moramo i dalje biti maksimalno oprezni", naglašava Usmiani, dodajući kako JGL s dobavljačima ima dobre odnose. "Oni rastu skupa s nama. Na koncu, cijeli proces od nabave do realizacije nekog proizvoda je zapravo jedan lanac, tako treba na to gledati i svi u njemu moraju biti uštimani i optimizirani", kaže Usmiani. Farmaceutska industrija je u Industrijskoj strategiji Hrvatske 2014. – 2020. prepoznata kao jedan od pokretača ekonomskoga rasta. No, napominje Usmiani, to nije podržano niti jednom provedbenom mjerom. "Već tri-četiri godine padaju cijene lijekova koje su došle do apsurdna. Dakle, stanje je neprihvatljivo i neodrživo. Problem jest i taj da cijene u Hrvatskoj, na žalost, ulaze kao referentne cijene u regiji – Srbiji, Bosni i Hercegovini te Makedoniji, što nas dodatno ruši na tim tržištima", zaključuje Usmiani.

Izvor: Boris Odorić, Privredni vjesnik 3867 od 9. 3. 2015.

### Belupo gradi dvije nove tvornice

Koprivnički Belupo, dio Grupe Podravka, do kraja godine planira staviti pod krov dvije nove tvornice u vrijednosti od 50 milijuna eura (oko 380 milijuna kuna), a Ministarstvo gospodarstva odobrilo im je maksimalni iznos potpore za takav pothvat od 163,7 milijuna kuna. Ostatak investicije tvrtka će osigurati vlastitim novcem i bankovnim kreditima.

U tim tvornicama proizvodit će se kruti i tekući lijekovi. Iz Belupa objašnjavaju da će državne poticaje moći koristiti deset godina kroz smanjenu stopu poreza na dobit. Zvonimir Mršić, predsjednik Uprave grupe Podravka izjavio je da je riječ o najznačajnijoj *greenfield* investiciji u Hrvatskoj u ovoj godini, čiji se potpuni dovršetak očekuje u prvom kvartalu 2017.

Osim postojećeg portfelja namjera nam je u novim tvornicama usvojiti i nove tehnologije te otvoriti potencijal za uvrštenje novih proizvoda, pozicionirati se na nova tržišta te proizvoditi nove farmaceutске oblike lijekova – izjavio je Hrvoje Kolarić, predsjednik Uprave Belupa. Konceptualni dizajn tvornica izradila je slovenska tvrtka Trac, a projektiranje te instalacije hrvatski Ekonerg, dok je za uređenje čistih prostora angažirana talijanska tvrtka CSV Life Science.

Izvor: Jutarnji list (D.R.) 5987 od 4., 5. i 6. 4. 2015.

## Gubitak Petrokemije

Petrokemija je u 2014. ostvarila 2,2 milijarde kuna prihoda i 2,6 milijardi kuna ukupnih rashoda, te je iskazala gubitak u poslovanju od 360,7 milijuna kuna ili 16,1 posto. Od tog iznosa 100,4 milijuna kuna odnosi se na isplatu poticajnih otpremnina. Na godišnjoj razini ukupni prihodi manji su za 12,6 posto u odnosu na 2013., a ukupni rashodi za 10 posto.

Izvor: Privredni vjesnik 3864 od 16. 2. 2015.

## Ivanal dobiva odlične ocjene, ali novac odlazi drugima

Ivanal je 1937. godine osnovao Rikard Ivanović, djed sadašnjeg direktora Vladimira Ivanovića. Tvrtka je konfiscirana 1945., a vratio ju je Vladimirov otac Marko uz dogovor s TLM-om i Hrvatskim fondom za privatizaciju 2003. godine. Od tada je tvrtka u vlasništvu obitelji Ivanović. Kroz svoju dugu povijest prolazila je kroz različita tehnološko-proizvodna razdoblja – od proizvođača primarnog aluminijskog za elektrolizu u Lozovcu, preko proizvodnje sekundarne aluminijske legure, pa sve do danas kada se bavi proizvodnjom gotovih proizvoda aluminijskog tlačnog lijeva te strojnom obradom aluminijskih odljevaka.

### Zašto ste se preselili?

– Stara lokacija u Lozovcu nije bila adekvatna za tehnologiju koju imamo. Hale su bile prilagođene proizvodnji primarnog aluminijskog. Uglavnom, to su bili neadekvatni prostori za organizaciju proizvodnje na današnjoj razini. Napravili smo moderan koncept proizvodnog pogona kako bismo dobili i nove kupce, što na prijašnjoj lokaciji nije bilo moguće. Ukupno smo uložili pet milijuna eura u preseljenje, gradnju novog objekta u šibenskoj poslovnoj zoni Podi te kupnju nove opreme. Podrazumijeva se da ulažemo u prosjeku nekoliko stotina tisuća eura godišnje u novu opremu i edukaciju radnika, iako smo se 2009. godine potpuno modernizirali.

### Jeste li se preselili u pravom trenutku?

– Preselili smo se u najdelikatnijem trenutku jer je kriza počela, baš u trenutku kada smo mi realizirali 90 posto investicije. Već smo izgradili novu halu te nabavili opremu jer se ona mora ranije naručiti. U tom trenutku krize koja je najstrašnija pogodila autoindustriju, promet nam je pao s nekakvih sedam milijuna na tri milijuna eura, a broj radnika nam se smanjio s 90 čaka na 60. Znači, nije to baš bio pogodan trenutak, ali smo odluku donijeli ranije tako da nije bilo moguće zaustaviti tu investiciju.

### Kada je počeo oporavak?

– Oporavak je lagano počeo 2011. godine. Nakon toga smo počeli rasti. Pridobili smo šest-sedam ozbiljnih kupaca iz autoindustrije, industrije telekomunikacija i elektroindustrije. Otvorili smo nova tržišta što je rezultiralo povećanjem prometa na 7,5 milijuna eura i porastom broja zaposlenih. Trenutačno zapošljavamo oko 130 radnika. U ovih desetak godina napravili smo i zaokret kad je riječ o dobnoj i stručnoj strukturi radnika.

### Što očekujete u ovoj godini?

– Za ovu godinu imamo odlične najave tako da će nam porasti i

promet i broj zaposlenih. U narednih godinu-dvije započeo ćemo serijski isporučivati desetak novih proizvoda koje do sada nismo nudili. Realno bi nam promet trebao za dvije godine prijeći 10 milijuna eura što bi bio rast od 50 posto uz rast zaposlenika od 15 do 20 posto. U idealnoj situaciji mogao bi nam se promet skoro udvostručiti jer količine ovise o našim kupcima i njihovim strategijama. Okrenuli smo se novim industrijama i nekim novim tehnologijama.

### Koliko imate osiguranog posla?

– Svi ugovori koje imamo su dugoročni. Znači, kada pridobijete povjerenje kupca, on vas neće napustiti. Morate imati kvalitetnu proizvodnju i morate ispoštovati rokove te stavke ugovora. Cijene su možda predmet nekih rasprava, ali profit možete ostvariti tako da inovacijama ili boljom organizacijom ostvarite uštede. Ugovaramo nove projekte, a za njihovu realizaciju nekada je potrebno i godinu dana. Za izradu alata za neke proizvode potrebno je nekoliko mjeseci, potom slijedi procedura odobravanja kvalitete te svega ostalog. Serijska proizvodnja kreće po odobrenju.

### Tko vas financijski prati u razvijanju takvih projekata?

– Projekte uglavnom financiramo sami iz vlastitih rezervi. Doduše, u serijskoj proizvodnji nadomjestite te troškove. Ulaže se vrijeme, rad, energija, novac...

### Kakva je situacija s poticajima?

– Unazad tri godine nismo dobili nikakve poticaje. Dovoljno je reći da je naš projekt koji smo prijavili na natječaj za dobivanje sredstava Ministarstva obrta i poduzetništva ocijenjen kao vrlo prihvatljiv te je zadovoljio kriterije na svim razinama, ali novac nismo dobili. Znači, projekt je prošao, ali novac je potrošen na druge projekte. Ti drugi su očito bili kvalitetniji i perspektivniji, tako da po tome hrvatska proizvodnja ima veliku perspektivu. Mi se za poticajna sredstva uredno javljamo i sami izrađujemo projekte. Prije nekoliko godina smo dobivali neka sredstva iako nas iz ministarstava nikada nitko nije posjetio. Redoviti smo dobivnik Zlatne kune kao najuspješnije srednje poduzeće na šibenskom području, ali ne mogu reći da imamo podršku lokanih i državnih struktura unatoč tome što se bavimo proizvodnjom, zapošljavamo 130 radnika, izvozimo i što je uz naš pogon vezano stotinjak malih tvrtki.

### Hoćete li odustati?

– U 2015. godini javljat ćemo se na sve natječaje koji budu raspisani za poticanje tvrtki poput naše. Imamo nove ideje, izrađene projekte, tržište, nove poslove, mogućnost rasta i širenja. S druge strane, volio bih dobiti odgovor na pitanje gdje su utrošena sredstva i kako se razvijaju poticajni projekti zbog kojih Ivanal nije dobio poticaje i kakvi su rezultati polučeni? Znam da neću dobiti službeni odgovor, ali među gospodarstvenicima se sve to zna. Nije problem napisati da ćemo zaposliti 1000 novih radnika, udvostručiti izvoz i na temelju toga dobiti sredstva, pa to kasnije ne realizirati i na kraju ne odgovarati za to. Nama tako nešto ne pada napamet. Mi na osnovi realnih očekivanja, stručnih izračuna i na konzervativan način radimo projekcije. Nama je važno da ako za nešto dobijemo sredstva, onda to i opravdamo. Nisam siguran da u Hrvatskoj ima puno tvrtki poput naše i da mogu ostvariti projekte poput naših. Unatoč tome, mi smo oprezni i racionalni.

### U koje zemlje Ivanal izvozi?

– Ivanal izvozi u Njemačku, Dansku, Švedsku, Španjolsku, Mađarsku, Slovačku, Tursku i Meksiko. Prije preuzimanja Ivanal je imao samo jednog kupca iz područja automobilske industrije. Nakon preseljenja u rujnu 2009. godine disperzirali smo djelatnost i našli nove kupce.

### Kojim industrijama su namijenjeni vaši proizvodi?

– Godišnje proizvedemo gotovo 2000 tona aluminijskih te 300 tona čeličnih umetaka. Kad je riječ o autoindustriji, orijentirani smo na proizvodnju dijelova za gospodarska vozila. Sigurnost

nam daje to što smo disperzirali djelatnost tako da nismo vezani samo uz autoindustriju, kao što je bilo ranije kada smo bili vezani uz jednog dobavljača. Inače, autoindustriju je kriza najjače pogodila, dok su telekomunikacije i elektroindustrija ipak manje pogođene krizom. Konkurencija nam je globalna, tako da smo prilagođeni uvijek globalnog tržišta.

*Kakvo je stanje u hrvatskoj metalnoj industriji?*

– Stanje u hrvatskoj industriji i proizvodnji općenito je loše. Imamo sve manje uspješnih tvrtki, ali i kvalitetnih metalaca. Ival je isključivo koncentriran na svoje programe. Ne opterećujemo se okruženjem ni konkurencijom. Država očito nema potrebu za takvom vrstom industrije. Istina je da postoje neke uspješne tvrtke iz ovog područja, ali su uspjele isključivo zahvaljujući sebi samima. Većina tih tvrtki radi poluproizvode, odnosno proizvode manje dodane vrijednosti.

*Za koga Ival sve proizvodi?*

– Radimo za najpoznatije svjetske tvrtke – Mercedes, Volvo, MAN, telekomunikacijske tvrtke. To su vrlo složeni i zahtjevni proizvodi. Ugovorili smo čak i poslove praškastog bojenja s jednom slovenskom tvrtkom. Namjeravamo nabaviti novo postrojenje za tu namjenu. Za sredstva iz fondova EU-a smo se natjecali posredstvom Ministarstva poduzetništva i obrta, ali ih nismo dobili. Proizvodimo 60 vrsta proizvoda, a da smo dobili poticaje za kupnju strojeva za bojenje, onda bismo i to radili kod nas, a ne u Sloveniji.

Izvor: Privredni vjesnik 3864 od 16. 2. 2015.

## Zatvarat će se još rafinerija

Potrošnja naftnih derivata još se ne oporavlja, pa će i dalje postojati pritisak na zatvaranje rafinerija u Jugoistočnoj Europi, ustvrdio je Damir Pešut iz Energetskog instituta Hrvoje Požar. Sudjelujući prošlog tjedna na skupu o ulozi Janafa u sigurnosti opskrbe naftom, Pešut je istaknuo da u regiji, koja se proteže od Italije na zapadu do Rumunjske na istoku, rade 34 rafinerije. Od 2011. godine šest ih je zatvoreno: četiri u Italiji, a dvije u Rumunjskoj. Regija uvozi 94 posto sirove nafte, no proizvodnja nadmašuje potrebe. Stoga je regija već neko vrijeme neto-izvoznik naftnih derivata. Uz pad potrošnje, znatno je povećana potrošnja dizel goriva, skupljeg za preradu. Stoga će profitabilnost proizvodnje u rafinerijama i dalje biti na velikoj kušnji, ocijenio je Pešut.

Unatoč krizi koja se još osjeća na naftnom tržištu, ove godine Janaf će ostvariti najbolji poslovni rezultat u povijesti, najavio je Dragan Kovačević, predsjednik Uprave te tvrtke. Ulaganja u povećanje skladišnog kapaciteta i modernizaciju naftovoda donose rezultate. Janaf sada gotovo 70 posto prihoda ostvaruje od izvoza, a oko 50 posto prihoda otpada na tržišno poslovanje, s jakom konkurencijom u regionalnom okruženju. Ministar gospodarstva Ivan Vrdoljak podsjetio je da je državnim ulaganjem od milijardu kuna Janaf pripremljen za tržišnu utakmicu i ispunjavanje obveza za skladištenje nafte i derivata. Donedavno su i državne rezerve morale biti čuvane u drugim zemljama, a sada se zarađuje na čuvanju nafte za druge države i privatne tvrtke. Slično bi trebalo napraviti i s eksploatacijom ugljikovodika. Osim proizvodnje jeftinijih energenata, nova naftna i plinska polja osigurat će i nova radna mjesta.

Svaka članica EU-a treba razvijati primjerenu kombinaciju energetskih izvora, naglasio je Jörg Köhli, predstavnik Europske komisije. Važno je imati različite dobavljačke smjerove za energente, a odlično je ako zemlja ima dobru vlastitu proizvodnju. Energetska sigurnost zahtijeva stalna ulaganja, podsjetio je Köhli. Na taj je način EU dobio 600 platformi za naftu i plin u svojim morima, od čega 200 u Sredozemnom moru. I taj će broj još rasti, smatra izaslanik EK-a, jer ima naznaka da u Sredozemlju postoje nova ležišta. Potrebu za energijom prate i nove tehnologije. Tako do 2000.

godine nije bilo bušenja ispod dna na velikim dubinama, ispod 1500 metara. Uskoro će se oko 10 posto ukupne nafte dobivati iz bušotina na velikim morskim dubinama. U Europi će i za 20 godina nafta predstavljati trećinu izvora za dobivanje primarne energije, rekla je Gordana Sekulić iz Janafa. U Europu će i dalje stizati oko 500 milijuna tona nafte svake godine. U dobavljačkoj mreži i Janaf će igrati sve važniju ulogu. Sada stalno opskrbljuje naftom dvije hrvatske rafinerije te rafinerije u Bosanskom Brodu, Novom Sadu i Pančevu. Janafom prolazi nafta i za rafineriju Duna pored Budimpešte. Potencijalno tržište mogu biti i rafinerije u Slovačkoj i Češkoj. Investicijsko održavanje i širenje kapaciteta tržište je i za građevinske tvrtke i proizvođače opreme. Tako je prije mjesec dana započela i gradnja novog naftovoda od Krka do kopna, koji će zamijeniti cijev kroz krčki most kojim sada teče nafta od Omišlja prema unutrašnjosti.

Izvor: Igor Vukić, Privredni vjesnik 3870 od 30. 3. 2015.

## Keramika Modus

Sa Željkom Radekom, predsjednikom Uprave tvrtke Keramika Modus iz Orahovice, razgovarali smo o planovima ove tvrtke, problemima koje ima te o njezinu poslovanju.

*Kako se razvijala Keramika Modus?*

– Naša priča seže još u sedamdesete godine prošlog stoljeća. Naime, počeli smo kao Keramika Vojnić s relativno malom proizvodnjom u tvornici u Vojniću. Kako bismo zadovoljili potrebe ozbiljnog nastupa na tržištu, ime, dizajn i vizualni identitet tvrtke kasnije su se promijenili u Keramiku Modus. Nastavljajući s ostvarivanjem ciljeva i planova vezanih uz povećanje proizvodnje, potkraj 2011. godine kupili smo imovinu Kio Keramike u stečaju – tvornice u Orahovici i Rujevcu. Bila je to prijelomna točka u našem poslovanju. Iako odluka nije bila nimalo laka, pokazala se dobrom. Preporodili smo proizvodnju pločica u Orahovici, uložili u nove tehnologije te krenuli u osvajanje novih tržišta. Do tada smo, u tvornici Kio Keramike u Orahovici, godinu i pol bili u najmu, što je uvelike ograničavalo naše planove. Kao podstanari nismo mogli ulagati, dirati postrojenja te krenuti u promjene koje su bile nužne. Zato ističemo 2012. godinu kao nultu točku u poslovanju.

*Što vam je značilo to preuzimanje?*

– Vlasništvo nam je dalo slobodne ruke u organizaciji i modernizaciji poslovanja kroz investiranje ponajprije u unapređenje proizvodnje, a onda i prodaju i marketinški nastup na tržištu. Trenutačno zapošljavamo 150 radnika. Iako su kapaciteti tvornice veći, u sadašnjem trenutku iz nje godišnje izađe do 2,5 milijuna četvornih metara keramičkih pločica za unutarnje oblaganje.

*Što sve proizvodite?*

– Zidne i podne pločice, dekore i bordure za uređenje interijera. Uz osnovne pločice najrazličitijih dimenzija, veliku važnost u našem programu imaju dekor pločice i bordure koje prate svaku kolekciju, a dekoriranje se odrađuje digitalnom tehnologijom ili metodom trećeg paljenja. Brend ponuda zaokružena je Modus Fill masom za fugiranje, koja dolazi u 30 boja i Modus Fix ljepilima za keramiku.

*Gdje ih plasirate?*

– Svoje proizvode plasiramo na domaćem tržištu, potom na izuzetno važnom tržištu regije gdje još uvijek ostvarujemo najveći postotak izvoza, ali i na brojnim stranim tržištima – Austrije, Mađarske, Rumunjske, Rusije, Moldavije, Bugarske, Češke, Albanije, Grčke, Slovačke, Belgije... Francuska je jedno od naših najmlađih tržišta na koje izvozimo, no s obzirom na količine i ugovor s jednim poznatim tamošnjim DIY lancem trgovina, uz tradicionalno značajno tržište regije, jedno nam je od trenutačno najznačajnijih izvoznih tržišta. Na domaćem tržištu najveće količine plasiramo putem našeg najvećeg distributera – trgovačkog lanca Pevac, a

naše pločice mogu se pronaći i u svim bolje opremljenim trgovinama keramikom, sanitarijama i pratećom opremom. Kako bi naša pozicija u regiji bila što stabilnija i s tendencijom rasta, imamo i službeno predstavništvo u Novom Sadu.

*U čemu je posebnost vaše tvrtke?*

– Strategija, u kojoj je izvoz i njegovo povećanje prioritet, svakako mora ispuniti nekoliko preduvjeta, a prvi i osnovni je kvaliteta robe uz konkurentnu cijenu i uvjete suradnje gdje uspjeh ostvaruje onaj izvoznik koji ima sposobnost prilagođavanja zahtjevnim situacijama na tržištu, odnosno fleksibilnost odgovora na izazove. Isto tako, važno je oslušivati i potrebe tržišta i kupaca, biti spreman uložiti u, primjerice, istraživanje tržišta i razvoj određene kolekcije pločica kako bi kupac dobio upravo kolekciju pločica po svojoj želji i s kojom ćemo ostvariti najbolje rezultate na svom tržištu. Zadovoljan kupac naš je najbolji vjetar u leđa i zalag za budućnost.

*Kako je kriza utjecala na vaše poslovanje?*

– Kriza u Hrvatskoj ne utječe presudno na naše poslovanje s obzirom na to da je ono ipak u glavini orijentirano na izvoz. Iako nam je domaće tržište važno i prihodi s njega nisu zanemarivi, mi kao tvrtka ne ovisimo o njemu. To je u ova još uvijek krizna vremena dobar osjećaj i razlog za optimizam. S krizom na globalnom planu nosimo se praktički kao i sve druge organizacije – fleksibilnošću, brzim reakcijama na prilike i poticaje s različitih tržišta, prilagodbama trenutnim situacijama... Usredotočenost na internacionalno poslovanje sa sposobnim menadžerima kao nositeljima posla, recept je kontinuirano uspješnih rezultata tvrtke i zapravo jedini pravi način svakodnevnog hvatanja u koštac s krizom.

*Što je još važno za uspjeh?*

– U načinu poslovanja orijentiranom prema izvozu važna je i spremnost cijelog tima na promjene koje se u bilo kojem trenutku moraju uvesti i nužne su za daljnje poslovanje. Shvaćanje kako je kupac u fokusu je presudno. Slobodno možemo reći kako je to posebnost naše tvrtke te jedna od prednosti u odnosu na konkurenciju. S kupcima imamo i neposredan kontakt te se s njima i družimo. Kvaliteta, dizajn i širina asortimana pločica naše su vrijednosti za krajnje kupce. Njihova posebnost maksimalno dolazi do izražaja kada, ugrađene u neki prostor, uljepšaju, zaokruže i ispričaju nečiju životnu priču te kroz izbor kombinacije boja, dimenzija i dizajna govore o osobnosti vlasnika.

*Kakvu podršku očekujete od institucija?*

– Nama kao proizvođaču čiji kapaciteti i ambicije prelaze i granice regije važna je, a smatramo kako je i zaslužujemo, višerazinska podrška državnih institucija kod koraka koje poduzimamo, primjerice, otvaranja novih tržišta, nastupa na specijaliziranim sajmovima... I dalje su boljke gospodarstva teška situacija u građevinskom sektoru, generalna nelikvidnost, visoka porezna opterećenja poslovanja, kao i loši uvjeti financiranja poduzetnika. Ovo posljednje vrlo često je prepreka daljnjem rastu i razvoju tvrtke, jer je otežano ulaganje u nove proizvodne kapacitete i širenje postojećih.

*Možete li reći nešto o budućim planovima tvrtke?*

– U narednim godinama nastavljamo s investicijama, predanim radom na modernizaciji proizvodnje, kao i otvaranjem novih tržišta na kojima će brend Keramika Modus biti prisutan. U zadnjih nekoliko godina inovacije su galopirajućom brzinom prevladale keramičkom industrijom, kako na polju same tehnologije izrade, tako i dizajna, formata. Onaj tko stalno ne prati i što je još važnije, ne investira, nema što tražiti u ovom poslu. Ulaganja su konstantna i obvezna te su sastavni dio naše strategije razvoja. Noviteti koje smo uveli i uvodimo usmjereni su prema uštedama, povećanju produktivnosti na svim područjima i razinama te uvijek s ekološkim predznakom. Tehnološki novitet bez kojeg ne bismo mogli zamisliti današnju proizvodnju je i digitalna tehnologija, tako da

su u tvornici u Orahovici instalirana dva moćna stroja – digitalna printera, za veću fleksibilnost i neograničene mogućnosti dekoriranja i završnog oplemenjivanja pločica. Dimenzije pločica od 20 x 50 i 25 x 60 cm također su nešto čime se ponosimo i što nas svrstava među proizvođače srednje više razine ponude. Usvajamo modernu tehnologiju, ali i unapređujemo postojeću. Naime, u planu je investicija u dodatni pogon trećeg paljenja za najnaprednije dekoriranje pločica, a time i totalno približavanje kupcu. Radi se tako i na kvaliteti tvrtke, kao i na jačanju brenda i njegovoj prepoznatljivosti.

*Kako se nositi s konkurencijom u svijetu?*

– Iznimno je važno stalno držati korak s najvećima, biti u društvu talijanske i španjolske keramike te aktivno sudjelovati u stvaranju trendova u keramičkoj industriji. Cersaie u Bologni, kao definitivno najvažniji sajam za globalnu keramičku industriju, mjesto je gdje tradicionalno izlažemo na gotovo 100 metara četvornih izložbenog prostora. Sajmovi kao što su Cevisama u Španjolskoj, na kojem smo nedavno bili, ili Coverings u SAD-u mjesta su koja ne propuštamo kao poslovni posjetitelji koji s interesom prate novitete na europskoj i globalnoj razini.

*Koliko vam znači izlaganje na sajmovima?*

– Izlaganje na sajmu kompletan je marketinški i prodajni alat, koji uvijek opravda svoje ulaganje. S jedne strane sajam je mjesto ugodnog susreta s našim vjernim, starim kupcima, ali i mjesto razmjene kontakata i načelnih dogovora s potencijalnim novim kupcima koji na sajam dolaze ciljano razgovarati i pregovarati o poslu. Predstaviti nove kolekcije pločica toliko velikom broju posjetitelja, a njih je više od 100 000 tijekom pet dana trajanja sajma u Bologni, ima nemjerljiv učinak na potencijale naše prodaje, kao i na podizanje svjesnosti o brendu pločica koji dolazi iz Hrvatske i nosi oznaku *Made in Croatia*.

Izvor: Jozo Vrdoljak, Privredni vjesnik 3867 od 9. 3. 2015.

## Magdis uspješan proizvođač ljekarničkih i farmaceutskih sirovina

Tvrtku Magdis osnovao je u Zagrebu 1993. godine Plivin stručnjak s dugogodišnjim iskustvom u farmaceutskoj proizvodnji i magistar farmaceutskih znanosti Srećko Gross. Tvrtka, čije je sjedište u Svetoj Nedelji i koja je počela s aktivnim radom 2000., tijekom godina profilirala se kao uslužni proizvođač dijetetskih i kozmetičkih proizvoda. Magdis kontinuirano razvija proizvode, bavi se proizvodnjom ljekarničkih i medicinskih sirovina i proizvoda, uz uspješan segment farmaceutskog inženjerstva. Trenutačno zapošljava 47 osoba, a s razvojem novih projekata i postrojenja u planu je dodatan razvoj usluga te proizvoda. Osim ljubavi prema farmaceutskoj proizvodnji i entuzijazma, kaže nam Marko Gross, direktor Magdisa, osnivanje tvrtke rezultat je tržišne potrebe za uslužnom proizvodnjom farmaceutskim tehnologijama. "Naša proizvodnja podijeljena je u dva dijela. Jedan je uslužna proizvodnja, tzv. 'lohn' poslovi, a drugi je naš vlastiti brend. Naši dugogodišnji partneri su eminentni brendovi poput Enciana, Imunosala, Zonavitala i Farmaneta, čiji se proizvodi mogu naći u ljekarnama. Drugi, onaj drogerijski, tj. kozmetički dio poslovanja zapravo se odnosi na naš brend prirodne kozmetike farmaceutske kvalitete Biobaza. Ti se proizvodi mogu pronaći na policama drogerijskih i maloprodajnih lanaca", objašnjava nam Gross.

## Promjene propisa kompliciraju poslovanje

Hrvatsko tržište je malo i još je u razvoju, ali ponajprije je riječ o tržištu uvoza i trgovine. "Svi znamo kako je proizvodnja u bivšoj državi bila veća i jača. Osamostaljenjem Hrvatske velika industrijska proizvodnja je ugašena te su se otvorile prilike za male tvrtke. Tako smo i mi još u devedesetima prepoznali tu priliku", ističe Gross, dodajući kako je, na žalost, još uvijek premlaod takvih tvrtki. "No, smatram da je Hrvatska plodno tlo i kako vrijeme od-

miče, takvih tvrtki bit će sve više”, napominje Gross. Jedan od velikih problema tvrtki koje posluju u Hrvatskoj, pa tako i Magdisa, naglašava, kontinuirana je promjena propisa, što zbog usklađivanja sa zakonodavstvom Europske unije, što zbog nadograđivanja fiskalnog sustava novim davanjima i porezima. “To smeta stranim investicijama, ali i domaćim poduzetnicima jer se tako primjetno komplicira sustav i poslovanje”, tvrdi Gross. Također, poslovanje u Hrvatskoj godinama u korak prati nelikvidnost te kompenzacija, pojam koji je nepoznat strancima. “Jedan od temeljnih preduvjeta kvalitetnog poslovanja jest financijska stabilnost tvrtke – da je novi propisi, procedure ili moguće pogriješke ne koče te da je što je više moguće financijski samoodrživa”, smatra Gross. “Banke deklarativno imaju razumijevanja za hrvatske poduzetnike. No to je sustav koji mora biti višestruko osiguran i u svakom poslovnom riziku mora imati nekoliko instrumenata osiguranja. Dok se ne stekne nekretnina koja može biti pod hipotekom, banke nemaju razumijevanja za poslovnu ideju.

Kada postoje instrumenti osiguranja, onda banke puno spremnije ulaze u financijske modele gdje financiraju ili su jamac poduzetniku”, naglašava Gross.

### Važnost stručnog osposobljavanja

Gross je zadovoljan zaposlenicima u Magdisu, ali smatra kako obrazovni sustav zaostaje za trendovima na tržištu u kojem tvrtka posluje. “Obrazovni sustav je teško sinkronizirati s tržištem jer su vremena turbulentna i sklona izuzetno brzim promjenama. Ipak, srednjoškolci i osobe s fakultetskom diplomom u nas stječu dobra predznanja koja im služe kao temelj. Stoga je vrlo važno stručno osposobljavanje kako bi mladi ljudi stekli znanja koja su specifična za neku tvrtku i tako postali poželjan kadar”, napominje.

Među kooperantima Magdis ponajviše surađuje s dobavljačima sirovina i ambalaže. No, nažalost, nastavlja, među njima je više uvoznika i distributera nego proizvođača. Tvrtka kontinuirano radi na istraživanju i razvoju te se trudi biti inovativna ne samo u proizvodima već i u tehnologijama. Magdisovi proizvodi još su uvijek ponajviše prisutni na hrvatskom tržištu, ali kroz klijente i partnere i u regiji, Austriji, Njemačkoj, čak i u Južnoafričkoj Republici. “Za rast izvoza se pripremamo vrlo studiozno, bez grešaka i sa što manjom mogućnošću neuspjeha. Tako da je ritam tih priprema relativno spor, ali samoodrživ. Naša filozofija je takva da ponajprije treba dobro zavladati domaćim tržištem kako bi se uspjelo na nekom drugom.

Dakle, potrebno je izgraditi ime, proizvode i ljude koji stoje iza svega toga. Ako se dobro time ovlada i dokaže uspjeh na domaćem tržištu, nema straha od neuspjeha na inozemnom. Uspješan izvoz ne znači poslati kamion robe i pritom ne imati uvid u to tko je kupac ili kako teče prodaja. Takav model se vrlo brzo pokaže kao jednokratna prilika te rezultira neodrživim poslovanjem na stranom tržištu”, zaključuje Gross.

Izvor: Boris Odorčić, Privredni vjesnik 3870 od 30. 3. 2015.

### Magična privlačnost prijevremene mirovine

S obzirom na to da je stanje aktivnog stanovništva na povijesno niskoj razini od 1,62 milijuna, te je izraženo rano prijevremeno umirovljenje, u skorije vrijeme ne treba očekivati produljenje prosječnog radnog vijeka u Hrvatskoj, smatra Zvonimir Savić, direktor Sektora za financijske institucije. Aktivnost stanovništva, odnosno njegova uključenost u suštini predstavlja glavni problem hrvatskoga tržišta rada, a izravna je posljedica loših politika i strukturne neusklađenosti ponude i potražnje za radom. Uzne miruje podatak da je prema podacima za siječanj stanje aktivnog stanovništva na povijesno niskoj razini od 1 619 700 osoba, što je za 147 000 osoba ispod razine iz siječnja 2008. godine. Jedan od faktora koji utječe na nisku razinu aktivnosti jest i kratak radni vijek na što utječe rano i prijevremeno umirovljenje.

Tablica 1 – Korisnici mirovina koji su pravo na mirovinu prvi puta ostvarili u tekućoj godini

|  | 2010.  | 2011.  | 2012.  | 2013.  | 2014.  |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| Starosna                                 | 13 327 | 16 330 | 17 252 | 17 960 | 18 235 |
| Prijevremena starosna                    | 17 695 | 13 384 | 13 553 | 15 684 | 18 023 |
| Ukupno novih korisnika                   | 50 247 | 50 455 | 47 459 | 48 761 | 51 526 |
| Udio prijevremene starosne u ukupnom (%) | 35 %   | 27 %   | 29 %   | 32 %   | 35 %   |

Izvor za tablicu: HZMO, obrada HGK

Naime, prema posljednjim podacima Eurostata iz 2013. godine prosječni je radni vijek u Hrvatskoj 31 godina, što je najmanje poslije Mađarske i Italije, a daleko od jednog Islanda (45,6), Švicarske (41,9), Švedske (40,5), Nizozemske (39,8) ili Norveške (39,5).

Značajan faktor koji determinira tako kratak prosječni radni vijek jest i rašireno prijevremeno umirovljenje na što je Hrvatsku upozorila i Europska komisija u sklopu Procedure otklanjanja prekomjernog deficita te je ocijenila da Hrvatska ništa nije učinila kako bi “smanjila privlačnost odlaska u prijevremenu mirovinu”.

Prema posljednjim podacima Hrvatskog zavoda za mirovinsko osiguranje u 2014. godini, od ukupno 51 500 osoba koje su stekle pravo na mirovinu, njih 18 000 ili 35 posto otišlo je u prijevremenu mirovinu, što je više nego prethodnih godina i u udjelu i u apsolutnom izrazu. U posljednjih pet godina u prosjeku je godišnje po uvjetima prijevremene starosne mirovine odlazilo 15 700 osoba, dok je u punu starosnu mirovinu odlazilo samo oko 1000 osoba više – prosječno godišnje 16 600. Tako se i odnos osoba u statusu prijevremenog umirovljenja i ukupnog broja novih korisnika mirovina kretao na prosječnoj razini od visokih 31 posto.

### Hrvatska daleko od prosjeka EU-a

Problem prijevremenog umirovljenja potvrđuje i činjenica da je prisutna vrlo niska aktivnost stanovništva u dobi od 50 do 64 godine. Naime, udio osoba ove dobi koje su uključene u tržište rada iznosi tek 52,2 posto (prema zadnjim podacima Eurostata za Q1-Q3 2014.), najniže poslije Malte, a vrlo udaljeno od prosjeka EU-a koji se kreće na razini od 65 posto. Zemlje u kojima je taj dio stanovništva najviše uključen na tržište rada su Island (88 posto), Švedska (82 posto), Švicarska (80 posto), Norveška (77 posto) te Njemačka (76 posto).

Hrvatska ima nisku aktivnost stanovništva, odnosno nisku uključenost u tržište rada. Jedan od faktora koji na to utječe je kratak radni vijek, koji je s prosjekom od 31 godine, najniži u Europi nakon Italije i Mađarske. S obzirom na to da je stanje aktivnog stanovništva na povijesno niskoj razini od 1,62 milijuna, te je izraženo rano prijevremeno umirovljenje, u skorije vrijeme ne treba očekivati produljenje prosječnog radnog vijeka u Hrvatskoj.

Tablica 2 – Prosječan radni vijek

|           | 2008. | 2009. | 2010. | 2011. | 2012. | 2013. |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Italija   | 30    | 29,7  | 29,7  | 29,7  | 30,5  | 30,3  |
| Mađarska  | 28,8  | 28,9  | 29,3  | 29,7  | 30,4  | 30,8  |
| Hrvatska  | 31,4  | 31,4  | 31,2  | 31,2  | 31,1  | 31    |
| Bugarska  | 32,5  | 32,1  | 31,5  | 31,1  | 31,6  | 32    |
| Grčka     | 31,8  | 32,1  | 31,5  | 31,1  | 31,6  | 32    |
| Rumunjska | 31,5  | 31,4  | 31,6  | 31,5  | 31,9  | 32    |
| Poljska   | 30,6  | 31    | 31,6  | 31,8  | 32,1  | 32,2  |
| Belgija   | 32,1  | 32,1  | 32,5  | 32,1  | 32,2  | 32,4  |
| Malta     | 29,3  | 29,8  | 30,3  | 31,1  | 31,6  | 32,5  |

nastavak na str. 298

(nastavak) Tablica 2 – Prosječan radni vijek

|            | 2008. | 2009. | 2010. | 2011. | 2012. | 2013. |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Luksemburg | 30,8  | 32,1  | 31,6  | 31,9  | 32,5  | 32,6  |
| Slovačka   | 32,3  | 32,3  | 32,4  | 32,5  | 32,8  | 32,9  |
| Slovenija  | 34    | 34,1  | 34,2  | 33,7  | 33,6  | 33,7  |
| Litva      | 32    | 32,8  | 33,1  | 33,8  | 34    | 34,1  |
| Irska      | 35,5  | 34,7  | 34,3  | 34,1  | 34,1  | 34,5  |
| Češka      | 33,7  | 33,9  | 33,9  | 33,9  | 34,3  | 34,7  |
| Francuska  | 33,7  | 34    | 34,1  | 34,3  | 34,6  | 34,7  |
| Španjolska | 34,2  | 34,3  | 34,5  | 34,6  | 34,8  | 34,8  |
| Latvija    | 35,7  | 35    | 34,5  | 34,3  | 35    | 34,8  |
| Eurozona   | 34,3  | 34,4  | 34,4  | 34,6  | 34,9  | 35    |
| EU         | 34,3  | 34,4  | 34,5  | 34,7  | 35    | 35,1  |
| Estonija   | 35,8  | 35,8  | 35,8  | 36    | 36,2  | 36,2  |
| Cipar      | 36,4  | 36,8  | 36,9  | 36,6  | 36,3  | 36,2  |
| Portugal   | 37,1  | 36,8  | 36,9  | 36,9  | 36,9  | 36,6  |
| Austrija   | 36,2  | 36,4  | 36,3  | 36,6  | 36,9  | 37    |
| Finska     | 37,3  | 36,9  | 36,8  | 37,2  | 37,4  | 37,2  |
| Njemačka   | 36,5  | 36,6  | 36,8  | 37,4  | 37,5  | 37,8  |
| UK         | 37,9  | 37,9  | 37,9  | 38    | 38,1  | 38,4  |
| Danska     | 40    | 39,8  | 39,4  | 39,5  | 39,3  | 38,9  |
| Norveška   | 40    | 39,7  | 39,5  | 39,3  | 39,6  | 39,5  |
| Nizozemska | 39,4  | 39,8  | 39    | 39,1  | 39,6  | 39,8  |
| Švedska    | 40    | 39,8  | 40    | 40,3  | 40,6  | 40,9  |
| Švicarska  | 41,2  | 41,4  | 41,4  | 41,6  | 41,8  | 41,9  |
| Island     | 45,5  | 44,3  | 44,6  | 44,4  | 44,4  | 45,6  |

Izvor za tablicu: EUROSTAT, obrada HGK

Izvor za članak: Privredni vjesnik 3868 od 16. 3. 2015.

## Novi prostor za proizvodnju dodataka prehrani tvrtke Euro Vita

Tvrtka Euro Vita dobila je bespovratna sredstva od Europske unije, koja je uložila u novi prostor i proizvodnju. Projekte su svojim partnerima predstavili direktor tvrtke Denis Ivančić i voditeljica projekta Andrea Pančur.

Euro Vita se bavi razvojem, proizvodnjom, distribucijom i izvozom farmaceutskih proizvoda, a zahvaljujući bespovratnim sredstvima Europske unije tvrtka se preselila u veći prostor i investirala u proizvodni pogon. Svoj projekt ostvarila je u sklopu natječaja Potpora jačanju konkurentnosti hrvatskog malog i srednjeg poduzetništva koji je financiran u okviru programa IPA, komponente Regionalna konkurentnost. U konkurenciji više od 1000 zaprimljenih projekata Euro Vita je kao jedina tvrtka iz Istre postala korisnik sredstava, zajedno s još 52 hrvatske tvrtke. Na svečanoj dodjeli ugovora koja je održana 19. lipnja 2013. u Ministarstvu gospodarstva direktor tvrtke Denis Ivančić primio je darovnicu u iznosu od 155 000 eura.

“Tvrtka je osnovana 2008. godine i do sada su za nas proizvodnju radile druge tvrtke, iz SAD-a, Švedske i Kine, a sada krećemo s vlastitom proizvodnjom koja će pokrivati naše potrebe, ali kojom ćemo pokrivati i male i srednje tvrtke iz Hrvatske, regije i Europske unije”, kaže Ivančić. “Osim proizvodnje, također ćemo pokrenuti dva internetska portala i tiskati knjigu na hrvatskom

i engleskom jeziku, a za te proizvode razvit ćemo i aplikacije. Osim sjedišta u Pazinu, podružnice tvrtke postoje i u Sloveniji, BiH, Srbiji i Švicarskoj, a izvozimo u Slovačku, Češku, Albaniju, Makedoniju i Crnu Goru”, kaže Ivančić. U idućih šest mjeseci, kada proizvodnja krene, tvrtki je cilj otvoriti se prema regiji i Europskoj uniji kao i prema afričkom tržištu. Trenutačno u ponudi imaju 14 proizvoda, a planiraju na tržište plasirati još 36 novih te zaposliti još 30 ljudi. Od proizvoda uvoze jedino tigrovu mast, a sve ostale su sami razvili. “Ovim projektom pokrenuli smo vlastitu proizvodnju. Vodili smo se idejom da proizvodimo male serije proizvoda kojima bismo pokrivali male i srednje tvrtke. Problem tih tvrtki je da pri narudžbama često moraju naručiti preveliku količinu koja se čeka do pola godine. To jednostavno nije dobro za manje tvrtke. Zato ovdje imamo veliki prostor u kojem možemo plasirati manje količine proizvoda, što je vrlo praktično, jer se na taj način najprije može vidjeti prolaznost proizvoda na tržištu. Što se konkurencije tiče, za nas definitivno ima mjesta. Strojewe smo uvezli iz Italije i imamo kapacitet od 72 000 kapsula dnevno”, kaže Ivančić.

U tvrtki ističu kako ne bi išli u proizvodnju da nisu dobili sredstva Europske unije. “Proizvodnja nije samo nabava strojeva, nego je to i opremanje prostora, priprema uvjeta, zapošljavanje stručnih ljudi... dakle, velika investicija s mnogo komponenti – prevelika da bi se pokrenula samo vlastitim sredstvima. Kad je riječ o projektu, suradnja s resornim ministarstvom bila je odlična i imali smo punu podršku. Ipak, problem kod poslovanja u Hrvatskoj je svakako birokracija. Primjerice, mi smo svake godine poslovali s prosječnim porastom prometa od 50 posto, sve do 2014., kada nam je promet pao i to zato što iz Ministarstva zdravstva još ni danas nismo dobili rješenje koje potvrđuje da su naši proizvodi usklađeni s regulativama Europske unije. To nas je zakočilo. Da je procedura dobivanja rješenja brža i efikasnija, mi bismo bolje i efikasnije poslovali. Zato nam je cilj sve više se orijentirati prema izvozu”, zaključuje Ivančić.

Izvor: Marko Percan, Privredni vjesnik 3871 od 6. 4. 2015.

## Pfizer kupuje Hospiru za 17 milijardi dolara

Farmaceutski div Pfizer otkupit će dionice Hospire (Lake Forest, IL) po 90 dolara po dionici, ukupno za 17 milijardi dolara. U Hospirinom godišnjem prometu od 4 milijarde dolara s manjim udjelom sudjeluju pumpe za infuziju, softver i uređaji, a s većim udjelom proizvodnja lijekova, što je bio i glavni Pfizerov interes. Pfizerova grupa Global Established Pharmaceutical očekuje da će joj ova akvizicija omogućiti vodeće mjesto na tržištu patentno nezaštićenih sterilnih injekcija i omogućiti prodor među vodeće proizvođače biotehnoških proizvoda. Također se očekuje da će se ovim spajanjem uštedjeti 800 milijuna dolara godišnje. Spajanje se očekuje u drugoj polovici 2015. godine nakon što ga odobre regulatorna tijela i dioničari Hospire. Pfizer namjerava financirati dvije trećine vrijednosti transakcije u gotovini i jednu trećinu iz kredita.

Hospira je u nedavnoj prošlosti imala problema sa svojim pumpama za infuziju. U protekle tri godine bilo je osam slučajeva povećanja proizvoda, od toga se sedam odnosilo na pumpe za infuziju. Ta se situacija popravila pa je i FDA ukinula zabranu uvoza u SAD pumpi za infuziju koje se proizvode u Hospirinom pogonu u Costa Rici. Hospira je za ovu godinu najavila i novu generaciju pumpi.

Na području zagrebačke županije tvrtka Hospira Zagreb u Prigrorju Brdovečkom bavi se proizvodnjom farmaceutskih pripravaka i ima 129 zaposlenih. Poslovnu 2013. završila je s prihodom od 273 milijuna kuna, a dobit je iznosila 112,4 milijuna kuna. Tvrtka Hospira prisutna je u Hrvatskoj od 2009. godine, kad je preuzela Plivino biotehnoško poslovanje. U broju 3-4 ove godine pisali smo o plaketi Zlatna kuna koju je Hospira dobila od Hr-

vatske gospodarske komore – Komore Zagreb kao najuspješnije poduzeće Zagrebačke županije za ostvarene poslovne rezultate u 2013. godini.

Izvor: Medical Device Business, 5. 2. 2015.

## Poslovanje Čateksa

U hrvatskom gospodarstvu, unatoč recesiji i teškim uvjetima poslovanja, postoje uspješne tvrtke koje bi mogle ostvariti još bolje rezultate. Kako bi u tome uspjele, većina njih očekuje malo više podrške i razumijevanja države, pogotovo kad je riječ o javnim natječajima i nabavama. Radi se o tvrtkama iz vojne industrije, prehrambenog sektora, tekstilne industrije, farmaceutike. To su tvrtke s dugom tradicijom, ali i relativno nove tehnološke tvrtke. Poslovna javnost počela ih je nazivati "dijamantima hrvatskog gospodarstva", jer su njegov najtvrdi i najizdržljiviji segment sa svevremenskim sjajem. Među najdugovječnijim hrvatskim dijamantima je Čateks iz Čakovca, koji se može pohvaliti sa 140 godina kontinuirane proizvodnje. Iz male bojadisaonice u vlasništvu Samuela Neumana, Čateks je prerastao u najznačajnijeg proizvođača umjetne kože na bazi poliuretana i dorađenih tkanina na jugoistoku Europe. Čateks proizvodi i zaštitnu odjeću, tehničke materijale za specijalne namjene, kućansko rublje te tekstil iz vojnog programa. Gotovo 60 posto svojih proizvoda izvoze na sva svjetska tržišta. Predsjednik Uprave Davor Šabolić najavio je da će 2015. godina biti izuzetno uspješna za Čateks, uz povećanje izvoza za 50 posto od planiranog, no upozorava da se u Hrvatsku još uvijek uvozi veoma mnogo tekstila. "Tekstil je svrstan na nisku granu Industrijske strategije, iako u tekstilnoj industriji ima mnogo tvrtki dijamanta koje su se uspjele oduprijeti svim problemima. Strategija je napravljena na temelju povijesnih podataka, kako smo poslovali prije pet ili šest godina, a to je puno drugačije od današnjih pokazatelja, a kamoli od onog što će biti sutra", rekao je Šabolić ističući veoma dobru suradnju s Ministarstvom obrane. "S tim ministarstvom surađujemo više od 20 godina. Voljeli bismo kad bi se i druga ministarstva pvela za njihovim primjerom jer javni sektor godišnje troši 500 milijuna kuna na materijal za odjeću, a 90 posto od toga se uvozi", kaže Šabolić napominjući kako ne može u 90 posto slučajeva u javnoj nabavi isključivi kriterij biti najjeftinija ponuda.

Izvor: Ilijana Grgić, Privredni vjesnik 3868 od 16. 3. 2015.

## Razvojni centar Sandoza u Ljubljani

Da Slovenija ima jakih i prepoznatljivih izvoznika koji nisu samo mali nišni proizvođači, potvrđuju primjeri iz automobilske i farmaceutске industrije. Renaultov Twingo za cijeli svijet sastavlja tvornica u Novom Mestu. U svijetu posebno znaju za ljubljanski Lek kao važan dio Novartisove divizije Sandoz. Važan stoga što je u Ljubljani razvojni centar u kojem je lani obavljena četvrtina svih globalnih razvojnih istraživanja Sandoza. Taj napor rezultirao je s 27 novih proizvoda. Važno je naglasiti da se na lokaciji u Mengešu trenutno proizvodi 80 posto svih djelatnih tvari cijelog Sandoza.

Izvor: Privredni vjesnik 3863 od 8. 2. 2015.

## Nova tvornica lijekova Yasenka u Vukovaru

Kada je zadnjih dana prošle godine objavljeno da je u Vukovaru otvorena tvornica lijekova, mnogi su ostali začuđeni tom činjenicom. Naime, u čitavoj se Hrvatskoj, nažalost, rijetki poduzetnici odlučuju na proizvodnju. Na istoku Hrvatske, pa tako i u Vukovaru, – gradu koji je u bivšoj Jugoslaviji bio među pet industrijski najrazvijenijih općina – to je još rjeđa pojava. K tome, investitor je čovjek rođen u povijesnom, ali nažalost danas razorenom sirijskom gradu Alepu, davni hrvatski student i sada magistar medi-

cinske biokemije Radwan Joukhadar. Prilikom otvaranja tvornice ovaj skroman čovjek s hrvatskim i sirijskim državljanstvom jednostavno je objasnio taj poslovni potez: "Tvornica u Vukovaru je moj dar gradu i njegovim stanovnicima kako bih pridonio njegovom napretku i razvoju ne bi li ponovno postao središte kakvo je bio prije Domovinskog rata".

*Uspješni ste trgovac lijekovima i medicinskom opremom koji je u proteklih 25 godina razvio vrijednu obiteljsku tvrtku Medical Intertrade s godišnjim prihodom većim od milijardu i pol kuna. Zašto ste se upustili u posao otvaranja tvornice za proizvodnju lijekova u Vukovaru?*

– Ja sam prije svega farmaceut, što sam želio postati od malih nogu. Zato sam i došao u Hrvatsku studirati farmaciju. S obzirom na zakonske i financijske mogućnosti na početku poduzetničke karijere osnovao sam prvu privatnu veleprodaju lijekova i medicinskih proizvoda u Hrvatskoj, a s vremenom i zdravstvenu ustanovu Ljekarne Joukhadar koju danas čini 35 ljekarni. Sadašnjim pokretanjem proizvodnje postizemo potpunu vertikalnu integraciju od tvornice, veleprodaje do maloprodaje, osiguravamo stabilnost cjelokupnog sustava i pružamo potpunu podršku našim poslovnim partnerima.

*Sjedište tvrtke je u Svetoj Nedelji pokraj Zagreba. Zašto ste otvorili tvornicu Yasenka u Vukovaru i kako ste joj odabrali ime?*

– U Vukovaru sam proveo 12 prekrasnih predratnih godina. Moja supruga, rođena Vukovarka i doktorica dentalne medicine, i ja zasnovali smo radni odnos u tadašnjem Medicinskom centru Vukovar. Nikad ne bismo napustili Vukovar da nije bilo ratnih zbivanja. Stoga je otvaranje tvornice u Vukovaru moj skromni doprinos gradu, njegovim stanovnicima i braniteljima koji su podnijeli strahovita stradanja i predstavljaju simbol Domovinskog rata. Odluka je donesena isključivo sa scem jer bi iz logističkih, manipulativnih i kadrovskih razloga bilo puno lakše da je tvornica otvorena u Svetoj Nedelji. A ime je dobila po mojoj supruzi Jasenki.

*Što proizvodite, koliki je proizvodni kapacitet tvornice, te kojem su tržištu proizvodi namijenjeni?*

– Proizvodnja obuhvaća tri odjela: za proizvodnju krutih oblika (kapsula i tableta), za proizvodnju polukrutih pripravaka (krema, masti i gelova) kojih se u jednoj smjeni može proizvesti do 15 000 metalnih ili plastičnih kutijica različitog obujma, te odjel za proizvodnju tekućih oblika (otopina i sirupa) koji može u jednoj smjeni napuniti 10 000 bočica volumena 150 ml. Otvaranjem druge smjene kapaciteti će se povećati. Kako su svu opremu u proizvodnji proizveli najbolji svjetski proizvođači, a instalirana je i kvalificirana prema zahtjevima farmaceutске proizvodnje, možemo plasirati proizvode na svako tržište.

*U tvornicu Yasenka uložili ste 10,5 milijuna eura. Kada planirate vratiti uloženi novac?*

– Sve što imam stekao sam ustrajnim radom i ulaganjem u kvalitetu – kvalitetu znanja, usluge, poslovnih procesa, opreme. Temeljem tih principa cilj se ne ostvaruje preko noći, ali osigurava dugoročno i stabilno poslovanje te pozitivan rezultat. Ako uspijemo ostvariti zacrtane planove, investicija bi se trebala vratiti u roku od pet do sedam godina.

*Imate li konkurenata među proizvođačima lijekova u Hrvatskoj?*

– U Hrvatskoj zaista ima puno proizvođača lijekova. Tu su Pliva, Belupo, Jadran galenski laboratorij, Genera, FarmaS, Farmal...

*Tko je u Hrvatskoj vaš najbolji kupac?*

– Ponajprije su to ljekarne, a u manjem obujmu bolnice i domovi zdravlja.

*Imate li tvornice i tvrtke i izvan Hrvatske; gdje su i kako posluju?*

– Godine 2002. osnovao sam veleprodaju lijekova i medicinskih proizvoda Medical Intertrade u Sarajevu, te 2003. u Ljubljani. Obje tvrtke kćeri dobro posluju, a povremene poteškoće vezane su uz ekonomsku situaciju pojedine države.

*Kakva je vaša poduzetnička priča, kako ste razvijali tvrtku? Koliko ste zaposlenih imali na početku, a koliko ih imate danas?*

– Medical Inertrade počeo je s radom 1. kolovoza 1990. godine u Vukovaru s tri zaposlenika da bi već iduće godine morao prekinuti svoje poslovanje zbog ratnih zbivanja. Ostao sam u Vukovaru na zamolbu doktora Jurja Njavre i radio kao farmaceut u ljekarni u Borovu dokle god su to prilike dozvoljavale. Naime, dok sam živio u Vukovaru, jedno vrijeme sam bio voditelj te ljekarne. Kada se više nije moglo opstati u Vukovaru, otišao sam u Zagreb gdje sam 1992. godine pokrenuo rad veleprodaje u unajmljenom prostoru. Uspješan razvoj poslovanja obilježen širenjem broja dobavljača i kupaca omogućio je 1998. godine kupnju novog poslovnog prostora u Svetoj Nedelji. U početku se veleprodaja bavila prometom prvenstveno humanih lijekova, medicinskih, dijetetskih i kozmetičkih proizvoda, da bi s vremenom proširila svoj asortiman dijagnostičkim, stomatološkim i veterinarskim proizvodima te medicinskom opremom. Širenjem tržišta i željom za boljom opskrbbom kupaca otvorene su poslovne jedinice u Osijeku 1998. i Solinu 2003. godine te veleprodaje u Sarajevu i Ljubljani. Godine 2008. poslovna jedinica iz Osijeka preseljena je u novoizgrađeni poslovni prostor u Vukovaru u kojem je sad počela s radom i tvornica. Trenutačno Medical Inertrade u Hrvatskoj zapošljava 394 zaposlenika, Ljekarne Joukhadar broje 176 zaposlenih, a Yasenka 15 zaposlenika.

*Uvozite i distribuirate lijekove i medicinsku opremu po hrvatskim bolnicama, ljekarnama, domovima zdravlja, ordinacijama, ali uvo-*

*zite i dijetetske pripravke i kozmetiku. Bavite se i interventnim uvozom za bolnice te uvozom lijekova na liječnički recept kojih nema u Hrvatskoj. Sad proizvodite i lijekove. Hoće li uskoro biti još poslovnih novosti iz Medical Inertradea?*

– Kako financijska vrijednost hrvatskog tržišta lijekova pada, težimo stvaranju inovativnih trendova poslovanja kojima ćemo unapređivati kvalitetu usluge i ponude. O tome ćete čuti kada za to dođe vrijeme.

*Samozatajni ste, ne volite se medijski izlagati, a na glas ste kao iznimno socijalno osjetljiv i milosrdan poslodavac. Kakva je Vaša poslovna i životna filozofija?*

– Čvrsto vjerujem da se samo dobro dobrim vraća. Osim toga, sretan sam kad mogu ljude oko sebe učiniti sretnim. Smatram da su moji zaposlenici ključan čimbenik uspjeha, a samo motivirani i zadovoljni zaposlenici pridonose dugoročnom uspjehu tvrtke.

*Iz Sirije ste došli u Hrvatsku na studij, ostali i zasnovali obitelj. Jeste li ostvarili sve svoje planove i želje?*

– Otvaranjem tvornice ostvario sam sve svoje želje, no planova još uvijek imam. Prvenstveno se odnose na što brži povrat investicije i širenje poslovanja izvan regije. Ne žalim ni za čime. Došao sam u Hrvatsku studirati i namjeravao se vratiti nakon završetka studija. No, osim u suprugu, zaljubio sam se i u ovu prekrasnu zemlju i njene vrijedne i drage ljude.

Izvor: Privredni vjesnik 3863 od 9. 2. 2015.



## TEHNOLOŠKE ZABILJEŠKE

Uređuje: Dušan Ražem

### Čarobni "meta-materijali" osvojili fiziku

Fizičari su uzbuđeni zbog mogućnosti da se stvore "meta-materijali" koji mogu imati iznenađujuća svojstva. Zadiranje u strukturu materijala da bi se manipuliralo njihovim svojstvima kao što je izgled već je dobro poznato; sljedeći korak je promjena mehaničkih svojstava.

Ideje, nacrti i uzorci preplavljaju glavne konferencije o meta-materijalima na kojima se govori o elastičnoj keramici, neosjetnim ogrtačima i programabilnim gumenim spužvama. Od njih bi se mogle praviti obloge za svemirske letjelice ili potplati koji "osjećaju" podlogu. Meta-materijali polako osvajaju najrazličitija područja. Naziv "meta-materijal" odnosi se na sve vrste neobičnih i zadivljujućih tvari, ali obično se misli na istaknuta neobična svojstva koja se ne bi mogla očekivati od izvornih sastojaka.

Na primjer, nije cilj napraviti nevidljive ogrtače. Cilj je sakriti ih od fizičkih sila, a najnoviji proizvod je materijal strukture poput pčelinjeg saća, koji čini da se objekt ispod njega ne može napipati. Čvrsta rešetka djeluje kao kapljevinna koja odvrća pritisak oko svog skrivenog tereta. Taj materijal naveo je na ideju da bi određeni raspored izbušenih rupa mogao odvratiti razorne vibracije potresa. Pretvaranje zemljišta u meta-materijal moglo bi zaštititi elektranu od podrhtavanja. Oblaganje rupe usred ravne plohe zapravo je načelni nacrt – može se primijeniti na što želite.

Prvi mehanički programabilni materijal izgleda iznenađujuće jednostavno, kao ploča od gume s rupama. Ali te rupe dviju veličina posebno su smišljene tako da se mogu stisnuti, bilo vertikalno ili bočno, što se kontrolira pomoću stezaljke. Konačni rezultat izgleda kao spužva koja može biti ukrućena ili mekana, ili negdje između ta dva stanja, zavisno od jakosti stiska. Od metalnih meta-materijala mogu se izrađivati poboljšani elementi strojeva. Ako se prebaci u mekanije stanje dok je još pod pritiskom, to se zove negativna krutost, što je tako čudno svojstvo da još nije nađena primjena za njega. Ali ploče imaju drugo, vrlo korisno svojstvo da apsorbiraju energiju. Zamislite odbojnik na automobilu koji se može programirati – ako vozite u naselju s mnogo djece, dobro bi vam došao mekani odbojnik; na autocesti želite da odbojnik bude krut. Proizvođači obuče također su zainteresirani za potplate koji se prilagođavaju različitim podlogama.

Drugi elastični materijali koji imaju negativan Poissonov omjer ponašaju se kod gnječenja tako da umjesto da isure na rubovima i postanu ravniji i širi, oni se zapravo stisnu u svim smjerovima. Kad ih se isteže, oni se šire u svim smjerovima. Takvi materijali u stisnutom stanju dobro apsorbiraju zvuk različitih frekvencija.

Poissonov omjer utječe i na zamor metala: elementi motora s unutarnjim sagorijevanjem koji imaju urezane kompleksne pukotine mogu izdržati mnogo više ciklusa kompresije prije nego što popucaju. Kompleksna svojstva mogu se dobiti bilo sastavljanjem