

ПРЕВЗЕМЕНО ИНТЕРВЈУ НА ЖИВКО МУКАЕТОВ ГЕНЕРАЛЕН ДИРЕКТОР И ПРЕТСЕДАТЕЛ НА УПРАВЕН ОДБОР НА АЛКАЛОИД АД ОД GENERICS bulletin

АЛКАЛОИД ПОЧНУВА ДА СЕ ДВИЖИ НАДВОР ОД МАКЕДОНСКАТА БАЗА

Алкалоид е решен да го пробие домашното упориште и да атакува на Европа и САД, известува Мајк Рајс.

Алкалоид е име што ќе стане многу попознато во САД доколку амбициозните цели поставени од страна на Живко Мукаетов и неговиот управен одбор се реализираат во следниве десет години.

Основана во 2006 година како задничко вложување 50:50 меѓу македонската компанија и американскиот партнер, Алкалоид УСА има за цел да се котира на американската берза во следниве пет до седум години, до кога продажбата во САД би требало да изнесува над 50 милиони долари. Како ексклузивен добавувач на генеричките и ОТЦ лекови на Алкалоид на територијата на САД, Алкалоид УСА ќе покаже дека компаниите од оваа бившо југословенска република се “способни да издржат конкуренција од светска класа” вели Мукаетов, претседател и генерален директор на Алкалоид.

Во меѓувреме, сепак Мукаетов и неговите колеги ќе продолжат да ја одржуваат водечката позиција на ова акционерско друштво на македонскиот пазар, стремејќи се кон двоцифрен годишен пораст на продажбата преку проширување на портфолиото на производи, подобрување на ефикасноста и освојување на странски пазари во околината.

„Алкалоид има капитализација на пазарот од околу 210 милиони евра, а акциите на Алкалоид се меѓу најтргуваните во Македонија”, тврди Мукаетов, кој вели дека аквизиција вон домашниот регион на југоисточна Европа е дел од плановите за развој на компанијата.

Минатата година, вкупните консолидирани приходи го достигнаа врвот од 100 милиони долари за прв пат по порастот на продажбата од близу 20% во 2006 година. Бруто профитот се зголеми за една третина во истиот период. Мукаетов укажува на лансирањето на нови лекови на традиционалните пазари на оваа компанија со седиште во Скопје, кои „многу брзо станаа блокбастери”, благодарение на „ефективното инвестирање во маркетинг”. Тој исто така ја истакна имплементацијата на САП системот минатиот јули, со кој се синхронизираат операциите на компанијата, се намалуваат трошоците и се обезбедува подобра контрола. „Процесите на донесување на одлуки се забрзаа”, вели Мукаетов „а нашето планирање сега е попрецизно.”

Гледајќи нанапред, Мукаетов предвидува 13,4% пораст на продажбата оваа година и 10,7% во 2009, кога приходите треба да достигнат 127 милиони долари. Плафонот од 100 милиони евра (150 милиони долари) треба да се достигне во 2010.

Запрашан што ќе го покрене зголемувањето на предвидената продажба за оваа и следната година, Мукаетов одговара дека Алкалоид ќе продолжи да инвестира во нови пазари, истовремено подобрувајќи ја својата позиција на веќе постоечките. „Ќе продолжиме да инвестираме во луѓе, нови регистрации и нови пазари”, коментира тој.

Фокусирањето на специфични терапевтски категории ќе претставува важен елемент во стратегијата на Алкалоид, смета Мукаетов. „Нашите планови за развој се базираат на три главни линии: лекови за кардиоваскуларниот и централниот нервен систем и антибиотици,” вели тој, и додава: „Наша силна страна се ОТЦ производите, со кои сме лидери во регионот (југоисточна Европа), со нашиот добро познат аналгетик Кафетин и неговите екстензии.”

Кафетин учествува со приближно 20% во вкупната продажба на фармацевтски препарати на Алкалоид, иако и лизиноприл и респеридон се меѓу најдобро продаваните. Мукаетов е особено горд што организацијата Супербрэндс ја призна моќта на ОТЦ брнедот Кафетин. Овој аналгетик, што содржи четири активни состојки – парацетамол, пропафеназон, кодеин и кофеин, во последниве години доби проширени индикации. Формулацијата за настинка исто така содржи четири состојки – парацетамол, псеудоефедрин,

Alkaloid starts to move beyond Macedonian base

Alkaloid is expected to break out of its domestic stronghold to make an impact in Europe and the US, in Mike Raice reports.

	2006	2007	2008	2009
Revenue (M\$)	110	140	150	160
Profit (M\$)	30	40	50	60
Operating profit (M\$)	20	30	40	50

Alkaloid is expected to break out of its domestic stronghold to make an impact in Europe and the US, in Mike Raice reports.

Alkaloid is expected to break out of its domestic stronghold to make an impact in Europe and the US, in Mike Raice reports.

декстрометорфан и витамин Ц, а Кафетин Менструал пак, се базира на брзоделувачкиот ибупрофен лизинат.

Кафетин Колд Плус е најновата екстензија на оваа линија, а Мукаетов вети и други во блиска иднина. Сотекс го дистрибуира овој 50-годишен бренд во Русија ексклузивно за Алаклоид, кој до сега го претстави Кафетин на 15 различни пазари.

Највоочлив аспект на проектираниот развој на Алкалоид во следните неколку години е дека и бруто профитот и оперативниот профит се очекуваат да растат побзо од продажбата (Слика 2) Мукаетов е убеден дека овие цели ќе се постигнат бидејќи подобрувањето на ефикасноста постигнато во 2007 и во првата половина на 2008 се евидентни во намалувањето на трошоците на сите нивоа. „Исто така, она што беше многу важно за нас,“ додава Мукаетов, „беше воведувањето на поефикасна стратегија на формирање на цени врз основа на детални анализи на нашата конкуренција како и потребите и потенцијалот на пазарот.“

На македонскиот пазар Алаклоид е присутен преку своите две компании. Алкалоид АД го опслужува секторот на примарна заштита преку 650 аптеки и 120 фирми за продажба на големо, додека пак Алкалоид Конс во суштина се занимава со големопродажба и нејзина цел се болниците. Во рамките на производните капацитети на компанијата се наоѓа погонот за екстракција на опијати во кој минатата година се произведени морфиум и по околу два тона кодеин и други опијатни активни фармацевтски супстанции, воглавно за потребите на готовите лекови произведени во Алкалоид.

Пристапот до странските пазари во околните земји се оставрува преку 12 претставништва. Покрај пазарите наведени во Слика 4 и американскиот пазар, Алаклоид директно е присутен во Бугарија, Романија и Швајцарија.

„Алкалоид е бренд признаен и присутен во над 27 земји во светот,“ коментира Мукаетов. „Исто така имаме најдобро распространета регионална продажба во југоисточна Европа,“ вели тој, укажувајќи на порастот од 60% на продажбата во Србија во 2007, со што компанијата си обезбеди удел од 3% на српскиот пазар. „Според обемот на продажбата во Хрватска го завземаме шестото место“, додава тој.

Мукаетов потенцира дека Алкалоид има поденесено барања за регистрација на 10 производи во Европската унија (ЕУ), на национално ниво и во рамките на преоцедурата за взаемно признавање на ЕУ. „Од основањето во 1936, нашите производи никогаш претходно не биле присутни на пазарите на земјите од Западна Европа,“ забележува Мукаетов, наведувајќи дека цефиксим и лизиноприл имаат добиено лиценца во Јордан, под брендот Панцеф и Скоприл.

Алкалоид има добиено 20 регистрации на свои производи во Македонија минатата година, а 70 на странските пазари. Оваа година се очекува поскумен број, вкупно 75, но до 2010 оваа цифра е проектирана да изнесува над 100, од кои 90 на странските пазари.

Забележувајќи дека стандардите на Алаклоид за добра производна пракса (GMP) се сертифицирани од страна на здравствените агенции на Јордан и на Регулаторната агенција за лекови и медицински производи на Обединетото Кралство (MHRA), Мукаетов нагласува дека во јуни оваа година, со дозволата за нивниот производ лизиноприл Алкалоид ја доби првата дозвола за пласирање на пазарите на таканаречена стара Европа.

„Сега се наоѓаме во процес на регистрирање на други лекови на целиот пазар на ЕУ, а очекуваме да започнеме со продажбата следната година,“ коментира Мукаетов. „Од аспект на регулаторната стратегија, добивањето на дозволата за настапување на британскиот пазар ни овозможува да започнеме процедура за взаемно признавање со Велика Британија, како референтна земја членка. Планираме да ја одбереме не само Велика Британија како референтна земја членка, туку исто така и други.“

Според Мукаетов, производните капацитети на Алкалоид ја поминаа пред-инспекцијата на Администрацијата за храна и лекови на САД (FDA), тој вели, компанијата ќе настапи на пазарите на САД со лекови за справување со болка, кардиоваскуларни болести и болести на централниот нервен систем.

Запрашан во врска со предизвиците и можностите на Алаклоид во следниве неколку години, Мукаетов вели дека е „многу сигурен“ во иднината на компанијата. „Инвестиравме преку 70 милиони евра во нови идеи, нов погон, најсовремена технологија, највисоки стандарди и најдобар кадар. А продолжуваме да инвестираме во

нашиот нов институт за истражување и развој и контрола на квалитетот.“

Приближно 9 милиони евра се потрошени на овој објект, што треба да биде готов до крајот на годинава. Примарно, тој ќе има за цел усогласување со најновите регулаторни барања на ЕУ и САД, но исто така ќе обезбедува технолошки и аналитички инструменти за развивање на нови производи. Во оваа насока Мукаетов го посочи и договорот за соработка со хрватскиот институт Руѓер Бошковиќ.

Договорот опфаќа научно-истражувачка работа и развој, со цел развивање на нови фармацевтски производи и дијагностички процедури. Посебно ќе биде нагласено, според Мукаетов, развивањето на анти-вирусни лекови и дијагностички процедури за рано откривање на канцер. „Идејата е да се привлечат експерти од земјава и регионот, кои во соработка со институтот Руѓер Бошковиќ ќе работат на воведување на нови молекули и нови генерички производи,“ објаснува тој.

„Гордост на компанијата,“ додава тој, „е патентот регистриран во САД под број 6,572,891, за Новаморф, кој претставува сублингвална таблета од морфинска сол.“

Мукаетов исто така потенцира дека Алкалоид е партнер од избор на многу компании со сопствени брендови, како Фајзер, Новартис, Рош и Санофи Авентис. „Имаме повеќе од 20 производи во нашата лиценцна програма,“ коментира тој, „и преку 50 производи кои ги дистрибуираме преку Алкалоид Конс.“

Еден од приоритетите на компанијата, објаснува тој, е да продолжиме да бидеме партнер од избор, а да се стремиме да бидеме „стабилен партнер во иднина“.

Друг приоритет е да се развиваме преку аквизиции. „Стратешката политика на Алкалоид за развој е – покрај зголемување на продажбата во постоечките пазари и ширење на нови пазари – аквизиција на фармацевтски компании надвор од Македонија, изјавува Мукаетов.

Навистина, тој го гледа Алкалоид и како купувач на компании, но и како цел на купувачи. „Двата начина се можности за развој,“ коментира тој. „Ние сме заинтересирани да инвестираме во регионот и во ЕУ со аквизиција на фармацевтска компанија надвор од Македонија. Тоа ќе ни помогне во усогласувањето со регулативата и со олеснување на продажбата на тие пазари.“

„Истовремено,“ додава тој, „отворени сме за партнерство со големите мултинационални компании. Веруваме во нашата моќ и привлечност како сериозен регионален играч и исто така веруваме дека нашите планови за пробив на нови пазари ќе бидат успешни, со што ќе се зголеми вредноста на компанијата и придобивките на акционерите.“