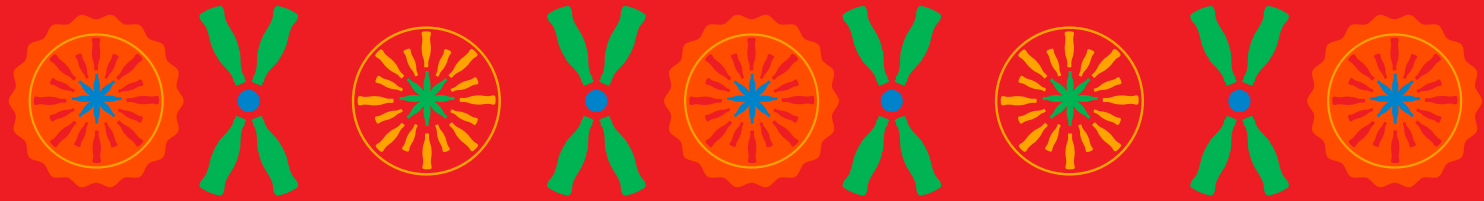
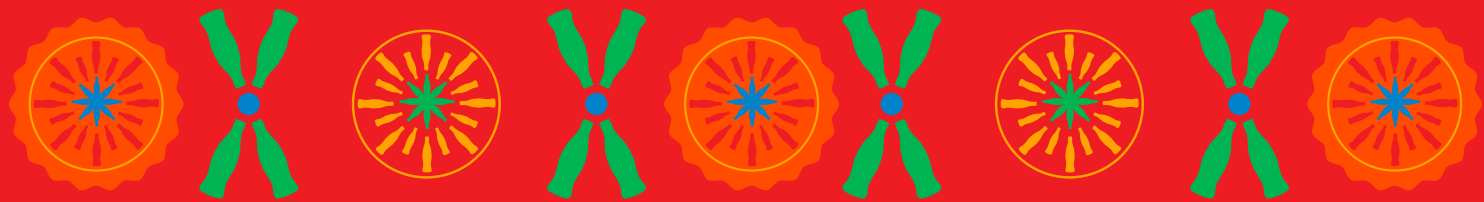




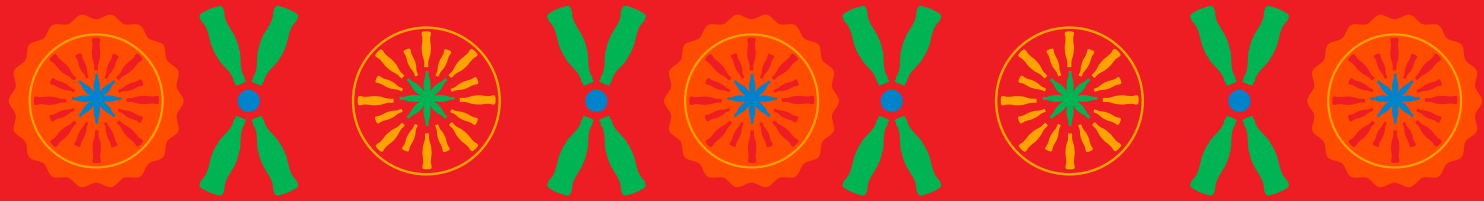
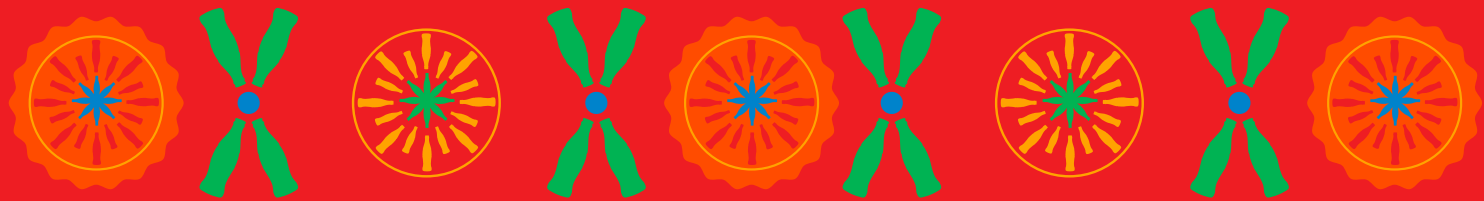
MË SHQIPTARE NGA Ç'MENDON!

NDIKIMI SOCIAL-EKONOMIK
I COCA-COLA NË SHQIPËRI

Coca-Cola



Coca-Cola®



Coca-Cola®

SDA Bocconi
SCHOOL OF MANAGEMENT

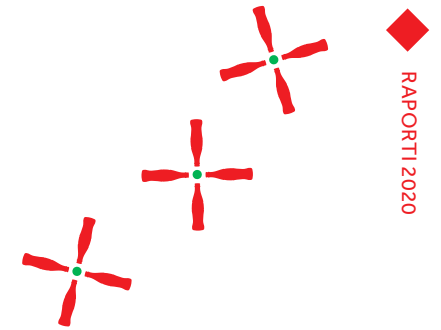
CLAUDIO DEMATTÉ CORPORATE & FINANCIAL INSTITUTIONS DIVISION

Fabrizio Perretti – Stefano Basaglia
17 Shator 2020



VLERËSIM I NDIKIMIT TË COCA-COLA MBI EKONOMINË DHE PUNËSIMIN NË SHQIPËRI

HYRJE PËRMBLEDHËSE



RAPORTI 2020

Në 2019-ën, Coca-Cola në Shqipëri ka gjeneruar 3,267 milionë Lekë, që në terma të tjerë janë të barabartë me 0.19% të Prodhimit të Brendshëm Bruto.

Nga ana tjetër, në 2019-ën Coca-Cola Bottling Shqipëria mundësoi direkt dhe indirekt punësim për 2800 punonjës.

Janë disa nga të dhënat mbresëlënëse të raportit kërkimor të realizuar nga Universiteti i Menaxhimit - SDA Bocconi - Itali, mbi ndikimin e Coca-Cola në ekonominë shqiptare dhe punësimin, i drejtuar nga profesorët Fabrizio Perretti dhe Stefano Basaglia.

Vlerësimi i ndikimit ekonomik u krye duke dalluar tre aktorët kryesorë në të cilët tradicionalisht është i ndarë çdo sistem ekonomik: Familjet- Sipërmarrjet- Shteti. Ndërsa vlerësimi i ndikimit në punësim, duke bërë dallimin mes vartësve të drejtpërdrejtë dhe vartësve dhe punonjësve të zinxhirëve të furnizimit në të cilët operon CCBS. Për të dhënat krahasuese të jashtme për këtë studim, u përdorën sondazhet e INSTAT duke iu referuar vitit 2019. Për detaje të mëtejshme mbi modelin, metodologjinë dhe burimin e të dhënave për kërkimin, referojuni sesionit "studimi".



COCA-COLA, MË SHQIPTARE NGA Ç'MENDON!

Nuk ndodh çdo ditë që të krijosh një produkt aq të famshëm sa të kthehet në një ikonë botërore, i atillë sa që prej tij të krijohet një kompani me shtrirje në të gjithë botën, por me shpirtin autentik të çdo vendi.

E filluam në një farmaci amerikane në vitin 1886, kur kimisti John Stith Pemberton krijoi një pije medicinale me një shije "speciale"- siç e përshkruanin shijuesit e saj të parë.

Ndër këta shijues ishte edhe politikani Asa Griggs Candler i cili i impresionuar, vendosi ta blejë recetën origjinale të Pemberton duke themeluar Coca-Cola Company në vitin 1892.

Në krye të sipërmarrjes së suksesshme, Candler ndërtoi Candler Building në Atlanta- asokohe më e larta ndërtesë në kryeqytetin e Georgia-s-; një ndërtesë në Kansas City, e cila u bë e njohur si Western Auto Building; Candler Building në New York City si edhe një në atë që tani njihet si Zona e Portit të Brendshëm të Baltimore, Maryland.

Në 1919-ën, The Coca-Cola Company nënshkroi marrëveshjen për hapjen e fabrikës së parë për mbushjen e Coca-Cola në Europë, duke e nisur në Francë për t'u ndjekur më pas nga fabrika në Belgjikë dhe në Itali.

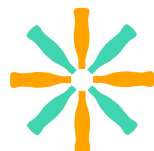
Kështu, në 1994-ën, u hap Coca-Cola Bottling Shqipëria. Për shumë shqiptarë, për të cilët gjatë epokës së komunizmit Coca-Cola kishte qenë një simbol i botës jashtë, ardhja e Coca-Cola Bottling Shqipëria ishte manifesti i jetës së re që i priste. Që atëherë, kanë kaluar 27 vite. Ky kërkim mbi ndikimin në ekonomi dhe punësim është një mundësi e shkëlqyer për të celebruar historinë tonë në Shqipëri. Është gjithashtu një rast për të falenderuar të gjithë ata njerëz të cilët kanë kontribuar për ta kthyer Coca-Cola në një markë me shpirt vendas.



1

COCA-COLA NË SHQIPËRI





Ngritja e fabrikës së Coca-Cola në 1994-ën, ishte një prej investimeve të para të përmasave të mëdha dhe njëherësh, një manifestim i rëndësishëm i sistemit të hapur ekonomik në Shqipërinë e pas '90-ës. Atëherë u investuan 12 milionë dollarë, për ndërtimin e fabrikës dhe për makineritë e para për prodhimin, mbushjen dhe tregtimin e produkteve. Punimet u kryen në 83 ditë e kompania e filloi aktivitetin me 20 punonjës.



1994

Viti kur Coca-Cola hapi fabrikën e saj në Shqipëri.



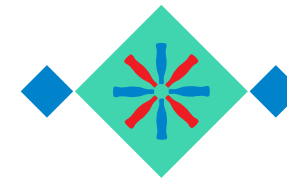
83 ditë

Koha që u desh për ndërtimin e fabrikës Coca-Cola.



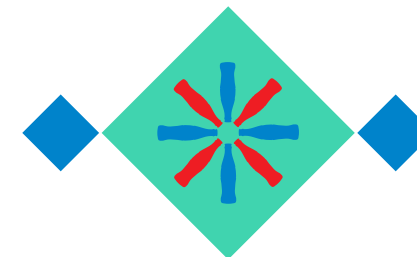
Sot, me 342 të punësuar dhe një portofol markash ikonike: Coca-Cola, Fanta, Sprite dhe Schweppes, Coca-Cola në Shqipëri përfaqëson një fuqi të vërtetë ekonomike, duke gjeneruar 5,436 vende pune në ekonominë shqiptare përmes zinxhirit të saj të furnizimit. Që nga mbushja e shishes së parë Coca-Cola në Shqipëri, kompania është zhvilluar shumë, duke zgjeruar jo vetëm markat dhe prodhimin, por edhe ndikimin e saj në ekonominë e vendit. Për të kuptuar më tepër në lidhje me prezencën e Coca-Cola në Shqipëri, ky kërkim i Universitetit të Menaxhimit - SDA Bocconi - Itali, përllëgarit ndikimin e kompanisë në ekonominë e vendit duke u bazuar tek të dhënat zyrtare të kompanisë në lidhje me personelin e burimet financiare, të dhënat zyrtare të INSTAT dhe institucioneve të tjera ekonomike për shifra të jashtme që nevojiten për krahasimin.

Coca-Cola



2

PËRMBLEDHJE





Sintezë e studimit

Sistemi i Coca-Cola në Shqipëri krijon punësim dhe mundësi për komunitetet lokale dhe prodhon burime të cilat shpërndahen mes tre faktorëve kryesorë të ekonomisë shqiptare:



**3,267
MILIONË LEKË**

Burimet e gjeneruara dhe të shpërndara
të barabarta me 0.19% të PBB-së vendase



342

të punësuar në personelin e CCBS



21%

e gjithë forcës punëtore në
sektorin e pijeve në Shqipëri



**5,436
vende pune**

të gjeneruara nga zinxhiri
i prodhimit



0.5%

e të gjithë të punësuarve



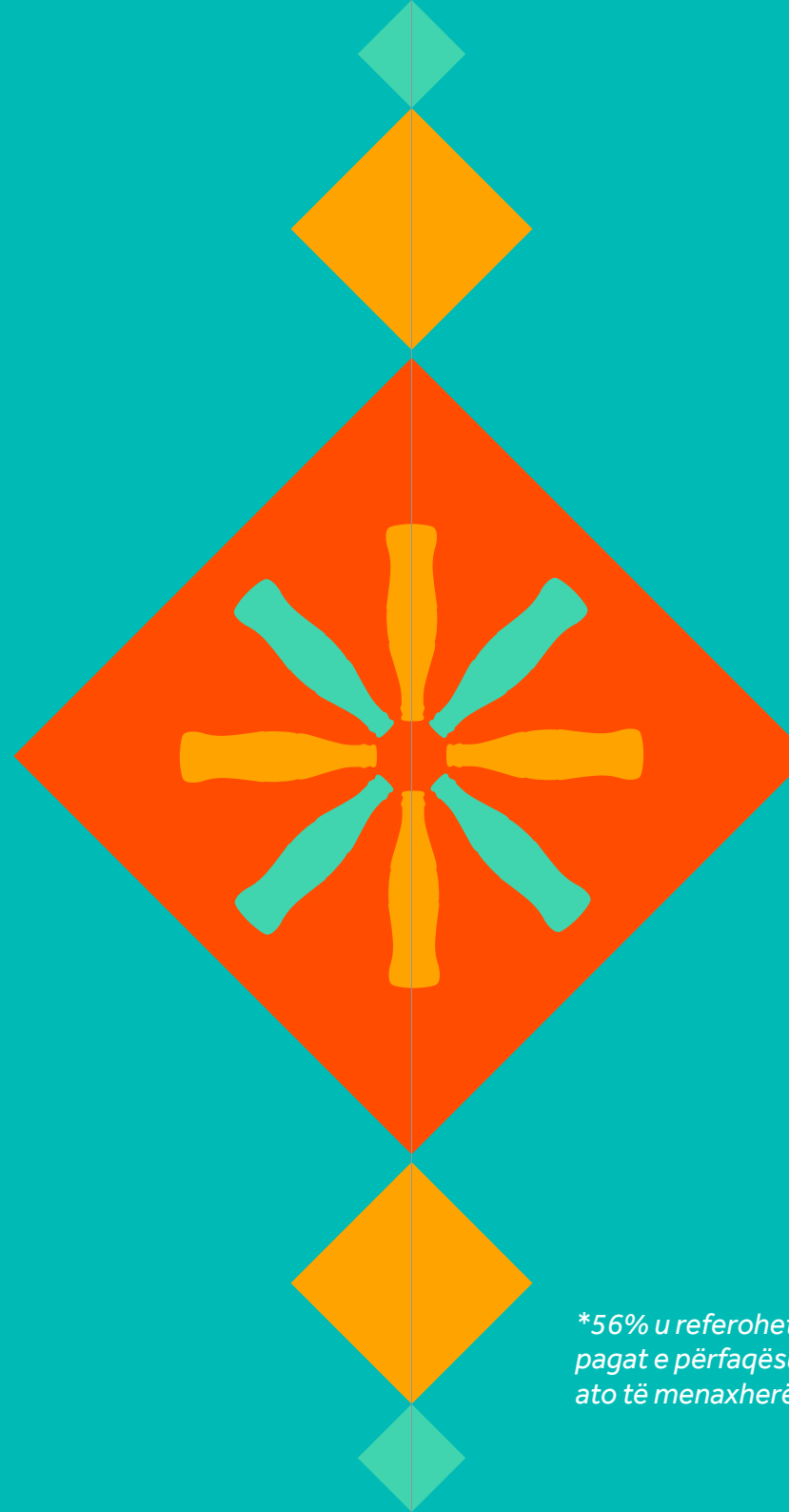
410

Furnitorë lokalë



21,313

Njerëz që varen direkt dhe indirekt nga vendet e punës që hap zinxhiri i Coca-Cola



16

vende pune

Për çdo të punësuar në personelin e CCBS



Pagat deri në

56%

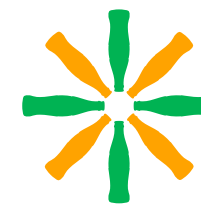
më të larta se mesatarja*



80%

Gratë në pozicionet drejtuese në CCBS

**56% u referohet punonjësve të administratës, specialistëve; pagat e përfaqësuesve të shitjeve janë deri në 14% më të larta dhe ato të menaxherëve / drejtuesve deri në 40% më të larta*



3

STUDIMI





Modeli i Studimit dhe Metodologjia

Impakti ekonomik i Coca-Cola në Shqipëri është përlogaritur në terma të burimeve të shpërndara mes faktorëve të mëposhtëm të sistemit:



Rëndësia e impaktit të Coca-Cola në punësim u vlerësua duke dalluar: impaktin direkt, pra duke iu referuar numrit të vartësve dhe nëpunësve në zyrat e CCBS; impaktin e tërthortë, duke iu referuar numrit të vartësve dhe nëpunësve në zinxhirin e furnizimit.



Impakti direkt

Vartës dhe nëpunës të punësuar brenda kompanisë



Impakti indirekt i nivelit të parë

Furnitorët me të cilët Coca-Cola ka shkëmbim tregtar të drejtpërdrejtë



Impakti indirekt i nivelit të dytë

Furnitorët me të cilët Coca-Cola nuk ka shkëmbim të drejtpërdrejtë

Duke iu referuar ndikimit indirekt, Coca-Cola konsiderohet si një kompani fokale, e vendosur në hallkat e fundme të një zinxhiri furnizimi të përbërë nga furnitorë me të cilët CCBS ka marrëdhënie shkëmbimi tregtar dhe "furnitorët e furnitorëve".



METODOLOGJIA

Burimet e të dhënave

Të dhënat për llogaritjen e impaktit në ekonomi:

CCBS dhe INSTAT (duke iu referuar vitit 2019 ose më herët) në lidhje me statistikat kombëtare për strukturën e bizneseve.

Të dhënat për llogaritjen e impaktit në punësim:

Zbulimi i ndikimit të punësimit të CCBS u krye në të dhënat e siguruar nga CCBS në lidhje me ndikimin direkt dhe të nivelit të parë të ndikimit indirekt. Për analizën e impaktit indirekt janë përdorur edhe të dhëna nga INSTAT.

Parametrat e vlerësimit të përdorur për llogaritjen e ndikimit indirekt të punësimit:

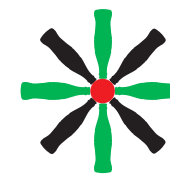
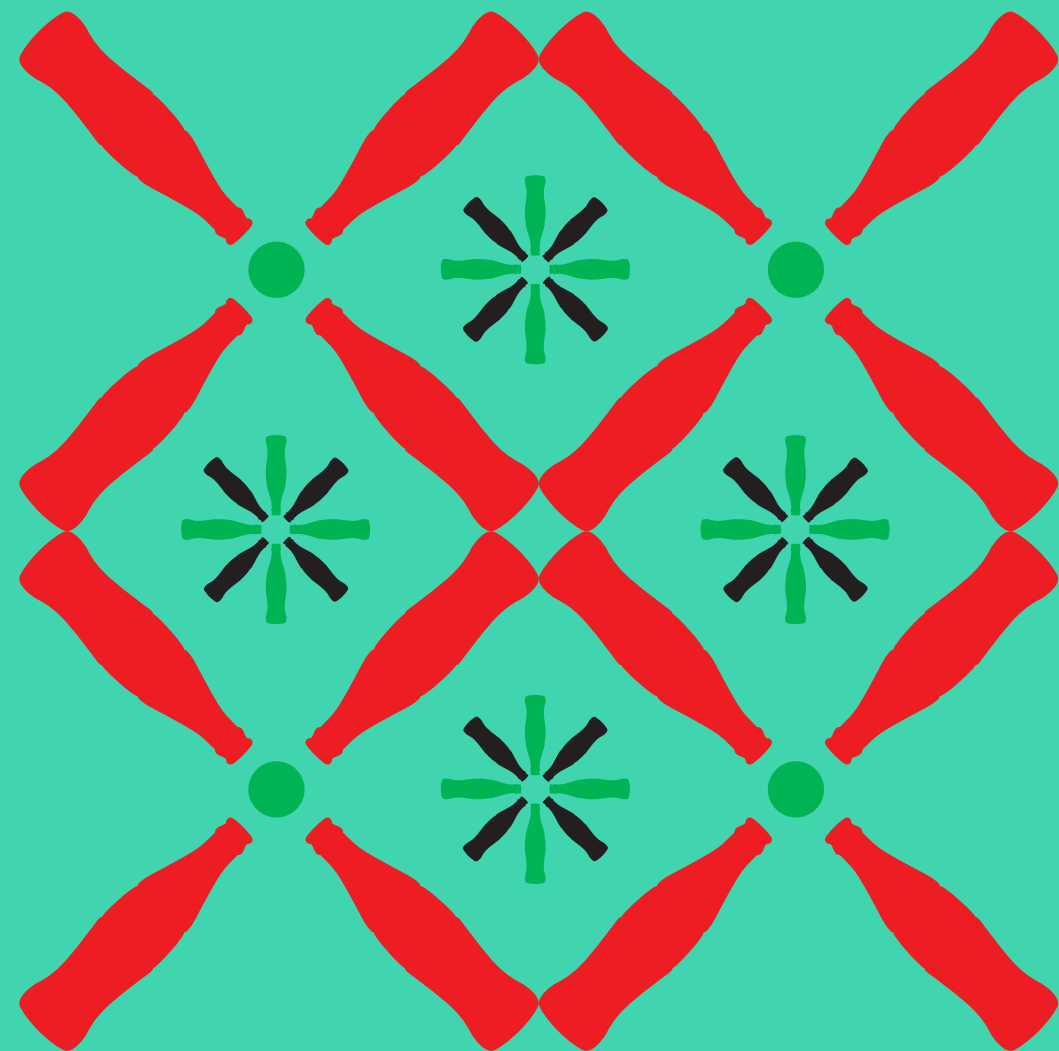
- Njohja e vlerës së blerjeve të CCBS nga furnitorët në vitin 2019;
- Zbulimi, përmes një pyetësi të administruar nga Coca-Cola për secilin furnizues në lidhje me: peshën që ka Coca-Cola mbi të ardhurat totale të furnizuesit, totalin e punonjësve, si edhe ndjeshmërinë e rritjes së punonjësve në bazë të kërkesave të Coca-Cola.
- Modeli input-output i ndërvlerësive sektoriale bazuar në tabelat e burimeve dhe përdorimeve (2015-2017) të INSTAT.¹



Duke iu referuar ndikimit në punësim, u bë një dallim midis personelit që kuptohet si numri i të punësuarve dhe punësimit i kuptuar si numri i totalit të të punësuarve (i cili përfshin të punësuarit, punëtorë të pavarur, të jashtëm dhe të përkohshëm). Vlerësimet mbi punësimin total - direkt dhe indirekt - bazohen te burimet e INSTAT në lidhje me punësimin.

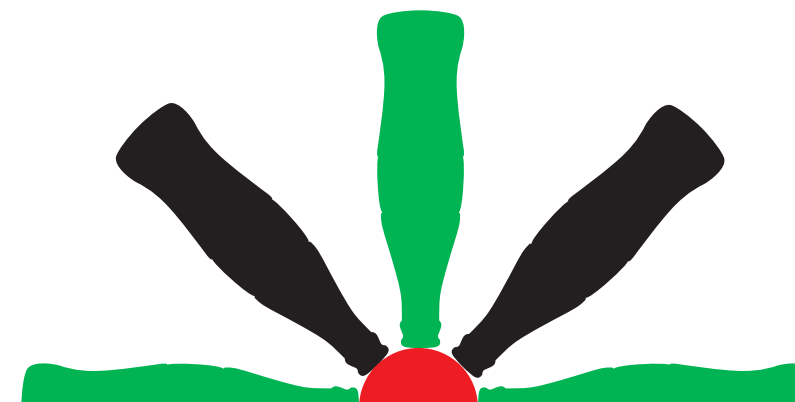
Analiza i referohet vitit 2019.





4

IMPAKTI EKONOMIK



Për të vlerësuar
akoma më mirë
ndikimin e Coca-Cola
në ekonominë
shqiptare, mund të
fokusohehi tek pesha
që zë CCBS në 2 grupe
ndërmarrjesh të
ngjashme për nga
fushat e veprimtarisë:



Kategoria "Pije"

79

Numri total i sipërmarrjeve
që i përkasin kategorisë
"pije" në Shqipëri

11

Miliardë Lekë

Vlera e burimeve të shpërndara
nga ndërmarrjet
prodhuese të pijeve

**Coca-Cola
në Shqipëri**

1

vendi i 1-rë

34.98% të xhiros së
këtij grupi



Kategoria "Pije"

1,830

Numri i personave të punësuar
në këtë kategori ndërmarrjesh

**Coca-Cola
në Shqipëri**

21.19%

të punonjësve të këtij
grupi punojnë për CCBS



Kategoria "Pije"

8

Miliardë Lekë

Burimet e shpërndara nga
ndërmarrjet e kategorisë
"Pije" për bizneset

1

Miliardë Lekë

Burimet e shpërndara nga
ndërmarrjet e kategorisë
"Pije" për familjet

**Coca-Cola
në Shqipëri**

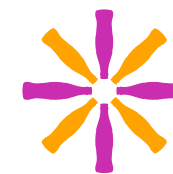
19.03%

Burimet e kësaj kategorie të
alokuara për bizneset që
shpërndahen nga CCBS

24.72%

Burimet e kësaj kategorie
të alokuara për familjet që
shpërndahen nga CCBS





5

IMPAKTI NË PUNËSIM



2800 është numri total i punonjësve direkt dhe indirekt të Coca-Cola në Shqipëri. Por, nuk është thjesht çështje shifrash. Kushtet e punës dhe roli i Coca-Cola-s në shoqëri kanë tregues mjaft domethënës, si më poshtë.

Pagat e punonjësve të CCBS janë më të larta sesa paga mesatare e vendit: deri në 56% më të larta për punonjësit e administratës; 14% më të larta për specialistët e përfaqësuesit e shitjes, ndërsa për menaxherët dhe ekzekutivët deri në 40% më të larta. Gjithashtu, CCBS zotëron një prej treguesve më të rëndësishëm të punësimit në kompanitë moderne, atë të fuqizimit të gruas: 80% e punonjësve në pozicionet drejtuese të Coca-Cola në Shqipëri janë gra.



Punonjës direkt	342
Punonjës indirekt	2458
Totali	2800

Të punësuar të jashtëm direkt	400
Të punësuar të jashtëm indirekt	5036
Totali	5,436



IMPAKTI KOMPLEKSIV NË PUNËSIM



Nëse flasim për të punësuar, pra punonjësit me pagë, të vetëpunësuarit, punonjësit e jashtëm dhe të përkohshëm/ sezonalë, në 2019-ën Coca-Cola Bottling Shqipëria ka patur në vend një impakt total të barabartë me 5,436 të punësuar, që përkon me 0.4% të totalit të fuqisë punëtore në Shqipëri. Nëse flasim për punonjës, CCBS ka patur një impakt kompleksiv prej 2,800 punonjësish, nga të cilët punonjës direktë janë 342 ndërsa indirekt janë 2,458.

Studimi tregon se për çdo vartës direkt të CCBS, korrespondojnë rreth 16 vende pune në ekonominë shqiptare. Ndërsa, nëse ndalemi tek struktura e familjeve shqiptare, numri i njerëzve që varen - pjesërisht ose plotësisht - nga të ardhurat e krijuara (direkt dhe indirekt) nga CCBS, është i barabartë me rreth 21,313 njerëz.



16

vende pune

Për çdo të punësuar
në personelin e CCBS

21,313

Njerëz që varen direkt dhe indirekt nga vendet
e punës që krijon zinxhiri i Coca-Cola në Shqipëri





6

MË SOCIALE
NGA Ç'MENDON!

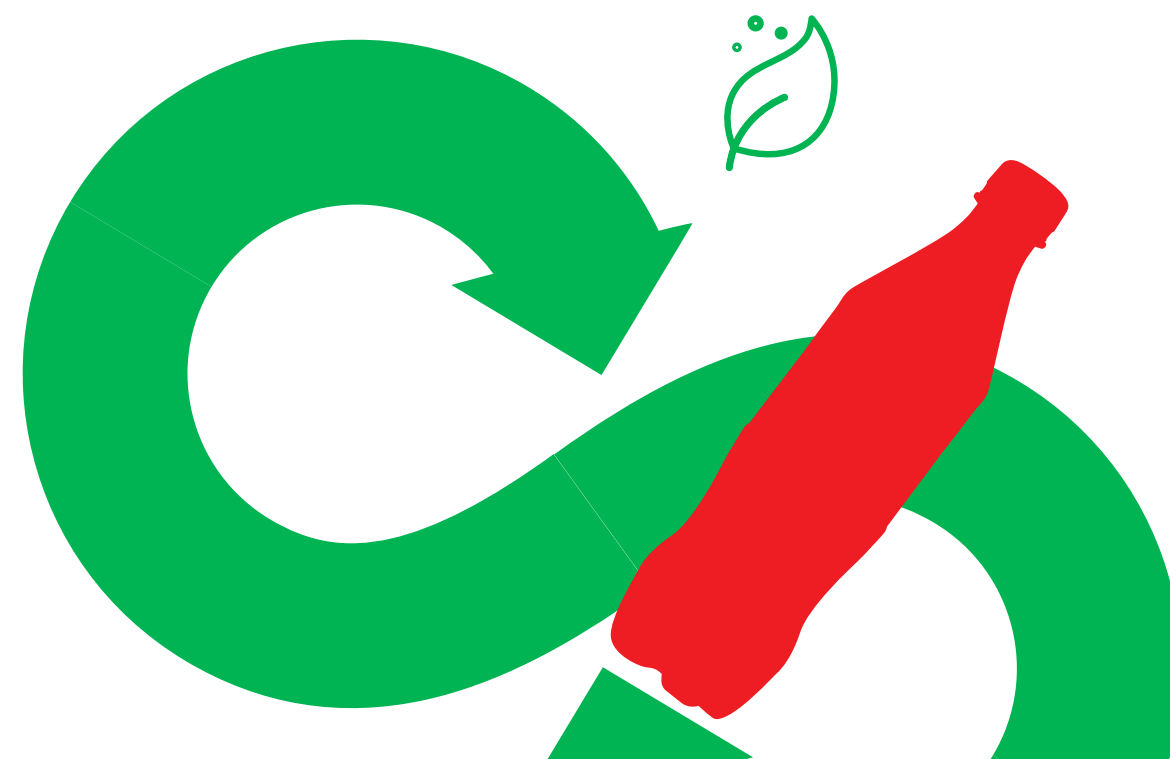


OBJEKTIVI: NJË BOTË PA MBETJE

Paketimi i ushqimeve dhe pijeve është një pjesë e rëndësishme e jetës së përditshme për secilin prej nesh: paketimet moderne ndihmojnë në kufizimin e përhapjes së ndotjes. Shishet dhe kanaçet e bëjnë të lehtë transportin e pijeve, duke ndihmuar në mbajtjen e tyre të paprekura dhe të përshtatshme për konsum njerëzor. Qasja konkrete dhe mbështetëse ndaj mjedisit është të punojmë për t'i bërë ato sa më të qëndrueshme, duke i dizajnuar ato në mënyrë miqësore ndaj mjedisit.

Nisma ndërkombëtare **"World Without Waste"**- Një Botë Pa Mbetje- e prezantuar nga The Coca-Cola Company në 2018-ën ka objektivin që të mbledhë dhe të riciklojë një shishe ose një kanaçe për çdo një të shitur, duke parashikuar kështu reduktimin e impaktit në ambient që nga procesi i prodhimit tek proceset pas konsumit të produktit.

Kjo do të thotë të përdoren sa më tepër të jetë e mundur materiale të ricikluara për formatet e riciklueshme të pijeve, si edhe të inkurajohet konsumatori që ta hedhë paketimin në vendin e duhur pas konsumimit të produktit.





Promovimi i një modeli biznesi të angazhuar për përmirësimin e problematikave sociale dhe mjedisore, është ajo çfarë e kthen një sipërmarrje në një vlerë të përbashkët. Për këtë, Coca-Cola në Shqipëri ka dalë jashtë kufijve të ndërmarrjes prodhuese, duke u përfshirë dhe duke udhëhequr angazhimin në të mirën e përbashkët në nivel kombëtar.

Në 2010-ën, Coca-Cola solli në Shqipëri sistemin e parë dhe më të madh të pastrimit të ujit të shkarkuar dhe përdorimin e tij në natyrë për ujitje të pemëve, një investim prej 1 milion Euro. Ka kontribuar në mbjelljen e mbi 1,000 pemëve në mjediset e CCBS dhe të tjera në Parkun e Liqenit Artificial të Tiranës. Vitin e kaluar, Coca-Cola në Shqipëri udhëhoqi lëvizshmërinë e gjelbër, duke e këmbyer flotën komerciale në Tiranë me makina 100% elektrike dhe duke vijuar në 2021-shin me zgjerimin e këtij projekti në Durrës e Kavajë, me rezultat 242 tonë më pak CO₂ të emetuar, e barazvlefshme me kontributin që ofrojnë mbi 18,000 pemë çdo vit.

Coca-Cola ka organizuar pastrimin e brigjeve nga mbetjet, duke hequr 21 tonë mbetje brenda një viti përmes nismave si "Save The Coast", si edhe ka gjelbëruar hapësira të rëndësishme si Parku i Liqenit të Tiranës, ku ka kontribuar duke mbjellë 60 pemë.

Këtë vit, Coca-Cola bëri edhe një tjetër investim gjigand në Shqipëri në të mirën e mjedisit, duke realizuar me sukses investimin në impiantin fotovoltaiik me sipërfaqe 10,680 m² të instaluar ne taracën e stabilimentit, investim ky në vlerën 1,260,000 Euro.



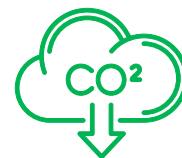
100% Elektrike

Flota e makinave të CCBS në Tiranë, Durrës e Kavajë



9 Stacione elektrike

si mbështetje për infrastrukturën e nevojshme për karikimin e makinave elektrike, me investim të CCBS



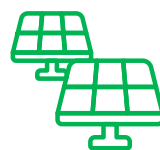
242 tonë CO₂

Të reduktuara në vit nga flota e makinave elektrike të CCBS



+1000 Pemë

të mbjella në ambientet e CCBS dhe tek Liqeni i Tiranës



10,680 m² Panele fotovoltaike

për prodhimin e afro 62% të energjisë së kërkuar nga CCBS dhe reduktimin e 1,230 tonë CO₂ të emetuar çdo vit.

QASJA ETIKE NË MARKETING

Kur vjen fjala për marketingun e produkteve të Coca-Cola, kompania sigurohet që të promovojë një model marketingu të përgjegjshëm për atë se kujt i flet dhe në ç'mënyrë. Konsumatori është për ne në qendër të gjithçkaje dhe, për të përmbushur kërkesat e tij, kemi vendosur të fokusohemi tek një strategji e cila është për ne thelbësore: kemi reduktuar sheqernat dhe formatet e pijeve, duke riparë gjithashtu shumë receta për të ofruar një gamë më të gjerë produktesh, për të përmbushur kërkesat e ndryshme të konsumatorëve. Në të mirë të konsumatorit, etiketat e produkteve të Coca-Cola përmbajnë informacion të qartë dhe transparent. Gjithashtu, nuk ndërmarrim asnjë komunikim apo nismë marketingu për më të vegjël se 18 vjeç.

- Nuk u drejtojmë asnjë komunikim fëmijëve nën 18 vjeç
- Reduktojmë gradualisht sheqerin në pije
- Fokusohemi tek formatet më të vogla
- Përmirësojmë recetat duke përdorur alternativa të sheqerit
- Zgjerojmë portofolin e produkteve për të përmbushur shijet e konsumatorit
- Japim informacion të qartë dhe të aksesueshëm në etiketa transparente



NDIKIMI NË EKONOMINË QARKORE

Coca-Cola në Shqipëri prezantoi në korrik të këtij viti shishet me plastikë 100% të ricikluar (rPET), për të gjitha markat në portofolin e kompanisë në formatet 0.45L & 0.9L, duke investuar në një total prej 4,740,000 paketimesh, vetëm gjatë vitit 2021. Kjo nismë mundëson qarkullimin nga shishja- në shishe- në një shishe të re.

Paketimet e produkteve në PET transparent, ofrojnë riciklim më të lehtë duke bërë të mundur reduktimin e mbetjeve. Coca-Cola udhëheq kështu me një model të një kompanie të përgjegjshme për ndikimin që ka në mjedis, si dhe proaktive në angazhimin për përmirësimin e mjedisit.

Coca-Cola në Shqipëri prezantoi edhe shishen e re dinamike të produktit Sprite, një largim nga paketi i saj historik jeshil, për një PET transparent lehtësisht të riciklueshëm dhe të ricikluar.

Këto risi, në prodhimin me shishe rPET, janë pjesë e strategjisë afatgjatë të kompanisë "The Coca-Cola Company", në kuadër të projektit "Bota pa Mbetje".



100% e ricikluar

Paketimi për formatet 0,45 L dhe 0,9 L për të gjitha markat në portofolin e CCBS

4,740,000 paketime

Të ricikluara dhe të riciklueshme të produkteve të CCBS vetëm gjatë 2021

Për herë të 1-rë

Sprite heq dorë nga ngjyra ikonike e gjelbër për një paketim të tejdukshëm lehtësisht të riciklueshëm



Nisma Save The Coast - Shpëtoni bregdetin

Fondacioni Coca-Cola në bashkëpunim me Eco Mendje dhe mbështetjen e Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit organizuan në prill të 2019-ës, një nismë për pastrimin e Kepit të Rodonit.

Edhe pse një prej plazheve më të bukura të bregdetit tonë, Kepi i Rodonit ishte kthyer në një kosh të madh mbeturinash, duke rrezikuar të kthehej në një pikë problematike prej infrastrukturës jo fort lehtësuese.

1,500 thasë me mbeturina u grumbulluan në fund të aksionit, nga qindra të rinj vullnetarë, duke e lënë bregdetin shumë më të pastër nga ç'e gjetën.



1,500

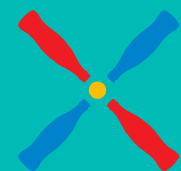
Thasë me mbeturina të larguara nga Kepi i Rodonit



21 tonë

Mbeturina të pastruara brenda një viti sajë nismave të Coca-Cola

Coca-Cola



7

FOKUS RAJONAL:
TIRANA





Nga veriu në jug, Shqipëria jonë e bukur është djep i kulturës dhe traditave të larmishme, autentike dhe të pashoqe. Vendi ku të gjitha këto ndërthuren në mënyrën më spontane, është Tirana. Kryeqyteti ynë është një manifestim i gjallë i ndikimit që Coca-Cola ka patur në të gjithë shoqërinë, ekonominë dhe kulturën shqiptare.

Në Tiranë burimet e Coca-Cola janë shpërndarë mes tre faktorëve kryesorë të sistemit: 246 milionë Lekë për familjet; 1,111 milionë Lekë për sipërmarrjet; me një total prej 1,357 milionë Lekësh, ose e barabartë me 0.22 % e PBB-së së Tiranës. Impakti kompleksiv në punësim për Tiranën është i barabartë me 873 të punësuar.



246
milionë Lekë

Për familjet
në Tiranë



+ 1,111
milionë Lekë

Për sipërmarrjet
në Tiranë

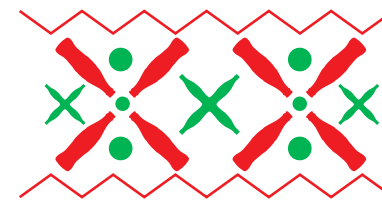


= 1,357
milionë Lekë

E barabartë me 0.22%
e Prodhimit të Brendshëm
Bruto të Tiranës



Coca-Cola



8

PËRFUNDIME
DHE AUTORËT

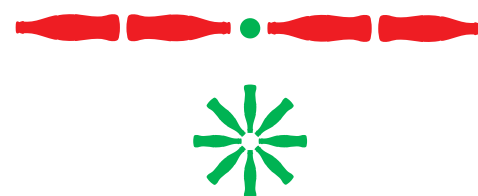




3 dekada më parë, Coca-Cola ishte për shqiptarët simboli i një bote të largët, joshëse por të ndaluar. Prandaj, hapja e Coca-Cola Bottling Shqipëria në vitin 1994 shenjoj si asnjë investim tjetër fillimin e një Shqipërie të re, ku ekonomia ishte e hapur dhe ku Coca-Cola, pija më ikonike në botë, si në të gjithë botën do të ishte lehtësisht e aksesueshme nga çdo shqiptar.

Falë CCBS, Coca-Cola filloi të fabrikohet në vendin tonë, duke u kthyer në një kontribues të rëndësishëm të rritjes së vendit dhe duke u bërë gjithashtu çdo ditë, më shqiptare nga ç'mendoni.

Por, CCBS nuk është vetëm kompania që solli pijen Coca-Cola në Shqipëri. Është kompania e cila solli bashkë me pijen Coca-Cola edhe një model sipërmarrjeje tejte të vetëdijshme për ndikimin që ka në vendin ku operon: një sipërmarrje shumë më shqiptare nga ç'mund të mendoni.





Fabrizio Perretti

Profesor i Strategjisë dhe Sipërmarrjes në SDA Bocconi dhe profesor i brendshëm i departamentit të Menaxhimit dhe Teknologjisë së Universitetit Bocconi, ku jep strategji dhe politikë korporate. Ai është gjithashtu drejtues i redaksisë së revistës *Economia & Management* të Universitetit të Menaxhimit - SDA Bocconi - Itali. Është autor i botimeve të shumta në lidhje me strategjinë dhe aspektin social të organizatave.



Stefano Basaglia

Fitues i bursës së meritës për Leadership, Organizim dhe Burime Njerëzore pranë Universitetit të Menaxhimit - SDA Bocconi - Itali si edhe profesor i asociuar i Departamentit të Shkencave të Ndërmarrjes, Ekonomiks dhe Metodave Kuantitative të Universitetit të Bergamos, ku jep Organizim Ndërmarrjeje. Është autor publikimesh të shumta në lidhje me organizimin dhe menaxhimin e diversitetit.



Coca-Cola



¹ Mbi kufizimet e modeleve input-output dhe metodologjitë e llogaritjes lexo: Grady P. and R. Andrew Muller. 1988. "On the use and misuse of input-output based impact analysis in evaluation," *The Canadian Journal of Program Evaluation* 2.3:49-61; Miller, R. E. and P. D. Blair. 2009. *Input-Output Analysis: Foundations and Extensions*. 2nd ed. New York: Cambridge University Press; Richardson H. W. 1985. "Input-output and economic base multipliers: Looking backward and forward," *Journal of Regional Science*, Vol. 25, No. 4, pp. 607-662; Ten Raai T.. 2005. *The economics of input-output analysis*. New York: Cambridge University Press.



