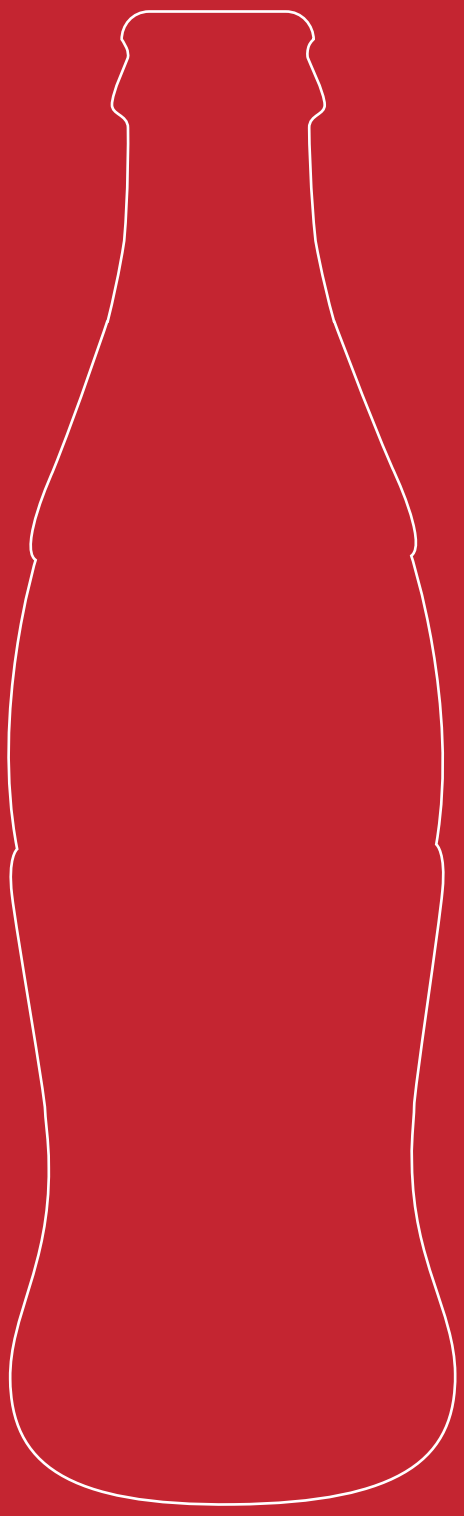
Studija o socioekonomskome utjecaju Coca-Cole u Republici Hrvatskoj u 2012. godini

prof. dr. sc. Ethan Kapstein • dr. sc. René Kim •
Hedda Eggeling, mag. • Sabine Dankbaar, mag.

Coca-Cola



SADRŽAJ

O AUTORIMA – STEWARD REDQUEEN **4**

SAŽETAK **5**

I. CILJ STUDIJE **7**

II. COCA-COLA U HRVATSKOME GOSPODARSTVU **9**
Coca-Cola u Republici Hrvatskoj 9
Coca-Cola u hrvatskome gospodarstvu – pregled 10

III. METODOLOGIJA **13**

IV. TRENUTAČNI EKONOMSKI UTJECAJ **15**
Izravni trenutačni doprinos 15
Ukupni trenutačni doprinos 16
Radna mjesta koja osigurava Coca-Cola 19

V. POVIJESNI UTJECAJ NA RAZVOJ **21**
Kvantitativni utjecaj od 1995. 21
Utjecaj na dobavljače 26
Prijenos znanja 27

VI. ANALIZE SCENARIJA **29**
Važnost proizvodnje na lokalnome tržištu 29
Promjena ekonomskoga utjecaja uvjetovana uvozom vode 29
Promjena ekonomskoga utjecaja uvjetovana uvozom svih proizvoda 30
Ostali mogući scenariji 31

VII. ZAKLJUČCI I PREPORUKE **33**
Zaključci 33
Preporuke za Coca-Colu u Republici Hrvatskoj 33

I. DODATAK: OBJAŠNJENJE MODELA **35**
Pristup izradi modela 35
Matrica društvenoga računovodstva 36
Pretpostavke 37

II. DODATAK: PRIMJENA PODATAKA **38**
Zaposlenost 38
Utjecaj tijekom duljega razdoblja 38

III. DODATAK: PREGLED GOSPODARSKIH SEKTORA **39**

IV. DODATAK: POPIS LITERATURE **40**

BILJEŠKE **41**

O AUTORIMA – STEWARD REDQUEEN

DJELATNOST TVRTKE

Steward Redqueen tvrtka je koja se bavi strateškim savjetovanjem i kojoj je cilj povećati pozitivan utjecaj privatnoga sektora na društvenu zajednicu. Ima urede u Amsterdamu, Barceloni i New Yorku, a radi na projektima diljem svijeta. Kao stručnjak u ovome području od 2000. godine tvrtka je usmjerena na održivo poslovanje, mjerenje utjecaja i potporu promjenama. Klijenti cijene njezine stroge analize, njezinu sposobnost rješavanja složenih problema i činjenicu da je uvijek ispred vremena. Radi za (višenacionalne) tvrtke, sudjeluje u razvojnim projektima u financijskome sektoru te radi za različite ustanove iz javnoga sektora.

PROCJENE SOCIOEKONOMSKOGA UTJECAJA (SOCIO-ECONOMIC IMPACT ASSESSMENTS / SEIA)

Strane su tvrtke dugi niz desetljeća bile predmetom žustrih rasprava. Njihovi zagovornici ističu doprinos stranoga kapitala domaćoj štednji i broju radnih mjesta, prijenosu tehnologije i (u mnogim slučajevima) izvozu. Njihovi protivnici tvrde da strane tvrtke istiskuju domaće tvrtke i dobavljače, a istodobno vrlo malo pridonose prihodu koji država ubire od poreza. Procjene socioekonomskoga utjecaja koje daje tvrtka Steward Redqueen ne oslanjaju se na tvrdnje, nego su utemeljene na nastojanju da se izmjeri izravan i neizravan utjecaj tvrtka u državama u kojima posluju. Na projektima te vrste tvrtka Steward Redqueen surađuje s profesorom Sveučilišta u Georgetownu Ethanom B. Kapsteinom.

Prof. dr. sc. ETHAN B. KAPSTEIN

Prof. dr. sc. Ethan Kapstein pridruženi je partner tvrtke Steward Redqueen. Trenutačno je gostujući profesor na poslovnoj školi McDonough School of Business Sveučilišta u Georgetownu na kojoj drži kolegij *Strategija*. Prije toga bio je predstojnik katedre za političku ekonomiju na poslovnoj školi INSEAD. Također je na različitim položajima radio na Harvardskome sveučilištu, poslovnoj školi Wharton, Minesotskome sveučilištu te u Organizaciji za ekonomski razvoj i suradnju (OECD). Kao nekadašnji međunarodni bankar i mornarički časnik prof. Kapstein također radi kao gospodarski i strateški savjetnik državnih agencija i mnogih vodećih višenacionalnih tvrtka.

SAVJETNICI

Dr. sc. RENÉ KIM osnivač je tvrtke Steward Redqueen i partner u toj tvrtki. Surađivao je s mnogim višenacionalnim tvrtkama i privatnim dioničkim fondovima i na razvijenim tržištima i na tržištima zemalja u razvoju. U Amsterdamu je radio za Bostonsku savjetodavnu skupinu, a bio je i predavač na Masačusetskome tehnološkom institutu. Doktor je hidrologije i meteorologije (Ph.D *cum laude*) i autor mnogih stručnih članaka.

HEDDA EGGELING, mag. savjetnica je u tvrtki Steward Redqueen, a surađivala je s 15 višenacionalnih tvrtka i organizacija na više od 20 pojedinačnih projekata.

SABINE DANKBAAR, mag. savjetnica je u tvrtki Steward Redqueen, a na projektima procjene socioekonomskoga učinka radila je za nekoliko (višenacionalnih) tvrtka.

ISKUSTVO U IZRADI ANALIZA SOCIOEKONOMSKOGA UTJECAJA

Od 2006. godine tvrtka Steward Redqueen izradila je više od 60 studija o socioekonomskome utjecaju za međunarodne tvrtke i institucije u području rudarstva, razvojnih financija, proizvodnje hrane i pića, bankarstva te odmora i rekreacije, i to u Aziji, Africi, Latinskoj Americi i Europi.

Više podataka potražite na: ***www.stewardredqueen.com***.

SAŽETAK

Proizvodnjom i prodajom svojih proizvoda u Republici Hrvatskoj Coca-Cola pridonosi razvoju hrvatskoga gospodarstva. U razdoblju od siječnja do lipnja 2013. godine savjetodavna tvrtka Steward Redqueen analizirala je podatke i izradila *Studiju o socioekonomskome utjecaju Coca-Cole u Republici Hrvatskoj u 2012. godini* u okviru koje je izmjeren socioekonomski doprinos Coca-Cole u Republici Hrvatskoj.

PRIKAZANI REZULTATI dobiveni su na temelju ekonomskoga modela koji se zasniva na analizi ulaza i izlaza (*input-output* analizi), tj. međusektorskoj analizi. Riječ je o priznatoj metodi u okviru koje se cjelokupan ekonomski utjecaj dijeli na *izravni* (koji proizlazi iz Coca-Colina poslovanja), *neizravni* (koji proizlazi iz poslovanja trgovinskih partnera i dobavljača) i *izazvani* (koji proizlazi iz potrošnje kućanstava).

REZULTATI ANALIZE prikazani su s obzirom na:

- doprinos Coca-Cole bruto društvenomu proizvodu (BDP-u) (čine ga prihod kućanstava, porezni prihodi te zarada i uštede koje tvrtka ostvaruje)
- broj radnih mjesta koja Coca-Cola osigurava.

PROCJENA SOCIOEKONOMSKOGA UTJECAJA obuhvaća i neizravan utjecaj svih povezanih djelovanja u 2012. godini i povijesni pregled te prikazuje utjecaj Coca-Cole u Republici Hrvatskoj od 1995. godine do danas. Studija pokazuje da je prisutnost Coca-Cole u Republici Hrvatskoj znatna:

- U 2012. godini Coca-Cola je hrvatskomu gospodarstvu dala doprinos u vrijednosti od 2 164 milijuna kuna (0,7 % BDP-a i 5,2 % od ukupnoga doprinosa industrije hrane i pića BDP-u), od čega je 215 milijuna kuna izravan doprinos. Drugim riječima, svaka kuna izravnoga doprinosa znači i 9 kuna neizravnoga doprinosa.
- U 2012. godini iz Coca-Cole je uplaćeno 1 232 milijuna kuna poreza (2 % ukupnoga poreznog prihoda u Republici Hrvatskoj), od čega je Coca-Cola izravno uplatila 125 milijuna kuna.
- Coca-Cola je u 2012. godini ukupno osigurala više od 7 400 radnih mjesta (0,5 % od ukupnoga broja radnih mjesta u Republici Hrvatskoj), pri čemu je tvrtka izravno zapošljavala 554 osobe. Drugim riječima, na svako svoje radno mjesto Coca-Cola osigurava još 12 radnih mjesta u širemu gospodarstvu.
- Od 1995. godine do danas Coca-Cola je hrvatskomu gospodarstvu dala doprinos u vrijednosti od 33 milijarde kuna, od čega 18 milijardi čine porezi.
- Ukupan broj radnih mjesta u Coca-Coli tijekom godina ostao je stabilan i odnosi se na 0,49 % – 0,75 % ukupnoga broja zaposlenih u Republici Hrvatskoj.
- Od 1995. godine Coca-Cola je ostvarila gotovo 780 milijuna kuna ulaganja, što je 7 % od prosječnoga godišnjeg doprinosa hrvatskomu gospodarstvu ostvarenoga izravnim stranim ulaganjima.
- Od svake kune potrošene na Coca-Coline proizvode u 2012. hrvatskomu gospodarstvu ostaje 90 lipa.

U STUDIJI SU ANALIZIRANA i dva scenarija. U prvome se analizira kakav bi utjecaj na hrvatsko gospodarstvo imao uvoz zapakirane vode umjesto njezine proizvodnje na lokalnome tržištu. U drugome se scenariju analizira kakav utjecaj na hrvatsko gospodarstvo ima proizvodnja Coca-Cole na lokalnome tržištu u odnosu na zamišljenu situaciju u kojoj se sva pića uvoze, a na lokalnome se tržištu koristi samo distribucijskim i prodajnim kanalima.

ANALIZE SCENARIJA DOVODE DO SLJEDEĆIH ZAKLJUČAKA:

(1) Kad bi voda proizvedena u lokalnoj punionici bila zamijenjena vodom iz uvoza, hrvatsko bi gospodarstvo pretrpjelo gubitak od oko 15 milijuna kuna (0,7 % od trenutačnoga doprinosa Coca-Cole), a ukinulo bi se oko i 70 radnih mjesta (1 % od trenutačnoga broja radnih mjesta).

(2) Kad bi se ukinula proizvodnja na lokalnome tržištu i svi proizvodi počeli uvoziti, hrvatsko bi gospodarstvo pretrpjelo gubitak od 87 milijuna kuna (4 % od trenutačnoga doprinosa Coca-Cole), a ukinulo bi se oko 530 radnih mjesta (9 % od trenutačnoga broja radnih mjesta).

Coca-Cola

CILJ STUDIJE

Ova je studija socioekonomskoga utjecaja Coca-Cole u Republici Hrvatskoj jedna u nizu studija o Coca-Colinu utjecaju u Europi. Pokušaj je to da se izmjeri Coca-Colin utjecaj na gospodarstvo.

CILJ JE OVE STUDIJE s pomoću ekonomskoga modela prikazati opseg Coca-Colina utjecaja u državama u kojima posluje, pri čemu se utjecaj očituje u financijskome doprinosu i radnim mjestima koja Coca-Cola osigurava. Iako Coca-Coline proizvode potrošači često smatraju proizvodima jedne višenacionalne tvrtke sa sjedištem u Atlanti u saveznoj američkoj državi Georgiji, u većini država riječ je o proizvodima lokalnih punioničarskih skupina (npr. Skupine Coca-Cola Hellenic) koje koncentrat sirupa otkupljuju od tvrtke The Coca-Cola Company. Punioničarske skupine osiguravaju radna mjesta na lokalnome tržištu i stvaraju vlastiti prihod, no također osiguravaju radna mjesta, prihode i porezna davanja u okviru lokalne ekonomije kupnjom roba i usluga od čitavoga niza dobavljača i prodajom svojih proizvoda unutar široke distribucijske mreže (koja uključuje i hotele, restorane i supermarkete), čiji prihodi uvelike ovise o potrošnji Coca-Colinih proizvoda. U državama u kojima posluje Coca-Cola je, dakle, dobrim dijelom lokalna tvrtka.

STOGA SE POSTAVLJA PITANJE što bi se dogodilo da se Coca-Colini proizvodi uvoze umjesto da se proizvode na lokalnome tržištu. Takav je scenarij opisan na kraju ovoga izvješća. Kao što će se vidjeti, taj bi scenarij znatno utjecao na broj radnih mjesta, prihode općenito i prihod koji države ubiru od poreza. U državama u kojima posluje Coca-Cola pruža više od osvježenja. Ona je izvor gospodarskoga rasta i vitalnosti.

DA BI SE COCA-COLIN UTJECAJ mogao izmjeriti, osmišljen je odgovarajući ekonomski model. Model se zasniva na analizi ulaza i izlaza kojom je obuhvaćeno međudjelovanje različitih gospodarskih sektora. Prvo poglavlje sadržava prikaz Coca-Cole u Republici Hrvatskoj. U drugome se poglavlju daje kratak opis hrvatskoga gospodarskog okružja, a u trećemu je opisan model primijenjen za analizu podataka. U četvrtome je poglavlju prikazan ekonomski utjecaj Coca-Cole u 2012. godini, a u petome je poglavlju opisan njezin utjecaj tijekom duljega razdoblja. Šesto poglavlje donosi rezultate analize scenarija, a u posljednjemu su poglavlju izneseni zaključci i preporuke za Coca-Colu u Republici Hrvatskoj. Ekonomski je model iscrpnije objašnjen u I. dodatku.

Coca-Cola
0,25 L

COCA-COLA U HRVATSKOME GOSPODARSTVU

Kao i svaki drugi poslovni subjekt, Coca-Cola u velikoj mjeri ovisi o stabilnosti i prilagodljivosti lokalne ekonomije, tj. o potražnji za njezinim proizvodima i mogućnostima ulaganja. Ovo se poglavlje bavi odnosom tvrtke i lokalnoga gospodarstva.

COCA-COLA U REPUBLICI HRVATSKOJ

COCA-COLA SE u Republici Hrvatskoj proizvodi od 1968. godine. Coca-Colu u Republici Hrvatskoj, kao i u mnogim drugim državama, čine dvije tvrtke. Coca-Cola Adria podružnica je tvrtke The Coca-Cola Company (TCCC) i bavi se promocijom Coca-Colinih proizvoda. Coca-Cola HBC Hrvatska ovlaštena je lokalna punionica tvrtke The Coca-Cola Company i podružnica Skupine Coca-Cola Hellenic (CCH) i bavi se punioničarskom djelatnošću.

COCA-COLA HBC HRVATSKA opskrbljuje više od 4 milijuna potrošača zahvaljujući proizvodnji i distribuciji jedinstvene ponude proizvoda visoke kvalitete. Njezino je sjedište u Zagrebu, a trenutačno upravlja punionicom u Zagrebu koja je ujedno i opskrbno središte za susjednu Republiku Sloveniju. Stavljanje proizvoda na tržište omogućuje i šest skladišta i distribucijskih centara. U 2012. godini Coca-Cola je (točnije Coca-Cola HBC Hrvatska i Coca-Cola Adria) zapošljavala 554 osobe te, kao što će se u tekstu pokazati, neizravno osiguravala još 12 puta toliko radnih mjesta u čitavome lancu postupaka povezanih s proizvodom – od opskrbe do distribucije. Coca-Colini se proizvodi u Republici Hrvatskoj distribuiraju na prodajna mjesta više od 31 000 kupaca, koji ih zatim čine dopstupnima potrošačima u veleprodaji ili maloprodaji.

PONUDU PROIZVODA ČINE:

- međunarodne robne marke među kojima su: Coca-Cola, Coca-Cola Zero, Fanta i Sprite
- lokalne robne marke poput Bistre
- licencirane robne marke kao što su Cappy, Nestea i Illy.[1]

COCA-COLA JE JEDNA OD vodećih tvrtka u industriji hrane i pića, a njezinu proizvodnu ponudu čine bezalkoholna pića, sokovi i voda. Na Coca-Coline proizvode otpada 0,2 % ukupne godišnje potrošnje prosječnoga hrvatskog potrošača, koji godišnje u prosjeku konzumira 34 litre Coca-Colinih proizvoda.[2]

1. SLIKA:
zemljovid Republike Hrvatske na kojoj su označene glavne organizacijske jedinice Coca-Cole HBC Hrvatska (Upravno-proizvodno središte Zagreb, Prodajno-distribucijsko središte Požega, Prodajno-distribucijsko središte Rijeka i Prodajno-distribucijsko središte Solin)

HRVATSKI JE MALOPRODAJNI SEKTOR od 2000. godine zabilježio znatan rast. Rast je potaknut jačanjem sektora, pojačanim tržišnim nadmetanjem vodećih tvrtka, prisutnošću tvrtka jakih na međunarodnim tržištima i jačanjem turizma u Republici Hrvatskoj.

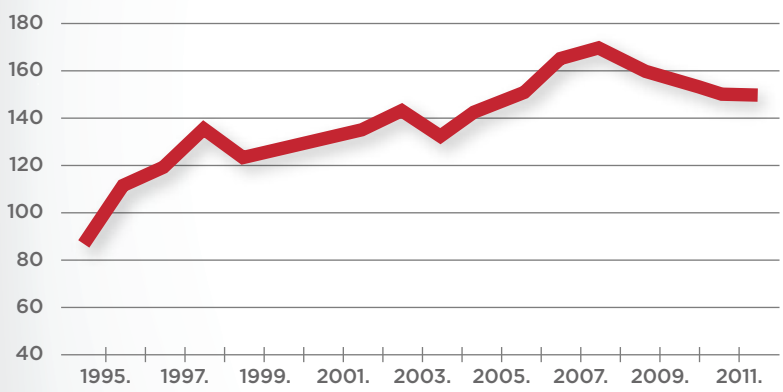
VODEĆI JE MALOPRODAJNI LANAC KONZUM, čiji je udjel na maloprodajnome tržištu 2006. godine iznosio oko 22 %. Konzum ima vlastitu trgovačku marku *K-plus*.

TVRTKA U VLASNIŠTVU također ima i veleprodajni lanac Velpro (s vlastitom trgovačkom markom *Rial*). Konzum je dio koncerna Agrokor, najveće privatne tvrtke u Republici Hrvatskoj.[3]

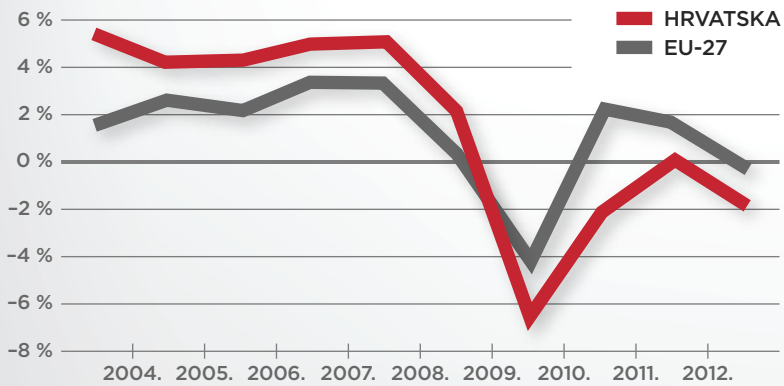
COCA-COLA U HRVATSKOME GOSPODARSTVU – PREGLED

REPUBLIKA HRVATSKA RAZMJERNO JE MLADA DRŽAVA (utemeljena 1991. godine) s oko 4,4 milijuna stanovnika.[4] S obzirom na to da je nekad bila socijalistička država, vlast je imala nadzor nad dobrim dijelom gospodarstva. Iako je proces privatizacije otpočeo, u lokalnoj se industriji i dalje osjeća snažna prisutnost države.

IAKO SE REPUBLIKA HRVATSKA može smatrati jednom od bogatijih država nastalih raspadom bivše Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije, hrvatsko je gospodarstvo snažno pogođeno ratom koji je trajao od 1991. do 1995. godine. Proizvodnja je zabilježila veliki pad, a Republika Hrvatska propustila je prvi val ulaganja u države srednje i istočne Europe koji je uslijedio nakon pada Berlinskoga zida.



2. SLIKA:
potrošnja Coca-Colinih proizvoda u razdoblju od 1995. do 2012.[5]



3. SLIKA:
kretanje BDP-a u Republici Hrvatskoj u odnosu na Europsku uniju[6]

STABILAN GOSPODARSKI RAST između 4 % i 6 % Republika Hrvatska zabilježila je nedavno, u prvim godinama 21. stoljeća.[7] U tome je razdoblju Coca-Cola također uspjela ostvariti rast prodaje. Međutim, zbog svjetske gospodarske krize koja je započela 2008. godine, realni je BDP zabilježio pad od 7 % 2009. i 2 % 2010. godine. U 2011. godini realni je BDP stagnirao, dok je 2012. zabilježen daljnji pad od 2 %. To se odrazilo i na Coca-Colu. U posljednjih je nekoliko godina zabilježen pad prodaje, a pritisak na troškove proizvodnje sve je veći jer potrošači raspolažu sve manjim diskrecijskim dohotkom za kupovinu hrane i pića.

GOSPODARSKI ZASTOJ očitovao se i na hrvatskome tržištu rada. Nezaposlenost je među mladima porasla s 25 %, koliko je iznosila 2009., na 43 % u 2012. godini. Ukupna je stopa nezaposlenosti u Republici Hrvatskoj u tome razdoblju porasla s 9 % na 16 %.[8] Kao što se vidi u poglavlju *Kvantitativni utjecaj od 1995.*, broj radnih mjesta u Coca-Coli u tih je nekoliko godina ostao razmjerno stabilan u usporedbi s općim trendovima.

SEKTOR USLUŽNIH DJELATNOSTI čini oko 70 % hrvatskoga gospodarstva. S više od 11 milijuna dolazaka godišnje turizam je glavni izvor prihoda, posebno na obali Dalmacije i Istre. To ima pozitivan učinak na Coca-Colu jer u ljetnoj sezoni najviše se Coca-Colinih proizvoda prodaje upravo turistima.[9]

GLAVNI IZVOZNI PARTNERI Republike Hrvatske susjedne su države (npr. Slovenija, Bosna i Hercegovina) ili države u okružju (npr. Italija, Njemačka).[10] Iako je trgovinska bilanca 2011. godine bila pozitivna, treba napomenuti da svojim izvozom Republika Hrvatska zaostaje za drugim državama srednje i istočne Europe.[11] Kao što se vidi u poglavlju *Utjecaj na dobavljače*, Coca-Coline aktivnosti koje za posljedicu imaju jačanje lokalne industrije pozitivno utječu na trgovinsku bilancu Republike Hrvatske.

PREMA ANKETI koju je u okviru programa *Enterprise survey* provela Međunarodna financijska korporacija (IFC) pristup novčanim sredstvima najveća je prepreka tvrtkama koje posluju u Republici Hrvatskoj.[12] Razlog je tomu pritisak pod kojim se Republika Hrvatska nalazi zbog svjetske gospodarske krize koja je prouzročila smanjenje izvoza i dodatno smanjenje priljeva kapitala. Međutim, s obzirom na to da je Coca-Cola u Republici Hrvatskoj dio Skupine Coca-Cola Hellenic, njezino poslovanje u manjoj mjeri ovisi o hrvatskome financijskom tržištu, pa se njezin položaj, kad je o financiranju riječ, može smatrati netipičnim.

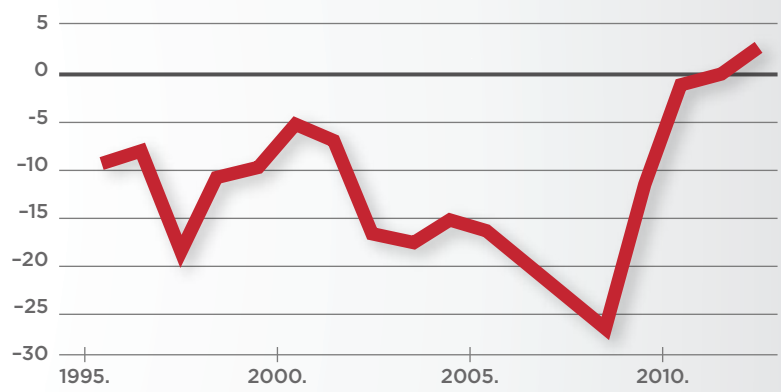
1. TABLICA:
pokazatelji hrvatskoga gospodarstva u 2012.

	Hrvatsko gospodarstvo	Udjel cjelokupnoga Coca-Colina sustava
Službena procjena broja stanovnika	4,4 milijuna	
Broj radnih mjesta	1,4 milijuna	0,5 % radnih mjesta
Službena stopa nezaposlenosti	13,5 %	
BDP		0,7 % BDP-a
Rast BDP-a		
BDP po glavi stanovnika		
Udjel djelatnosti u BDP-u (2011.)		
poljoprivreda	5,1 %	
industrija	26,5 %	2,4 % udjela industrije u BDP-u
proizvodne djelatnosti	16,2 %	5,2 % udjela proizvodnje u BDP-u
usluge	68,4 %	
Godišnja inflacija	0,9 %	
Udjel državnih prihoda u BDP-u (2011.)	32,1 %	
Udjel poreznih doprinosa u BDP-u	18,0 %	2 % poreznih doprinosa
Udjel državne potrošnje u BDP-u (2011.)	19,9 %	
od čega su hrana i bezalkoholna pića	31,7 %	
Udjel potrošnje kućanstava u BDP-u (2011.)	58,2 %	0,3 % potrošnje kućanstava
Udjel izvoza u BDP-u (2011.)	41,8 %	
Udjel uvoza u BDP-u (2011.)	41,9 %	

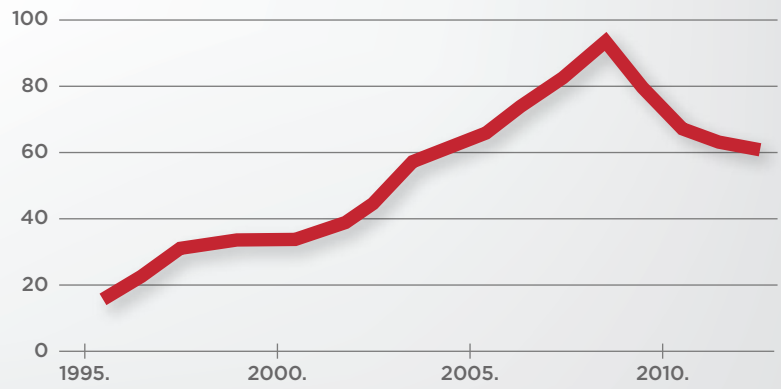
(Izvori: Eurostat i Državni zavod za statistiku)

Nadalje, iako se godišnja brutovrijednost fiksnoga kapitala od 2008. godine smanjuje, Coca-Colina se ulaganja ne smanjuju. To pokazuje da su Coca-Colina ulaganja važan i stabilan čimbenik u hrvatskome gospodarstvu, što je posebno važno u vrijeme kad ono bilježi pad ili stagnira.

REPUBLIKA HRVATSKA postala je 1. srpnja 2013. članicom Europske unije. Članstvom u Europskoj uniji otvaraju se nove tržišne prilike na teritoriju država članica, a uz pretpristupne fondove, koji su Republici Hrvatskoj bili dostupni i prije, i ostala će sredstva Europske unije biti lakše dostupna. Istodobno će, međutim, članstvo u Europskoj uniji biti veliki ispit konkurentnosti lokalne industrije. S obzirom na to da Republika Hrvatska izlazi iz CEFTA-e, područja slobodne trgovine između zemalja srednje i jugoistočne Europe koje se pripremaju za članstvo u Europskoj uniji, njezini će proizvodi u državama u okruženju poskupjeti. Osim toga, lokalne se robne marke moraju boriti za udjel na tržištima Europske unije.[13] Članstvo također podrazumijeva primjenu pravne stečevine Europske unije, što će utjecati na sektor proizvodnje šećera, jedan od važnih sektora u Coca-Colinoj proizvodnji. U skladu s odredbama koje se odnose na uređenje zajedničkoga tržišta (*Common Market Organization*) za svaku se državu određuju proizvodne i uvozne kvote. S obzirom na to da Coca-Cola uvozi šećer, uvozne će kvote vrlo vjerojatno utjecati na opskrbu šećerom, a moguće je da time utječu i na strukturu troškova proizvodnje na lokalnome tržištu.[14]



4. SLIKA:
vanjskotrgovinska bilanca Republike Hrvatske (u milijardama kuna)[15]



5. SLIKA:
vanjskotrgovinska bilanca Republike Hrvatske (u milijardama kuna)[16]

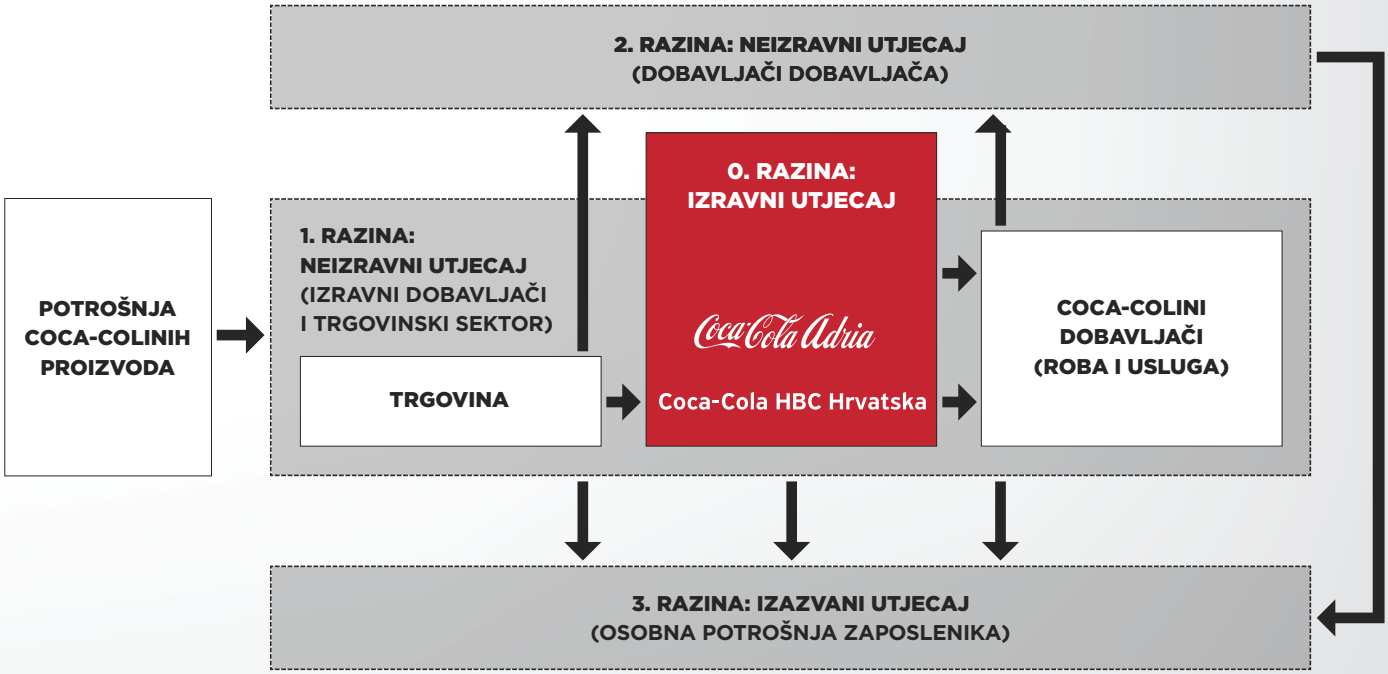
Coca-Cola
0,5 L

METODOLOGIJA

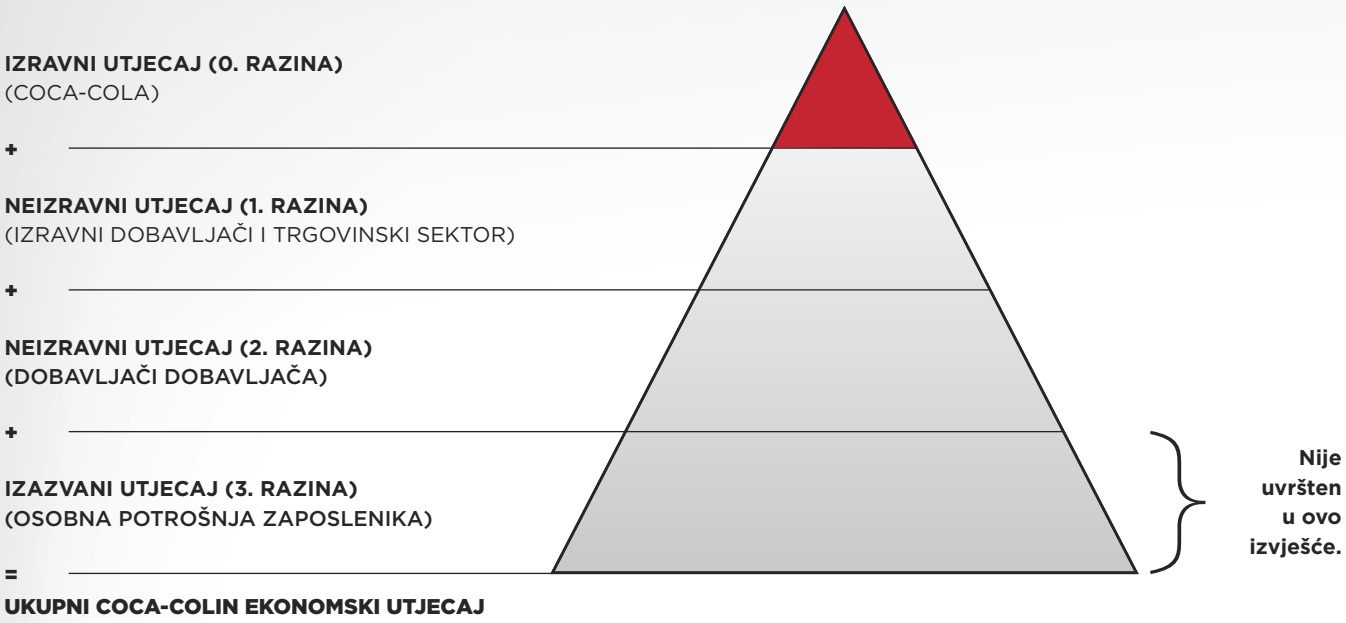
U procesu proizvodnje, pakiranja, promocije i distribucije Coca-Colinih proizvoda do krajnjih potrošača Coca-Cola potiče gospodarske aktivnosti u čitavome lancu vrijednosti. Njezino poslovanje podupire prateće djelatnosti u oba smjera uzduž lanca vrijednosti – od opskrbe do distribucije.

U PROCESU PROIZVODNJE, PAKIRANJA, PROMOCIJE I DISTRIBUCIJE svojih proizvoda do krajnjih potrošača Coca-Cola potiče gospodarske aktivnosti u čitavome lancu vrijednosti. Njezino poslovanje podupire prateće djelatnosti u oba smjera lanca vrijednosti – od opskrbe do distribucije. Lokalni su dobavljači i proizvođači u većoj mjeri ovisni o potražnji sirovina za proizvodnju nego distributeri i trgovci u maloprodaji, koji tržište opskrbljuju gotovim proizvodima. Međutim, sve prateće djelatnosti, bez obzira na to je li riječ o opskrbi ili distribuciji, stvaraju prihod i podliježu porezima, čime također potiču gospodarsku aktivnost unutar vlastitoga lanca vrijednosti.

NAČIN VREDNOVANJA GOSPODARSKIH AKTIVNOSTI povezanih s Coca-Colom pokazuje se na 6. slici. S lijeve se strane, kao ishodišna točka analize, nalazi ukupna potrošnja Coca-Colinih proizvoda čija se financijska vrijednost može pratiti i izračunati. Kad potrošač u supermarketu kupi bocu Coca-Cole, dio novca koji je potrošio prihod je supermarketa, dio je prihod distributera koji je proizvod prevezao od proizvodnoga pogona do prodajnoga mjesta, a dio prihod Coca-Coline punionice. Sve tri spomenute strane imaju svoje dobavljače roba i usluga, isplaćuju plaće zaposlenicima i plaćaju poreze, ulažu i ostvaruju zaradu.



6. SLIKA:
ukupni utjecaj Coca-Cole na hrvatsko gospodarstvo sastoji se od nekoliko razina i vrsta utjecaja (strelice označuju financijske troškove)



7. SLIKA:
Izravni Coca-Colin utjecaj tek je vrh ledene sante.

UTJECAJ SE MJERI TAKO da se podatak o ukupnoj potrošnji Coca-Colinih proizvoda kao osnovni element unosi u takozvanu matricu društvenoga računovodstva, koja obuhvaća sve sektorske međuovisnosti koje postoje unutar lokalne ekonomije. (Iscrpnije se objašnjenje nalazi u I. dodatku.)

TAKO JE MOGUĆE PRATITI CJELOKUPAN GOSPODARSKI UTJECAJ COCA-COLE KOJI SE OČITUJE KAO:

- **IZRAVNI UTJECAJ (0. RAZINA):** Utjecaj koji izravno proizlazi iz troškova lokalne Coca-Coline punionice i podružnice tvrtke The Coca-Cola Company (uključuje plaće, poreze i dobit koja ostaje na lokalnome tržištu te radna mjesta u Coca-Coli).

- **NEIZRAVNI UTJECAJ (1. RAZINA) – IZRAVNI DOBAVLJAČI I TRGOVINSKI SEKTOR:** Utjecaj koji proizlazi iz troškova ostalih poslovnih subjekata uzduž lanca vrijednosti Coca-Colinih proizvoda – od opskrbe do distribucije (uključuje npr. radna mjesta i plaće koje isplaćuju dobavljači i trgovci u maloprodaji).

- **NEIZRAVNI UTJECAJ (2. RAZINA) – DOBAVLJAČI DOBAVLJAČA:** Utjecaj koji proizlazi iz poslovanja dobavljača i trgovaca u maloprodaji koji su dio primarnoga lanca vrijednosti Coca-Colinih proizvoda, s ostalim dobavljačima roba i usluga koji nisu njegov dio, a koji također isplaćuju plaće i plaćaju poreze (uključuje npr. radna mjesta i plaće koje isplaćuju dobavljači Coca-Colinih dobavljača).

- **IZAZVANI UTJECAJ (3. RAZINA) – OSOBNA POTROŠNJA ZAPOSLENIKA:** Utjecaj koji proizlazi iz potrošnje zaposlenika Coca-Cole, njezinih poslovnih partnera i njihovih dobavljača čija radna mjesta izravno ili neizravno osigurava Coca-Cola. Ekonomski stručnjaci nisu suglasni kad je riječ o tome treba li tu vrstu utjecaja uvrstiti u izračun jer postoji opasnost da će se računati dvostruko. Stoga je u ovoj studiji primijenjen oprezniji pristup i ta vrsta utjecaja nije uzeta u obzir.

TRENUTAČNI EKONOMSKI UTJECAJ

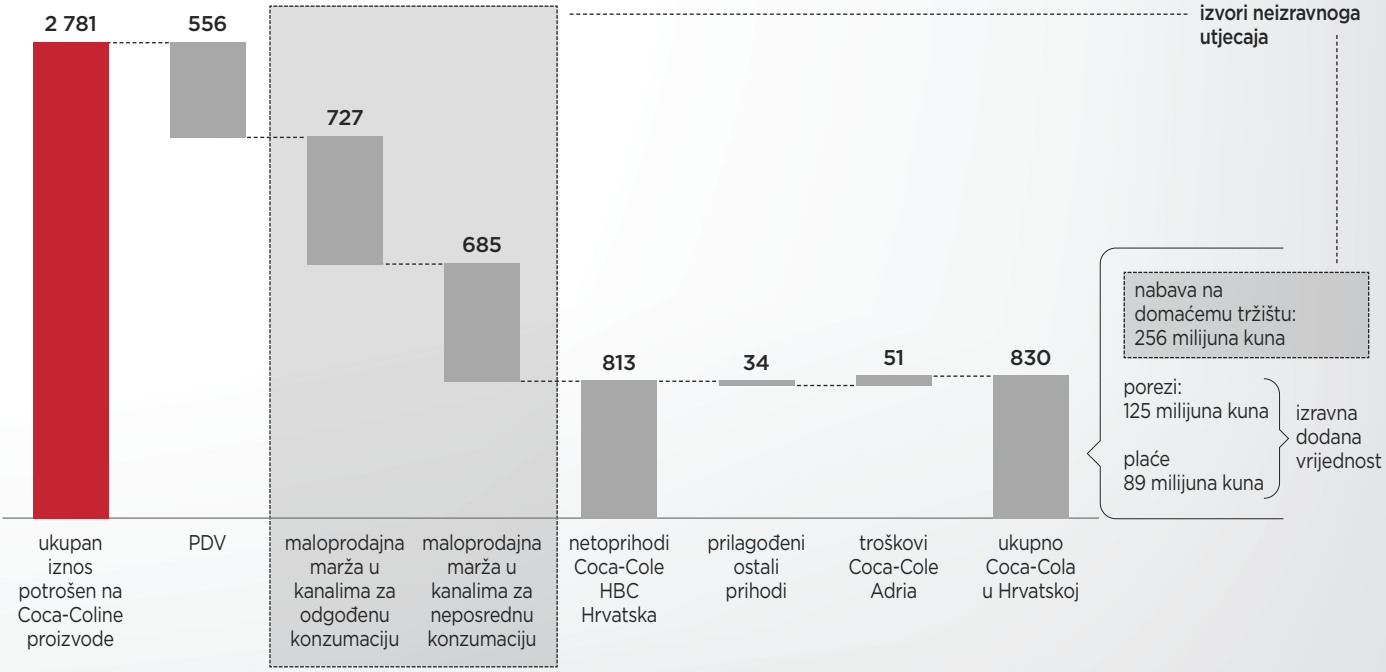
U ovoj je studiji primjenom već spomenutoga modela ulaza i izlaza dana procjena Coca-Colina ekonomskoga utjecaja. Ovo poglavlje daje prikaz najvažnijih rezultata. Prvo se analizira dodana vrijednost koju Coca-Cola stvara u Republici Hrvatskoj (prihodi, dobit, porezi), a zatim broj radnih mjesta koja osigurava Coca-Cola i njihov utjecaj na raspodjelu dobiti.

IZRAVNI TRENUTAČNI DOPRINOS

DODANA VRIJEDNOST definira se kao razlika između prihoda koje tvrtka ostvaruje i troškova roba i usluga. Drugim riječima, jednaka je vrijednosti isplaćenih plaća, uplaćenih poreza i ostvarene dobiti. Da bi se izračunala *izravna* dodana vrijednost koju Coca-Cola daje hrvatskomu gospodarstvu, potrebno je oduzeti plaće, poreze i dobit koji pripadaju stranim dioničarima. Na 8. slici prikazana je dodana vrijednost koju u Republici Hrvatskoj stvaraju Coca-Cola HBC Hrvatska i Coca-Cola Adria.

UKUPNA VRIJEDNOST POTROŠNJE Coca-Colinih proizvoda u kafićima, supermarketima i na ostalim prodajnim mjestima iznosi 2 781 milijuna kuna.

OD TOGA IZNOSA 556 MILIJUNA KUNA prihodi su državnoga proračuna, i to u obliku poreza na dodanu vrijednost (dio cijene koju plaćaju potrošači), 685 milijuna kuna maloprodajne marže u kanalima za neposrednu konzumaciju (npr. u kanalu za ugostiteljstvo), 586 milijuna kuna maloprodajne marže u kanalima za odgođenu konzumaciju, a 140 milijuna kuna veleprodajne marže.



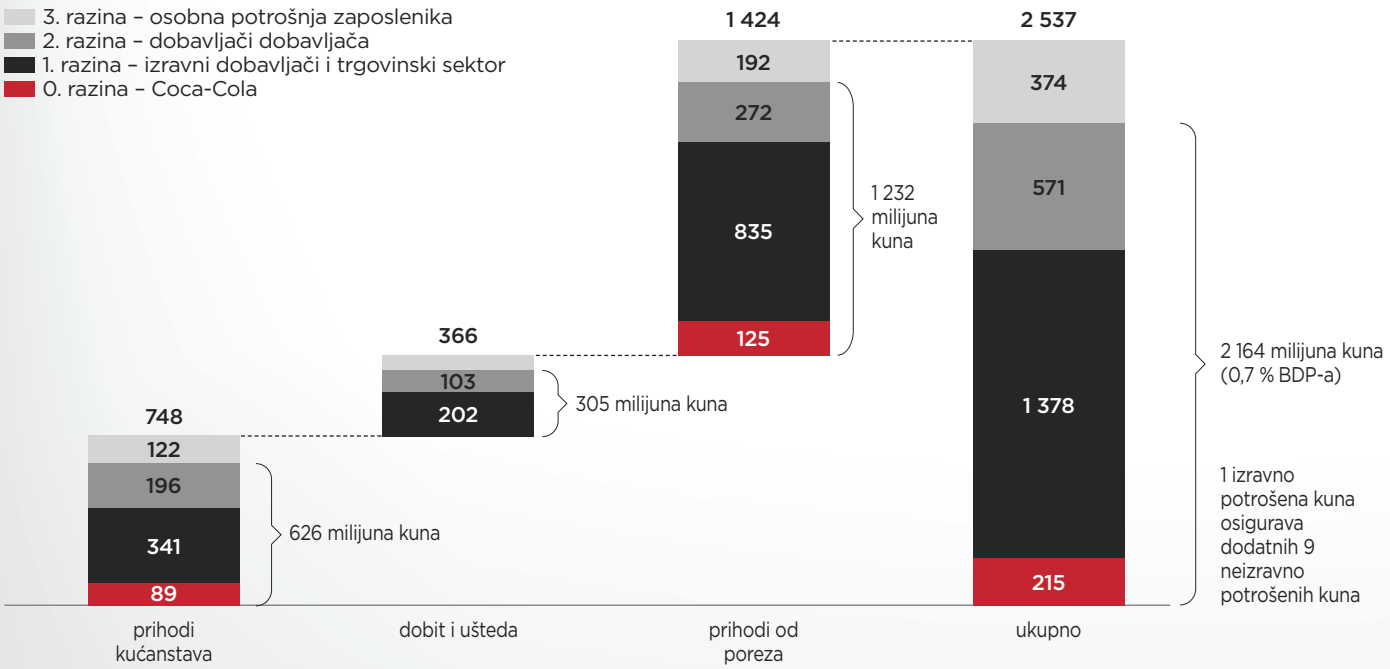
8. SLIKA:
ukupna vrijednost izravnoga doprinosa Coca-Cole u Republici Hrvatskoj (u milijunima kuna)[17]

COCA-COLA HBC HRVATSKA NA DOMAĆEMU TRŽIŠTU ostvaruje prihode koji iznose 813 milijuna kuna. Kad se od prihoda Coca-Cole HBC Hrvatska (prihodi na lokalnome tržištu i izvoz) oduzmu troškovi Coca-Cole Adria na lokalnome tržištu, dobivamo ukupan prihod Coca-Cole u Republici Hrvatskoj, koji iznosi 830 milijuna kuna. Od toga iznosa 125 milijuna kuna čine porezi, a 89 milijuna kuna netoplaće. Porezi i plaće izravna su dodana vrijednost u iznosu od 215 milijuna kuna tj. 0,07 % BDP-a.[17]

ŠIRI EKONOMSKI UTJECAJ temelji se na trgovačkim maržama (ukupno 1 412 milijuna kuna) i nabavi roba i usluga na lokalnome tržištu (256 milijuna kuna), o čemu vidi više u poglavlju *Ukupni trenutačni doprinos*.

UKUPNI TRENUTAČNI DOPRINOS

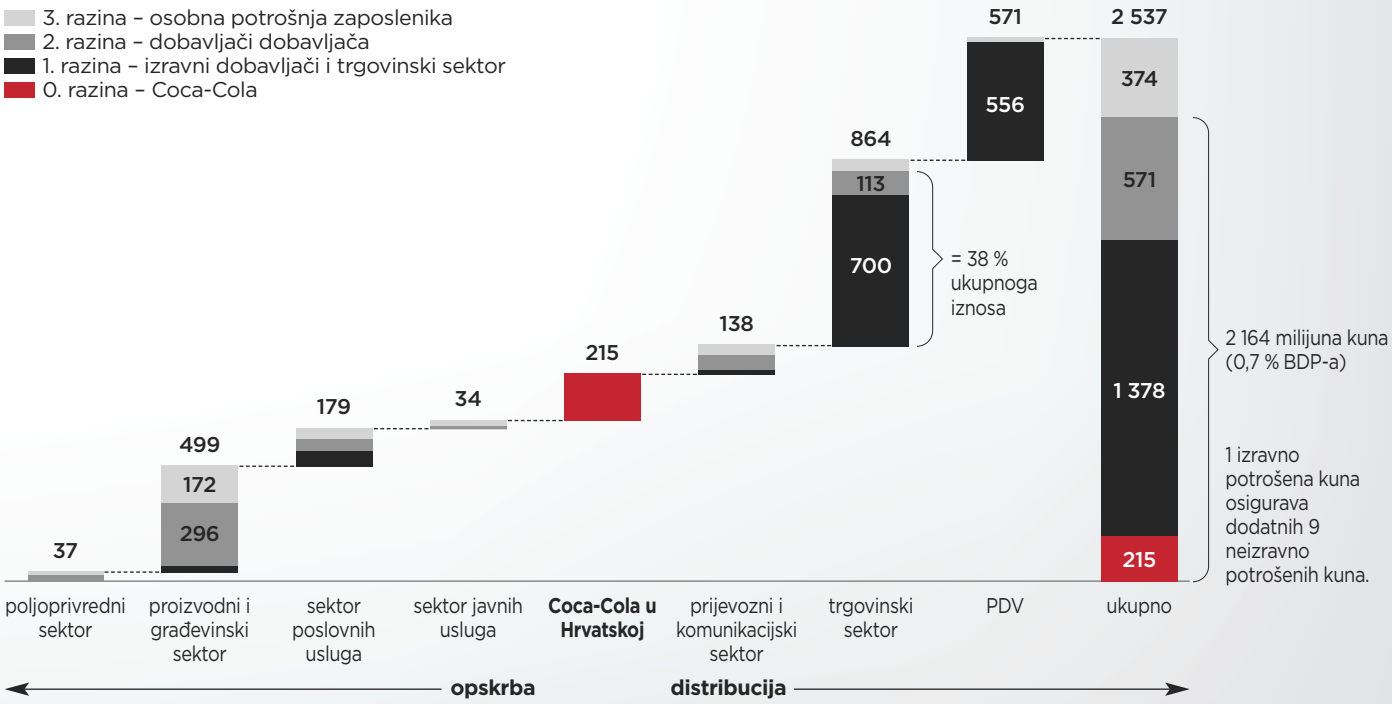
PRAĆENJEM TROŠKOVA Coca-Colinih izravnih dobavljača i poslovnih subjekata koji su dio njezina distribucijskoga kanala i njezinih izravnih troškova, moguće je procijeniti ukupnu vrijednost Coca-Colina doprinosa hrvatskomu gospodarstvu. Kao što pokazuju 9. i 10. slika, Coca-Cola je u 2012. godini hrvatskomu gospodarstvu dala doprinos od 2 164 milijuna kuna (0,7 % BDP-a). Najveću dobrobit od poslovanja Coca-Cole u Republici Hrvatskoj (uključujući proizvodnju i konzumaciju pića) ima državna vlast, koja je zahvaljujući njoj ostvarila najmanje 1 232 milijuna poreznih prihoda (2 % ukupnih poreznih prihoda); raspodjela je prikazana na 7. slici. Hrvatska kućanstva zahvaljujući Coca-Coli ostvaruju prihod (uglavnom je riječ o plaćama) u iznosu od 626 milijuna kuna. Ostatak od ukupne vrijednosti Coca-Colina doprinosa hrvatskomu gospodarstvu čine dobit i ušteda ostvarene u korporacijskome sektoru. Vrijednosti koju sustav stvara mogla bi se pridodati i osobna potrošnja zaposlenika Coca-Cole, njezinih dobavljača i poslovnih subjekata koji su dio njezina distribucijskoga kanala (izazvani utjecaj). Time bi



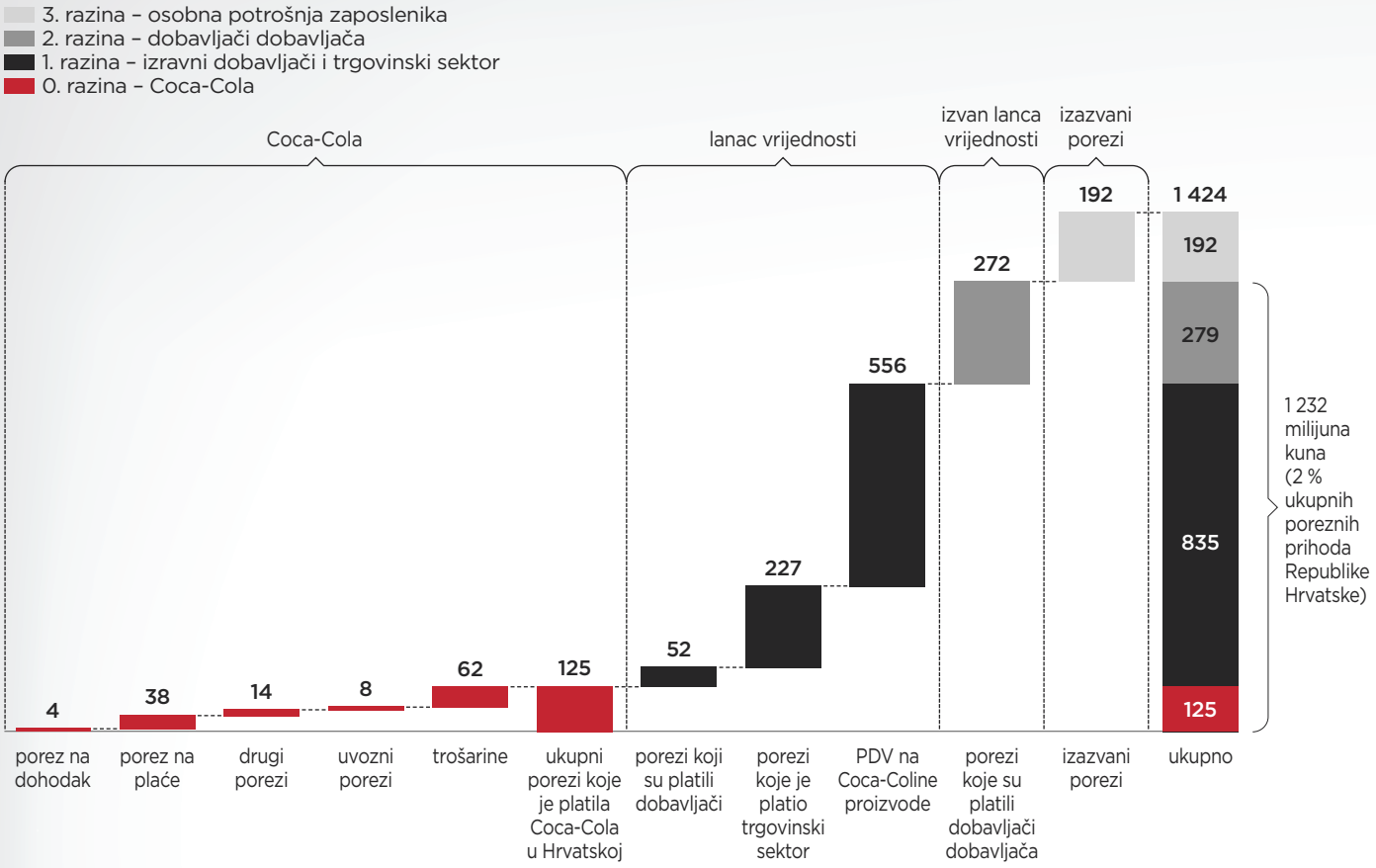
9. SLIKA:
doprinos Coca-Cole u Republici Hrvatskoj (u milijunima kuna)[19]

se njezin doprinos gospodarstvu povećao za 374 milijuna kuna. S obzirom na to da su plaće zaposlenika već uzete u obzir kao prihod kućanstava, izazvani utjecaj nije prikazan u konačnim rezultatima kako bi se izbjeglo dvostruko uvrštavanje u izračun.

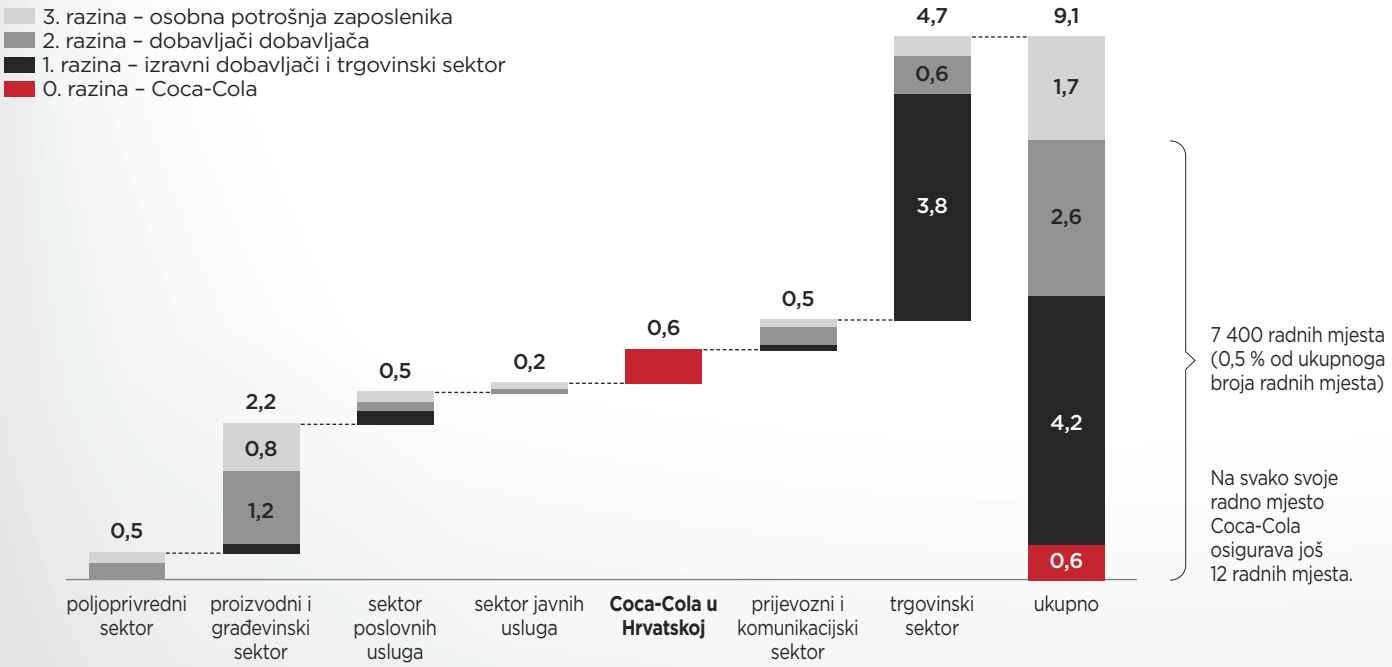
UKUPAN DOPRINOS PO SEKTORU prikazan je na 10. slici. Kao što se može vidjeti, najvećom vrijednošću Coca-Cola pridonosi trgovinskomu sektoru (prodajni kanal za ugostiteljstvo, maloprodaja u distribucijskome kanalu za odgođenu konzumaciju, veleprodaja) te nešto manjom u sektoru poslovnih usluga i proizvodnome sektoru, koji također imaju korist od Coca-Colina poslovanja. Samo u trgovinskome sektoru Coca-Colin je doprinos veći od 813 milijuna kuna, što je 38 % ukupnoga doprinosa. Taj podatak ne samo da upućuje na to koliko je Coca-Colino poslovanje važno za hrvatski trgovinski sektor, nego i na to koliko je sam trgovinski sektor, uključujući turizam i sve ostale djelatnosti koje o njemu ovise, važan za hrvatsko gospodarstvo. Na drugoj se razini utjecaja također vidi da ostali sektori u kontekstu vlastite proizvodnje dobara i usluga uvelike ovise o trgovinskome sektoru.



10. SLIKA:
doprinos Coca-Cole po gospodarskome sektoru (u milijunima kuna)



11. SLIKA:
prikaz raspodjele poreznih doprinosa unutar Coca-Colina lanca vrijednosti u Republici Hrvatskoj (u milijunima kuna)[20]



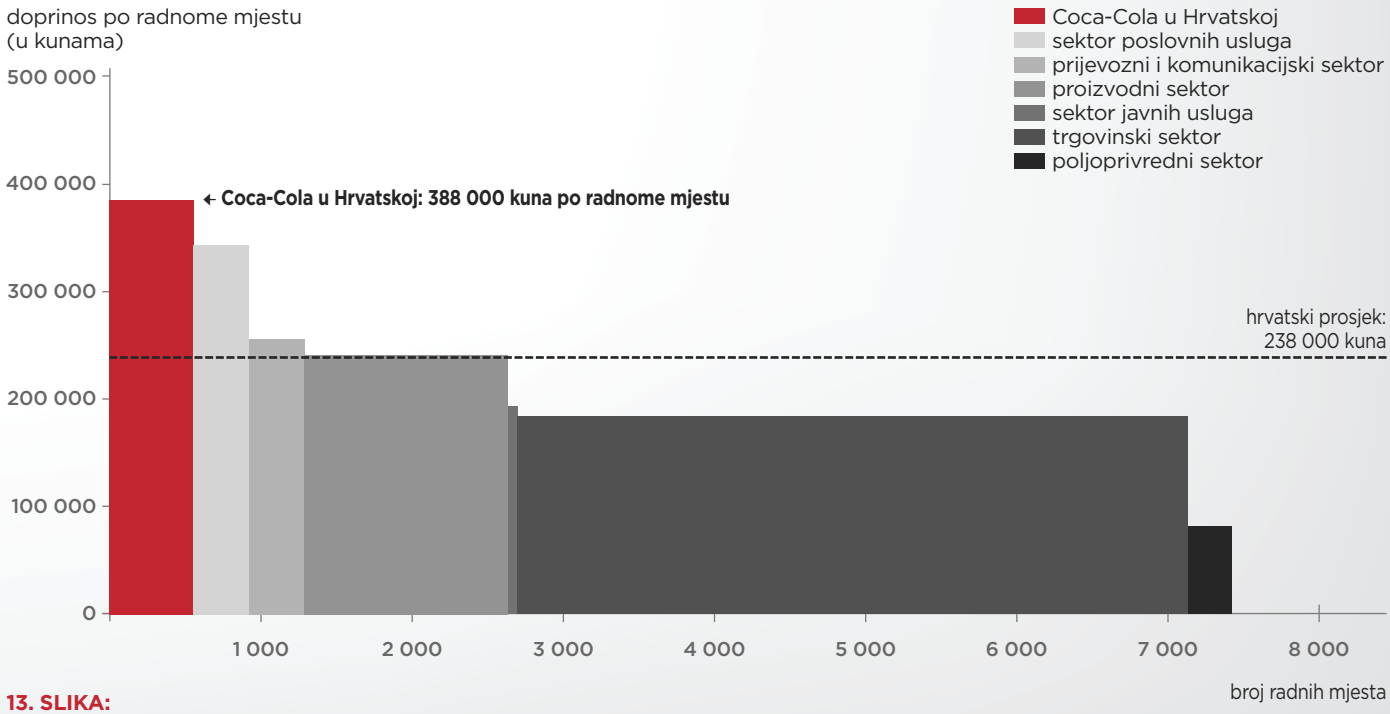
12. SLIKA:
raspodjela radnih mjesta koja Coca-Cola osigurava u Republici Hrvatskoj po sektoru (u tisućama radnih mjesta)[21]

POREZ NA DODANU VRIJEDNOST, kao što pokazuje 11. slika, ima najveći udjel u poreznim doprinosima. U ožujku 2012. godine stopa PDV-a porasla je s 23 % na 25 %. Ta se stopa primjenjuje na gazirana bezalkoholna pića i na vodu. Primijenjena je pri izračunu, pa prikazani podaci odražavaju njezinu primjenu. Stopa PDV-a za bezalkoholna pića u Republici Hrvatskoj nešto je viša od prosjeka za 27 država Europske unije, koji iznosi 21 %, i znatno veća od europskoga prosjeka za mineralnu vodu[21], koji iznosi 17 %. Porezi koje Coca-Cola plaća uključuju trošarine, porez na dobit, porezne izdatke povezane s plaćama, naknadu za okoliš i carine.

RADNA MJESTA KOJA OSIGURAVA COCA-COLA

COCA-COLA U REPUBLICI HRVATSKOJ, kao što pokazuje 12. slika, osigurava 7 400 radnih mjesta, tj. 0,5 % od ukupnoga broja radnih mjesta. To je znatan broj uzmemo li u obzir da su u 2012. godini u Coca-Coli bile izravno zaposlene 554 osobe. Drugim riječima, na svako svoje radno mjesto Coca-Cola osigurava još 12 radnih mjesta u različitim sektorima hrvatskoga gospodarstva. I u tome bi se slučaju, kad bismo uzeli u obzir izazvani utjecaj, tj. osobnu potrošnju zaposlenika koje Coca-Cola izravno i neizravno zapošljava, ovomu broju trebalo pridodati još 1 700 radnih mjesta. Proizvodne i trgovinske djelatnosti najtješnje su povezane s Coca-Colinim poslovanjem. Naljepnice, boce i predoblike Coca-Cola kupuje na lokalnome tržištu, čime osigurava radna mjesta u proizvodnji. Skupina Coca-Cola Hellenic izravno osigurava gotovo 100, a neizravno više od 700[22] radnih mjesta u proizvodnji. U trgovinskome sektoru Coca-Cola osigurava 3 800 radnih mjesta u tvrtkama koje sudjeluju u opskrbi potrošača Coca-Colinim proizvodima. Od toga je gotovo 2 000 radnih mjesta unutar distribucijskoga kanala za pića namijenjena odgođenoj konzumaciji i više od 1 800 radnih mjesta (konobara u kafićima) unutar distribucijskoga kanala za pića namijenjena neposrednoj konzumaciji.

PODJELU S OBZIROM NA UDJEL POJEDINIH DJELATNOSTI u hrvatskome BDP-u važno je napraviti iako bi se moglo reći da je svaki posao jednako vrijedan. Drugim riječima, potrebno je izračunati koliki je doprinos po radnome mjestu. Na 13. slici prikazan je doprinos po radnome mjestu (porezni doprinos, dobit tvrtke i doprinos kućanstva) za različite sektore koje Coca-Cola svojim poslovanjem podupire. Kao što se na slici jasno vidi, doprinos koji daju Coca-Cola i njezini dobavljači veći je od hrvatskoga prosjeka. Coca-Cola osigurava radna mjesta koja daju velik doprinos BDP-u, čime sam sustav daje iznimno velik doprinos hrvatskomu gospodarstvu.



13. SLIKA:
doprinos po radnome mjestu u odnosu na broj radnih mjesta koja osigurava Coca-Cola

2 L
Coca-Cola

POVIJESNI UTJECAJ NA RAZVOJ

U prethodnome je poglavlju prikazan Coca-Colin utjecaj u 2012. godini. Međutim, Coca-Cola je na području koje je pripadalo bivšoj Socijalističkoj Federativnoj Republici Jugoslaviji, a danas je Republika Hrvatska, prisutna već 45 godina. U tome je razdoblju ulagala u proizvodne pogone, postavljala standarde u industriji pića, pridonosila BDP-u i osiguravala radna mjesta u djelatnostima povezanim sa svojom djelatnošću.

U DOBA SOCIJALIZMA Republika Hrvatska snažno je ovisila o gospodarstvu čitave tadašnje države. Njezino je gospodarstvo stoga snažno pogođeno raspadom Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije, koji se dogodio 1991. godine. Smanjeni pristup tržištima bivše Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije, istočne Europe i bivših sovjetskih zemalja te veća konkurencija iz zemalja izvan okruženja mnoge su hrvatske tvrtke doveli do propasti. Osim toga, hrvatsko je gospodarstvo zbog rata pretrpjelo velike gubitke u proizvodnji i izvozu, infrastruktura i proizvodni kapaciteti pretrpjeli su velike materijalne štete, a znatna su sredstva uložena u zbrinjavanje raseljenoga stanovništva. Nakon rata proces privatizacije državnoga industrijskog sektora započeo je razmjerno sporo. Početkom i sredinom 90-ih godina prošloga stoljeća u Republici Hrvatskoj nedostajalo je kapitalnih ulaganja.[24]

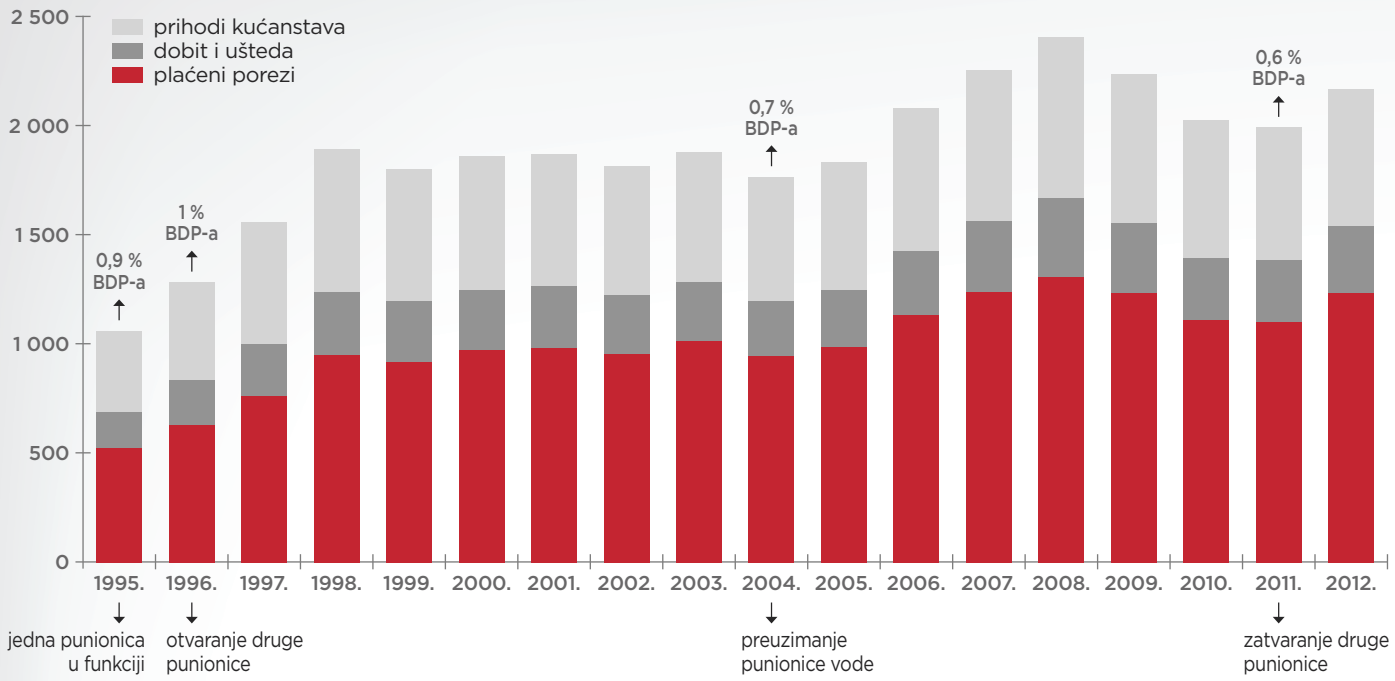
COCA-COLA JE U REPUBLICI HRVATSKOJ prisutna od 1968. godine. Otad pridonosi hrvatskomu gospodarstvu osiguravajući radna mjesta i pridonoseći BDP-u. Ostvarila je i mnoštvo neizravnih doprinosa dajući primjere najbolje prakse upravljanja tvrtkom, postavljajući standarde za industriju pića, prenoseći znanje na konkurente (dijelom zbog toga što neki zaposlenici prelaze u druge tvrtke koje posluju na lokalnome tržištu) te privatnim ulaganjima koja donose dobrobit Republici Hrvatskoj i njezinoj konkurentnosti.

COCA-COLA JE S NEKOLIKO SVOJIH DOBAVLJAČA uspostavila dugoročnu suradnju, a tim je tvrtkama dala potporu u njihovu razvoju. Coca-Cola podupire i niz dobrotvornih projekata diljem zemlje. U tome smislu tvrtka stvara javna (ili prividno javna) dobra od kojih svi građani Republike Hrvatske imaju koristi bez obzira na to kupuju li Coca-Coline proizvode. U sljedećim trima poglavljima daje se iscrpniji opis i vrednovanje takvih doprinosa.

KVANTITATIVNI UTJECAJ OD 1995.

OD POČETKA SVOJEGA POSLOVANJA na području Republike Hrvatske Coca-Cola je davala znatan doprinos gospodarstvu. S obzirom na to da je Republika Hrvatska oslobodila većinu okupiranoga područja tek 1995. godine, kad je započelo ponovno uspostavljanje redovite opskrbe te oporavak i razvoj tržišta, analiza socioekonomskoga utjecaja sustava tijekom duljega razdoblja usmjerena je na posljednjih 17 godina (1995. – 2012.). Referentni su podaci dostupni samo za to razdoblje. Iscrpniji opis metodologije primijenjene za procjenu utjecaja tijekom duljega razdoblja nalazi se u II. dodatku.

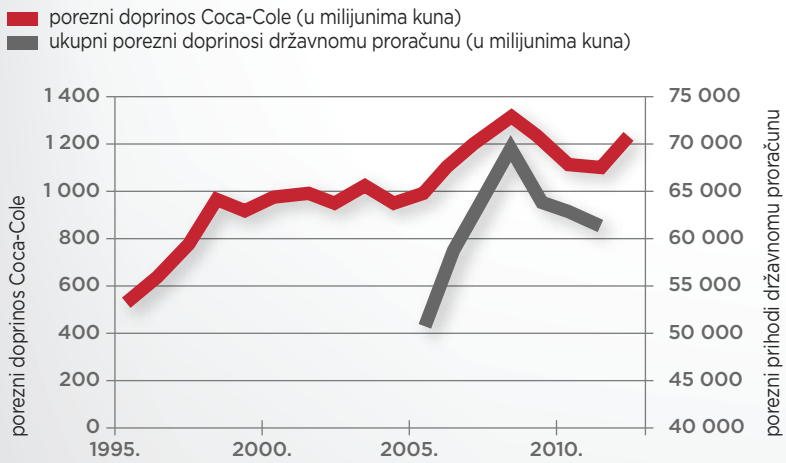
OD 1995. GODINE Coca-Cola je u hrvatskome gospodarstvu sudjelovala s oko 33 820 milijuna kuna. To je 0,9 % ukupnoga BDP-a u tome razdoblju i 3,3 % od udjela industrije pića u BDP-u. Relativni doprinos u duljemu razdoblju približno je jednak relativnomu doprinosu u 2012. godini (0,7 % BDP-a).



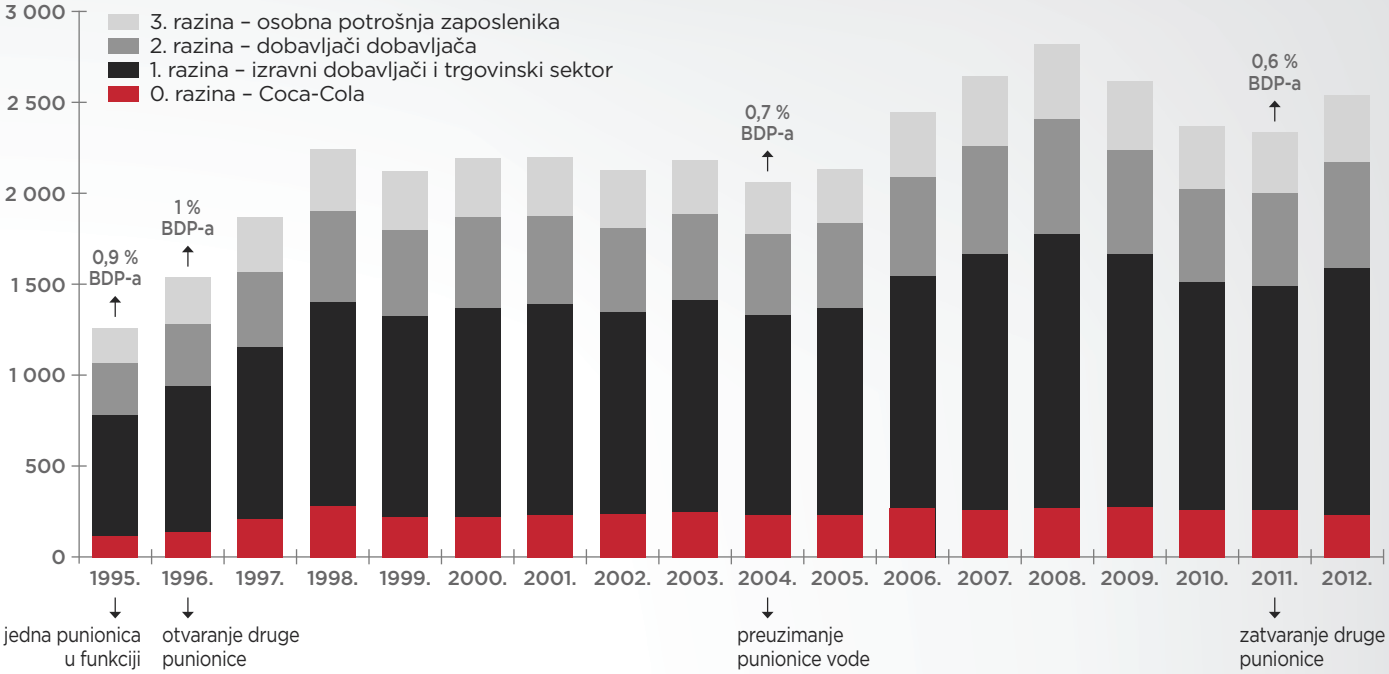
14. SLIKA:
doprinos Coca-Cole u Republici Hrvatskoj po vrsti (u milijunima kuna) u razdoblju od 1995. do 2012.

COCA-COLIN DOPRINOS HRVATSKOMU GOSPODARSTVU u razdoblju od 1995. do 2012. godine pokazuje se na 14. slici. Podaci pokazuju da je u prvih nekoliko godina nakon pokretanja proizvodnje na lokalnome tržištu doprinos rastao. Nakon otvaranja druge punionice 1996. godine doprinos je porastao s 1 500 milijuna kuna na 2 200 milijuna kuna, koliko je iznosio 1998. godine. Nakon preuzimanja punionice vode 2004. godine, kad je iznosio 2 100 milijuna kuna, doprinos sustava porastao je do 2008. godine na 2 800 milijuna kuna. Taj je trend u skladu s povećanom konzumacijom Coca-Colinih proizvoda, čiji je prvi vrhunac zabilježen 1998. godine s godišnjom konzumacijom od 136,5 milijuna litara, a drugi 2008. godine, kad je prosječna godišnja konzumacija iznosila 170,5 milijuna litara (vidi sliku).

NAJVEĆU DOBROBIT od Coca-Colina poslovanja u Republici Hrvatskoj od 1995. godine ima, kao što se također pokazuje na 14. slici, državna vlast. To proizlazi iz činjenice da sustav najveći doprinos hrvatskomu gospodarstvu daje plaćanjem poreza. Od 1995. godine Coca-Cola je uplatila 18 milijardi kuna poreza.



15. SLIKA:
porezni doprinosi Coca-Cole u usporedbi s ukupnim poreznim prihodima u razdoblju od 1995. do 2012.[25]



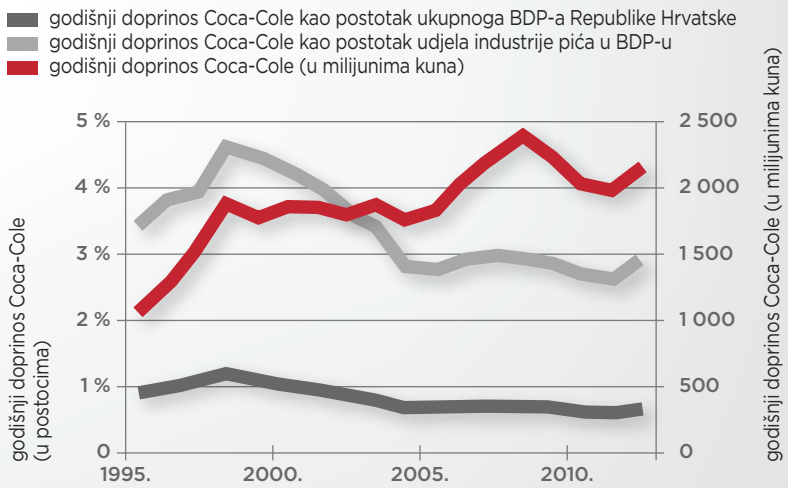
16. SLIKA:
doprinos Coca-Cole u Republici Hrvatskoj po razini (u milijunima kuna) u razdoblju od 1995. do 2012.

GODIŠNJI POREZNI DOPRINOS koji proizlazi iz Coca-Colina poslovanja porastao je, kao što se pokazuje na 14. i 15. slici, s 530 milijuna kuna, koliko je iznosio 1995. godine, na 1 232 milijuna kuna, koliko je zabilježeno 2012. godine. Riječ je o ukupnome rastu od 132 % od 1995. godine. Porezni je doprinos Coca-Cole od 2005. godine bio stabilan i iznosio je oko 1,9 % ukupnih poreznih doprinosa državnomu proračunu.

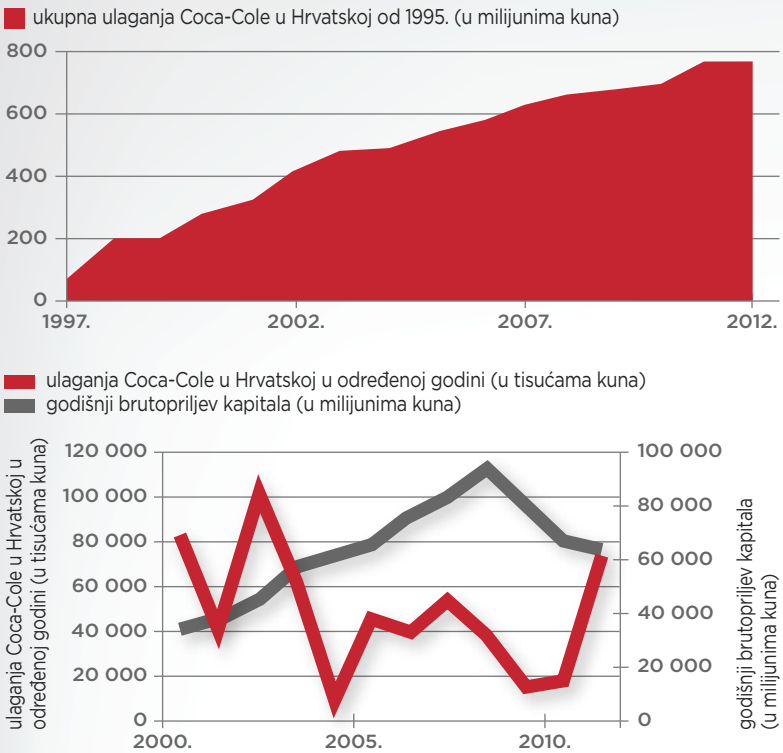
IZRAVAN COCA-COLIN UTJECAJ i utjecaj koji proizlazi iz njezina lanca vrijednosti pokazuje se na 16. slici. Najveći je doprinos koji proizlazi iz Coca-Colina poslovanja ostvaren je na razini izravnih dobavljača i u trgovinskome sektoru.

KAKO BISMO COCA-COLIN UTJECAJ prikazali u široj perspektivi, ukupan doprinos Coca-Cole doveden je u omjer s BDP-om (17. slika).[26] Coca-Cola je, posebno u ranijim godinama, imala važnu gospodarsku ulogu. Najveći je doprinos dala hrvatskomu gospodarstvu 1998. godine, kad je njezin doprinos iznosio 1,2 % od ukupnoga BDP-a i 4,7 % od udjela industrije pića u BDP-u.

OD 1995. GODINE Coca-Cola je ostvarila gotovo 780 milijuna kuna ulaganja, što je 7 % od prosječnoga godišnjeg doprinosa hrvatskomu gospodarstvu ostvarena izravnim stranim ulaganjima. Ukupna su ulaganja Coca-Cole u Republici Hrvatskoj prikazana na 18. slici. Gospodarska kriza u Republici Hrvatskoj prouzročila je nagli pad ukupnih kapitalnih izdataka. Međutim, Coca-Colina ulaganja nisu slijedila taj trend.



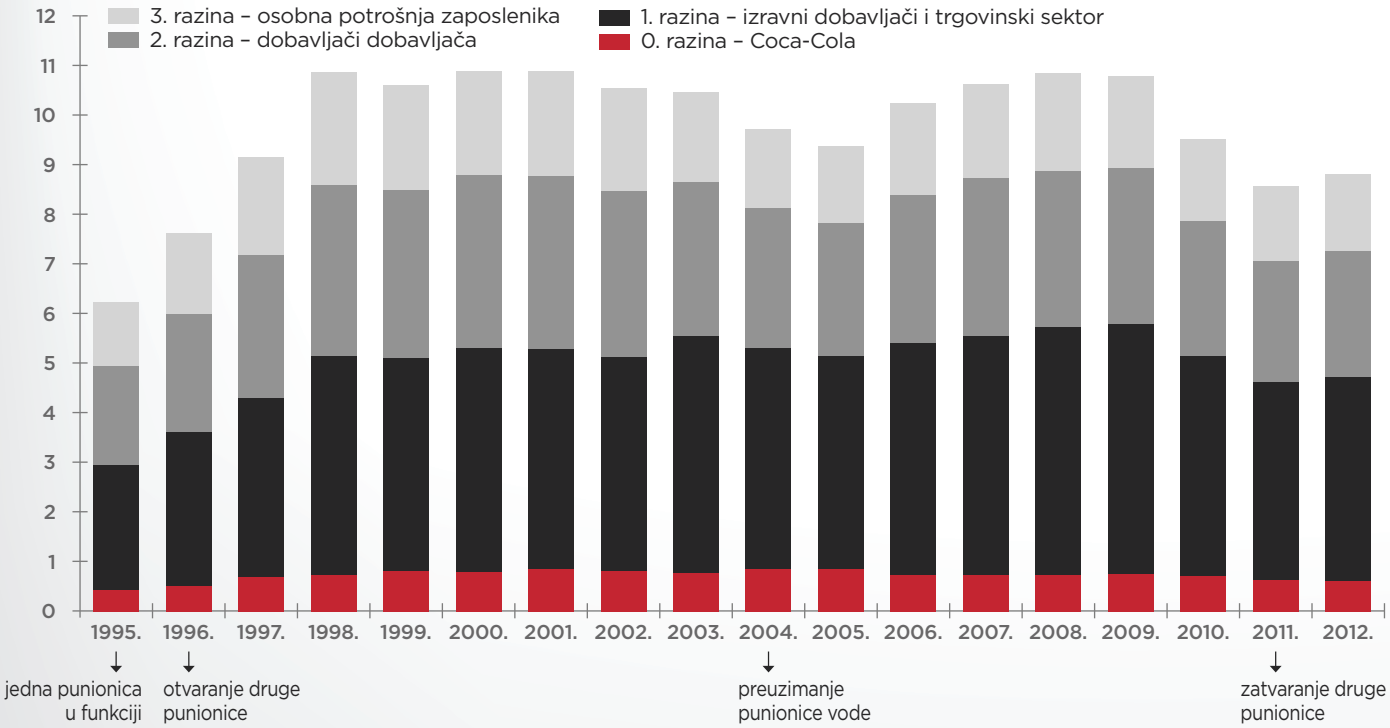
17. SLIKA:
doprinos Coca-Cole u usporedbi s doprinosom hrvatskoga gospodarstva u razdoblju od 1995. do 2012.[27]



18. SLIKA:
ulaganja Coca-Cole u usporedbi s ukupnim ulaganjima u razdoblju od 1995. do 2012.[28]

UKUPNA VRIJEDNOST ULAGANJA smanjila se, primjerice, 2007. godine, ali je Coca-Cola svoja ulaganja od 2010. godine povećala. U teškim je gospodarskim vremenima osigurala priljev kapitala važan za rast gospodarstva.

PROSJEČAN BROJ RADNIH MJESTA koje Coca-Cola godišnje osigurava u Republici Hrvatskoj prikazan je na 19. i 20. slici. Broj radnih mjesta u razdoblju od 1995. do 2012. godine u velikoj je mjeri ovisio o prodaji Coca-Colinih proizvoda, što opet upućuje na povezanost tvrtke i općega gospodarstva. U razdoblju od 1998. do 2009. godine Coca-Cola je svake godine osiguravala gotovo 9 000 radnih mjesta u različitim gospodarskim sektorima (izazvani utjecaj nije uzet u obzir). Više od 17 godina Coca-Cola za svako radno mjesto u Coca-Coli osigurava još od 9 do 12 radnih mjesta u širemu gospodarstvu.

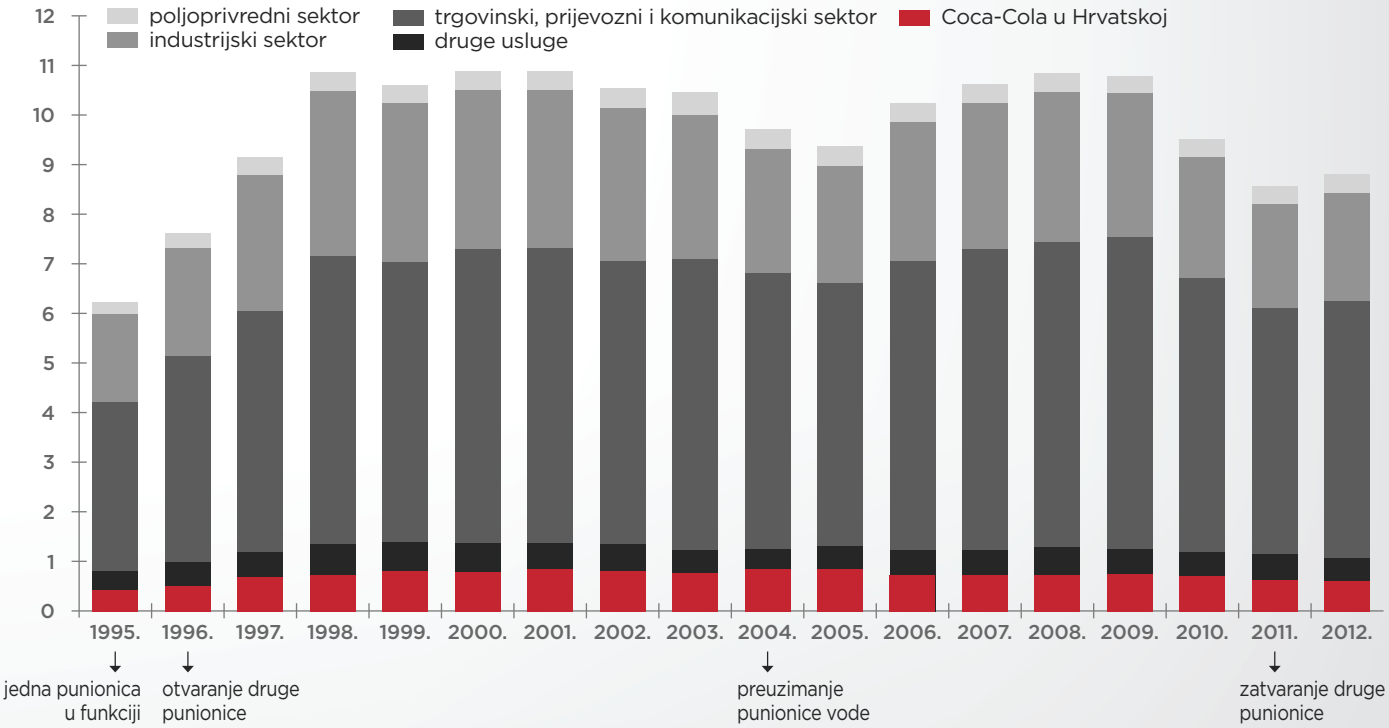


19. SLIKA:
ukupan broj radnih mjesta koje je Coca-Cola osigurala u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 1995. do 2012. (u tisućama radnih mjesta)

NAJVEĆI BROJ RADNIH MJESTA koje Coca-Cola osigurava, oduvijek je, kao što 20. slika pokazuje, bio u trgovinskome sektoru. Znatan je i broj radnih mjesta u industrijskome sektoru jer Coca-Cola već 15 godina naljepnice i boce nabavlja na lokalnome tržištu.

UKUPAN BROJ RADNIH MJESTA koja Coca-Cola osigurava od 2005. godine stabilan je, a opća je stopa zaposlenosti u padu, što se vidi na 21. slici.

21. SLIKA:
broj radnih mjesta koja je Coca-Cola osigurala i stopa nezaposlenosti u Republici Hrvatskoj[29]



20. SLIKA:
ukupan broj radnih mjesta koja je Coca-Cola osigurala u Republici Hrvatskoj po djelatnostima u razdoblju od 1995. do 2012. (u tisućama radnih mjesta)

UTJECAJ NA DOBAVLJAČE

COCA-COLA SA SVOJIM DOBAVLJAČIMA nastoji uspostaviti dugoročnu suradnju te stoga, kad je to moguće, podupire njihov rast, pa čak i širenje na strana tržišta. Uvedena je strategija za njezinu suradnju s novim dobavljačima, koja lokalnim tvrtkama daje mogućnost da unaprijede svoje poslovanje kako bi ono bilo u skladu sa strogim Coca-Colinim uvjetima. U posljednjih je nekoliko godina Coca-Cola HBC Hrvatska pomogla domaćemu proizvođaču šećera da dobije status dobavljača za čitavu Skupinu Coca-Cola Hellenic (koja se bavi punioničarskom djelatnošću na 28 različitih tržišta). Tomu je proizvođaču tako omogućen izvoz u nekoliko zemalja okruženja, u kojima su mu se otvorile nove tržišne prilike. Od te i sličnih Coca-Colinih aktivnosti Republika Hrvatska ostvaruje dobrobit jer one jačaju lokalnu industriju i povećavaju njezinu konkurentnost na svjetskome tržištu. Ona također pridonosi i pozitivnoj trgovinskoj bilanci Republike Hrvatske.

UZ VISOKE STANDARDE KVALITETE te zdravlja i sigurnosti na radu, koje dobavljač mora zadovoljiti želi li ostvariti suradnju s Coca-Colom, Coca-Cola također vodi računa o društvenim i etičkim pitanjima te o zaštiti okoliša. U tome smislu Coca-Cola u Hrvatskoj ima ključnu ulogu u postavljanju standarda, što je također važan doprinos društvu. Republika Hrvatska potpisnica je Protokola iz Kjota, prema kojemu do 2020. godine ispuštanje ugljikova dioksida treba smanjiti za 20 %. Coca-Cola svojim projektima također može pridonijeti postizanju toga cilja. Kao dio aktivnosti i projekata u području održivoga razvoja Coca-Cola HBC Hrvatska prva je tvrtka iz Coca-Colina sustava koja je 2003. godine objavila Izvješće o društvenoj odgovornosti u skladu sa smjernicama Svjetske inicijative za izvješćivanje (GRI). Dvije godine poslije bila je prva hrvatska tvrtka koja je objavila Izvješće o održivosti u skladu sa smjernicama GRI-ja. Za izvješćivanje o održivosti tvrtku je triput nagradio Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj (HR PSOR).

PRIJENOS ZNANJA

COCA-COLINI ZAPOSLENICI dobro su obrazovani, a ekonomski je doprinos svakoga od njih veći od prosječnoga ekonomskog doprinosa zaposlenika u proizvodnome sektoru (vidi poglavlje *Radna mjesta koja osigurava Coca-Cola*). U cilju daljnjega unapređivanja svoje baze znanja Coca-Cola svake godine ulaže znatna sredstva u stručno usavršavanje svojih zaposlenika. Zaposlenici imaju priliku sudjelovati u unutrašnjim obrazovnim programima i praktičnoj obuci, a dostupna im je i praktična izobrazba. Proračun predviđen za stručno usavršavanje zaposlenika iznosio je u 2012. godini 1,6 milijuna kuna. Tvrtka je obrazovnim programima znanja i vještine svojih zaposlenika prilagodila trenutačnim potrebama tržišta rada. Upravo je to, prema mišljenju Svjetske banke[30], područje u kojemu Republika Hrvatska zaostaje za drugim državama. Prema anketi koju je u okviru programa *Enterprise survey* provela Međunarodna financijska korporacija (IFC), 28 % hrvatskih tvrtka nedovoljno obrazovani kadar smatra glavnom preprekom u poslovanju.[31] Sredstva koja Coca-Cola ulaže u izobrazbu zaposlenika mogu promijeniti postojeće stanje jer će se prelaskom zaposlenika u druge tvrtke ta znanja prenijeti i u njih.

COCA-COLINI STRUČNJACI sudjeluju u radu više stručnih udruga i mreža te stručnih i poslovnih organizacija. U 2012. su godini sudjelovali u radu 20 poslovnih udruga i mreža koje se bave područjima odnosa s javnošću i komunikacija, ljudskih potencijala, informacijske tehnologije, proizvodnje i pravnih poslova. Coca-Cola HBC Hrvatska također veliku pozornost pridaje suradnji sa studentima koju ostvaruje putem različitih studentskih udruga i sveučilišta. U razdoblju od 2010. do 2013. godine njezini su zaposlenici 16 puta pozivani da se kao gosti predavači obrate hrvatskoj poslovnoj zajednici. Čineći to, oni prenose svoje vještine i znanja na opću dobrobit hrvatskoga društva.

ZA SVOJ JE TRUD Coca-Cola HBC Hrvatska 2012. godine šesti put zaredom dobila certifikat *Poslodavac partner.*[32] Taj se certifikat dodjeljuje tvrtkama s najvišim standardima u području upravljanja ljudskim potencijalima.

0,25 L
Coca-Cola
zero

ANALIZE SCENARIJA

Jedan od ciljeva analize ekonomskoga utjecaja jest omogućiti vodstvu tvrtke da analizira širi socioekonomski utjecaj svojih odluka temeljem planiranih scenarija. Takvi scenariji daju koristan uvid u posljedice mogućih situacija.

SCENARIJI U PRAVILU ANALIZIRAJU posljedice budućih promjena u politici tvrtke, državnoj politici (npr. promjena porezne politike) ili pak promjena gospodarske klime. Za potrebe ovoga izvješća analizirana su dva scenarija.

PRVI SCENARIJ ANALIZIRA promjene u broju radnih mjesta i doprinosu gospodarstvu u slučaju zatvaranja punionice vode.

DRUGI SCENARIJ ANALIZIRA što bi se dogodilo da je Coca-Cola 1968. godine proizvode odlučila uvoziti umjesto proizvoditi ih na lokalnome tržištu.

VAŽNOST PROIZVODNJE NA LOKALNOME TRŽIŠTU

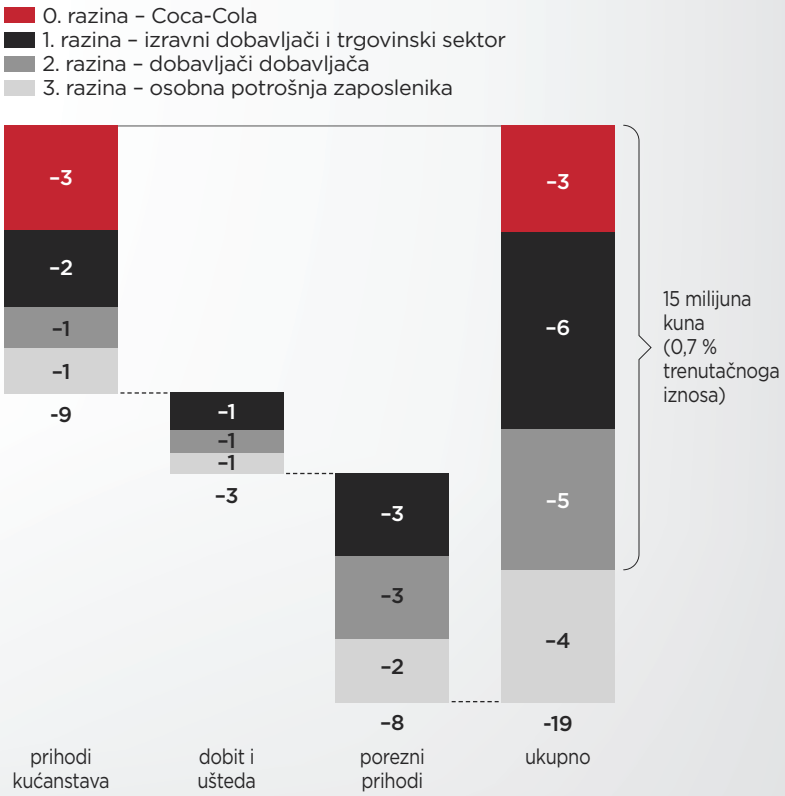
COCA-COLINE PUNIONICE, kao i svi drugi poslovni subjekti, izložene su vanjskim gospodarskim utjecajima koji utječu na odluku o tome hoće li one nastaviti s radom.

ZAMISLITE SLJEDEĆE SCENARIJE:

- Voda proizvedena u punionici u Republici Hrvatskoj zamjenjuje se vodom iz uvoza.
- Svi proizvodi koji se proizvode u Republici Hrvatskoj zamjenjuju se gotovim proizvodima iz uvoza; obustavi li se u potpunosti proizvodnja, Coca-Cola HBC Hrvatska postaje distributer Coca-Colinih proizvoda iz uvoza, a Coca-Cola Adria u Republici Hrvatskoj promiče Coca-Coline proizvode.

PROMJENA EKONOMSKOGA UTJECAJA UVJETOVANA UVOZOM VODE

KAD BI VODA proizvedena u lokalnoj punionici bila zamijenjena vodom iz uvoza, hrvatsko bi gospodarstvo pretrpjelo gubitak od oko 15 milijuna kuna (0,7 % od trenutačnoga Coca-Colina doprinosa), što je pokazano na 22. slici. To podrazumijeva smanjenje prihoda kućanstava, nižu dobit tvrtka i niže porezne prihode. Uzme li se u obzir potrošnja zaposlenika (tj. izazvani utjecaj 3. razine), doprinos bi se smanjio za dodatnih 4 milijuna kuna.



22. SLIKA:
scenarij uvoza vode – smanjenje doprinosa (u milijunima kuna)

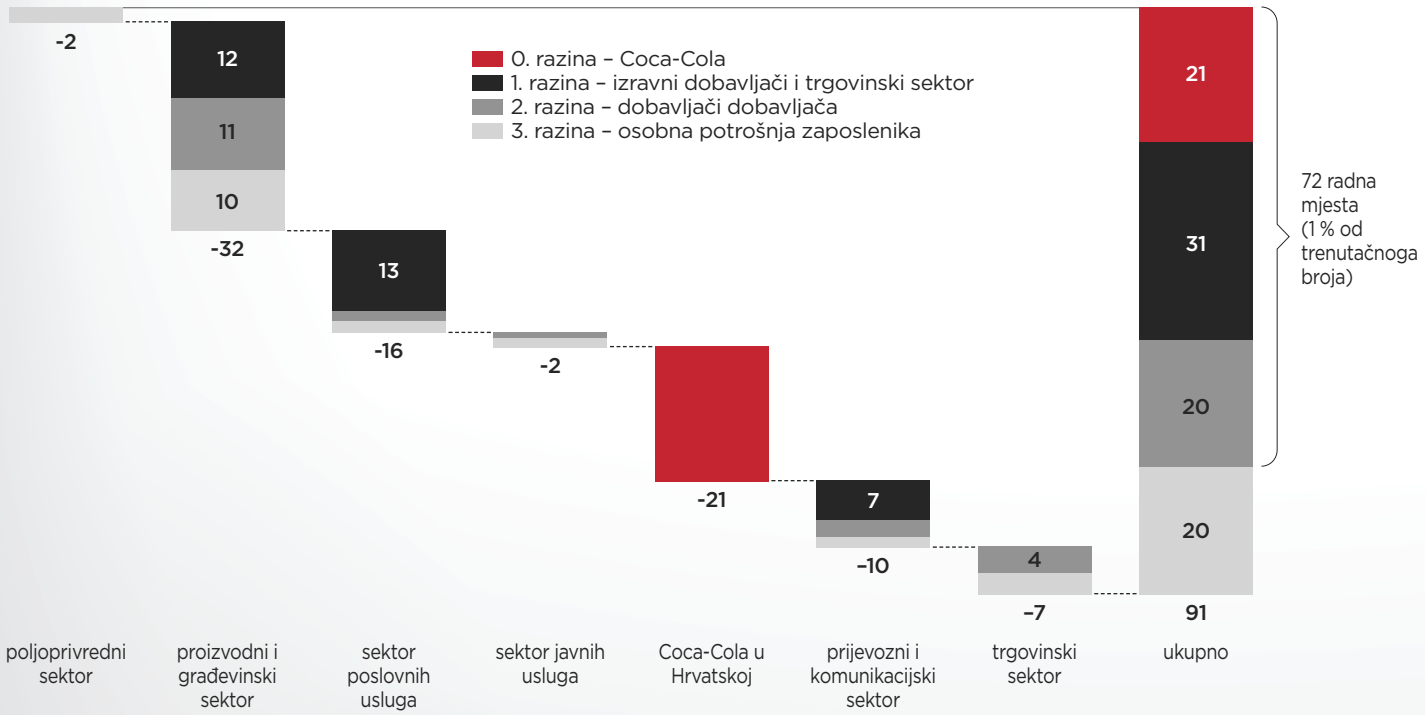
KAKO BI SE ZATVARANJE PUNIONICE VODE odrazilo na broj radnih mjesta, pokazano je na 23. slici. Posljedica bi bila ukidanje oko 70 radnih mjesta (1 % od trenutačnoga broja radnih mjesta). Neizravno bi ta promjena izazvala ukidanje još oko 20 radnih mjesta.

PROMJENA EKONOMSKOGA UTJECAJA UVJETOVANA UVOZOM SVIH PROIZVODA

HRVATSKO BI GOSPODARSTVO, kao što je pokazano na 24. slici, pretrpjelo znatan gubitak od otprilike 87 milijuna kuna (4 % od trenutačnoga Coca-Colina doprinosa) kad bi se svi Coca-Colini proizvodi uvozili na hrvatsko tržište. Time bi se smanjili prihodi kućanstava, dobit tvrtka i porezni prihodi. Smanjenjem osobne potrošnje (izazvani utjecaj 3. razine) ukupan bi se doprinos smanjio za dodatnih 30 milijuna kuna.

SMANJENJE BROJA RADNIH MJESTA u slučaju obustave proizvodnje pokazano je na 25. slici. Brojevi su i u ovom slučaju veliki jer bi bilo ukinuto gotovo 530 radnih mjesta (9 % od trenutačnoga broja radnih mjesta). Izazvani utjecaji doveli bi do ukidanja još oko 130 radnih mjesta.

RADNA MJESTA U TVRTKAMA koje su Coca-Colini izravni dobavljači u većoj mjeri ovise o Coca-Colinu poslovanju nego radna mjesta u prodajnome lancu. Većina ukinutih radnih mjesta bila bi u samoj Coca-Coli i u proizvodnome sektoru. Ukinula bi se sva radna mjesta u Coca-Coli HBC Hrvatska koja su povezana s proizvodnjom, primjerice sva radna mjesta koja sudjeluju u upravljanju opskrbnim lancem. Velik broj radnih mjesta koja bi se ukinula u proizvodnome sektoru pokazuje da Coca-Cola kupovinom naljepnica, boca i predoblika na lokalnome tržištu osigurava znatan broj radnih mjesta. U trgovinskome sektoru ne bi bilo znatnijega utjecaja. Radna mjesta u trgovinskome sektoru ovise o prodaji Coca-Colinih proizvoda, koji bi u tome slučaju dolazili iz uvoza.

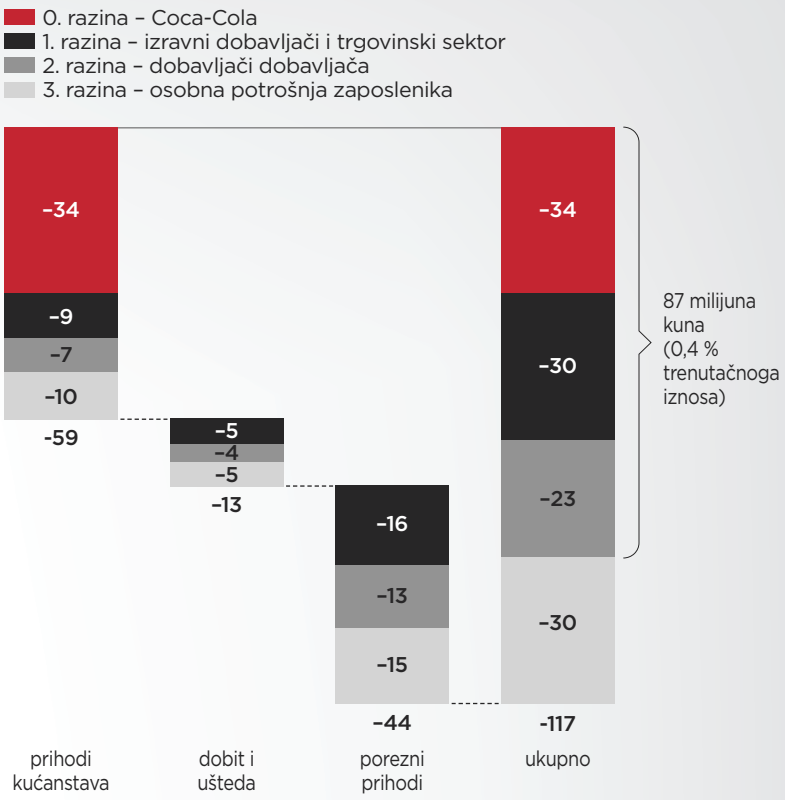


23. SLIKA:
scenarij uvoza vode – smanjenje doprinosa (u milijunima kuna)

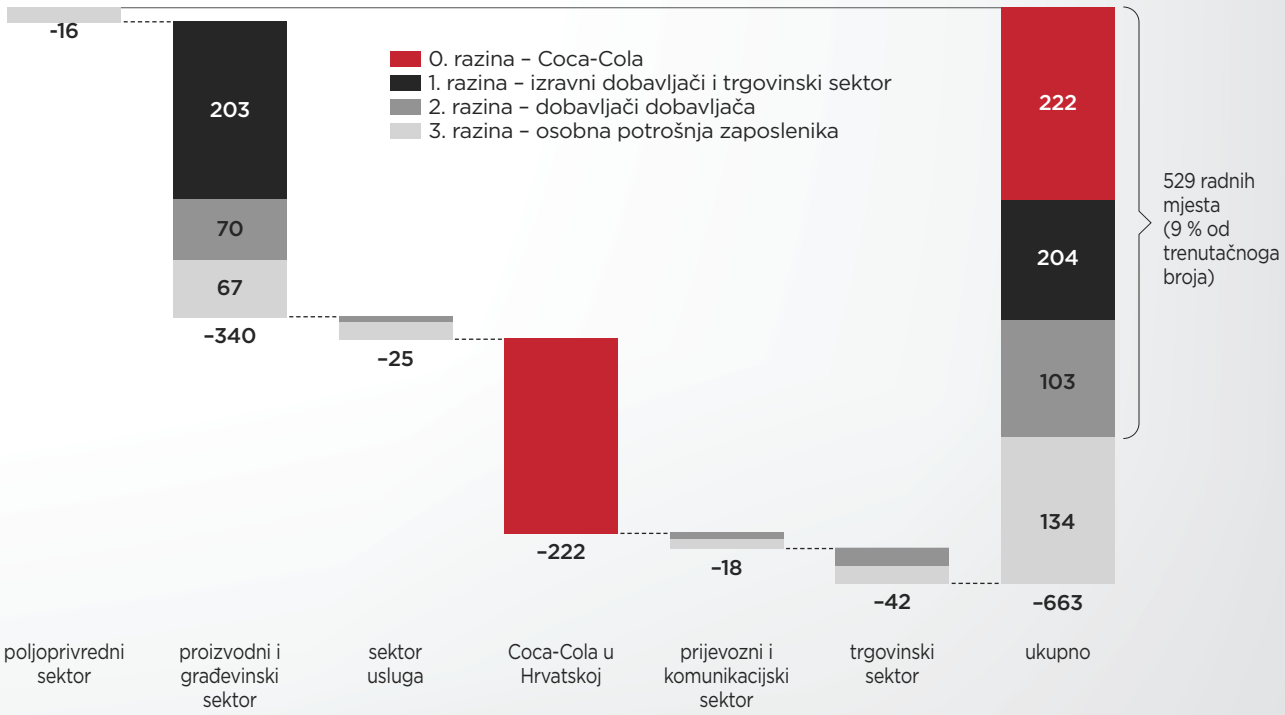
OSTALI MOGUĆI SCENARIJI

OSIM SCENARIJA OPISANIH U PRETHODNOME POGLAVLJU, postoji još scenarija koje bi Coca-Cola i njezini dionici trebali razmotriti:

- promjena porezne politike (npr. uvođenje poreza na šećer)
- povećanje potrošnje u kućanstvima na štetu potrošnje izvan kućanstava (npr. u restoranima)
- proširenje proizvodnih pogona ili distribucijskih skladišta
- povećanje udjela domaćih dobavljača
- promjena utjecaja Coca-Colina sustava na različite društvene slojeve
- promjena utjecaja na broj radnih mjesta; treba uzeti u obzir podjelu po stručnoj spremi
- promjena utjecaja na proizvodne rezultate; treba uzeti u obzir podjelu po županijama ili općinama
- promjena potrošnje energije ili ispuštanja ugljikova dioksida (CO_2) po radnome mjestu ili svakoj kuni doprinosa unutar Coca-Colina lanca vrijednosti
- promjena potrošnje vode po radnome mjestu ili svakoj kuni doprinosa unutar Coca-Colina lanca vrijednosti
- posljedice izazvane ulaskom Hrvatske u Europsku uniju.



24. SLIKA:
scenarij uvoza svih proizvoda – smanjenje doprinosa (u milijunima kuna)



25. SLIKA:
scenarij uvoza svih proizvoda – smanjenje broja radnih mjesta (ukupno)

Coca-Cola
zero™
0,5 L

ZAKLJUČCI I PREPORUKE

ZAKLJUČCI

Iz provedene se analize mogu izvesti sljedeći zaključci:

1. **Coca-Cola daje znatan doprinos hrvatskomu gospodarstvu:**
   - 215 milijuna kuna izravnoga doprinosa, što je 0,07 % BDP-a
   - 2 164 milijuna kuna doprinosa koji se ostvaruju u širemu gospodarstvu, što je 0,7 % BDP-a
   - 9 kuna neizravnoga doprinosa za svaku kunu izravnoga.

2. **Coca-Cola daje znatan doprinos poreznim prihodima Republike Hrvatske:**
   - 125 milijuna kuna poreza koji plaća Coca-Cola jest 0,2 % ukupnoga poreznog prihoda
   - 1 232 milijuna kuna poreza koji se ostvaruju u širemu gospodarstvu jest 2 % ukupnoga poreznog prihoda.

3. **Coca-Cola u svojemu sustavu osigurava radna mjesta s višom stopom doprinosa hrvatskomu gospodarstvu te usto i velik broj radnih mjesta u širemu gospodarstvu:**
   - 554 radna mjesta s višom stopom doprinosa u samome sustavu
   - u 2012. Coca-Cola je osigurala više od 7 400 radnih mjesta, što je 0,5 % od ukupnoga broja zaposlenih u Republici Hrvatskoj
   - za svako svoje radno mjesto Coca-Cola osigurava još 12 radnih mjesta u širemu gospodarstvu.

4. **Od 1995. godine Coca-Cola je dala znatan doprinos hrvatskomu gospodarstvu:**
   - 33,8 milijardi kuna doprinosa cjelokupnomu gospodarstvu, što je oko 0,9 % ukupnoga BDP-a u tome razdoblju
   - 18 milijardi kuna poreznih doprinosa
   - 780 milijuna kuna ulaganja
   - Coca-Cola godišnje u Republici Hrvatskoj osigurava u prosjeku 8 000 radnih mjesta s višom stopom doprinosa hrvatskomu gospodarstvu.

5. **Analiza scenarija dovodi do sljedećih zaključaka:**
   - Kad bi voda proizvedena u lokalnoj punionici bila zamijenjena vodom iz uvoza, hrvatsko bi gospodarstvo pretrpjelo gubitak od oko 15 milijuna kuna (0,7 % od trenutačnoga doprinosa Coca-Cole), a ukinulo bi se oko 70 radnih mjesta (1 % od trenutačnoga broja radnih mjesta).
   - Kad bi se obustavila proizvodnja na lokalnome tržištu i svi proizvodi počeli uvoziti, hrvatsko bi gospodarstvo pretrpjelo gubitak od 87 milijuna kuna (4 % od trenutačnoga doprinosa Coca-Cole), a ukinulo bi se oko 530 radnih mjesta (9 % od trenutačnoga broja radnih mjesta).

PREPORUKE ZA COCA-COLU U REPUBLICI HRVATSKOJ

- **Promicati važnost Coca-Colina utjecaja u Republici Hrvatskoj među različitim skupinama dionika, uključujući i vlastite zaposlenike.**
- **Isticati razmjernu stabilnost Coca-Colina poslovanja u Republici Hrvatskoj, uključujući ulaganja i broj radnih mjesta koja sustav osigurava čak i u vrijeme općega gospodarskog pada.**
- **Isticati aktivnosti povezane s poslovanjem Coca-Cole od 1995. godine i njezin doprinos gospodarskomu rastu i razvoju Republike Hrvatske.**
- **I dalje posvećivati veliku pozornost stručnomu usavršavanju i konkurentnosti na hrvatskome tržištu rada provedbom obrazovnih programa i davanjem potpore dobavljačima.**
- **Pobrinuti se da hrvatska vlast bude svjesna uloge Coca-Cole i privatnoga sektora općenito u stvaranju poreznih prihoda, u ulaganjima i pri stvaranju općega dobra.**

Coca-Cola

I. DODATAK: OBJAŠNJENJE MODELA

PRISTUP IZRADI MODELA

MODEL STVOREN ZA POTREBE OVE STUDIJE objedinjuje Coca-Coline financijske podatke te takozvanu matricu društvenoga računovodstva za Republiku Hrvatsku i raspodjelu radnih mjesta po vrstama djelatnosti. Matrica društvenoga računovodstva opisuje veze među različitim gospodarskim djelatnostima, prikazujući kako izlazni proizvod jedne djelatnosti postaje ulazni proizvod, tj. sirovina druge. Jedna djelatnost tako postaje ovisna o drugoj kao što je djelatnost kupca proizvoda ovisna o djelatnosti dobavljača sirovine. 26. slika prikazuje kako se iz triju izvora podataka dobivaju dva osnovna podatka koji proizlaze iz modela.

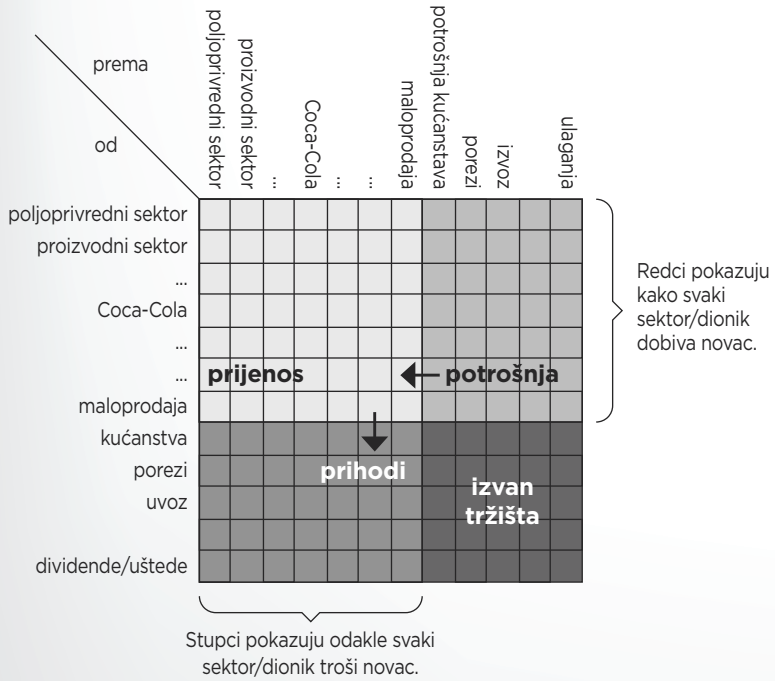
26. SLIKA:
prikaz izrade modela

MATRICA DRUŠTVENOGA RAČUNOVODSTVA

MODEL JE UTEMELJEN na matrici društvenoga računovodstva (SAM). Matricom je obuhvaćen tijek novca povezan sa svim ekonomskim transakcijama koje se odvijaju u hrvatskome gospodarstvu. Ona je statistički i statični prikaz ekonomske i socijalne strukture Republike Hrvatske. Kao što je prikazano na 27. slici, u matrici društvenoga računovodstva broj stupaca i redaka jednak je jer svi sektori, tj. sudionici u gospodarstvu (gospodarski sektori, kućanstva, državna vlast i strani sektor), istodobno i kupuju i prodaju. Stupci predstavljaju kupce (trošak), a redci prodavače (priljev).

OD ČETIRI KVADRANTA MATRICE za ovu su analizu relevantna tri. Konačna potrošnja potiče proizvodnju koja dovodi do financijskoga prijenosa među različitim sektorima kojim se stvaraju prihodi kućanstava i države (porezi) te dobit (dividende i ušteda). Posljednja je matrica društvenoga računovodstva za Republiku Hrvatsku izrađena 2007. godine i preuzeta je iz baze podataka projekta GTAP.

COCA-COLINA SE DJELATNOST, kao što pokazuje 27. slika, uzima kao zasebna djelatnost, što se očituje stupcem i retkom u matrici. Stupac predstavlja preraspodjelu Coca-Colina izvješća o tijeku novca. Redak je prazan osim podatka o ukupnoj konzumaciji bezalkoholnih pića, tj. sredstvima koja prihoduje Coca-Colina punionica i koja uključuju (dio) prihoda od izvoza proizvoda. U tome je smislu potrošnja bezalkoholnih pića uzeta kao egzogena varijabla. Posljednji je korak u izradi matrice računovodstva njezina normalizacija kako bi zbroj u svim stupcima iznosio jedan. Tijek financijskih sredstava povezanih s konzumacijom gotovih Coca-Colinih proizvoda može se pratiti u cjelokupnome gospodarstvu. Pritom se ekonomski utjecaj koji proizlazi iz Coca-Colina poslovanja može podijeliti na tri različite vrste:



Potrošnja/konzumacija potiče proizvodnju i dovodi do →
prijenosa novca među sektorima koji dovodi do →
prihoda kućanstava i države.

27. SLIKA:
matrica društvenoga računovodstva

- **IZRAVNI UTJECAJ (0. RAZINA):** Utjecaj koji izravno proizlazi iz troškova lokalne Coca-Coline punionice i podružnice tvrtke The Coca-Cola Company (uključuje plaće, poreze i dobit koja ostaje na lokalnome tržištu te radna mjesta u Coca-Coli).

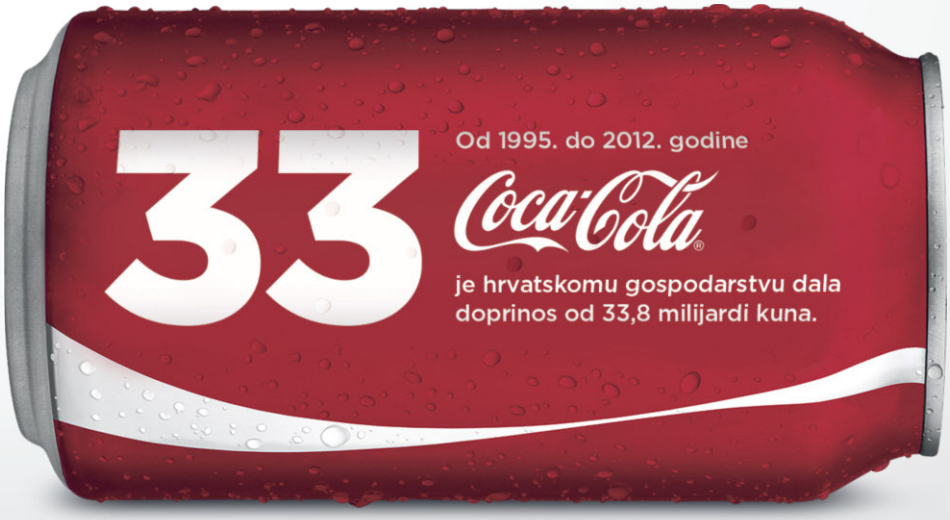
- **NEIZRAVNI UTJECAJ (1. RAZINA) – IZRAVNI DOBAVLJAČI I TRGOVINSKI SEKTOR:** Utjecaj koji proizlazi iz troškova ostalih poslovnih subjekata uzduž lanca vrijednosti Coca-Colinih proizvoda – od opskrbe do distribucije (uključuje npr. radna mjesta i plaće koje isplaćuju dobavljači i trgovci u maloprodaji).

- **NEIZRAVNI UTJECAJ (2. RAZINA) – DOBAVLJAČI DOBAVLJAČA:** Utjecaj koji proizlazi iz poslovanja dobavljača i trgovaca u maloprodaji koji su dio primarnoga lanca vrijednosti Coca-Colinih proizvoda s ostalim dobavljačima roba i usluga koji nisu njegovim dijelom, a koji također isplaćuju plaće i plaćaju poreze (uključuje npr. radna mjesta i plaće koje isplaćuju dobavljači Coca-Colinih dobavljača).

- **IZAZVANI UTJECAJ (3. RAZINA) – POTROŠNJA ZAPOSLENIKA:** Utjecaj koji proizlazi iz potrošnje zaposlenika Coca-Cole, njezinih poslovnih partnera i njihovih dobavljača čija radna mjesta izravno ili neizravno osigurava Coca-Cola. Ekonomski stručnjaci nisu suglasni oko toga treba li tu vrstu utjecaja uvrstiti u izračun jer postoji opasnost da će se računati dvostruko; stoga je u ovoj studiji primijenjen oprezniji pristup i ta vrsta utjecaja nije uzeta u obzir.

PRETPOSTAVKE

Osnovna je pretpostavka opisanoga modela da analiza ulaza i izlaza implicitno podrazumijeva kako povećanu potražnju može zadovoljiti povećana proizvodnja sa stalnim cijenama u svim gospodarskim djelatnostima. Međutim, postoje djelatnosti koje neće osjetiti povećanje potražnje za bezalkoholnim pićima, pa stoga u njima neće biti ni povećanja proizvodnje. Također postoje gospodarske djelatnosti koje ne mogu osigurati stabilnu cijenu zbog, primjerice, manjka radne snage, sirovina ili proizvodnih kapaciteta. Zbog trenutačne gospodarske krize ne postoji ograničenje kapaciteta.



II. DODATAK: PRIMJENA PODATAKA

A. ZAPOSLENOST

Eurostat redovito objavljuje iscrpne podatke o stanju na hrvatskome tržištu rada. Spajanjem tih podataka s podacima o izlazu pojedinih sektora koji se nalaze u matrici društvenoga računovodstva za Republiku Hrvatsku, moguće je provesti statističku analizu i pratiti podatke o zaposlenosti (tj. broju radnih mjesta na svaku kunu izlaza) unutar Coca-Cole. Raščlanjivanjem podataka dobiva se procjena broja radnih mjesta koje Coca-Cola osigurava u ostalim djelatnostima, pri čemu se vidi koje djelatnosti u najvećoj mjeri ovise o proizvodnji i prodaji Coca-Colinih proizvoda.

B. UTJECAJ TIJEKOM DULJEGA RAZDOBLJA

Za izračun Coca-Colina utjecaja tijekom duljega razdoblja u obzir su uzeti sljedeći podaci:

FINANCIJSKA IZVJEŠĆA TVRTKE
Za Coca-Colu HBC Hrvatska (CCH) u obzir su uzeti računi dobiti i gubitka, podaci o prodaji i tržišne procjene za razdoblje od 2005. do 2012. godine, a za Coca-Colu Adria (TCCC) računi dobiti i gubitka te tržišne procjene za razdoblje od 2008. do 2012. godine. S obzirom na to da je The Coca-Cola Company s oglašavanjem u Republici Hrvatskoj započela 1998. godine (i time započela pridonositi lokalnomu gospodarstvu), procjene za razdoblje od 1998. do 2008. godine mogu se smatrati mjerom opreza.

MAKROEKONOMSKI POKAZATELJI
S obzirom na to da matrica društvenoga računovodstva odražava stanje gospodarstva u jednoj godini, za procjenu Coca-Colina utjecaja tijekom duljega razdoblja primijenjene su različite matrice društvenoga računovodstva. Kao ulazni podaci za te su matrice uzete tablice ulaza i izlaza za 57 različitih gospodarskih djelatnosti iz baze podataka projekta GTAP, koja se posuvremenjuje svakih nekoliko godina. Stoga je za razdoblje od 1995. do 2002. upotrijebljena matrica za 2001. godinu (temelji se na podacima iz baze GTAP 6), za razdoblje od 2003. do 2005. godine matrica za 2004. godinu (temelji se na podacima iz baze GTAP 7), a za razdoblje od 2006. do 2012. godine matrica za 2007. godinu (temelji se na podacima iz baze GTAP 8).

ZA ANALIZU BROJA RADNIH MJESTA u obzir su uzeti podaci za 11 djelatnosti. Iscrpni su podaci o broju radnih mjesta dostupni tek od 2003. godine. Dok je zaposlenost za razdoblje od 2003. do 2012. godine odraz specifičnih uvjeta na tržištu rada pojedine godine, zaposlenost za razdoblje od 1995. do 2002. godine izračunana je temeljem uvjeta na tržištu rada 2003. godine. Podaci o ukupnoj vrijednosti izlaza u razdoblju od 2005. do 2012. temelje se na udjelima pojedinih djelatnosti u BDP-u prema podacima Državnoga zavoda za statistiku, ukupnome BDP-u i tržišnim cijenama prema Eurostatovim podacima i izlazu po djelatnosti prema podacima iz matrice društvenoga računovodstva za Republiku Hrvatsku (za 2001., 2004. i 2007. godinu).

III. DODATAK: PREGLED GOSPODARSKIH SEKTORA

U sljedećoj tablici navedeni su svi podsektori koji su dio sektora spomenutih u ovome izvješću.

POLJOPRIVREDNI SEKTOR:

- proizvodnja riže
- proizvodnja pšenice
- proizvodnja žitarica
- proizvodnja povrća, voća i orašastih plodova
- proizvodnja uljanih biljaka
- proizvodnja šećerne trske i šećerne repe
- proizvodnja biljnih vlakana
- proizvodnja usjeva
- uzgoj goveda, ovaca i koza te konja
- proizvodnja proizvoda životinjskoga podrijetla
- proizvodnja sirovoga mlijeka
- proizvodnja vune i svile
- šumarstvo
- ribarstvo

PROIZVODNI SEKTOR:
(proizvodnja / rudarstvo / komunalne usluge / građevinarstvo)

- proizvodnja ugljena
- proizvodnja nafte
- proizvodnja plina
- proizvodnja minerala
- proizvodnja proizvoda od goveđega mesa
- proizvodnja mesnih proizvoda
- proizvodnja biljnih ulja i masti
- proizvodnja mliječnih proizvoda
- prerada riže
- proizvodnja šećera
- proizvodnja prehrambenih proizvoda
- proizvodnja pića i duhanskih proizvoda
- proizvodnja tekstila
- proizvodnja odjeće
- proizvodnja kožnatih proizvoda
- proizvodnja drvenih proizvoda
- proizvodnja papirnatih proizvoda i izdavaštvo
- proizvodnja naftnih i ugljenih proizvoda
- proizvodnja kemijskih, gumenih i plastičnih proizvoda
- proizvodnja mineralnih proizvoda
- proizvodnja obojenih metala
- proizvodnja metala
- proizvodnja metalnih proizvoda
- proizvodnja motornih vozila i dijelova
- proizvodnja prijevoznih sredstava
- proizvodnja elektroničke opreme
- proizvodnja strojeva i opreme
- proizvodnja tvorničkih proizvoda
- proizvodnja električne energije
- proizvodnja i distribucija plina
- proizvodnja vode
- građevinarstvo

MALOPRODAJNI SEKTOR:

- sav promet u maloprodaji
- popravak motornih vozila te proizvoda za osobnu uporabu i kućanstvo
- trgovina motornim gorivima na malo

VELEPRODAJNI SEKTOR:

- trgovina na veliko i posredovanje u trgovini

UGOSTITELJSKI SEKTOR:

- hoteli i restorani

PRIJEVOZNI SEKTOR:
(prijevoz/komunikacije)

- prijevoz
- vodeni prijevoz
- zračni prijevoz
- komunikacija

USLUŽNI SEKTOR:
(financijske, javne, socijalne usluge)

- osiguratelјske usluge
- poslovne usluge
- javna uprava, obrana, obrazovanje, zdravstvo
- usluge stanovanja
- rekreacijske i druge usluge

IV. DODATAK: POPIS LITERATURE

Coca-Cola HBC Hrvatska, 2012.:
Coca-Cola Hellenic Bottling Company Croatia (2012.)
Profit & Loss Account, market estimates;
http://en.coca-colahellenic.hr/

Coca-Cola Adria, 2012.:
Coca-Cola Adria (2012.)
Profit & Loss Account and market estimates.

Državni zavod za statistiku, 2012.:
Central Bureau of Statistics Croatia (CBS) (2003. – 2012.)
Croatia in Figures, Statistical Information, Statistical Yearbook.

Hrvatska narodna banka, 2011.:
Croatian National Bank (CNB) (2011.)
Annual Report,
www.hnb.hr/statistika/estatistika.htm

Dimaranan, 2006.:
Dimaranan, Betina V. (ur.) (2006.)
Global Trade, Assistance, and Production: The GTAP 6.
Data Base, Center for Global Trade Analysis, Purdue University.

Europska komisija, 2011.:
European Commission (2011.)
Information on the Results of EU Accession Negotiations with Croatia.

Europska komisija, 2013.:
European Commission (2013.)
VAT Rates Applied in the Member States of the European Union, Situation at 14th January 2013.

Eurostat, 2012.:
Eurostat (1995. – 2012.)
National accounts, Public Finance statistics, Labour Force Survey,
ec.europa.eu/eurostat

Međunarodna financijska korporacija, 2007.:
International Finance Corporation (2007.)
Enterprise Survey,
www.enterprisesurveys.org/Data Base Data/ExploreEconomies/2007/croatia#finance

Milivojević, 1999.:
Milivojevic, M. (1999.)
The Economy, in: Eastern Europe and the Commonwealth of Independent States,
London: Europa Publications Limited.

Narayanan, 2012.:
Narayanan, B., Angel Aguiar and Robert McDougall, Editors (2012.)
Global Trade, Assistance, and Production: The GTAP 8 Data Base,
Center for Global Trade Analysis, Purdue University.

Narayanan, 2008.:
Narayanan, G. Badri and Terrie L. Walmsley, Editors (2008.)
Global Trade, Assistance, and Production: The GTAP 7 Data Base,
Center for Global Trade Analysis, Purdue University.

Veleposlanstvo Kraljevine Danske u Zagrebu, 2007.:
Royal Danish Embassy Zagreb (2007.)
Food and Retail sector in Croatia.

Lutovska, 2012.:
Lutovska, K. (2012.)
CEFTA countries expect a difficult transition from Croatia's EU accession,
SETimes 07/03/2012.

Svjetska banka, 2012.:
WorldBank (2012.)
World Development Indicators,
databank.worldbank.org/data/views/variableSelection/selectvariables.aspx?source=world-development-indicators

Svjetska trgovinska organizacija, 2011.:
World Trade Organization (2011.)
Croatia Country Profile,
http://stat.wto.org/CountryProfile/WSDBCountryPFView.aspx?Language=E&Country=HR

BILJEŠKE

1 Coca-Cola HBC Hrvatska, 2012.
2 Coca-Cola Adria, 2012., Državni zavod za statistiku, 2012.
3 Veleposlanstvo Kraljevine Danske u Zagrebu, 2007.
4 Državni zavod za statistiku, 2012.
5 Coca-Cola Adria, 2012.
6 Eurostat, 2012.
7 Svjetska banka, 2012.
8 Eurostat, 2012.
9 Hrvatska narodna banka, 2012.
10 Svjetska trgovinska organizacija, 2011.
11 Hrvatska narodna banka, 2011.
12 Međunarodna financijska korporacija, 2012.
13 Lutovska, 2012.
14 Europska komisija, 2011.
15 Eurostat, 2012.
16 Eurostat, 2012.
17 PDV za Coca-Coline proizvode iznosi 25 %. Prilagođeni ostali prihodi uključuju izvoz i prihod od najma, a prilagodbe su obavljene u skladu s izvanrednim troškovima i prilagodbama imovine. Zbog zaokruživanja zbroj nije uvijek točan.
18 Zbog zaokruživanja zbroj nije uvijek točan.
19 Zbog zaokruživanja zbroj nije uvijek točan.
20 Ukupan netoiznos poreza na dodanu vrijednost koji proizlazi iz konzumacije Coca-Colinih proizvoda iznosi 556 milijuna kuna pod pretpostavkom da su sve strane podmirile porezna davanja. Zbog zaokruživanja zbroj nije uvijek točan.
21 Zbog zaokruživanja zbroj nije uvijek točan. Podatak o 4 700 radnih mjesta (uključujući izazvani utjecaj) u trgovinskome sektoru temelji se na podacima Eurostata. Kad se u istome sektoru izračuna broj radnih mjesta temeljem Coca-Coline procjene broja prodajnih mjesta na kojima se prodaju Coca-Colini proizvodi i broja osoba koji je na tim radnim mjestima zaposlen, brojevi su veći:
   - Coca-Colini se proizvodi prodaju na oko 25 000 prodajnih mjesta unutar prodajnoga kanala za odgođenu konzumaciju, a njihova prodaja čini oko 1,5 % prihoda tih prodajnih mjesta. Prosječan je broj stalno zaposlenih na tim prodajnim mjestima 7. Temeljem tih podataka procjenjuje se da Coca-Cola osigurava 25 000 · 1,5 % · 7 = 2 500 radnih mjesta unutar toga prodajnog kanala.
   - Coca-Colini proizvodi prodaju se u oko 8 000 kafića i restorana te njihova prodaja čini oko 15 % prihoda tih prodajnih mjesta. Prosječan je broj stalno zaposlenih na tim prodajnim mjestima 3. Temeljem tih podataka procjenjuje se da Coca-Cola osigurava 8 000 · 15 % · 3 = 3 600 radnih mjesta unutar prodajnoga kanala za ugostiteljstvo.
   - Temeljem tih izračuna ukupan bi broj radnih mjesta koja sustav osigurava u prodajnome sektoru iznosio oko 6 000. Stoga se izneseni rezultati mogu smatrati potpuno pouzdanima.
21 Europska komisija, 2013.
22 Kako je prikazano na 8. slici, ti se brojevi odnose na proizvodni i graditeljski sektor.
24 Milivojević, 1999.
25 Državni zavod za statistiku, 2012.
26 Apsolutni iznosi izraženi su u hrvatskim kunama u skladu s trenutačnom vrijednošću valute, a odražavaju nominalnu vrijednost za svaku godinu; inflacija nije uzeta u obzir. U realnoj vrijednosti apsolutni bi iznosi koji pokazuju doprinos tijekom duljega razdoblja bili veći.
27 Eurostat, 2012.
28 Hrvatska narodna banka, 2011.
29 U obzir je uzet izazvani utjecaj na stopu zaposlenosti. (Izvor: Eurostat 2012.)
30 Svjetska banka, 2012.
31 Međunarodna financijska korporacija, 2007.
32 Coca-Cola HBC Hrvatska, 2012.

Studija o socioekonomskome utjecaju Coca-Cole u Republici Hrvatskoj u 2012. godini
rujan 2013.

Izdavači
Coca-Cola Adria d.o.o.
Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o.

Autori
prof. dr. sc. Ethan Kapstein
dr. sc. René Kim
Hedda Eggeling, mag.
Sabine Dankbaar, mag.

Voditeljice projekta
Boška Trbojević
Ana Kljaić Balenović

Urednik i redaktor
Igor Ćutuk

Suradnice
Violeta Colić, Premisa d.o.o.
Anita Klapan, Premisa d.o.o.

Prevoditeljice
Ljiljana Vasić
Christina Galić

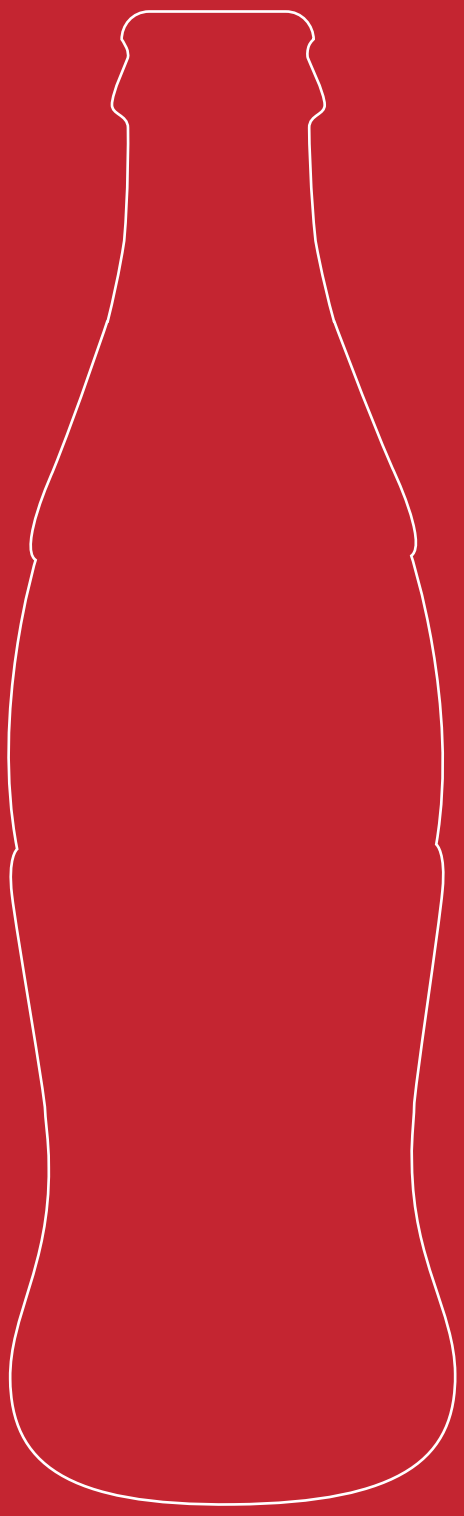
Lektorica
dr. sc. Lana Hudeček

Korektor
dr. sc. Domagoj Vidović

Grafičko oblikovanje
Damir Varat, Meglabyte produkcija

Tisak
Kerschoffset Zagreb d.o.o.

www.coca-colahellenic.hr



© 2013. Coca-Cola Adria d.o.o. i Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o. Sva prava pridržana.
Coca-Cola® i Coca-Cola Zero™ te Contour Bottle registrirani su zaštitni znaci tvrtke The Coca-Cola Company.