

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΟΛΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ COCA COLA



**ΦΩΤΕΙΝΗ ΣΑΜΠΑΝΗ
Α.Μ. 2000092**

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: ΔΡΑΚΟΠΟΥΛΟΣ ΣΠΥΡΙΔΩΝ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<i>Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ COCA COLA</i>	2-3
<i>Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ</i>	4-6
<i>ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΟΛΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ</i>	
<i>ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ</i>	
<i>ΟΛΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ</i>	7-9
<i>ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΥ ΤΗΣ</i>	
<i>ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ</i>	9-15
<i>ΑΦΟΣΙΩΣΗ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ</i>	
<i>ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ</i>	15-17
<i>ΟΡΓΑΝΩΝΟΝΤΑΣ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΥΠΕΥΘΥΝΟΤΗΤΑ</i>	18-24
<i>ΣΥΝΕΙΣΦΕΡΟΝΤΑΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ</i>	24-28
<i>ΦΡΟΝΤΙΖΟΝΤΑΣ ΤΟ ΧΩΡΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ</i>	29-40
<i>ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΟΝΤΑΣ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ</i>	41-51
<i>ΣΤΗΡΙΖΟΝΤΑΣ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ</i>	52-59
<i>ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ</i>	60-61
<i>ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΗΣ COCA COLA</i>	62-63
<i>ΙΣΤΟΡΙΑ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΗΣ ΑΜΙΤΑ</i>	64-66
<i>Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΟΥ ΑΥΡΑ</i>	67-68
<i>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ</i>	69-73

Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ COCA COLA

Την ώρα που οι εργάτες κατασκεύαζαν στο λιμάνι της Νέας Υόρκης το Άγαλμα της Ελευθερίας κάπου 800 μίλια μακριά ένα άλλο αμερικάνικο σύμβολο γεννιόταν. Το 1886, στην Atlanta της Georgia, Ο John Styth Pemberton ανακάλυψε το διάσιμο σιρόπι με άρωμα καραμέλα που έμελε να αλλάξει για πάντα τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβανόμαστε την απόλαυση στην καθημερινή μας ζωή. Όπως πολλοί άνθρωποι που αλλάζουν την ροή της ιστορίας έτσι και ο John Pemberton, παλαιμάχος του Εμφύλιου Πολέμου και φαρμακοποιός στην Ατλάντα, εμπνεύστηκε από την απλή περιέργεια... Του άρεσε πολύ να πειραματίζεται με ιατρικές συνταγές. Εκείνο το απόγευμα έψαχνε να βρεί κάποιο φάρμακο ταχείας καταπολέμησης του πονοκεφάλου και όπως ανακάτεψε τα υλικά σε μια τρίποδη χάλκινη χύτρα, δημιούργησε ένα εύοσμο υγρό με χρώμα καραμέλας.

Όταν το πείραμα ολοκληρώθηκε το πήγε στο φαρμακείο που βρισκόταν λίγο παρακάτω εκεί πρόσθεσαν στο μίγμα ανθρακούχο νερό και το έδωσαν στους πελάτες να το δοκιμάσουν. Όλοι συμφώνησαν ότι αυτό το νέο αναψυκτικό το οποίο στην αρχική μορφή του και ως το 1905 περιείχε και ποσότητα κοκαΐνης, ήταν κάτι το ξεχωριστό. Έτσι το φαρμακείο του Jacobs άρχισε να πουλά προς πέντε σέντς το ποτήρι. Το πασίγνωστο όνομα του οφείλεται στο λογιστή του Dr Pemberton, τον Frank M Robinson, ο οποίος θεώρησε πως η επανάληψη του C θα έκανε το προϊόν ευκολομνημόνευτο και δεν είχε άδικο. Έτσι έδωσε στο μείγμα το όνομα COCA COLA και το έγραψε με τον χαρακτηριστικό γραφικό του χαρακτήρα. Αυτό είναι το λογότυπο που χρησιμοποιείται μέχρι σήμερα.

Κατά το πρώτο έτος, η εταιρία πουλούσε περίπου 9 ποτήρια COCA COLA την ημέρα. Έναν αιώνα αργότερα, είχαν παραχθεί πάνω από 10 δισεκατομμύρια γαλόνια σιρόπι. Όμως ο Pemberton ήταν περισσότερο εφευρέτης παρά επιχειρηματίας και δεν είχε ιδέα ότι είχε εφεύρει ένα από τα σπουδαιότερα προϊόντα στον κόσμο. Τρία χρόνια αργότερα πούλησε την εταιρία του σε έναν επιχειρηματία της Ατλάντα τον Άστι Γκρίγκς Κάντλερ έναντι περίπου 2300 δολαρίων.

Γεννημένος πωλητής ο Κάντλερ μεταμόρφωσε την COCA COLA από μια εφεύρεση σε μια επιχείρηση. Γνώριζε πως είναι πολύ διψασμένοι τριγύρω και βρήκε πανέξυπνους και καινοτόμους τρόπους να τους γνωρίσει αυτό το νέο και συναρπαστικό αναψυκτικό. Χάριζε κουπόνια για την δωρεάν δοκιμή της COCA COLA και εξόπλιζε τα φαρμακεία που διέθεταν το προϊόν με ρολόγια, υδρίες, ημερολόγια και φαρμακευτικές ζυγαριές που έφεραν το σήμα της. Μια επιθετική πρακτική που αποδείχθηκε άκρως αποτελεσματική. Ως το 1895 ο Κάντλερ είχε κατασκευάσει εργοστάσια παραγωγής του Σιροπιού στο Σικάγο, το Ντάλας και το Λος Άντζελες. Η εκτόξευση στην κορυφή της επιτυχίας ήρθε το 1894 με την εμφιάλωση του πρώτου μπουκαλιού COCA COLA που έδωσε <<άλλον αέρα>> στη διανομή της. Ο Τζόζεφ Βίντενχαρμ, ένας επιχειρηματίας από το Μεσισιπή ήταν ο πρώτος που εμφιάλωσε το αναψυκτικό.

Το πρώτο μπουκάλι πωλήθηκε στις 12 Μαρτίου του 1894, ενώ έστειλε 12 μπουτίλιες και στον Κάντλερ, ο οποίος όμως δεν ανταποκρίθηκε με ενθουσιασμό. Παρότι ήταν πανέξυπνος και καινοτόμος επιχειρηματίας δεν κατάλαβε ότι τι μέλλον βρισκόταν στα εμφιαλωμένα αναψυκτικά που θα μπορούσαν οι πελάτες να τα παίρνουν μαζί τους οπουδήποτε. Πέντε χρόνια αργότερα το 1899 δύο δικηγόροι ο Μπέντζαμιν Φ Τόμας και ο Τζόζεφ Β Γουάιτζεντ, εξασφάλισαν το αποκλειστικό δικαίωμα εμφιάλωσης του αναψυκτικού, έναντι ενός δολαρίου.

Η επιτυχία του αναψυκτικού συνοδεύτηκε –μεταξύ άλλων- και από την εμφάνιση πολλών απομιμήσεων, γεγονός που δεν άρεσε καθόλου στην εταιρία. Έτσι η διαφήμιση άρχισε να εστιάζει την αυθεντικότητα της COCA COLA, παροτρύνοντας τους καταναλωτές να << Αποκτούν το Γνήσιο >> και << Να μην δέχονται Υποκατάστατα >>. Για το σκοπό αυτό αποφασίστηκε η δημιουργία και ενός μπουκαλιού με χαρακτηριστικό σχήμα. Το 1916, η Εταιρία Ρούτ Γκλάς από την Ιντιάνα άρχισε να παράγει το διάσημο μπουκάλι με τις καμπύλες, το οποίο αποδείχθηκε εξαιρετικά επιτυχημένο και εξακολουθεί να υπάρχει έως και σήμερα, χάρης στην ελκυστική του εμφάνιση το πρωτότυπο σχέδιο και το γεγονός ότι ακόμα και στο σκοτάδι μπορούσες να αναγνωρίσεις το γνήσιο προϊόν.

Από τις αρχές του 19^{ου} η COCA COLA άρχισε να εισχωρεί στην Κούβα, στο Πουέρτο Ρίκο, στη Γαλλία και σε άλλες χώρες, για να κατακτήσει όλο τον κόσμο. Στην Ελλάδα το Γενικό Χημείο του Κράτους έδωσε το πράσινο φώς για την κυκλοφορία της στις 11 Φεβρουαρίου του 1964 αλλά και χρειάστηκαν πέντε χρόνια μέχρι να κάνει την εμφάνιση της στα ράφια των καταστημάτων στις 10 Αυγούστου του 1969. Το σήμα της COCA COLA είναι αναγνωρίσιμο στο 98% του παγκόσμιου πληθυσμού. Πρόκειται για το πλέον αναγνωρίσιμο εμπορικό σήμα σε όλο τον πλανήτη. Δύο είναι οι χώρες με την υψηλότερη κατά κεφαλή κατανάλωση COCA COLA, το Μεξικό και η Ισλανδία.

Σύμφωνα με στατιστικές σε καταναλώνονται 8000 αναψυκτικά μέσα σε ένα δευτερόλεπτο σε ολόκληρο τον πλανήτη. Για την εξυπηρέτηση δύσβατων περιοχών όπως των Ιαπωνικών Άλπεων με ύψος 3135 μέτρα η διανομή γίνεται με σκιοιτιά από ελικόπτερο. Επίσης χρειάζονται 30 ημέρες ώστε τα ποταμόπλοια και οι πιρόγες που ταξιδεύουν στον Αμαζόνιο ποταμό για να μεταφέρουν την COCA COLA στα πιο απομακρυσμένα σημεία της Βραζιλίας, ενώ στα πιο απομακρυσμένα νησιά των Φιλιππίνων, η COCA COLA διανέμεται τακτικά μα ψαροκάικα.

Προκειμένου η εταιρία COCA COLA να ανταποκριθεί σε κάθε ανάγκη και επιθυμία των καταναλωτών προσφέρει περισσότερα από 200 είδη προϊόντων και επιδιώκει να βελτιώνει συνεχώς την ποικιλία και την ποιότητα του προϊόντων της.

Προϊόντα Χυμών (Amita και Frulite)

Προϊόντα Νερού με το λογότυπο ΑΥΡΑ για όλες τις απαιτήσεις και ανάγκες των καταναλωτών.

Προϊόντα Αναψυκτικών όπως (COCA COLA light) (COCA COLA zero) (Fanta), (Fanta light), (Sprite), (Sprite zero), (Nestea), (Nestea light), (Powerade), (Burn). Το 2003 η εταιρία εξαγοράζει την ΤΣΑΚΙΡΗΣ ΑΒΕΕ και στην ποικιλία των προϊόντων της προστίθενται τα ΤΣΑΚΙΡΗΣ Chips, μια από τις πιο αγαπημένες μάρκες των Ελλήνων καταναλωτών.

Το 2004 συνεχίζοντας για 75^η χρονιά τη χορηγία της στους Ολυμπιακούς Αγώνες, η COCA COLA είναι Μέγας Χορηγός των Ολυμπιακών Αγώνων ΑΘΗΝΑ 2004 και επίσημος Χορηγός της Ολυμπιακής Λαμπαδηδρομίας για τέταρτη φορά, ενώ το Powerade, το Επίσημο Αθλητικό ποτό. Η Amita Motion ανακηρύσσεται σε επίσημο Χυμό και το Φυσικό Μεταλλικό Νερό ΑΥΡΑ σε Εμφιαλωμένο Νερό των Ολυμπιακών Αγώνων ΑΘΗΝΑ 2004.

Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Ποιότητα η λέξη καθαυτή πρέπει να έχει χρησιμοποιηθεί περισσότερο τα τελευταία δέκα χρόνια απ' ότι τους δέκα προηγούμενους αιώνες και παρόλα αυτά όσο περισσότερο την ακούμε τόσο πιο συγκεχυμένο φαίνεται να γίνεται το νόημα της.

Κάποτε ο ορισμός της λέξης ήταν <<να συμφωνεί με τις προδιαγραφές>> μέχρι που έγινε κατανοητό ότι ορισμένες φορές οι προδιαγραφές δεν ικανοποιούν ακριβώς και σαφώς την συγκεκριμένη ανάγκη του πελάτη και ότι παρόλο που κάποιο εμπόρευμα ή υπηρεσία μπορεί πραγματικά να ανταποκρίνεται στις προδιαγραφές του ωστόσο εξακολουθεί να μην ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις των πελατών.

Ο ορισμός της ποιότητας έχει εξελιχθεί σε <<Ποιότητα είναι η προσφορά αγαθών τα οποία δεν επιστρέφονται, σε πελάτες που επιστρέφουν>> Ο ορισμός παρόλα που ενέχει κάποια επιτήδευση, ωστόσο εμπεριέχει κάποια εμπορική αλήθεια όμως βασίζεται στην πραγματική επίτευξη των αντιληφθέντων ποιοτικών προϋποθέσεων ,με συνέπεια και ομαλότητα και αυτό δεν είναι εύκολο.

Η ποιοτική λειτουργία είναι μία υπηρεσία συγκέντρωσης πληροφοριών. Από την μάζα των δεδομένων που υπάρχουν σε κάθε παραγωγική διαδικασία και κάθε υπηρεσία στον πολύπλοκο κόσμο του εμπορίου η ποιότητα αποσπά αυτό που είναι περισσότερο σημαντικό και με την ανάλυση αυτής της επεξεργασίας δεδομένων αρχίζει να ελέγχει τη μελλοντική συμπεριφορά της επεξεργασίας προς ακόμα μεγαλύτερη ικανοποίηση του πελάτη προς ολοένα και καλύτερη ποιότητα. Επειδή όλα τα σύγχρονα εμπορικά συστήματα δημιουργούν κολοσσιαίες ποσότητες δεδομένων, η ποιότητα χρησιμοποιεί τα μαθηματικά μεγάλων αριθμών-τις στατιστικές μεθόδους-για να εκμαιεύσει το χρήσιμο νόημα από τις τρομαχτικά τεράστιες ποσότητες δεδομένων. Γι αυτό έχει προκύψει η πεποίθηση ότι η ποιότητα είναι κάτι παραπάνω από εφαρμοσμένη στατιστική. Η ποιότητα κάνει χρήση του στατιστικού τρόπου σκέψης μόνο ως εργαλείο διευκόλυνσης, επειδή δεν υπάρχει κανένα άλλο εργαλείο τόσο κατάλληλο γι' αυτή τη διεργασία όσο αυτό που παρέχουν η μαθηματική στατιστική. Αυτό το γεγονός τείνει να εξαγριώνει τους ανθρώπους ειδικά όταν οι ίδιοι καλλιεργούν αυτή την παραπλανητική αντίληψη μιλώντας την δική τους εσωτερική γλώσσα που είναι ακατανόητη. Αυτό μας κάνει να αναρωτηθούμε τι σχέση έχουν όλα αυτά τα εντυπωσιακά μαθηματικά με την ποιότητα στον καθημερινό κόσμο της δουλειά, στο οποίο ερώτημα η απάντηση είναι όχι πολλά. Ίσως αυτός είναι από τους λόγους για τους οποίους η ποιότητα ήταν ένας περιφρονημένος τομέας γνώσεων που τον κατείχαν περιφρονητέα άτομα, ενώ σήμερα, χάρη αφενός στην Ιαπωνία και αφετέρου στην πρωτοβουλία για εκπαίδευση στον τομέα της ποιότητας, η ποιότητα αποτελεί ένα αξιοσέβαστο τομέα γνώσεων.

ΠΟΙΟΤΗΤΑ

Ποιότητα είναι να δίνουμε στον πελάτη αυτό που θέλει σήμερα σε μια τιμή που δέχεται πρόθυμα να πληρώσει με ένα κόστος που να μπορούμε να διατηρούμε ξανά και ξανά και αύριο να του δίνουμε κάτι ακόμα καλύτερο. Ποιότητα είναι ο βαθμός συμφωνίας μεταξύ της προσδοκίας και τις πραγματικότητας. Ακόμη η ποιότητα είναι μια αόρατη εισροή και αδύνατον να αγνοηθεί όταν είναι κακή.

Η ποιότητα έγινε αναπόφευκτα ο βασικός καθοριστικός παράγοντας όταν τα αγαθά έγιναν άφθονα, η τιμή έγινε ο διαιτητής, όμως οι πόλεμοι των τιμών είναι πολύ δαπανηροί για να αντέξουν πάρα πολύ. Αυτό το οικονομικό πλαίσιο που τονίζει τη σπουδαιότητα της ποιότητας, καθώς αυτή χρησιμοποιείται ως ένα ανταγωνιστικό πλαίσιο του μάρκετινγκ ανεξάρτητο από τη βιομηχανία ή τις υπηρεσίες.

Κάθε κατασκευαστής προκειμένου να αποφύγει το κόστος στην επιχείρηση του θα πρέπει να διαχειρίζεται σωστά τους διαθέσιμους πόρους του. Υπάρχουν τέσσερις πόροι –οι πρώτες ύλες, ο μηχανικός εξοπλισμός, ο χρόνος και το ανθρώπινο δυναμικό. Το <<κόλλο>> στη βιομηχανική διοίκηση είναι η καλύτερη αξιοποίηση του χρόνου και του μηχανικού εξοπλισμού, μέσω των δυνατοτήτων (ικανοτήτων) του ανθρώπινου δυναμικού, ώστε οι πρώτες ύλες που έχουν αγοραστεί να μετατραπούν σε πωλήσιμα κατεργασμένα προϊόντα. Αν και φαίνεται απλό στην πραγματικότητα δεν είναι εύκολο. Ο λόγος των πρώτων υλών που εισάγονται στο εργοστάσιο και αυτών που τελικά φεύγουν από αυτό ως κατεργασμένα προϊόντα σε αντίθεση με το προϊόν που έχει καταστραφεί ή επιστραφεί αποτελεί έγκυρη μέτρηση της αποτελεσματικότητας της διοίκησης. Γι αυτό το λόγο, ίσως πολλές εταιρίες δεν μπορούν να την εκτιμήσουν. Η μεγιστοποίηση αυτής της αναλογίας είναι δουλειά της ποιότητας. Η επεξεργασία είναι αυτή που είναι υπεύθυνη για την ποιότητα. Η δουλειά των ανθρώπων που εργάζονται στο τμήμα ποιότητας είναι να μετρούν τη δυνατότητα της επεξεργασίας να ζυγίζουν τα δεδομένα στο ένα άκρο στο οποίο βρίσκονται οι ανάγκες των πελατών ενώ στο άλλο να αυξάνονται η μετρήσιμη δυνατότητα αυτής της επεξεργασίας ώστε να ικανοποιηθούν οι ανάγκες αυτές. Η ευθύνη για την ποιότητα ανήκει στην επεξεργασία και συνεπώς σε αυτούς των οποίων την καθοδήγηση έγκειται ολόκληρη η επεξεργασία είτε αυτή ονομάζεται <<παραγωγή>> ή ποιότητα ή οτιδήποτε άλλο. Συνολικά είναι οι φύλακες των πόρων των οποίων ο σκοπός είναι η δημιουργία πλούτου με την προσθήκη της αξίας μέσω της δραστηριότητας που ονομάζεται <<εργασία>>. Η εργασία πρέπει να προσθέτει αξία και όχι κόστος.

DEMING

Κατακτήστε την αγορά με καλύτερη ποιότητα και γαμηλότερες τιμές

Οι βελτιώσεις των διεργασιών συνεπάγονται και τρία ακόμα πράγματα.

Πρώτον : Μειώνεται το κόστος του οργανισμού δηλαδή υπάρχει λιγότερη φύρα στα υλικά, γίνεται καλύτερη εκμετάλλευση του χρόνου και απαιτείται λιγότερη εργασία.

Δεύτερον: Οι πελάτες παίρνουν καλύτερη ποιότητα, επειδή οι διεργασίες λειτουργούν, τα προϊόντα και οι υπηρεσίες φθάνουν στους πελάτες στην ώρα τους, όταν τις χρειάζονται. Οι επισκευές στο χρόνο της εγγύησης περιορίζονται. Οι πελάτες δεν βάζουν τις φωνές στους υπαλλήλους του γραφείου εξυπηρέτησης. Αντίθετα είναι ικανοποιημένη και συνιστούν την επιχείρηση στους γνωστούς τους. Κυκλοφορεί η φήμη για την ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών και ο οργανισμός παίρνει μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς, όπως ακριβώς προβλέπει ο **Deming** στην αλυσιδωτή αντίδραση. Συνεπώς η βελτίωση, όχι μόνο μειώνει το κόστος, αλλά αυξάνει το μερίδιο της αγοράς γιατί με την ανώτερη ποιότητα προσελκύει πελάτες.

Το τρίτο: είναι ότι επειδή η επιχείρηση έχει μικρότερο κόστος για την ίδια παραγωγή, μπορεί ή να βάλει τη διαφορά στην τράπεζα ή να μειώσει τις τιμές

πώλησης. Η μείωση των τιμών πώλησης είναι ένας τρόπος για να μοιράζεται με τους πελάτες τα κέρδη που προκύπτουν από την μείωση της επεξεργασίας. Ο συνδυασμός των χαμηλών τιμών με την υψηλή ποιότητα προσφέρει ένα πρόσθετο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Σκεφτείτε τι αντίκτυπο έχει στους πελάτες αυτός ο συνδυασμός.

Υπάρχουν πολλά παραδείγματα που δείχνουν πως οι χαμηλές τιμές διευρύνουν το μερίδιο της αγοράς. Για παράδειγμα στο χώρο της λιανικής τα μεγάλα super market και τα υπερκαταστήματα. Υπάρχουν επίσης και παραδείγματα που δείχνουν πως η υψηλή ποιότητα διευρύνει το μερίδιο της αγοράς. Αυτός που προσφέρει υψηλή ποιότητα, μπορεί να κρατήσει τις ίδιες τις τιμές, μπορεί να τις αυξήσει, μπορεί και να τις μειώσει.

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΟΛΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΟΛΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Αλλαγές στο περιβάλλον διοίκησης των επιχειρήσεων

Σήμερα οι μάνατζερ πρέπει να αντιμετωπίσουν τη συνεχή και γρήγορη αλλαγή, να τη κατανοήσουν και να διαμορφώσουν τεχνικές πρόβλεψης της σε διάφορα τμήματα του περιβάλλοντος.

Όμως χωρίς αλλαγή δεν θα υπήρχε πρόοδος και χωρίς πρόοδο δεν θα είχαμε βελτίωση του επίπεδου ζωής των πολιτών. Είναι πολύ σημαντικό για τους μάνατζερ να καταλάβουν το πώς αλλάζει η αγορά και γενικότερα το περιβάλλον, ώστε να μπορούν να διοικήσουν αποτελεσματικά τη επιχείρησή τους.

Ειδικότερα οι μάνατζερ πρέπει να κατανοήσουν ότι:

1. Το εργατικό δυναμικό αλλάζει.

Είναι γνωστό ότι οι απαιτήσεις της αγοράς αλλάζουν με αποτέλεσμα να αλλάζουν οι δεξιότητες και οι αξίες που πιστεύουν τα άτομα. Ακόμα μέσα στην επιχείρηση το εργατικό δυναμικό δεν είναι ομοιογενές, αφού μέσα στην επιχείρηση εργάζονται άτομα από διαφορετικές εθνικότητες, με διαφορετική κουλτούρα. Οι μάνατζερ πρέπει να υπολογίζουν και να δίνουν σημασία στους υφισταμένους τους.

2. Οι προσδοκίες των πελατών αλλάζουν.

Είναι γνωστό ότι οι ανάγκες των πελατών μεταβάλλονται. Επομένως οι οργανισμοί για να επιβιώσουν πρέπει να παράγουν προϊόντα ή να παρέχουν υπηρεσίες που να ικανοποιούν τις προσδοκίες και ανάγκες των πελατών, τόσο από πλευράς κόστους όσο και από πλευράς ποιότητας.

3. Η λειτουργία των οργανισμών αλλάζει.

Σήμερα οι οργανισμοί πρέπει να αντιμετωπίσουν τον διεθνή ανταγωνισμό και την παγκοσμιοποίηση της αγοράς. Αυτό σημαίνει ότι πρέπει συνεχώς να προσαρμόζουν τη λειτουργία τους στις νέες καταστάσεις, με την παράλληλη χρησιμοποίηση της τεχνολογίας των πληροφοριών.

4. Πρέπει να ενημερώνονται και να αλλάζουν συνεχώς.

Για να επιζήσουν οι μάνατζερ στις γρήγορες αλλαγές που λαμβάνουν χώρα στο περιβάλλον, πρέπει να ενημερώνονται, να αλλάζουν συμπεριφορά και να προσαρμόζονται στα απαιτήσεις του δυναμικού περιβάλλοντος. Ο μάνατζερ παίζει το ρόλο του συντονιστή, δηλαδή το ρόλο του ατόμου που διευκολύνει το έργο των υφισταμένων του.

Πρώτες ενέργειες αντιμετώπισης του ταραχώδους περιβάλλοντος.

Πολύ λίγες επιχειρήσεις μπορούν να είναι σίγουρες για ένα εξασφαλισμένο μέλλον, όσο οι επιστημονικές και τεχνολογικές εξελίξεις μπορούν να μεταμορφώσουν το χώρο, όπου έμαθαν να λειτουργούν. Οι αλλαγές μπορεί να είναι ξαφνικές και οι παραδοσιακές αρμοδιότητες να μην μπορούν να ανταποκριθούν, γιατί νέες ικανότητες – προσόντα και νέα προϊόντα πρέπει να αναπτυχθούν.

Το συνεχώς αυξανόμενο ταραχώδες περιβάλλον και η αλλαγή, θα απαιτήσουν από τις επιχειρήσεις και τους μάνατζερ τους, να υιοθετήσουν μια πιο παραγωγική και επιχειρηματική σχέση με το περιβάλλον, για να προλαμβάνουν και να λύνουν κρίσιμα προβλήματα και να δημιουργούν νέες πρωτοβουλίες και νέες κατευθύνσεις προς την ανάπτυξη. Αυτή η φιλοσοφία είναι ιδιαίτερα σημαντική στα χαμηλά στρώματα της ιεραρχίας του προσωπικού, κυρίως κατά τη διαδικασία εφαρμογής της στρατηγικής της επιχείρησης.

Οι μάνατζερ του μέλλοντος θα πρέπει να αναπτύξουν συμπεριφορά και ικανότητες που να προάγουν το μάνατζμεντ της ποιότητας παραγωγής, ειδικότερα, παραγωγικές αποφάσεις, που είναι η ικανότητα της διοίκησης 'από έξω προς τα μέσα' και προσδιορίζοντας και επαναπροσδιορίζοντας πολιτικές με σκοπό την εκμετάλλευση νέων ευκαιριών. Το μάνατζμεντ της ποιότητας παραγωγής απαιτεί από τους μάνατζερ:

- Να κοιτάζουν μπροστά.
- Να αναγνωρίζουν προβλήματα και ευκαιρίες.
- Να βρίσκουν τρόπους μετατροπής των αρνητικών στοιχείων των προβλημάτων σε θετικά που οδηγούν στη ανάπτυξη.
- Να διαμορφώνουν τις ευκαιρίες.

Η διοίκηση 'από έξω προς τα μέσα', κρατάει την επιχείρηση σε στενή επαφή με το εξελισσόμενο της περιβάλλον και ενισχύει την ικανότητα της, να αντιμετωπίζει τις προκλήσεις και τις ευκαιρίες, που συναντάει. Αυτού του είδους διοίκησης μπορεί να αναπτυχθεί:

1. Με επίγνωση πιθανής μεταβολής της τεχνολογίας παραγωγής για την ικανότητα παρακολούθησης των μεταβολών στην αγορά.
2. Με αξιολόγηση των υπάρχοντων δυνατοτήτων και αρμοδιοτήτων και μετατροπή τους όποτε είναι αναγκαίο.
3. Με το να αναγνωρίζονται οι δυνάμεις και οι αδυναμίες της επιχείρησης από εξωτερικούς μετόχους, με σκοπό την ενδυνάμωση και ανάπτυξη νέων αρμοδιοτήτων.

Στην εποχή της πληροφόρησης όπου και ζούμε, το μάνατζμεντ του ανθρώπινου δυναμικού γίνεται όλο και περισσότερο σημαντικό. Οι μάνατζερ θα πρέπει να βρουν τρόπους να αναπτύξουν και να προωθούν την γνώση, την δημιουργικότητα των ατόμων σε κάθε επίπεδο της επιχείρησης. Σήμερα σημαντικοί συντελεστές παραγωγής δεν είναι μόνο οι παραδοσιακοί τρεις – γη, εργασία και κεφάλαιο- αλλά η γνώση η δημιουργικότητα, οι προσωπικές ικανότητες. Η επιχειρηματικότητα και το κυνήγι των ευκαιριών.

Πιο συγκεκριμένα οι μάνατζερ, πρέπει να αποκτήσουν την ικανότητα να τοποθετούν άτομα ποιοτικά σε θέσεις κλειδιά για να αναπτύσσουν όλες τις δυνατότητες τους. Επίσης, είναι βασικό οι μάνατζερ να βρίσκουν τρόπους υποκίνησης των εργαζομένων σε οικονομικά οφέλη. Ακόμα θα πρέπει να είναι σε θέση να διοικήσουν μέσα σε ένα περιβάλλον όπου πρέπει να αποδείξουν την αξία τους στους υφισταμένους τους, ως εμπνευστές ιδεών, ειρηνιστές, σχεδιαστές ομάδων, υποκινητές, να επιλύουν προβλήματα και διαμάχες (manage conflict). Κάθε μάνατζερ πρέπει να σκέφτεται για το μέλλον όπως και για το παρόν, να είναι αποτελεσματικό.

Είναι αναγκαία η αποφυγή χρήσης ιεραρχικών μεθόδων διοίκησης και η ανάπτυξη της σωστής ισορροπίας στην εξουσία και τον έλεγχο, με την αμοιβαία κατανόηση, ανάμεσα σε μάνατζερ και υφισταμένους. Οι μάνατζερ πρέπει να επικεντρώσουν το ενδιαφέρον τους, στη επιμόρφωση τη δική τους αλλά και του προσωπικού τους .

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Οι μεγαλύτερες δυνάμεις – παράγοντες αλλαγής του κατεστημένου στο χώρο της οικονομίας αλλά και ολόκληρης της κοινωνίας ευρύτερα, είναι η παγκοσμιοποίηση, και η τεχνολογική πρόοδος στα συστήματα πληροφοριών. Πρώτα, όμως θα περάσουμε στην ανάλυση των δυνάμεων εκτός και εντός κάθε οργανισμού, που οδηγούν στην αλλαγή του. Εξαιτίας αυτών καθίσταται αναγκαία η επιμόρφωση εντός των επιχειρήσεων και η αναδιοργάνωση αυτών, για την καλύτερη αφομοίωση νέων τεχνικών αντιμετώπισης του όλο μεταβαλλόμενου επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

ΕΞΩΤΕΡΙΚΕΣ ΔΥΝΑΜΕΙΣ.

Οι δυνάμεις που προκαλούν την αλλαγή στους οργανισμούς, προέρχονται είτε από το περιβάλλον εκτός αυτού είτε εντός αυτού. Συγκεκριμένα οι δυνάμεις του εξωτερικού περιβάλλοντος ενός οργανισμού τόσο στη χώρα δραστηριότητας του όσο

και σε διεθνή κλίμακα, είναι οικονομικές, τεχνολογικές, νομικές και πολιτικές εξελίξεις, καθώς και οι ενέργειες των ανταγωνιστών και οι κοινωνικές και δημογραφικές αλλαγές. Ενώ οι δυνάμεις εντός του οργανισμού είναι: οι αποφάσεις που παίρνει η διοίκηση και οι προτιμήσεις και οι προτάσεις των εργαζομένων για αλλαγή.

Οικονομικές εξελίξεις.

Είναι προφανές, ότι οι δυνάμεις που προκαλούν την αλλαγή στους οργανισμούς είναι οι εξελίξεις στο οικονομικό περιβάλλον. Αναλυτικότερα, εάν η οικονομία είναι αδύναμη, πολλές εταιρίες να μειώνουν συχνά το εργατικό τους δυναμικό ή τουλάχιστον μειώνουν τις προσλήψεις και περικόβουν προϊόντα που αποφέρουν μικρό κέρδος.

Αντίθετα, εάν οι οικονομία είναι δυνατή και επεκτείνεται, πολλές εταιρίες σκέπτονται να προσθέσουν νέες υπηρεσίες και προϊόντα, να δημιουργήσουν νέες μονάδες ή τμήματα, αυξάνοντας την γεωγραφικά την περιοχή της δραστηριότητας τους και να επιχειρούν γενικά όμοιες αλλαγές ανάπτυξης

Πολλοί οργανισμοί, κυρίως κυβερνητικοί φορείς συρρικνώνονται ή εξαπλώνονται, εξαρτώμενοι από τις οικονομικές συνθήκες, γιατί οι προϋπολογισμοί τους επηρεάζονται άμεσα από αυτές τις δυνάμεις. Αυτό συνέβη στη NASA (National Aeronautics and Space Administration), κυβερνητικό οργανισμό στις Η.Π.Α, όπου διάφορα έργα (projects) προχωρούν με αργούς ρυθμούς εξαιτίας αυστηρών περικοπών στον προϋπολογισμό της.

Οι ενέργειες των ανταγωνιστών.

Άσχετα με την κατάσταση της οικονομίας, οι περισσότερες επιχειρήσεις και πολλοί οργανισμοί, είναι συνηθισμένο να είναι πάρα πολύ ευαίσθητοι σε κινήσεις που κάνουν οι άμεσοι ανταγωνιστές τους, ιδιαίτερα εκείνοι που ανταποκρίνονται στις αλλαγές της αγοράς ή στις προτιμήσεις των πελατών. Σήμερα η παγκοσμιοποίηση του ανταγωνισμού, έχει στενέψει τα όρια- τις δυνατότητες πλήρης επικράτησης ενός οργανισμού στην αγορά. Οι ανταγωνιστές εισάγουν νέα προϊόντα (όπως είναι η Pepsi light και η Coca cola Vanilla), αυξάνουν τη διαφημιστική τους καμπάνια, μειώνουν τις τιμές τους (όπως οι αεροπορικές εταιρίες τους θερινούς μήνες) ή βελτιώνουν τις υπηρεσίες προς τους πελάτες τους. Μερικές ενέργειες των ανταγωνιστών μπορούν να προκαλέσουν αλλαγές εντός ενός οργανισμού ακόμα και όταν αυτός δεν το επιθυμεί.

Υπάρχει, όμως και η προοπτική μάθησης από τις καλύτερες ενέργειες και ιδέες των «άλλων». Οι οργανισμοί και οι μάνατζερ τους, που είναι αφοσιωμένοι στην μάθηση και ταπεινοί, γιατί δεν υποθέτουν ότι ήδη γνωρίζουν πώς να κάνουν οτιδήποτε καλύτερα απ' ότι άλλοι οργανισμοί, ανεξάρτητα αν είναι ανταγωνιστές, επιχειρήσεις εντός της δικής τους βιομηχανίας ή στο κύκλο οργανισμών ή πελατών. διαρκώς ξοδεύουν πηγές, για να εντοπίσουν τα περιβάλλοντα τους, να μαζέψουν πληροφορίες και γνώσεις από μια ποικιλία εξωτερικών πηγών. Μια συνηθισμένη φόρμουλα αυτής της τακτικής είναι το benchmarking, όπου οι καλύτερες ενέργειες

των ανταγωνιστών αναγνωρίζονται, αναλύονται και συγκρίνονται με τις ενέργειες ενός οργανισμού.

Τεχνολογικές εξελίξεις.

Οι μεταβολές των τεχνολογικών εξελίξεων εκτός του οργανισμού, συχνά απαιτούν την ανταπόκριση του είτε το επιθυμεί είτε όχι. Τα τεχνολογικά πλεονεκτήματα αποτελούν και ευκαιρία ανάπτυξης και απειλή εξαφάνισης, για τους οργανισμούς, εάν είναι καταλυτικές και σχετίζονται με τις κεντρικές δραστηριότητες του οπότε οι μάνατζερ έχουν ως μοναδική επιλογή να προβούν στις αντίστοιχες αλλαγές.

Νομικές και πολιτικές εξελίξεις.

Όταν οι κυβερνήσεις φτιάχνουν νέους νόμους και τα δικαστήρια νέες ερμηνείες των νόμων αυτών, οι μάνατζερ πρέπει να ανταποκριθούν στο γεγονός αυτό, ακόμα και όταν οι διέξοδοι ή οι τύποι των αλλαγών που πρέπει να γίνουν, δεν είναι προφανείς. Υπάρχουν για παράδειγμα, νομοθεσίες αυστηρές για την προστασία του περιβάλλοντος σε παγκόσμιο επίπεδο και όσες επιχειρήσεις δεν συμμορφώνονται σύμφωνα μ' αυτές, οδηγούνται σε κλείσιμο. Για την προστασία των εργαζομένων κάθε εταιρίας, των πελατών, αλλά και της περιουσίας της, υπάρχει μια μεγάλη γκάμα από νομοθεσίες. Οι μάνατζερ υποχρεούνται να γνωρίζουν τα όρια της δράσης τους, που θέτουν νομικές απαγορεύσεις και απαιτήσεις.

Όμως βασικότερος ρόλος του κράτους για τον επιχειρηματικό κόσμο, είναι τα φορολογικά πλεονεκτήματα ή εμπόδια που θέτει, προκειμένου να ελέγχει την επιχειρηματικότητα. Ακόμα το κράτος αποτελεί τον μεγαλύτερο πελάτη για μια επιχείρηση. Τέλος, τα αποτελέσματα των εκλογών μπορούν να διαφοροποιήσουν την υπάρχουσα πολιτική σκηνή και να επηρεάσουν τις λειτουργίες κρατικών, τοπικών και ομοσπονδιακών υπηρεσιών.

Κοινωνικές και δημογραφικές μεταβολές.

Άλλοι τύποι εξωτερικών δυνάμεων, που προκαλούν την αλλαγή μπορεί να χρειάζονται περισσότερο χρόνο να διαμορφωθούν και να είναι λεπτές ώστε να διακρίνονται δύσκολα, όπως είναι οι μεταβαλλόμενες κοινωνικές συμπεριφορές απέναντι σε διάφορα προϊόντα υπηρεσίες και πρακτικές.

Μεταβαλλόμενα δημογραφικά πρότυπα, όπως η ηλικία των πληθυσμών είναι ένας άλλος τύπος αργά εξελισσόμενης εξωτερικής δύναμης. Σύμφωνα με την στατιστική υπηρεσία των Η.Π.Α. ως το 2005 το 29% του πληθυσμού θα είναι άνω των 55 ετών και η μεγαλύτερη αύξηση θα είναι στις ηλικίες μεταξύ 45-64 ετών. αυτές οι

μεταβολές στη διαμόρφωση της ηλικίας της κοινωνίας, έχουν για παράδειγμα προκαλέσει σε εταιρίες λιανικής πώλησης, την αλλαγή του τρόπου συνδυασμού των προϊόντων τους και να λάβουν νέες προσεγγίσεις στις πωλήσεις και στο μάρκετινγκ τους. Οι δημογραφικές αλλαγές, δεν είναι υπόθεση μιας μέρας φυσικά, αλλά μπορούν να ασκήσουν μια σημαντική επίδραση στους οργανισμούς, μαζί με τις αλλαγές στις παραδόσεις, στις αξίες, στις τάσεις, στη ψυχολογία των πελατών και στις προσδοκίες τους.

ΕΣΩΤΕΡΙΚΕΣ ΔΥΝΑΜΕΙΣ.

Οι αποφάσεις της διοίκησης.

Οι μάνατζερ σε κάθε επίπεδο ενός οργανισμού λειτουργούν κάτω από συγκεκριμένες δομές, που περιορίζουν την ελευθερία κινήσεων τους. Όμως σε αρκετές περιστάσεις έχουν σημαντική εξουσία, που τους επιτρέπει να φτιάχνουν αλλαγές σε ειδικά μέρη της επιχείρησης όπου δραστηριοποιούνται. Γενικά, ακόμα και στην εποχή των οριζόντιων οργανωτικών δομών, όσο υψηλότερα είναι οι μάνατζερ μέσα σε ένα οργανισμό, τόσο πιο ελευθερία και δύναμη έχουν να καθιερώσουν μια αλλαγή.

Το ρίσκο είναι ότι προφανώς μια προσπάθεια αλλαγής μπορεί να αποβεί ατυχής και ο μάνατζερ να χάσει τη δύναμη, που είχε πριν προβεί σ' αυτή. Γι' αυτό σημαντική ηγετική υπόθεση των μάνατζερ, είναι να εκτιμήσουν την ανάγκη για αλλαγή. Όταν οι μάνατζερ αποφασίσουν για μια αλλαγή, επηρεάζουν σημαντικά το κατεστημένο (status quo) της επιχείρησης με ποικίλους τρόπους.

Προτιμήσεις και προτάσεις των εργαζομένων.

Οι διοικητικές αποφάσεις δεν είναι μόνο μια πηγή αλλαγής εντός των οργανισμών. Εργαζόμενοι κατώτερων τμημάτων αποτελούν συχνά μια υπέροχη πηγή καινοτόμων προτάσεων με στόχο την αλλαγή. Η πρόκληση για τους μάνατζερ είναι να ξεχωρίζουν τις αξιόλογες προτάσεις και ιδέες, που έχουν προοπτική να συμβάλλουν στην αύξηση της παραγωγής και στη βελτίωση του περιβάλλοντος εργασίας, από αυτές που δεν είναι τόσο αποδοτικές για να υιοθετηθούν.

Σε κρίσιμες περιπτώσεις οι εργαζόμενοι μπορούν να ασκήσουν πίεση για να γίνει αλλαγή εντός του οργανισμού όπου ανήκουν, με κινητοποιήσεις – απεργίες με κύριες επιδιώξεις την καλύτερευση των συνθηκών εργασίας και της μισθολογικής τους κατάστασης. Οι μάνατζερ πρέπει να ξεχωρίζουν τις πιέσεις των εργαζομένων, που αφορούν νόμιμες ανάγκες τους προς αλλαγή, από τις πιέσεις που έχουν ως στόχο απλά να δυσκολέψουν και να εκφοβίσουν. Το γεγονός αυτό αποτελεί βασική διοικητική ικανότητα.

Η COCA COLA συναγωνίζεται σε τρεις βασικού παράγοντες :
Ποιότητα, παράδοση και τιμές.

Σήμερα οι καταναλωτές δίνουν το μεγαλύτερο βάρος στην ποιότητα. Η ποιότητα έχει αντικαταστήσει την τιμή ως τον βασικό καθοριστικό παράγοντα στις επιλογές του καταναλωτή.

Total Quality Management

Ο αυξανόμενος ανταγωνισμός στην αγορά έχει υποχρεώσει την επιχείρηση να στρέψει την προσοχή της στην βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων και των παρεχόμενων υπηρεσιών. Η ποιότητα σήμερα αποτελεί ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για την Coca Cola Τρία Έψιλον. Αυτό γιατί οργανισμοί και επιχειρήσεις που βελτιώνουν την ποιότητα των προϊόντων τους αυξάνουν την παραγωγικότητα, μειώνουν το κόστος και μεγαλώνουν το μερίδιο πωλήσεων των προϊόντων τους στην αγορά.

Η διοίκηση ολικής ποιότητας (Total Quality Management) είναι μια στρατηγική της εταιρίας η οποία βασίζεται σε τρεις γενικές αρχές: Εστίαση στις ανάγκες των πελατών, συνεχής βελτίωση διαδικασιών και ολική συμμετοχή των εργαζομένων. Η φιλοσοφία της διοίκησης ολικής ποιότητας είναι να προσαρμοστούν, να αναλυθούν και να βελτιωθούν οι διαδικασίες στη λειτουργία του οργανισμού, οι οποίες άμεσα ή έμμεσα δημιουργούν αξία για τον πελάτη. Σ' αυτή την φιλοσοφία η διοίκηση υποστηρίζει τους εργατές στο έργο τους, οι οποίοι με τη σειρά τους εξυπηρετούν τον πελάτη.

Οι οκτώ κανόνες της διοίκησης ολικής ποιότητας είναι οι εξής :

- 1) Η ποιότητα είναι εργασία που αφορά όλα τα άτομα.
- 2) Η ποιότητα συνδέεται με την πρόληψη και όχι με την επιθεώρηση.
- 3) Η ποιότητα σημαίνει ικανοποίηση των αναγκών του πελάτη.
- 4) Η ποιότητα απαιτεί ομαδική εργασία.
- 5) Η ποιότητα απαιτεί συνεχή βελτίωση των διαδικασιών.
- 6) Η ποιότητα εμπεριέχεται στον στρατηγικό προγραμματισμό.
- 7) Η ποιότητα σημαίνει αποτελέσματα.
- 8) Η ποιότητα απαιτεί ακριβείς και συγκεκριμένες μετρήσεις.

Τέλος οι μάνατζερ πρέπει να έχουν υπόψη τους τις παρακάτω τρεις συγκεκριμένες συνταγές:

-Να ενθαρρύνουν τη διαμαρτυρία και τα παράπονα από τους πελάτες, γιατί έτσι θα έχουν περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την ποιότητα του προϊόντος.

-Να αποτελεί η επικοινωνία με τους υπαλλήλους και τους πελάτες μέρος της δικής τους στρατηγικής και του οργανισμού.

Να ενθαρρύνουν τους υπαλλήλους να απαντούν απ' ευθείας στα προβλήματα των πελατών και παράλληλα να τους παρέχουν τα μέσα για να τα επιλύσουν.

Οι Αλυσίδες της Ποιότητας.

Ένας από τους πλέον αποδεκτούς ορισμούς της ποιότητας είναι να ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις των πελατών. Ίσως το να γοητεύει τον πελάτη να είναι ένας καλύτερος αντικειμενικός στόχος. Η ικανότητα να ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις του πελάτη και κατόπιν να τον γοητεύει είναι ζωτικής σημασίας. Αυτό ισχύει, όχι μόνο μεταξύ δυο ξεχωριστών οργανισμών αλλά επίσης και μεταξύ διαφορετικών τμημάτων εντός του ίδιου οργανισμού. Σε κάθε τμήμα κάθε γραφείο υπάρχει μια σειρά προμηθευτών και πελατών.

Εντός και εκτός όλων των οργανισμών υπάρχει μια σειρά από αλυσίδες της ποιότητας. Αυτές οι αλυσίδες μπορούν να σπάσουν κάθε στιγμή εάν ένα άτομο ή ένα τμήμα του εξοπλισμού δεν καταφέρει να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις του άμεσου πελάτη στην αλυσίδα, εντός και εκτός του οργανισμού. Είναι ενδιαφέρον να παρατηρήσουμε ότι η αποτυχία σε κάθε κρίκο της αλυσίδας συχνά πραγματοποιείται στο σημείο σύνδεσης του οργανισμού και των εξωτερικών πελατών του, και τα άτομα που εργάζονται σε αυτό το σημείο συνήθως υποφέρουν από τις διακλαδώσεις.

Πολλά έχουν γραφτεί και έχουν ειπωθεί σχετικά με το κίνητρο του υπαλλήλου ως ξεχωριστό ζήτημα.

Ένα σημαντικό στοιχείο του κινήτρου, και βασικό στοιχείο της ποιότητας, είναι κάθε άτομο στον οργανισμό να έχει πελάτες και προμηθευτές που να έχουν προσδιοριστεί καλά. Οι απαιτήσεις των πελατών και οι ικανότητες των προμηθευτών σε όλη την αλυσίδα, τόσο εσωτερικά όσο και εξωτερικά, πρέπει να είναι καλά προσδιορισμένες. Και πρέπει να γίνει κατανοητό ότι οι πελάτες και οι προμηθευτές περιλαμβάνουν το κάθε άτομο στο οποίο το άτομο δίνει η λαμβάνει ένα προϊόν μια υπηρεσία ή πληροφορίες.

Ορισμένοι άνθρωποι σε οργανισμούς – πελάτες ποτέ δεν βλέπουν, αγγίζουν ή έχουν καμιά εμπειρία σχετικά με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που αγοράζουν οι εταιρίες, αλλά βλέπουν πράγματα όπως τα τιμολόγια των προμηθευτών και άλλα έγγραφα. Εάν ένα από αυτά τα τιμολόγια είναι λάθος, τι εικόνα ποιότητας μεταφέρει ο προμηθευτής. Σαφώς η ποιότητα πρέπει να αφορά κάθε άτομο που εργάζεται σε μια εταιρία.

Διασφάλιση της ποιότητας

Ο έλεγχος της ποιότητας μπορεί να λάβει χώρα μόνο στο σημείο πώλησης της λειτουργίας ή της παραγωγής - όταν δακτυλογραφείται η επιστολή ή όταν κατασκευάζονται τα χημικά. Η πράξη της επιθεώρησης δεν αποτελεί έλεγχο της ποιότητας. Όταν η απάντηση στο ερώτημα «Έχουμε κάνει την εργασία μας σωστά;» δίνεται έμμεσα με τις απαντήσεις σχετικά με την ικανότητα και τον έλεγχο, μόνο τότε διασφαλίζεται η ποιότητα. Η ενέργεια του ελέγχου γίνεται ενέργεια διασφάλισης της ποιότητας –βεβαιωνόμαστε ότι το προϊόν ή υπηρεσία αντιπροσωπεύει το προϊόν μέσα από ένα αποτελεσματικό σύστημα διασφάλισης της ικανότητας και του ελέγχου. Η μη εναλλακτική λύση είναι ένας οργανισμός στον οποίο η φραγμοί μεταξύ των τμηματικών αυτοκρατοριών ενθαρρύνουν τον έλεγχο και την δοκιμή των προϊόντων και των υπηρεσιών ξεχωριστά χωρίς να υπάρχει ουσιαστική αλληλεπίδραση με άλλα τμήματα.

Η ποιότητα είναι μια στρατηγική επιχειρηματική διοικητική λειτουργία που θα βοηθήσει τους οργανισμούς να αλλάξουν τον τρόπο σκέψης τους. Για να γίνει αυτό πραγματικότητα, οι ειδικοί της ποιότητας πρέπει να επεκτείνουν την εφαρμογή των εννοιών και των τεχνικών της ποιότητας σε όλες τις διαδικασίες και τις λειτουργίες της επιχείρησης και να αναπτύξουν νέες μορφές διασφάλισης ποιότητας σε κάθε σημείο σύνδεσης προμηθευτή-πελάτη.

ΑΦΟΣΙΩΣΗ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Στην εταιρία Coca-Cola Τρία Έψιλον η διοίκηση ολικής ποιότητας έχει επιτυχία γιατί υπάρχει σε όλο τον οργανισμό. Αρχίζει από την κορυφή με το ανώτατο διοικητικό στέλεχος και τι μεγαλύτερο μέρος των ανωτάτων διευθυντών και τις διοίκησης δείχνει ότι αντιμετωπίζει σοβαρά το θέμα της ποιότητας. Η αφοσίωση της διοίκησης είναι πραγματική και όχι προσποιητή. Η σαφείς αντικειμενικοί στόχοι της ποιότητας καθορίζονται σε μια δήλωση που δημοσιεύετε σχετικά με την πολιτική της ποιότητας.

Έναν το ανώτατο στέλεχος της εταιρίας αποδέχεται την ευθύνη και την αφοσίωση για την πολιτική της ποιότητας, κατανοεί σε τι αφοσιώνεται και εκφράζει και δείχνει αυτή την αφοσίωση, ο αντίκτυπος θα είναι πολύ μεγαλύτερος από ότι θα μπορούσε τότε να ελπίζει ο καλύτερος διευθυντής του τμήματος ποιότητας. Αυτή η δράση του ανώτατου στελέχους δημιουργεί με την σειρά της ευθύνες για αλληλεπίδραση μεταξύ των λειτουργιών μάρκετινγκ, σχεδιασμού παραγωγής αγοράς διανομής λογιστικής και άλλων υπηρεσιών. Αυτές οι βασικές αλλαγές του τρόπου αντιμετώπισης είναι αναγκαίο να γίνουν σε όλα τα επίπεδα και σε κάθε τμήμα, αρχίζοντας από την κορυφή. Για να λειτουργήσει η διοίκηση ολικής ποιότητας οι ιδιοκτήτες ή οι διευθυντές της εταιρίας αναγνωρίζουν και αποδέχονται τις ευθύνες για την ένταξη και την λειτουργία της διοίκησης ολικής ποιότητας γι' αυτό και πραγματοποιούνται οι παραπάνω ουσιαστικές αλλαγές.

Η μέση διοίκηση παίζει και αυτή ένα σημαντικό ρόλο. Δεν πρέπει μόνο να ασπάζεται τις αρχές της διοίκησης ολικής ποιότητας αλλά πρέπει να τις εξηγήσει στους υφισταμένους της και να βεβαιωθεί ότι μεταδίδει την δική της αφοσίωση. Μόνο τότε η διοίκηση ολικής ποιότητας θα εξαπλωθεί αποτελεσματικά σε όλη την εταιρία. Η ανώτατη διοίκηση πρέπει επίσης να διασφαλίσει ότι όλε οι προσπάθειες και τα επιτεύγματα των υφισταμένων της θα τύχουν της αναγνώρισης, της προσοχής και της επιβράβευσης που τους αξίζει. Δεν πρέπει να λέγετε υπερβολικά συχνά ότι η διοίκηση ολικής ποιότητας πρέπει να αγορά όλα τα άτομα σε όλα τα τμήματα.

Είναι πιθανόν να παρατηρηθεί πραγματική αφοσίωση ή έλλειψη αυτής. Αυτό φαίνεται στον όροφο του καταστήματος στα γραφεία στο σημείο λειτουργίας. Μπορεί κανείς να ανιχνεύσει γρήγορα την πλαστότητα σε αυτούς τους οργανισμούς όπου υπάρχουν αφίσες που διακηρύσσουν την ποιότητα αλλά δεν υποστηρίζονται από τη αφοσίωση. Λένε στ άτομα να μην ανησυχούν σε περίπτωση που προκύψουν προβλήματα σχετικά με την ποιότητα: «απλός κάνε ότι καλύτερο μπορείς», «δεν πειράζει» ή «ας ελπίσουμε ότι ο πελάτης δεν θα το προσέξει».

Στην Coca-Cola Τρία Έψιλον ποιότητα σημαίνει κάτι που μπορεί κανείς να την δει να την ακούσει και να την αισθανθεί. Τα πάντα πραγματοποιούνται σε κάθε λειτουργικό σημείο σύνδεσης ως αποτέλεσμα της πραγματικής αφοσίωσης. Τα προβλήματα σχετικά με τα υλικά επιλύονται με τους προμηθευτές, οι δυσκολίες που προκύπτουν με τον εξοπλισμό υπερκάμπτονται με βελτιωμένα προγράμματα συντήρησης ή με αντικατάσταση, οι άνθρωποι εκπαιδεύονται η αλλαγή πραγματοποιείται.

Η διοίκηση ολικής ποιότητας έχει να κάνει με τη μετατόπιση του επίκεντρου του ελέγχου από το εξωτερικό μέρος του ατόμου στο εσωτερικό και ο αντικειμενικός στόχος είναι ο καθένας να είναι υπόλογος για την δική του επίδοση, και να αφοσιωθεί στην επίτευξη της ποιότητας σε ένα πλαίσιο με υψηλά κίνητρα. Οι προϋποθέσεις που ο διευθυντής πρέπει να έχει ώστε να κινηθεί προς αυτήν την κατεύθυνση είναι ότι οι άνθρωποι πρέπει να θέλουν να πετύχουν να πραγματοποιήσουν να επηρεάσουν την δραστηριότητα και ότι απλώς πρέπει να προκαλέσει κανείς τις ικανότητές τους.

Η διοίκηση ολικής ποιότητας καθοδηγείτε από τον χρήστη. Δεν μπορεί να επιβληθεί από το εξωτερικό μέρος του οργανισμού όπως ίσως να μπορεί ένα σύστημα ποιότητας μια στατιστική διαδικασία ελέγχου ή τυποποίησης. Αυτό σημαίνει ότι οι προτάσεις για βελτίωση πρέπει να προέρχονται από αυτούς που γνωρίζουν και χρησιμοποιούν τις μεθόδους και τις τεχνικές.

Η αλλαγή της φιλοσοφίας θα απαιτήσει σημαντική εκπαίδευση του προσωπικού. Δεν πρέπει μόνο οι άνθρωποι σε άλλες λειτουργίες να αποκτούν γνώσεις σχετικά με την ποιότητα, αλλά και το προσωπικό του τμήματος της ποιότητας πρέπει να αλλάξει τον παλιό τρόπο αντιμετώπισης και να αποκτήσει νέες γνώσεις, αντικαθιστώντας την επιθεώρηση, τον έλεγχο, την αντίληψη σχετικά με τον τρόπο που πρέπει να γράφονται οι προδιαγραφές με την γνώση της πρόληψης των ελαττωμάτων, των σχεδιασμό με συστήματα ποιότητας ευρείας κλίμακας και τον έλεγχο.

Σαφώς η πρόκληση για πολλούς επαγγελματίες της ποιότητας δεν είναι τόσο η πραγματοποίηση των αλλαγών στην εταιρία τους όσο η αναγνώριση των αλλαγών που απαιτείται να γίνει στους ίδιους. Η αλλαγή του τρόπου αντιμετώπισης του αστυνομικού σώματος επιθεώρησης σε εκείνων ενός συμβουλευτικού σώματος βελτίωσης προσανατολισμένου στην ομαδική εργασία δεν είναι κάτι που γίνεται σε μέσα σε μια νύχτα. Αυτή η έμφαση που δίνεται στην πρόληψη και στα συστήματα που βασίζεται στη βελτίωση αναβαθμίζει το ρόλο των ειδικών της ποιότητας από

τεχνικό σε αυτόν της γενικής διοίκησης. Η στενή αντίληψη της ποιότητας σε κάποιο τμήμα δεν έχει καμία θέση σε μια εταιρία που αποσκοπεί στην διοίκηση της ολικής ποιότητας και οι διευθυντές του τμήματος ποιότητας που έχουν παλιά πρότυπα θα πρέπει να διευρύνουν τις προοπτικές τους και να αυξήσουν τις γνώσεις τους ώστε αυτές να περιλαμβάνουν όλες τις πλευρές μια εταιρίας ή ενός οργανισμού.

Για παρουσιάσουμε τις έννοιες της αυτοεπιθεώρησης που απαιτείται για την διοίκηση ολικής ποιότητας θα χρειαστεί όχι μόνο αποφασιστικότητα για την πραγματοποίηση των αλλαγών αλλά επίσης και ευαισθησία και γνώση των βιομηχανικών σχέσεων αυτό θα εξαρτηθεί κατά ένα μεγάλο μέρος φυσικά από το κλίμα που θα επικρατεί στην εταιρία. Τα άτομα των οποίων η διοίκηση ενδιαφέρετε αληθινά για την συνεργασία και τους ανθρώπους θα προσλάβει ισχυρή υπαλληλική υποστήριξη για τον διευθυντή του τμήματος ποιότητας ή το γενικό διευθυντή για να των βοηθήσουν με τον καταλυτικό ρόλο του / της στην διαδικασία πραγματοποίησης των αλλαγών. Τα άτομα που ασκούν επιθετική διοίκηση θα δημιουργήσουν στον ειδικό της ποιότητας απίθανες δυσκολίες σε ότι αφορά την απόκτηση υποστήριξης από τους "απλούς υπαλλήλους".

Οι βασικοί οικοδομήσιμοι λίθοι ενός μοντέλου Διοίκησης Ολικής Ποιότητας είναι τα εξής:

- Η επιθυμία επίτευξης ενός τρόπου σκέψης τύπου διοίκησης ολικής ποιότητας.
- Η αναγνώριση της ανάγκης για θαυμάσιες επικοινωνίες.
- Αποδοχή της σπουδαιότητας της απόλυτης αφοσίωσης.
- Ουσιαστική αναγνώριση των αλυσίδων προμηθευτή/ πελάτη και της διαδικασίας μετατροπής που αποτελεί όλη την εργασία.

Ενώ ο τρόπος αντιμετώπισης, η επικοινωνία και η αφοσίωση είναι ιδιαίτερα επιθυμητά δεν είναι άμεσα προσιτά σε έναν οργανισμό. Αντιπροσωπεύουν τους εύκολους συντελεστές του μοντέλου της διοίκησης ολικής ποιότητας.

ΟΡΓΑΝΩΝΟΝΤΑΣ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΥΠΕΥΘΥΝΟΤΗΤΑ

1. Περιοχές Δράσης

A. Η COCA COLA Τρία Έψιλον χειρίζεται την Κοινωνική Υπευθυνότητα με συστηματικό τρόπο.

Η δέσμευση στην αρχή της υπεύθυνης λειτουργίας, εστιάζει σε τέσσερις βασικές Ενότητες, στις οποίες η Εταιρία προσπαθεί να λειτουργεί με υπευθυνότητα, επιδρώντας θετικά στους Κοινωνικούς Εταίρους, που επηρεάζονται από τη δραστηριότητα της. Έχουν αναγνωριστεί επιπλέον περιοχές δράσης, που σχετίζονται με την επίδραση που έχει ή θα μπορούσε να έχει η Εταιρεία στους Κοινωνικούς της Εταίρους και το Περιβάλλον.

Κοινωνία

Στόχος της Εταιρίας είναι η επένδυση χρόνου, εμπειρίας και πόρων για τη βελτίωση της ποιότητας ζωής, τη δημιουργία σχέσης συνεργασίας και την ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών και της χώρας γενικότερα.

Αγορά

Στόχος της Εταιρίας είναι η παροχή προϊόντων και υπηρεσιών που είναι ασφαλή και ανταποκρίνονται στις ανάγκες των καταναλωτών της, η υπεύθυνη εσωτερική λειτουργία της Εταιρίας, καθώς και η συνεισφορά στην υπεύθυνη λειτουργία των πελατών, των προμηθευτών και της αγοράς στην οποία δραστηριοποιείται.

Περιβάλλον

Στόχος της Εταιρίας είναι η διεξαγωγή των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων της με τρόπο που να περιορίζει τις όποιες περιβαλλοντικές της επιπτώσεις, καθώς και η ενσωμάτωση αρχών βιώσιμης ανάπτυξης στις αποφάσεις και διαδικασίες της.

Χώρος Εργασίας

Στόχος της είναι η δημιουργία ενός περιβάλλοντος εργασίας για τους εργαζομένους της, που είναι δίκαιο, ασφαλές και προσανατολισμένο στη συμμετοχή και ανάπτυξη τους.

2. Πρακτικές Διοίκησης

Α. Η Υπευθυνότητα αποτελεί τμήμα του τρόπου Διοίκησης της Εταιρείας COCA COLA Τρία Έψιλον.

Η έννοια της υπεύθυνης λειτουργίας έχει ενσωματωθεί ως αναπόσπαστο τμήμα στον τρόπο διοίκησης της, μέσα από την Αποστολή, τις Αξίες, των Κώδικα Δεοντολογίας, την Αξιολόγηση της Απόδοσης και άλλες καθημερινές πρακτικές διοίκησης που εφαρμόζει.

Η Αποστολή της:

Οι άνθρωποι της COCA COLA Τρία Έψιλον δεσμεύονται:

- Να αναζωογονούν τους καταναλωτές τους.
- Να συνεργάζονται στενά με τους πελάτες τους.
- Να αποδίδουν υπεραξία στους μετόχους της εταιρίας.
- Να συμβάλλουν ενεργά στην αναβάθμιση της ζωής των τοπικών μας κοινωνιών.

Οι Αξίες της:

Οι αξίες της Εταιρείας αντικατοπτρίζουν τη δέσμευση της για υπεύθυνη λειτουργία.

- Οι άνθρωποι της COCA COLA συμπεριφέρονται με ακεραιότητα και τηρούν κάθε τους υπόσχεση.
- Προσπαθούν με πάθος να διακριθούν σε οτιδήποτε κάνουν.
- Συναγωνίζονται για να διακριθούν σε οτιδήποτε κάνουνε.
- Η Εταιρεία διασφαλίζει ότι οι άνθρωποι της αξιοποιούν το μέγιστο των δυνατοτήτων τους.
- Μεταχειρίζεται τον καθένα με αμεσότητα, ειλικρίνεια και σεβασμό.

Ο Κώδικας Δεοντολογίας της Εταιρείας COCA COLA Τρία Έψιλον:

Ο Όμιλος και η Coca-Cola Τρία Έψιλον έχουν αναπτύξει << Κώδικα Επαγγελματικής Δεοντολογίας >>, ο οποίος συνοψίζεται στην αρχή: <<Ως εκπρόσωπος της Εταιρίας, πρέπει κάθε εργαζόμενος να συμπεριφέρεται με ακεραιότητα και να τηρεί κάθε υπόσχεση που δίνει σε όλα τα ζητήματα>>. Όλοι οι εργαζόμενοι μπορούν να βρουν τον Κώδικα σε ηλεκτρονική μορφή στη βάση διαδικασιών της Εταιρίας, ενώ μπορούν να τον προμηθευτούν και σε μορφή εντύπου από το τοπικό τμήμα Ανθρώπινου Δυναμικού.

Πιο συγκεκριμένα:

- Ο Κώδικας δεσμεύει όλα τα διευθυντικά στελέχη και τους εργαζόμενους (με συμβάσεις αορίστου χρόνου) ορισμένου χρόνου, καθώς και αυτούς όλων των θυγατρικών της.

- Όλοι οι εργαζόμενοι έχουν εκπαιδευτεί στον Κώδικα, ενώ σε περίπτωση ανανέωσης του περιεχομένου του, ενημερώνονται όλοι μέσω συγκεκριμένης παρουσίασης.

- Οι κατά τόπους υπεύθυνοι μισθοδοσίας παραδίδουν τον Κώδικα σε κάθε νεοπροσληφθέντα εργαζόμενο.

- Ο Κώδικας μεταξύ άλλων απαγορεύει κάθε δωρεά σε πολιτικούς και πολιτικά κόμματα, αλλά και τη λήψη σημαντικής οικονομικής ενίσχυσης από Κυβερνητικούς Φορείς.

B. Η Εταιρία COCA COLA Τρία Έψιλον φροντίζει να ενημερώνει τους εργαζομένους της.

Η ενημέρωση των νέο-προσληφθέντων:

Με βάση συγκεκριμένη διαδικασία διασφαλίζεται ότι όλοι οι νεοπροσλαμβανόμενοι στην Εταιρεία, ανεξαρτήτως σχέσης εργασίας, ενημερώνονται για την Εταιρεία, την αποστολή τις αξίες και το όραμα της, καθώς και για τις πολιτικές, τις διαδικασίες της, τις αρχές της Κοινωνικής Υπευθυνότητας και τον Κώδικα επαγγελματικής Δεοντολογίας.

Η ενημέρωση των εργαζομένων της:

Με στόχο την τακτική και άμεση ενημέρωση των εργαζομένων για τις ενέργειες της Εταιρίας, η Coca Cola Τρία Έψιλον έχει θεσμοθετήσει σειρά διαδικασιών και πρακτικών ενημέρωσης :

- Εταιρικές ανακοίνωσης αναρτώνται τακτικά, σε ειδικούς πίνακες, σε όλες τις εγκαταστάσεις

- Σε πανελλαδική βάση έχουν τοποθετηθεί οθόνες, από τις οποίες οι εργαζόμενοι ενημερώνονται για θέματα της Εταιρίας (TV On the Go)

- Εκδίδεται σε τετραμηνιαία βάση, εσωτερικό περιοδικό, το <<Ρεπορτάζ εν Δράσει>>, που παρουσιάζει τις πολιτικές διαδικασίες, αποφάσεις ενέργειες και προγράμματα της Εταιρίας, αλλά και τα νέα και τις επιτυχίες των Ανθρώπων της. Το περιοδικό διανέμεται στις εγκαταστάσεις της Coca Cola Τρία Έψιλον δωρεάν.

- Επικοινωνεί προς τους εργαζομένους προτάσεις δράσης με τις οποίες μπορούν να λειτουργούν ως ακόμη πιο υπεύθυνοι πολίτες. Παράδειγμα αποτελεί η στήλη <<Eco-Tips>> στο εσωτερικό της περιοδικό <<ΡΕΠΟΡΤΑΖ>>, στο οποίο προτείνονται απλές δράσεις προστασίας του περιβάλλοντος, στο γραφείο αλλά και στο σπίτι.

- Χρησιμοποιεί σύστημα WEBEX για την τριμηνιαία ενημέρωση των διευθυντών 1^{ης} Βαθμίδας, από τη Διοίκηση.

3. Δομές οργάνωσης

A. Η Κοινωνική Υπευθυνότητα αποτελεί τμήμα της δομής της Εταιρείας Coca Cola Τρία Έψιλον.

Την ευθύνη για το σχεδιασμό, το συντονισμό και την υλοποίηση των δράσεων Κοινωνικής Υπευθυνότητας, σε επίπεδο Ομίλου, φέρει η αρμόδια Επιτροπή του Διοικητικού Συμβουλίου (Δ.Σ.), που απαρτίζεται και από ανεξάρτητα ή μη εκτελεστικά μέλη. Η επιτροπή αυτή:

- ενημερώνεται κάθε τρίμηνο από το Συμβούλιο Κοινωνικής Υπευθυνότητας του Ομίλου, που αποτελείται από επικεφαλής Διευθύνσεων του Ομίλου.

- Παρακολουθεί και παρουσιάζει στο Δ.Σ. την επίδοση όλων των εταιρειών του Ομίλου (συμπεριλαμβανομένης και της Coca Cola Τρία Έψιλον) στο θέμα της Κοινωνικής Υπευθυνότητας.

Παράλληλα, η Coca Cola Τρία Έψιλον έχει δημιουργήσει κατάλληλες οργανωτικές δομές για τη διαχείριση της Κοινωνικής Υπευθυνότητας σε στρατηγικό, οργανωτικό και λειτουργικό επίπεδο.

- Η οργανωτική αυτή δομή χρησιμοποιείται και για τη συγκέντρωση στοιχείων για την αναφορά της επίδοσης της Εταιρείας προς τον Όμιλο και εν συνεχεία προς την Επιτροπή Κοινωνικής Υπευθυνότητας του Ομίλου και τους μετόχους.

- Πρόγραμμα Κοινωνικής Υπευθυνότητας συμπεριλαμβάνεται στις μηνιαίες Αναφορές Γενικού Διευθυντή, που ετοιμάζεται από κάθε διεύθυνση της Εταιρείας, με στόχο τη συστηματική ανασκόπηση της προόδου στον τομέα.

Επίσης, σε κάθε μία από τις επτά Μονάδες της Εταιρείας, ο αποτελεσματικός συντονισμός εξασφαλίζεται και μέσω σειράς επιτροπών και υπευθύνων, όπως:

- Υπεύθυνος Περιβάλλοντος, που συντονίζει σε συνεργασία με εργαζομένους διάφορων τμημάτων της Εταιρείας, την εφαρμογή καλών περιβαλλοντικών πρακτικών.

- Επιτροπή Υγείας και Ασφάλειας που εκπροσωπεί όλους τους εργαζομένους, για τον εντοπισμό και τη διερεύνηση προβλημάτων ή αποκλίσεων από τις πολιτικές της Εταιρείας σε θέματα υγείας και ασφάλειας των εργαζομένων.

4. Κοινωνικοί Εταίροι

A. Διεξαγωγή διαλόγου με τους Κοινωνικούς της Εταιρείας (Stakeholders)

Ως Κοινωνικούς Εταίρους (Stakeholders) ορίζουν τις ομάδες κοινών που συνδέονται, επηρεάζουν ή επηρεάζονται από τη δραστηριότητα της. Οι Εταίροι αυτοί παίζουν πρωταρχικό ρόλο στην καθημερινή αλλά και στη μακροπρόθεσμη λειτουργία

της Εταιρίας. Γι' αυτό και η διεξαγωγή διαλόγου μαζί τους αναδεικνύεται ως παράγοντας αποφασιστικής σημασίας, στο πλαίσιο της προσπάθειας της να ανταποκριθεί στις ανάγκες του κοινωνικού συνόλου. Η Εταιρεία προσπαθεί να επικοινωνήσει αμφίδρομα με κάθε Κοινωνικό Εταίρο στον τομέα της κοινωνικής Υπευθυνότητας, στο βαθμό που αυτό είναι δυνατό. Ανάλογη με το βαθμό επίδρασης ή ελέγχου που μπορεί να έχει η Εταιρεία σε κάθε Κοινωνικό Εταίρο, είναι και η έκταση της αναφοράς προς αυτούς στον Απολογισμό.

B. Διεξάγεται έρευνα για την κατανόηση προσδοκιών

Μέσα στο 2008, η Εταιρεία Coca Cola Τρία Έψιλον προχώρησε για δεύτερη φορά (μετά το 2005) στη διεξαγωγή ποσοτικής και ποιοτικής έρευνας, που αποσκοπούσε στη διερεύνηση της αποτελεσματικότητας της συνεργασίας με τους Κοινωνικούς Εταίρους. Η διαδικασία κατέγραψε τις απόψεις 1500 περίπου Κοινωνικών Εταίρων, από διάφορες ομάδες (Αρχών, Τοπικών Κοινωνιών, Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, Ακαδημαϊκής Κοινότητας, Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων, Πελατών, Καταναλωτών και Καθοδηγητών Γνώμης) σε περιοχές όπου η Εταιρεία δραστηριοποιείται επιχειρηματικά (Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Πάτρα).

Η έρευνα εστίασε σε θέματα και ερωτήματα, όπως:

- Σημαντικότητα της Κοινωνικής Υπευθυνότητας.
- Περιοχές στις οποίες η Εταιρεία εστιάζει σήμερα.
- Περιοχές στις οποίες η Εταιρεία θα έπρεπε να εστιάζει.
- Τρόποι επικοινωνίας θεμάτων Κοινωνικής Υπευθυνότητας.

Τα αποτελέσματα της έρευνας χρησιμοποιήθηκαν για το καθορισμό δράσεων που περιγράφονται στον Απολογισμό αυτό, καθώς και την κατανόηση των κύριων προκλήσεων που αντιμετωπίζει η Εταιρεία αλλά και ο Όμιλος:

- Χρήση νερού
- Ενέργεια και κλιματικές αλλαγές
- Υγεία των καταναλωτών
- Συσκευασίες και ανακύκλωση
- Ανάπτυξη εργαζομένων
- Συνεργασία προμηθευτών
- Συνεργασία με τοπικές κοινωνίες

5. Συστήματα Διοίκησης

Α. Λειτουργεί βάσει Συστημάτων Διοίκησης

Όλες οι Μονάδες της Coca Cola Τρία Έψιλον είναι πιστοποιημένες και λειτουργούν με βάση σειρά συστημάτων διοίκησης ενώ η Εταιρεία συνολικά ακολουθεί σειρά προτύπων και οδηγιών στο πλαίσιο της συστηματικής διαχείρισης της Κοινωνικής Υπευθυνότητας:

Σύστημα/ Πρότυπο/ Οδηγία	Χρήση
Global Reporting Initiative- G3 RADAR Card του EFQM	Περιεχόμενο του Απολογισμού Παρουσίαση ποσοτικών Στοιχείων του Απολογισμού
AA1000- Assurance Standard 2008 Του Account Ability Global Compact των Ηνωμένων Εθνών Business in the Community London Benchmarking Group	Περιεχόμενο του Απολογισμού Αρχές του Απολογισμού Δομή του Απολογισμού Ύψος της κοινωνικής συνεισφοράς
ISO9001 ISO14001	Σύστημα Διαχείρισης Ποιότητας Σύστημα Διαχείρισης Περιβάλλοντος
OHSAS18001	Σύστημα Διαχείρισης Υγείας και Ασφάλειας στην Εργασία
ISO22000	Σύστημα Διαχείρισης Ασφάλειας Τροφίμων
HACCP	Σύστημα Hazard Analysis and Critical Control Point (στο πλαίσιο του οποίου γίνονται σχετικές επιθεωρήσεις του Ενιαίου Φορέα Ελέγχου Τροφίμων-ΕΦΕΤ)

6. Αναγνώριση

Α. Η Coca Cola Τρία Έψιλον είναι μέλος διεθνών και εθνικών οργανισμών

Οι πολιτικές της Εταιρείας είναι σε αρμονία με τις αρχές της Διεθνούς Συμφωνίας των Ηνωμένων Εθνών και τις αρχές για τα ανθρώπινα Δικαιώματα που περιλαμβάνονται στη Διακήρυξη των Ηνωμένων Εθνών. Ο Όμιλος (και κατ' επέκταση η Coca Cola Τρία Έψιλον ως Εταιρεία- μέλος του) έχουν ενταχθεί:

- στο World Business Council for Sustainable Development
- στο χρηματιστηριακό Δείκτη FTSE4Good
- στο Future 500 Corporate Accountability Gap, που αποσκοπεί στην αξιολόγηση της επίδοσης της σύμφωνα με τα 17 κυριότερα, παγκοσμίως, κριτήρια για την Κοινωνική Υπευθυνότητα, όπως είναι το GRI, οι δείκτες Dow Jones Sustainability World Index, για πρώτη φορά το 2008.

Η Coca Cola Τρία Έψιλον παράλληλα αποτελεί μέλος:

- του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη
- της Επιτροπής ΕΚΕ του Ελληνο-Αμερικάνικου Επιμελητηρίου
- του Ελληνικού παραρτήματος του Global Compact
- της Επιτροπής Βιώσιμης Ανάπτυξης του Συνδέσμου Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών (ΣΕΒ), ως ιδρυτικό μέλος.

ΣΥΝΕΙΣΦΕΡΟΝΤΑΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

1.Εταιρική Διακυβέρνηση

A. Η Εταιρεία Coca Cola Τρία Έψιλον ακολουθεί Αργές Εταιρικής Διακυβέρνησης

Η Coca Cola Τρία Έψιλον ακολουθεί τις σχετικές πρακτικές που ακολουθεί ο Όμιλος, πιστεύοντας ότι η υπεύθυνη εσωτερική λειτουργία καθορίζει σημαντικά την επιχειρηματική της επιτυχία. Η Εταιρεία διαμορφώνει πρότυπα και διαδικασίες που εναρμονίζονται με τις αρχές της Εταιρικής Διακυβέρνησης, που έχουν οριστεί τόσο από τον Όμιλο όσο και από διεθνή πρότυπα. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι:

- Ο πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου (Δ.Σ.) του Ομίλου δεν έχει εκτελεστικό ρόλο στην Coca Cola Τρία Έψιλον.
- Το Δ.Σ. του Ομίλου έχει δημιουργήσει σειρά Επιτροπών, μεταξύ των οποίων οι Επιτροπές Εσωτερικού Ελέγχου, Ανθρώπινου Δυναμικού και Κοινωνικής Υπευθυνότητας (που αποτελούνται η κάθε μία από 3 μη εκτελεστικά μέλη του Δ.Σ.)

B. Εφαρμόζονται συστήματα Εσωτερικού Ελέγχου

Τα συστήματα Εσωτερικού Ελέγχου που εφαρμόζονται, βασίζονται στην ανάλυση κινδύνων και καθορίζουν ελεγκτικές δραστηριότητες. Στον Όμιλο και στην Εταιρεία, η ανώτερη διοίκηση:

- δεσμεύεται ρητά στην εφαρμογή και διατήρηση ενός ισχυρού συστήματος εσωτερικού ελέγχου, σε όλες τις δραστηριότητες της
- λειτουργεί βάσει Κώδικα Επαγγελματικής Δεοντολογίας
- έχει διορίσει Ελεγκτική Επιτροπή του Διοικητικού Συμβουλίου του Ομίλου, που αποτελείται από τρεις ανεξάρτητους μη εκτελεστικούς διευθυντές της Εταιρείας

- εφαρμόζει συγκεκριμένες χρηματοοικονομικές πολιτικές και διαδικασίες, καθώς και πολιτική ασφαλείας πληροφοριακών συστημάτων.

Από το 2005, στην Εταιρεία λειτουργεί ξεχωριστό Τμήμα Εσωτερικού Ελέγχου, το οποίο αναφέρεται λειτουργικά στην Ελεγκτική Επιτροπή του Διοικητικού Συμβουλίου και διοικητικά στον Οικονομικό Διευθυντή του Ομίλου. Η δομή αυτή, διασφαλίζει την ανεξαρτησία του τμήματος, αλλά και την εφαρμογή ισχυρών συστημάτων εσωτερικού ελέγχου.

Στις αρμοδιότητες του Τμήματος περιλαμβάνονται:

- η διατήρηση ολοκληρωμένου ετήσιου πλάνου ελέγχου, για όλες τις λειτουργίες της Εταιρείας
- η αξιολόγηση της επάρκειας των σημείων ελέγχου αναφορικά με τις εσωτερικές λειτουργίες της Εταιρείας, την εφαρμογή των λογιστικών προτύπων, των χρηματοοικονομικών αναφορών και των διοικητικών λειτουργιών
- η συμμετοχή στην ανάπτυξη Διαδικασιών και Πολιτικών σε συνεργασία με τη Διοίκηση, με σκοπό την αντιμετώπιση αδυναμιών στα σημεία εσωτερικού ελέγχου
- η έκδοση περιοδικών αναφορών και η συνεχής ενημέρωση προς την Ελεγκτική Επιτροπή και τη διοίκηση, που συνοψίζουν τα αποτελέσματα του ελέγχου και σχετικών δραστηριοτήτων

Αξίζει να σημειωθεί ότι η λειτουργία του Εσωτερικού Ελέγχου καλύπτει όλες τις δραστηριότητες και τα τμήματα και ως εκ τούτου όλους τους εργαζομένους της Εταιρείας, ενώ μέσω της διαδικασίας αυτής εντοπίζονται περιοχές της Εταιρείας, όπου υπάρχουν αυξημένοι κίνδυνοι για θέματα διαφθοράς.

Γ. Η Coca Cola Τρία Έψιλον ορίζει επακριβώς τις υποχρεώσεις των στελεχών της.

Το Chart of Authority της Coca Cola Τρία Έψιλον αποτελεί προέκταση του Chart of Authority του Ομίλου, βάσει του οποίου το Διοικητικό Συμβούλιο της εταιρείας παρέχει εξουσιοδοτήσεις και δικαιώματα έγκρισης στη διοίκηση της που σχετίζονται με την άσκηση της επιχειρηματικής λειτουργίας, τόσο σε επίπεδο Ομίλου όσο και σε επίπεδο χώρας, περιφερειών και μονάδων. Με τον τρόπο αυτό αποφεύγονται συνθήκες αντικρουόμενων συμφερόντων μεταξύ εκτελεστικών μελών και μετόχων της Εταιρείας.

Παράλληλα, περιγράφει τις περιπτώσεις όπου το Διοικητικό Συμβούλιο, οι Επιτροπές του και τα μέλη της Διοίκησης πρέπει να ενημερώνονται σχετικά με αποφάσεις που λαμβάνονται σε διάφορα επίπεδα, σε όλες τις λειτουργικές περιοχές της Εταιρείας. Σκοπός του είναι:

- να διευκρινίσει τις αρμοδιότητες και τις ευθύνες στη διαδικασία λήψης αποφάσεων

- να ελέγξει και να διαχειριστεί συγκεκριμένες δραστηριότητες
- να ελέγξει και να μεγιστοποιήσει τη χρήση πόρων και επαγγελματικών υπηρεσιών
- να διασφαλίσει κατάλληλα τα πρότυπα της εταιρικής διακυβέρνησης

Η αποτυχία συμμόρφωσης με το Chart of Authority αποτελεί παραβίαση του Κώδικα Επαγγελματικής Δεοντολογίας της Εταιρείας και μπορεί να οδηγήσει σε λήψη πειθαρχικής ενέργειας, συμπεριλαμβανομένης ακόμη και της απομάκρυνσης από την Εταιρεία.

2. Ηθικός Ανταγωνισμός

A. Συνεργασία με τις Επιτροπές Ανταγωνισμού Ελλάδας – Ευρωπαϊκής Ένωσης

Στο πλαίσιο της ευρύτερης συνεργασίας με τις αρμόδιες Επιτροπές της Ε.Ε., ο Όμιλος και άλλα μέλη της The Coca Cola Company συμφώνησαν σε μια σειρά δεσμεύσεων (που επηρεάζουν τις εμπορικές δραστηριότητες) γνωστές με τον όρο “Undertaking”. Οι εταιρίες του Ομίλου, σε όλες τις ευρωπαϊκές χώρες, δεσμεύονται να συμμορφώσουν τη στρατηγική τους με τις επιταγές της Επιτροπής Ανταγωνισμού της Ε.Ε.

Στο πλαίσιο αυτό, ο Όμιλος έχει εφαρμόσει εκτεταμένο πρόγραμμα εκπαίδευσης για νόμους και κανονισμούς ανταγωνισμού, ανέπτυξε Εγχειρίδιο Ανταγωνισμού για να ενημερωθούν κατάλληλα οι εργαζόμενοι και έχει ορίσει compliance of fices, σε κάθε χώρα που δραστηριοποιείται.

Η Coca Cola Τρία Έψιλον έχει πλήρως συμμορφωθεί με τις παραπάνω υποχρεώσεις της στην Ελλάδα, αφού το σχετικό πρόγραμμα ξεκίνησε το 2006. Σε όλες τις νέες συμβάσεις που συνάπτει η Εταιρεία με τους πελάτες της ενσωματώνεται το πλαίσιο αυτό, ενώ όλοι οι πωλητές έχουν λάβει και εκπαιδευτεί στο Εγχειρίδιο Ανταγωνισμού του Ομίλου. Αποτέλεσμα των παραπάνω είναι ότι το 2008 η Coca Cola Τρία Έψιλον δεν κλήθηκε να παρουσιαστεί ενώπιον της Ελληνικής Επιτροπής Ανταγωνισμού για καμία υπόθεση. Σημειώνεται παρόλα αυτά, ότι μία απόφαση της Επιτροπής (η οποία είχε εκδοθεί το 2006), βρίσκεται ακόμη σε εκκρεμότητα στο Συμβούλιο της Επικρατείας, μετά από προσφυγή της Εταιρείας ενώ δύο υποθέσεις περιβαλλοντικών προστίμων (οι οποίες είχαν εκδοθεί το 2005 και 2006) βρίσκονται σε εκκρεμότητα στο Διοικητικό Εφετείο και Πρωτοδικείο, αντίστοιχα.

3.Υπεύθυνο Marketing

A. Διαφημίζει τα προϊόντα της με υπευθυνότητα

Η Coca Cola Τρία Έψιλον έχοντας ως στόχο να ακολουθεί υπεύθυνα πρότυπα διαφημιστικής προβολής και ενεργειών marketing, ακολουθεί τις Αρχές Διαφήμισης του Συνδέσμου Διαφημιζομένων Ελλάδας (ΣΔΕ), βάσει του οποίου διασφαλίζεται ότι το επικοινωνιακό υλικό είναι νόμιμο, πρόπον, δίκαιο, ειλικρινές και ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα. Διασφαλίζεται επίσης ότι το συγκεκριμένο υλικό σέβεται τη διαφορετικότητα των ανθρώπων σε επίπεδο ηλικίας, γένους, φυλής, θρησκευματος και φυσικής ή διανοητικής ικανότητας. Για τη διασφάλιση των παραπάνω, η διεύθυνση marketing της Εταιρείας πραγματοποιεί ελέγχους των διαφημιστικών μηνυμάτων πριν την επικοινωνία τους, ενώ σε περιπτώσεις που δεν υπάρχει πρότερη γνώση των περιορισμών και των επιμέρους στοιχείων που πρέπει να ελεγχθούν, αντίστοιχες ενέργειες πραγματοποιούνται από νομικά γραφεία. Αποτέλεσμα των παραπάνω είναι ότι μέσα στο 2008 δεν υπήρξε καμία απόσυρση διαφήμισης (μετά την έναρξη της επικοινωνίας της) και αντίστοιχα δεν επιβλήθηκε κανένα πρόστιμο από τις αρμόδιες αρχές.

B. Επικοινωνεί με σεβασμό στα παιδιά

Εκτός των παραπάνω, η Coca Cola Τρία Έψιλον δίνει ιδιαίτερη προσοχή στην επικοινωνία και τις ενδεχόμενες επιπτώσεις που αυτή έχει σε παιδιά, και για το λόγο αυτό ακολουθεί ξεχωριστή πολιτική διαφήμισης, που αναφέρεται στα παιδιά για όλα τα προϊόντα της The Coca Cola Company.

Αξίζει να σημειωθεί ότι σε χώρους σχολείων, η Εταιρεία εστιάζει στην προβολή και επικοινωνία προϊόντων χυμού και νερού που συμβάλλουν στην ισορροπημένη διατροφή, πρακτική που προωθεί και μέσω της αλυσίδας τροφοδοσίας της.

4. Επικοινωνία με Πελάτες και Καταναλωτές

A. Η Coca Cola Τρία Έψιλον απαντάει σε αιτήματα των πελατών της

Το 2003, ξεκίνησε στην Αθήνα η λειτουργία του Κέντρου Τηλεφωνικής Εξυπηρέτησης πελατών, ενώ το 2006 ολοκληρώθηκε η πανελλαδική του επέκταση. Οι πελάτες της Coca Cola Τρία Έψιλον έχουν τη δυνατότητα μέσω τηλεφωνικής κλήσης, να επικοινωνήσουν με την Εταιρεία, να προχωρήσουν στην παραγγελία προϊόντων, να ζητήσουν τεχνική υποστήριξη για το ψυκτικό εξοπλισμό της Εταιρείας που διαθέτουν και να προβούν σε υποδείξεις. Έτσι, το κέντρο αποτελεί το σημείο επικοινωνίας μεταξύ των πελατών, των πωλητών, αλλά και της Εταιρείας,

διευκολύνοντας και επιταχύνοντας τη συνεργασία. Συνολικά, το 2008 το Κέντρο δέχτηκε 206.986 κλήσεις από πελάτες, ανταποκρινόμενη στο 97,1 % των κλήσεων που έγιναν (ελαφρώς μειωμένη κατά 1,3% λόγω αύξησης του όγκου των κλήσεων κατά 5,4%).

Β. Απαντάει σε αιτήματα των καταναλωτών της

Αποσκοπώντας στην απρόσκοπτη επικοινωνία, την άμεση διαχείριση αιτημάτων και την άριστη εξυπηρέτηση, λειτουργεί από το 1999, το Τμήμα Επικοινωνίας Καταναλωτών, που δέχεται, αξιολογεί, καταγράφει και ανταποκρίνεται σε αιτήματα και υποδείξεις, λειτουργώντας ως διάυλος επικοινωνίας της εταιρείας με τους καταναλωτές της. Το τμήμα λειτουργεί από Δευτέρα έως Παρασκευή (09:00 π.μ.-17:00 μ.μ.) διαθέτοντας πέντε γραμμές, χωρίς χρέωση, για όλα τα προϊόντα. Παράλληλα, το Τμήμα προχωράει κάθε χρόνο στη διεξαγωγή έρευνας Ικανοποίησης Καταναλωτών. Η πρακτική αυτή ολοκληρώνει τη διαδικασία χειρισμού παραπόνων καταναλωτών και τα συμπεράσματα που προκύπτουν, αξιοποιούνται για τη συνεχή βελτίωση των προϊόντων και υπηρεσιών της Εταιρείας. Κατά τη διάρκεια του 2008 εξυπηρετήθηκαν 6.685 καταναλωτές και ενδεικτικά αναφέρεται ότι ο αριθμός κλήσεων για θέματα περιβάλλοντος ήταν 16 και αφορούν την ανακύκλωση, ενώ δεν υπήρξαν κλήσεις για παραβιάσεις του απορρήτου ή απώλειας προσωπικών δεδομένων. Παράλληλα, η ικανοποίηση των καταναλωτών από τις απαντήσεις που δόθηκαν βελτιώθηκε το 2008, αφού μόλις 8,5% <<δεν έμεινε ικανοποιημένος από την απάντηση που έλαβε>> (σε σχέση με 12% το 2007) ενώ μειώθηκε η ικανοποίηση από τη διαδικασία, αφού το 5,6% των καταναλωτών δήλωσε ότι <<δεν έμεινε ικανοποιημένος από τη διαδικασία που ακολούθησε>> σε σχέση με 3,3% το 2007.

Γ. Παρακολουθεί την ικανοποίηση των Πελατών της

Η Εταιρεία παρακολουθεί συστηματικά την ικανοποίηση των Πελατών της, προκειμένου να βελτιωθεί και να στηρίξει την απρόσκοπτη λειτουργία της αλυσίδας αγορών. Για το λόγο αυτό, διεξάγει έρευνα κάθε δύο χρόνια, όπου μέσα από σειρά ερωτήσεων, προκύπτει συνδυαστικά η <<συνολική ποιότητα της σχέσης>> της με τους πελάτες. Όπως φαίνεται, με βάση την έρευνα η οποία έχει προγραμματιστεί ξανά το 2009, το ποσοστό των Πελατών της, με τους οποίους έχει εξαιρετική σχέση βελτιώθηκε κατά 5% μονάδες, ενώ αντίστοιχα μειώθηκε κατά 3%, το ποσοστό των Πελατών με τους οποίους η σχέση είναι χαμηλής ποιότητας.

ΦΡΟΝΤΙΖΟΝΤΑΣ ΤΟ ΧΩΡΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

1. Εργασιακές Θέσεις

Στην Coca Cola Τρία Έψιλον, απασχολούνται άμεσα 2.429 εργαζόμενοι σε όλη την Ελλάδα, ενώ η λειτουργία της δημιουργεί έμμεσα και δεκάδες χιλιάδες θέσεις εργασίας, συμβάλλοντας στην ανάπτυξη του τόπου.

Από τους 2.429 αυτούς εργαζομένους (των οποίων ο μέσος όρος ηλικίας είναι τα 38 χρόνια), το 93,5% εργάζεται με συμβάσεις αορίστου χρόνου και το 6,5% με συμβάσεις ορισμένου χρόνου. Ο αριθμός εργαζομένων έχει ελαφρώς αυξητική τάση τα τελευταία χρόνια, ενώ το ποσοστό των αποχωρήσεων παραμένει κάτω από 10% χωρίς να υπάρχουν αξιοσημείωτες διαφοροποιήσεις στο ποσοστό αποχωρήσεων, με βάση την ηλικιακή ομάδα, το φύλο ή την περιοχή εργασίας.

Η αναλογία αντρών – γυναικών στο σύνολο των εργαζομένων είναι 82-18%. Παράλληλα, η αντίστοιχη αναλογία αντρών – γυναικών στην ομάδα Ανώτερης Διοίκησης (Διευθυντές αναφερόμενοι στο Γενικό Διευθυντή) είναι 66-33% ενώ 30 Διευθυντές 1^{ης} Βαθμίδας είναι γυναίκες, ενδεικτικό της εφαρμογής διαδικασιών ίσων ευκαιριών, που ακολουθεί η Coca Cola Τρία Έψιλον.

Αξίζει επίσης να σημειωθεί ότι οι προσλήψεις στις Μονάδες εκτός Αθηνών γίνονται και με κριτήριο την εντοπιότητα των εργαζομένων, εφόσον βέβαια καλύπτουν τα σχετικά απαιτούμενα προσόντα.

2. Υγεία και Ασφάλεια

A. Διασφαλίζει την ασφάλεια των εργαζομένων

Η Coca Cola Τρία Έψιλον, ως παραγωγική Εταιρεία, θέτει την επαγγελματική Υγεία και Ασφάλεια ως απόλυτή της προτεραιότητα. Η εξάλειψη των ατυχημάτων και η δημιουργία και διατήρηση ενός εργασιακού περιβάλλοντος, στο οποίο οι κίνδυνοι έχουν εντοπιστεί, εκτιμηθεί, προληφθεί και εξαλειφθεί, αποτελεί κύριο μέλημα της. Αυτό πιστοποιείται και από την επίσημη πολιτική της Εταιρείας για την Υγεία και Ασφάλεια στο Χώρο Εργασίας, η οποία υπογράφηκε από τον Γενικό Διευθυντή της Coca Cola Τρία Έψιλον.

Τα κύρια μέτρα που λαμβάνει η Εταιρεία προκειμένου να πετύχει τον παραπάνω στόχο, είναι:

- Όλες οι εγκαταστάσεις της Coca Cola Τρία Έψιλον είναι πιστοποιημένες κατά OHSAS 18001 (Occupational Health & Safety Series – OHSAS 18000) για την Υγεία και Ασφάλεια στο Χώρο Εργασίας. Προχωρώντας ένα βήμα ακόμα, η Coca Cola Τρία Έψιλον αποφάσισε να πιστοποιήσει όλες τις Μονάδες, εφαρμόζοντας ένα ακόμα πιο εξελιγμένο σύστημα, το πρότυπο The Coca Cola Company Safety Management System (TCCC SMS).

- Η Εταιρεία εντοπίζει τους κινδύνους, οι οποίοι καταγράφονται στις Γραπτές Μελέτες Εκτίμησης Επαγγελματικών Κινδύνων (Μ.Ε.Ε.Κ.), που έχουν συνταχθεί για όλες τις παραγωγικές εγκαταστάσεις. Στη συνέχεια, φροντίζει να τους εξαλείψει ή να τους περιορίσει, λαμβάνοντας τα κατάλληλα μέτρα. Στις περιπτώσεις που οι κίνδυνοι, έστω και μειωμένοι, παραμένουν, η Εταιρεία εκπαιδεύει τους εργαζομένους και τους εφοδιάζει με τα κατάλληλα Μέσα Ατομικής Προστασίας.

- Εφαρμόζει το Σύστημα Μηδενισμού Ατυχημάτων (ΣΥ.Μ.Α), το οποίο λειτουργεί προληπτικά, καταγράφοντας και αναλύοντας τις πρακτικές που χρήζουν βελτίωσης, ώστε να εντοπιστούν τα αίτια και να εξαλειφθούν.

- Σε όλες τις παραγωγικές μονάδες, έχει συστήσει Επιτροπές Υγείας και Ασφάλειας που συνέρχονται, ανά τρίμηνο, μαζί με εκπροσώπους της Εταιρείας, για να συζητήσουν τα θέματα που αφορούν στο Χώρο Εργασίας τους. Η Διοίκηση απαντά σε όλες τις προτάσεις των επιτροπών αυτών.

- Σε όλες τις εγκαταστάσεις υπάρχουν ιατρεία, όπου παρέχονται οι πρώτες βοήθειες και πραγματοποιούνται επισκέψεις από τους ιατρούς εργασίας.

- Επέκτεινε από τις αρχές του 2008 τη μεθοδολογία ανάλυσης των ατυχημάτων, αφού γίνεται ανάλυση των συνθηκών κάθε ατυχήματος (ανά Μονάδα, είδος, σοβαρότητα) και μηνιαία αναφορά στα κεντρικά γραφεία στη Βιέννη.

B. Φροντίζει για την υγεία των εργαζομένων

Η Coca Cola Τρία Έψιλον παρέχει σε όλους τους εργαζομένους της (είτε με σύμβαση αορίστου είτε με σύμβαση ορισμένου χρόνου) το δικαίωμα συμμετοχής σε ιατρικές εξετάσεις (εξετάσεις αίματος, ακτινογραφίες θώρακα, καρδιογράφημα κ.τ.λ.), σε μια προσπάθεια να συνεισφέρει στην ποιότητα ζωής τους και την υγεία τους τόσο στο εργασιακό όσο και το οικογενειακό τους περιβάλλον, ακολουθώντας τις σχετικές νομοθετικές διατάξεις και το κανονιστικό πλαίσιο.

3. Δίκαιη Εργασία

A. Καταδικάζει την καταναγκαστική, καταχρηστική και παιδική εργασία

Η Εταιρεία ακολουθεί στην πράξη τις διεθνώς αναγνωρισμένες αρχές ανθρωπίνων δικαιωμάτων (όπως περιλαμβάνονται, στη Διεθνή Διακήρυξη για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα του ΟΗΕ και στις δέκα αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου του ΟΗΕ), μέσω της <<Πολιτικής για το Χώρο Εργασίας >>, που έχει επικοινωνήσει εσωτερικά και εφαρμόσει πρακτικά.

Στην παραπάνω Πολιτική περιλαμβάνεται η δέσμευση να μη χρησιμοποιεί (ούτε να παραβλέπει) τη χρήση ή την επιβολή καταναγκαστικής εργασίας, σε οποιαδήποτε Μονάδα της. Η δέσμευση αυτή επεκτείνεται και στους συνεργάτες της, αφού επιδιώκει:

α μην ανέχονται ή να παραβλέπουν τυχόν φυσική ή άλλη παράνομη παρενόχληση (ή τη χρήση καταναγκαστικής εργασίας, σε οποιαδήποτε από τις εγκαταστάσεις τους)

α απασχολούν μόνο άτομα νόμιμης ηλικίας για εργασία.

Παράλληλα η Εταιρεία, δεσμεύεται ότι θα προβεί σε πρόσληψη εργαζομένου, μόνο εάν βρίσκεται πάνω από το νόμιμο όριο ηλικίας (όπως αυτό ορίζεται από την Ελληνική νομοθεσία) και σε καμία περίπτωση δεν προσλαμβάνει εργαζόμενο που βρίσκεται κάτω από το όριο των δεκαπέντε ετών.

B. Δεσμεύεται για την ισότιμη αντιμετώπιση των εργαζομένων της

Η Πολιτική για το Χώρο Εργασίας περιλαμβάνει παράλληλα τις Αξίες της και τη δέσμευση της να μην κάνει διακρίσεις στο χώρο εργασίας (π.χ. λόγω φυλής, πολιτικών πεποιθήσεων, θρησκειώματος, καταγωγής, σεξουαλικού προσανατολισμού, ηλικίας, ειδικών αναγκών, φύλου) σε οποιοδήποτε εργασιακό θέμα (π.χ. προαγωγές). Αξίζει να σημειωθεί, ότι και το 2008 δεν παρουσιάστηκαν τέτοια περιστατικά στο χώρο εργασίας της Εταιρείας.

Γ. Διασφαλίζει την αξιοκρατία για επαγγελματική ανάπτυξη

Η Coca Cola Τρία Έψιλον δίνει στους εργαζομένους της την ευκαιρία να αναπτύξουν την καριέρα τους μέσα στην Εταιρεία και να επιδιώξουν το επόμενο βήμα, προωθώντας την εκ των έσω ανάπτυξη τους.

Η εφαρμογή της Πολιτικής & Διαδικασίας Εσωτερικής Κάλυψης Κενών Θέσεων-Προσωπική Πρωτοβουλία για την Καριέρα (Personal Initiative for Career, PIC) ξεκίνησε πιλοτικά το 2004 και περιλαμβάνει μεταξύ άλλων τα παρακάτω βήματα:

- Όλοι οι εργαζόμενοι ενημερώνονται για τις κενές θέσεις που υπάρχουν στην Εταιρεία, καθώς και για τα κριτήρια της κάθε θέσης.

- Το πρόγραμμα συνδέεται άμεσα με το σύστημα αξιολόγησης απόδοσης & ανάπτυξης, καθώς και το σύστημα διαδοχής, διασφαλίζοντας ολοκληρωμένη προσέγγιση στη διαχείριση και ανάπτυξη της καριέρας των εργαζομένων της.

- Όλοι όσοι λαμβάνουν μέρος στο πρόγραμμα και περνούν τη διαδικασία αξιολόγησης (ανεξάρτητα από το εάν επιλεγθούν), λαμβάνουν συγκεκριμένη ανατροφοδότηση (feedback), από το προϊστάμενο της θέσης για την οποία αξιολογήθηκαν, μαζί με το εκπρόσωπο του τμήματος ανθρώπινου δυναμικού,

όσον αφορά τόσο τα δυνατά τους σημεία όσο και εκείνα προς βελτίωση, σε σχέση με τη θέση για την οποία αξιολογήθηκαν.

- Παρέχονται στον υποψήφιο (από τον εκπρόσωπο της διεύθυνσης ανθρώπινου δυναμικού) συμβουλές σχετικά με την παρουσία του στην συνέντευξη και επισημάνσεις που θα μπορούσε να λάβει υπόψη σε επόμενη συνέντευξη.

- Στη συνέχεια πραγματοποιείται ολοκληρωμένη συζήτηση γύρω από τις επαγγελματικές επιδιώξεις του υποψηφίου και τις εναλλακτικές επιλογές καριέρας (career paths) που υπάρχουν στην εταιρεία.

Αποτέλεσμα της πολιτικής αυτής είναι ότι το 2008 το 91% των θέσεων που ανακοινώθηκαν, καλύφθηκαν από εσωτερικούς υποψήφιους, βελτιωμένο σε σχέση με το 2007 κατά 8% (ή 7 ποσοστιαίες μονάδες).

Δ. Διασφαλίζει την αξιοκρατία στις αμοιβές

Τα ολοκληρωμένα Προγράμματα Παροχών της Εταιρείας έχουν σχεδιαστεί έτσι, ώστε να ακολουθούν τις τάσεις της αγοράς, να εξασφαλίζουν την ανταγωνιστικότητα των πακέτων αμοιβών της, αλλά και να στηρίζουν τις αρχές της ίσης μεταχείρισης και της διαφάνειας, ορίζοντας ξεκάθαρες διαφοροποιήσεις ανά οργανωτικό επίπεδο ή και οικογενειακή κατάσταση. Σημειώνεται ότι δεν γίνονται κανενός είδους διακρίσεις μισθών με βάση το φύλο, την καταγωγή, την εθνικότητα κ.τ.λ.

Οι αυξήσεις βασίζονται στην επίτευξη συμφωνημένων ετήσιων ατομικών στόχων, καθώς και στις επιτεύξεις των στόχων της ομάδας. Ο συνδυασμός αυτός δίνει το Στόχο Αμοιβών του κάθε εργαζομένου (Targeted Position), σε σχέση πάντα με τα εσωτερικά Επίπεδα Αμοιβών (Salary Ranges), που έχουν ετοιμαστεί για τους εργαζομένους (λαμβάνοντας υπόψη τα στοιχεία της αγοράς).

Παράλληλα, όλοι οι εργαζόμενοι ξεκινώντας από το βαθμό του εργοδηγού, συμμετέχουν σε πρόγραμμα bonus, που καθορίζεται από την απόδοσή τους, σύμφωνα με τους προσυμφωνημένους στόχους. Η αξιολόγηση των εργαζομένων διεξάγεται σε ετήσια βάση, με εξαίρεση τους εργαζομένους στο Τμήμα Πωλήσεων, όπου γίνεται τριμηνιαία.

Σε κάθε περίπτωση. Ο κατώτατος μισθός στην Εταιρεία είναι ίσος ή μεγαλύτερος από το βασικό μισθό (ή την υψηλότερη σχετική συλλογική σύμβαση), όπως ορίζεται από τη σχετική εργατική νομοθεσία.

4. Εργασιακά Δικαιώματα

A. Σέβεται το δικαίωμα δημιουργίας Συνδικαλιστικών οργάνων

Η Coca Cola Τρία Έψιλον σέβεται το δικαίωμα που έχουν οι εργαζόμενοι να συμμετέχουν σε συνδικαλιστικά όργανα και να συζητούν με τους εκπροσώπους της Εταιρείας θέματα αμοιβαίου ενδιαφέροντος. Συνέπεια αυτού είναι η θεσμοθέτηση και λειτουργία τοπικών Σωματείων εργαζομένων και η στενή συνεργασία τους με την Εταιρεία.

- Μέσα από τα εργασιακά συμβούλια που γίνονται μια φορά το χρόνο, οι εκπρόσωποι των σωματείων της Ελλάδος ενημερώνονται από την ανώτερη διοίκηση για τα σχέδια και τη στρατηγική της Εταιρείας.

- Σε ετήσια βάση, η Διοίκηση της Εταιρείας προσέρχεται σε διαπραγματεύσεις με τα Σωματεία που εκπροσωπούν τους εργαζομένους, για να προχωρήσουν στην υπογραφή ετήσιας σύμβασης.

- Η ετήσια σύμβαση περιλαμβάνει και θέματα Υγείας & Ασφάλειας στον εργασιακό χώρο, τα οποία και αποτελούν αντικείμενο των επιτροπών Υγείας & Ασφάλειας.

- Έχει καθιερωθεί σε όλα τα τοπικά εργαστήρια μηνιαία συνάντηση με τα Σωματεία των εργαζομένων, στην οποία συζητούνται εργασιακά θέματα.

Υπολογίζεται ότι περίπου το 36% των εργαζομένων της Coca Cola Τρία Έψιλον συμμετέχουν σε συνδικαλιστικές οργανώσεις και Σωματεία.

B. Σέβεται το δικαίωμα συμμετοχής σε απεργίες

Η Coca Cola Τρία Έψιλον σέβεται το δικαίωμα των εργαζομένων της να συμμετέχουν σε απεργιακές κινητοποιήσεις. Με εξαίρεση το 2006 (όπου λόγω αναδιάρθρωσης, οι εργαζόμενοι προχώρησαν σε απεργιακές κινητοποιήσεις). Το 2008 όλες οι απεργίες που έγιναν σε Μονάδες της Εταιρείας οφείλονταν σε Πανελλαδικές απεργίες – κινητοποιήσεις για εθνικά θέματα (π.χ. ασφαλιστικό) και καμία ώρα στάσης εργασίας ή απεργίας δεν έγινε για εργασιακούς λόγους, σχετικά με την Coca Cola Τρία Έψιλον.

5. Ανάπτυξη Εργαζομένων

A. Εκπαιδεύει τους εργαζομένους της

Η Coca Cola Τρία Έψιλον επενδύει συστηματικά στο σχεδιασμό εξειδικευμένων εκπαιδευτικών προγραμμάτων που καλύπτουν τις ανάγκες των εργαζομένων της, είτε αφορούν στην ανάπτυξη τεχνικών είτε διοικητικών δεξιοτήτων.

Για τη μακροπρόθεσμη ενδυνάμωση των εργαζομένων της, τα προγράμματα δεν περιορίζονται στην ανάπτυξη δεξιοτήτων απαραίτητων μόνο εντός της Coca Cola Τρία Έψιλον, αλλά προσφέρουν γνώση και εξοικείωση με θεματολογίες κοινές στον επιχειρηματικό κόσμο, χρησιμοποιώντας και υλικό από αναγνωρισμένα πανεπιστημιακά ιδρύματα, όπως είναι για παράδειγμα το Harvard Business Publishing. Σημαντικά προγράμματα που ακολουθεί η Εταιρεία είναι:

Graduate Development Program

Σε ετήσια βάση, η Εταιρεία προσλαμβάνει μία ομάδα νέων αποφοίτων (το 2008 προσέλαβε 10 αποφοίτους) με περιορισμένη εργασιακή εμπειρία, με σκοπό την εξέλιξη τους σε μελλοντικούς ηγέτες της Εταιρείας, μέσω του προγράμματος ανάπτυξης με την ονομασία **Graduate Program**. Το πρόγραμμα ολοκληρώνεται μετά το πέρας ενός έτους (με την τοποθέτηση του graduate σε συγκεκριμένη θέση εργασίας) και αποτελείται από 5 βασικά στάδια.

Εκτενή διαδικασία ενημέρωσης (Induction), που διαρκεί 2 μήνες και περιλαμβάνει (πέραν του βασικού induction), λεπτομερείς παρουσιάσεις όλων των διευθύνσεων, επισκέψεις στις Μονάδες της, επισκέψεις σε διαφημιστικές εταιρίες και προμηθευτές, καθώς και εργασία διάρκειας ενός μηνός στις πωλήσεις. Στο πλαίσιο αυτό, γίνεται στους graduates και εκτενή παρουσίαση του προγράμματος Κοινωνικής Υπευθυνότητας της Εταιρείας.

Χτίσιμο δικτύου, σύμφωνα με το οποίο ο κάθε graduate συνδέεται με έναν buddy (που είναι ο πρώην graduate). Ο ρόλος του buddy είναι να λειτουργήσει για το νέο εργαζόμενο ως φίλος στον οποίο θα έχει εύκολη πρόσβαση και θα τον καθοδηγεί σε θέματα κουλτούρας και άτυπου τρόπου λειτουργίας της Εταιρείας και του προγράμματος.

Περίοδο ανάθεσης έργων, κατά τη διάρκεια της οποίας ο κάθε graduate παραπέμπεται ανατίθεται σε κάποιον επικεφαλής έργου και δουλεύει πάνω σε έργα σημαντικά για τη διεύθυνση του. Κατά τη διάρκεια του έτους, ένας graduate θα δουλέψει σε 3 – 4 διαφορετικά έργα, με σκοπό να αποκτήσει μια σφαιρική γνώση της διεύθυνσης στην οποία θα απορροφηθεί.

Παρουσίαση των έργων, στο τέλος του ουσιαστικά εκπαιδευτικού έτους, όπου ο graduate κάνει μία παρουσίαση των έργων και της δουλειάς του συνολικά, ενώπιον μίας ομάδας υψηλόβαθμων στελεχών της διεύθυνσης του. Η απόδοση του, σε κάθε ένα από τα έργα του (μέσω διαδικασίας αξιολόγησης στην ολοκλήρωση κάθε έργου), καθώς και η απόδοση του σε αυτή την παρουσίαση θα καθορίσουν την τοποθέτηση του.

Τελική τοποθέτηση του κάθε graduate στη διεύθυνση όπου θα εργαστεί, λαμβάνοντας υπόψη ανάγκες τις διεύθυνσης.

Παράλληλα, καθ' όλη τη διάρκεια του προγράμματος, ο διευθυντής Εκπαίδευσης & Ανάπτυξης, που είναι και ο υπεύθυνος του προγράμματος, λειτουργεί ως μέντορας για τους graduates, καθοδηγώντας τους σε θέματα ανάπτυξης επαγγελματικής συμπεριφοράς.

Core Curriculum –Μάθηση και Ανάπτυξη Διοικητικών & Τεχνικών Δεξιοτήτων

Η Εταιρεία έχει σχεδιάσει μια σειρά εσωτερικών προγραμμάτων εκπαίδευσης που στοχεύουν στην ενίσχυση των απαραίτητων διοικητικών και τεχνικών δεξιοτήτων και συνδέονται με το ιεραρχικό επίπεδο που βρίσκεται ο κάθε εργαζόμενος (π.χ. Junior Talent Excellence, Excellence in Performance, ανάλογα με το εάν ο εργαζόμενος διοικεί ομάδα, διοικεί διοικητικούς κ.τ.λ.). Ακολουθώντας βασικές αρχές για τη μάθηση ενηλίκων, στα προγράμματα ακολουθεί η μέθοδος του facilitation (διευκόλυνση) για τη εκμείωση της γνώσης που υπάρχει μέσα μας .Η ανάπτυξη δεξιοτήτων συντελείται μέσω ασκήσεων, πρακτικής εφαρμογής και δοκιμής όσων συζητούνται, ενώ γίνεται συνδυασμός e – learning και in – class μάθησης.

Leadership Excellence

Για την ομάδα εργαζομένων που διοικούν όσους διοικούν ομάδες (managers of managers), η Εταιρεία δημιούργησε το 2008 ένα νέο πρόγραμμα Leadership Excellence, με σκοπό την ανάπτυξη διοικητικών ικανοτήτων. Αξίζει να σημειωθεί ότι το πρόγραμμα αυτό περιλαμβάνει και μια ενότητα διάρκειας μίας ημέρας, αφιερωμένη στην Κοινωνική Υπευθυνότητα.

Sales Academy – Πωλήσεις

Η Εταιρεία έχει αναπτύξει Ακαδημία Πωλήσεων στην οποία εισάγεται κάθε νέος εισερχόμενος πωλητής και θα πρέπει να την ολοκληρώσει με επιτυχία. Τα μαθήματα στοχεύουν στη μάθηση των στρατηγικών και των τακτικών πωλήσεων που εφαρμόζει η Εταιρεία στην αγορά, ξεκινώντας από βασικές δεξιότητες πωλήσεων και φθάνουν μέχρι την εξειδικευμένη ενεργοποίηση κάθε καταστήματος. Για την περαιτέρω ενδυνάμωση των πιο ταλαντούχων πωλητών, έχει δημιουργηθεί

πρόγραμμα ταχείας ανάπτυξης με την ονομασία SPEC (Sales Potentials Excellence Center). Το πρόγραμμα βοηθά τους πωλητές να εξοικειωθούν με έννοιες αποτελεσματικής ηγεσίας, με δεξιότητες διοίκησης, αλλά και να εμβαθύνουν περισσότερο σε τεχνικά θέματα πωλήσεων. Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του SPEC (και όταν παρουσιαστεί η ευκαιρία για μια διοικητική θέση ομαδάρχη πωλήσεων), οι απόφοιτοι του SPEC αποτελούν τους πιο κατάλληλους υποψήφιους για την κάλυψη των θέσεων αυτών. Αξίζει να σημειωθεί ότι 61% των 13 ανθρώπων που συμμετέχουν στο πρόγραμμα το 2007, έχουν ήδη προαχθεί.

Centers of Excellence – Εφοδιαστική Αλυσίδα

Από το 2003, η The Coca Cola Company και ο Όμιλος καθιέρωσαν το θεσμό των Centers of Excellence, επιλέγοντας 6 εργοστάσια – πρότυπα, ώστε να αποτελέσουν Κέντρο Εκπαίδευσης για τους εργαζομένους της Εφοδιαστικής Αλυσίδας όλων των θυγατρικών ανά τον κόσμο, μέσα στα οποία έχει επιλεγεί και το εργοστάσιο της Coca Cola Τρία Έψιλον του Σχηματαρίου. Το 2008 υλοποίησε περίπου 42.810 ώρες εκπαίδευσης που αναλογούν σε 17,6 ώρες εκπαίδευσης σε κάθε εργαζόμενο της .Από αυτές περίπου το 11% είχε να κάνει με εκπαίδευση σε εταιρικές διαδικασίες και συστήματα, ενώ το υπόλοιπο κάλυψε τεχνικές δεξιότητες διαφόρων λειτουργιών, αλλά και την ανάπτυξη της Ηγετικής Ικανότητας, σε αντιστοιχία με τις ιδιαίτερες απαιτήσεις σε κάθε στάδιο καριέρας. Παράλληλα, η Εταιρεία παρέμεινε πιστή στη δέσμευσή της για ένα ασφαλές εργασιακό περιβάλλον, με το ποσοστό της εκπαίδευσης σε θέματα υγείας και ασφάλειας να συνεχίζει για δεύτερο χρόνο να αποτελεί σχεδόν το 10% του συνόλου της εκπαίδευσης.

B. Αναπτύσσει τους εργαζομένους της.

Για την επιλογή, διατήρηση και ανάπτυξη των ανθρώπων της, έχει ορίσει και συγκροτήσει ένα ολοκληρωμένο Σύστημα Διαχείρισης της Απόδοσης και Ανάπτυξης.

Αξιολόγηση Απόδοσης:

Οι εργαζόμενοι αξιολογούνται από τον προϊστάμενο τους, βάσει κριτηρίων απόδοσης, για το επίπεδο στο οποίο βρίσκονται.

Η αξιολόγηση της απόδοσης συμπεριλαμβάνει:

- τη στοχοθέτηση και αξιολόγηση επίτευξης των ετήσιων στόχων
- την αξιολόγηση της κάθε περιοχής αποτελεσμάτων (αξιολόγηση των στοιχείων απόδοσης σε σχέση με τα performance standards)
- την αξιολόγηση των δεξιοτήτων που απαιτούνται στο κάθε ρόλο
- τη συνολική αξιολόγηση της απόδοσης

Ατομικό Πλάνο Ανάπτυξης

Μετά την αξιολόγηση, δημιουργείται και συμφωνείται ατομικό πλάνο ανάπτυξης (σε συμφωνία μεταξύ εργαζόμενου και προϊστάμενου), προκειμένου να επιτύχει τη μέγιστη απόδοση, πρωτίστως στην παρούσα θέση και δευτερευόντως για την προετοιμασία ανάληψης ενός ρόλου με αυξημένες αρμοδιότητες. Το ατομικό πλάνο ανάπτυξης του κάθε εργαζομένου δημιουργείται ετησίως και η υλοποίησή του παρακολουθείται κατά τη διάρκεια του έτους.

Καταγραφεί Επαγγελματικών Επιδιώξεων & Συζήτηση για Ανάπτυξη Καριέρας

Οι εργαζόμενοι έχουν τη δυνατότητα να καταγράψουν και να συζητήσουν τις μελλοντικές επαγγελματικές τους επιδιώξεις με τον προϊστάμενο τους. Η συζήτηση περιστρέφεται γύρω από τα βήματα που θα πρέπει να κάνει ο εργαζόμενος, προκειμένου να επιτύχει στις προσωπικές του επιδιώξεις (career paths, career advice). Στη συνέχεια, οι επιδιώξεις αυτές λαμβάνονται υπόψη και στη διαδικασία του Συστήματος Διαδοχής της Εταιρείας, εφόσον είναι σε ευθυγράμμιση και με τη στρατηγική της Εταιρείας.

6. Επιβράβευση και Ικανοποίηση Εργαζομένων

A. Μετράει τη δέσμευση των εργαζομένων της

Από το 2001 η Coca Cola Τρία Έψιλον διεξάγει έρευνες εργαζομένων σε τακτά χρονικά διαστήματα και βάσει των αποτελεσμάτων, πραγματοποιεί διορθωτικές ενέργειες, σε τοπικό και πανελλαδικό επίπεδο. Από το 2006 η συγκεκριμένη έρευνα επεκτάθηκε και ονομάστηκε Έρευνα Δέσμευσης Εργαζομένων (Employee Engagement Index), οι ερωτήσεις της οποίας βασίζονται στις παρακάτω περιοχές:

Effort: Όντας μέλος αυτής της Εταιρείας, παρακινούμαι να ξεπερνώ τα αναμενόμενα και να φέρνω αποτελέσματα.

Retention: Θα μου ήταν δύσκολο να αποχωρήσω από την Coca Cola Τρία Έψιλον.

Advocacy: Θα συνιστούσα την Coca Cola Τρία Έψιλον ως ένα άριστο περιβάλλον εργασίας.

Μετά την παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας του 2007 που πραγματοποιήθηκε το 2008, 505 εργαζόμενοι συμμετείχαν ενεργά σε ομάδες εργασίας (300 εργαζόμενοι, 35 ομαδάρχες, 170 προϊστάμενοι και διευθυντές), με σκοπό τη δημιουργία πλάνων δράσης και την εύρεση λύσεων, στα σημεία όπου υπήρχαν περιθώρια για βελτίωση.

Λόγω των αντίστοιχων ενεργειών βελτίωσης που υλοποίησε το 2007 για την έρευνα του 2006, με τη συμμετοχή 250 εργαζομένων, σημειώθηκε βελτίωση 5 – 10 ποσοστιαίες μονάδες, στις τρεις κύριες περιοχές που εστίασε τις ενέργειες της: Εμπιστοσύνη, Προσωπική Ανάπτυξη και Ευχάριστο μέρος για εργασία.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι το 2008 δεν πραγματοποιήθηκε Έρευνα Δέσμευσης. Υπενθυμίζεται, ότι η συμμετοχή των εργαζομένων στην έρευνα του 2007 ανήλθε στο 90% που αποτελεί ρεκόρ για την Coca Cola Τρία Έψιλον, σε σχέση με το 77% που ήταν το 2006, ενώ ο Δείκτης Δέσμευσης Εργαζομένων (Employee Engagement Index) βελτιώθηκε κατά 5 ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με το 2006 (που ορίζεται και σαν βάση, αντιπροσωπεύοντας το 100).

Επιβραβεύει τους εργαζομένους της

Το 2007 η εταιρεία ένα νέο πλάνο επιβράβευσης των εργαζομένων, το Extra Mile, στο πλαίσιο του οποίου, οι εργαζόμενοι έχουν την δυνατότητα να προτείνουν διάφορες ιδέες τους προς την ομάδα ανώτερης διοίκησης. Οι ιδέες είναι σε εναρμόνιση με τις στρατηγικές προτεραιότητας της Εταιρείας και βασίζονται στην καινοτομία, στην εξοικονόμηση ή και διαφορετική διαχείριση του κόστους και στην προώθηση της Κοινωνικής Υπευθυνότητας. Η ανταπόκριση των εργαζομένων στο Extra Mile ήταν πολύ θετική, αφού οι προτάσεις για το 2008 ξεπέρασαν το 80, ενώ 10 βραβεύτηκαν από την Εταιρεία.

Αξίζει να σημειωθεί ότι τρεις προτάσεις που αφορούσαν θέματα Κοινωνικής Υπευθυνότητας τα τρία Δεύτερα Βραβεία για το 2008:

- Εκμετάλλευση ψύξης από τους ψύκτες των δεξαμενών διοξειδίου του άνθρακα.
- Εγκατάσταση λάμπας UV στην έξοδο υγρών αποβλήτων βιολογικού καθαρισμού.

7. Πρόσθετες Παροχές

A. Προσφέρει Παροχές και πέρα από τη νομοθεσία

Η Εταιρεία, στο πλαίσιο του συνολικού πακέτου αμοιβών και παροχών, προσφέρει σε όλους τους εργαζομένους της πρόσθετες, εθελοντικές παροχές. Με εξαίρεση παροχές που συνδέονται με τη διάρκεια εργασίας (π.χ. επίδομα αδείας, ημέρες αδείας, ιδιωτική ασφάλεια), οι παροχές που δίνει η Εταιρεία πέραν της νομοθεσίας, καλύπτουν όλους τους εργαζομένους (είτε με σύμβαση ορισμένου χρόνου, είτε με αορίστου χρόνου) .

Παροχές:

- Ιδιωτική ασφάλεια ζωής & υγείας
- Ιδιωτική ασφάλεια οικογενείας
- Συνταξιοδοτικό πρόγραμμα
- Δωρεάν προϊόντα
- Έξοδα Παιδικών Κατασκηνώσεων
- Έξοδα Παιδικών Σταθμών
- Ετήσια άδεια και επίδομα αδείας
- Διατακτικές Χριστουγέννων – Πάσχα
- Παιδικές γιορτές – Βραβεύσεις αριστούχων μαθητών
- Ετήσια εκδρομή εργαζομένων
- Μετακίνηση προς την εργασία
- Θέση Στάθμευσης
- Εορτασμοί & Εκδηλώσεις
- Προσκλήσεις για Εκδηλώσεις

ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΟΝΤΑΣ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

1. Οργάνωση

A. Αναγνωρίζει τις Περιβαλλοντικές της επιπτώσεις

Η Coca Cola Τρία Έψιλον εντοπίζει τις σημαντικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις της επιχειρηματικής της δραστηριότητας, μέσω μιας διαδικασίας Ανάλυσης Επιπτώσεων, το διάλογο με εμπλεκόμενα μέρη και τη διεξαγωγή ελέγχων σε τακτική βάση. Με τον τρόπο αυτό, αναγνωρίζονται ζητήματα, όπως είναι η διαχείριση ενέργειας, η προστασία της στοιβάδας του όζοντος, η ποιότητα αποβλήτων υδάτων, η διαχείριση των υδάτινων πόρων κ.τ.λ. Υπολογίζεται ότι η Εταιρεία έχει επενδύσει, μόνο τα τελευταία δύο χρόνια, πάνω από 5,2 εκατ. Ευρώ για προγράμματα προστασίας του Περιβάλλοντος.

B. Λειτουργεί με συστηματικό τρόπο

Όπως αναφέρθηκε, η Coca Cola Τρία Έψιλον έχει πιστοποιήσει το σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης κατά το πρότυπο ISO 14001, ενώ ακολουθεί και το αντίστοιχο πρότυπο της The Coca Cola Company. Το Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης << eKOsysteM >> εφαρμόζεται σε όλες τις χώρες που λειτουργεί ο Όμιλος και αποσκοπεί στη διαχείριση των περιβαλλοντικών ζητημάτων, στον ορισμό μετρήσιμων στόχων, για αποδοτικότητα σε θέματα περιβαλλοντικής διαχείρισης και στην ενσωμάτωση των στόχων για Βιώσιμη Ανάπτυξη σε κάθε τομέα της καθημερινής δραστηριότητας της Εταιρείας.

2. Νερό

A. Καταναλώνει υπεύθυνα νερό

Η Ελλάδα έχει θέσει τη διαχείριση του νερού σε πρώτη και επείγουσα προτεραιότητα, έχοντας αντιμετωπίσει το φαινόμενο της λειψυδρίας στο παρελθόν, και αναμένοντας το δυστυχώς πιο έντονο στο μέλλον.

Η Coca Cola Τρία Έψιλον αναγνωρίζει το πρόβλημα αυτό και θέλει να συμβάλει στην άμβλυνσή του, έχοντας επίγνωση για την υπεύθυνη στάση που πρέπει να επιδείξει σε αυτό τον τομέα: το νερό αποτελεί το βασικότερο συστατικό των προϊόντων της, της παραγωγικής της διαδικασίας (χρησιμοποιείται για παραγωγή, καθαρισμό, πλύση, ψύξη και απολύμανση) και επιπλέον αποτελεί και ξεχωριστή κατηγορία προϊόντος για την Εταιρεία. Έτσι, οι ενέργειες που πραγματοποιεί,

προκειμένου να διασφαλιστεί η ορθολογική χρήση και η εξοικονόμηση του νερού είναι ποικίλες:

- Συνεχής έλεγχος και καταμέτρηση των καταναλώσεων.
- Ανακύκλωση και επαναχρησιμοποίηση του νερού για βοηθητικές χρήσεις, όπου αυτό είναι δυνατό, όπως για παράδειγμα στην ανακύκλωση των νερών πλύσης φιαλών
- Έλεγχος και άμεση αντιμετώπιση διαρροών νερού. Αξίζει να σημειωθεί ότι το 2008 δεν παρουσιάστηκαν σημαντικές διαρροές, πέρα από μικρο-διαρροές της τάξης συνολικά των 1000 κυβικών.
- Χρήση γεωτρήσεων. Σήμερα το νερό για τις δραστηριότητες της Coca Cola Τρία Έψιλον προέρχεται κατά περίπου 50% από δημοτικές επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας και κατά 50% από αδειοδοτημένες γεωτρήσεις.

Το 2008, ο δείκτης κατανάλωσης νερού, διαμορφώθηκε στα 2,19 λίτρα νερού για κάθε λίτρο παραγόμενου προϊόντος (lt / ltrp) κατά μέσο όρο, που αντιστοιχεί δυστυχώς σε αύξηση κατά 1,7% σε σύγκριση με το 2007. Ο λόγος της αύξησης αυτής είναι ότι έγινε μεγαλύτερη παραγωγή αλλά και λανσάρισμα νέων προϊόντων που καταναλώνουν περισσότερο νερό κατά την παραγωγή τους.

Παράδειγμα προσπάθειας εξοικονόμησης νερού, αποτελεί η πρακτική που εφαρμόζεται στη μονάδα του Αιγίου, όπου το νερό που δεν χρησιμοποιείται για την παραγωγική διαδικασία:

Επαναδρομολογείται στον υδροφόρο ορίζοντα και παραχωρείται δωρεάν στην τοπική κοινότητα μέσω της βρύσης που έχει κατασκευαστεί γι' αυτό τον σκοπό στην είσοδο του εργοστασίου για άμεση πρόσβαση των κατοίκων, όπου χρησιμοποιείται και ειδικό φωτοκύτταρο, ώστε να αποφευχθεί και η παραμικρή σπατάλη.

Αντίστοιχη πρακτική ακολουθείται και στη μονάδα στα Μάλλια, όπου το νερό που δεν χρησιμοποιείται για εμφιάλωση χρησιμοποιείται για το πότισμα κοντινής έκτασης.

B. Διαχειρίζεται αποτελεσματικά τα υγρά απόβλητα

Η Coca Cola Τρία Έψιλον, πέραν της υπεύθυνης χρήσης νερού, επιδιώκει να ελαχιστοποιήσει τις επιπτώσεις στο περιβάλλον από τα απόβλητα ύδατα, που προέρχονται από τη χρήση του νερού στις Μονάδες της, προχωρώντας στη επεξεργασία τους, προτού διοχετευτούν στο περιβάλλον.

Οι ενέργειες που πραγματοποιούνται, προκειμένου να διασφαλιστεί η αποτελεσματική διαχείριση των Υγρών Αποβλήτων είναι:

- Σε όλες τις παραγωγικές Μονάδες της Εταιρείας, η διαχείριση πραγματοποιείται σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία και το Πρότυπο Ποιότητας Υγρών Αποβλήτων του Ομίλου.
- Εβδομαδιαίως, πραγματοποιούνται αναλύσεις, ώστε να επιβεβαιωθεί η συμμόρφωση ως προς τους παραμέτρους της ισχύουσας νομοθεσίας και τις προδιαγραφές του Συστήματος Ποιότητας TCCQS.
- Τα εργοστάσια Σχηματαρίου, Βόλου, Θεσσαλονίκης και Πάτρας έχουν μονάδες επεξεργασίας υγρών αποβλήτων, ενώ τα εργοστάσια Αιγίου και Ηρακλείου διοχετεύουν τα υγρά τους απόβλητα στις μονάδες βιολογικού καθαρισμού του Αιγίου και της ΒΙΠΕ Ηρακλείου. Σαν αποτέλεσμα των παραπάνω, οι Μονάδες της Εταιρείας επεξεργάστηκαν, μέσα στο 2008 1.071.085 lt υγρών αποβλήτων σε σχέση με 1.084.812 lt το 2007.

Γ. Ευαισθητοποιεί το κοινό μέσα από δύο βασικά προγράμματα

Η Coca Cola Τρία Έψιλον, εκτός των προγραμμάτων που εφαρμόζει για την υπεύθυνη διαχείριση του νερού που η ίδια χρησιμοποιεί, πιστεύει ότι μπορεί και πρέπει να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην ευαισθητοποίηση του κοινού και την έμμεση μείωση της κατανάλωσης του νερού.

Αποστολή Νερό: Για το λόγο αυτό η Coca Cola Τρία Έψιλον σε συνεργασία με την Coca Cola Hellas (μετά από 1,5 χρόνο μελέτης), ξεκίνησαν το 2006 το πρόγραμμα <<Αποστολή Νερό>>, που έχει ως στόχο την ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των εργαζομένων και όλων των Ελλήνων σχετικά με την υπάρχουσα κατάσταση και τη σωστή διαχείριση των υδάτινων πόρων. Με σύνθημα <<Νοιάσου για το Νερό>>, το πρόγραμμα έχει ως στόχο:

- να μάθουμε περισσότερα για το μοναδικό αυτό αγαθό
- να συνειδητοποιήσουμε τη σημασία του για τη ζωή στον πλανήτη
- να ενημερωθούμε για πρακτικούς τρόπους περιορισμού της αλόγιστης κατανάλωσης
- να αλλάξουμε νοοτροπία σχετικά με την καθημερινή χρήση του.

Μέσα στο 2008 προγραμματίστηκαν και εφαρμόστηκαν οι εξής ενέργειες:

- Καμπάνια Ενημέρωσης και Ευαισθητοποίησης σε Μ.Μ.Ε. (Ραδιόφωνο και Έντυπος Τύπος) για 5 εβδομάδες.
- Διανομή Ενημερωτικών Εντύπων.
- Στήριξη και συμμετοχή 15 διοργανώσεων που αφορούσαν συνέδρια, εκθέσεις, ημερίδες και Παγκόσμιες Ημέρες, στο Λεκανοπέδιο Αττικής, τα επιμέρους προάστια και τη Θεσσαλονίκη.
- Καθαρισμός τμήματος όχθης της λίμνης Κερκίνης (ο πιο σημαντικός υδροβιότοπος της Ελλάδας) στο Τρίγωνο Μεγαλοχωρίου με την εθελοντική συμμετοχή δήμων και φορέων της περιοχής, μη κυβερνητικών οργανώσεων, 280 μαθητών από την πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση, 14

συνοδών – εκπαιδευτικών και 20 εργαζομένων της Coca Cola Τρία Έψιλον, από το εργοστάσιο Θεσσαλονίκης. Αποτέλεσμα της προσπάθειας ήταν η συλλογή 1.400 κιλών απορριμμάτων και ο καθαρισμός έκτασης 1,5χλμ κατά μήκος της όχθης της λίμνης.

Παράλληλα, υπολογίζεται ότι πάνω από 490.000 Έλληνες έχουν γίνει δέκτες των μηνυμάτων του προγράμματος αυτού, από το 2007 που ξεκίνησε, από τους οποίους οι 120.000 μέσα στο 2008.

Για το 2009 το << Αποστολή Νερό >> σε συνεργασία με το Μεσογειακό Σκέλος της Διεθνούς Σύμπραξης για το Νερό (Global Water Partnership), θα προχωρήσει στην ολοκλήρωση του προγράμματος Συλλογής όμβριων υδάτων το οποίο προσβλέπει στην εγκατάσταση υδατοσυλλεκτών και την ορθή διαχείριση και αξιοποίηση των όμβριων υδάτων που συλλέγονται. Το ενδιαφέρον αυτό πρόγραμμα θα εφαρμοσθεί κατ' αρχάς σε δημόσια κτίρια τριών δήμων της Νομαρχίας Κυκλάδων: Δήμος Νάξου, Δήμος Εξωμβούργου Τήνου, Δήμος Ποσειδωνίας Σύρου.

Πέρα από την εγκατάσταση των συστημάτων συλλογής όμβριων υδάτων, το πρόγραμμα επίσης περιλαμβάνει:

- την πραγματοποίηση εκπαιδευτικών σεμιναρίων σε τοπικούς τεχνίτες και μέλη τεχνικών υπηρεσιών
- την ευαισθητοποίηση των τοπικών κοινωνιών για τη σπουδαιότητα τέτοιων εναλλακτικών
- τη διεξαγωγή εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων στα σχολεία των συγκεκριμένων νησιών που θα τοποθετηθούν οι συλλέκτες

4. Στηρίζει προσπάθειες φορέων

Εκτός από τα προγράμματα σχετικά με τις επιπτώσεις που έχει η λειτουργία της στο περιβάλλον, η Εταιρεία παράλληλα στηρίζει περιβαλλοντικά προγράμματα φορέων.

Κάποια από τα προγράμματα που η Εταιρεία υποστήριξε το 2008 με διάφορους τρόπους στον **Τομέα Περιβάλλον** ήταν:

- Διεθνές Συνέδριο για τη Μεσογειακή Πόλη Απέναντι στην Κλιματική Αλλαγή.
- 7^ο Φεστιβάλ Κινηματογράφου Ecocinema.
- Έκθεση << Ελλάδα, το σπίτι μας >> στην Αθήνα.
- Ημερίδα <<Ρύπανση Υδάτινων Πόρων>> στη Θεσσαλονίκη.
- Γιορτή Παγκόσμιας Μέρας Νερού στην Κέρκυρα (υπό την αιγίδα της UNESCO).
- Εκδήλωση για το Green Design Festival.

- Περιβαλλοντικό Πρόγραμμα <<wake up time>> στο Δήμο Καλαμαριάς.
- 6 αναδασώσεις στη Θεσσαλονίκη, την Αχαΐα και την Αττική (συνολικά φυτεύτηκαν πάνω από 70.000 δενδρύλλια).

3. Κλιματικές Αλλαγές και Ενέργεια

A. Αναλύει την επίδραση της

Η Εταιρεία αναγνωρίζει τη σημαντικότητα και τους κινδύνους του προβλήματος των Κλιματικών αλλαγών, καθώς η συνεπαγόμενη έλλειψη νερού έχει άμεση σχέση με τη λειτουργία της και με τη σημαντική κατηγορία προϊόντων της Εταιρείας. Έτσι προσπαθεί να βελτιώσει την αποδοτικότητα της στη χρήση ενέργειας και στη μείωση της επίπτωσης που έχει άμεσα (π.χ. χρήση πετρελαίου, χρήση ρεύματος από τη ΔΕΗ) και έμμεσα (π.χ. ψύξη στα σημεία πώλησης) στην ατμόσφαιρα, λόγω της συνεπαγόμενης εκπομπής αερίων του θερμοκηπίου (όπως το διοξείδιο του άνθρακα). Προκειμένου να το επιτύχει, αναλύει αρχικά τις πηγές κατανάλωσης ενέργειας, ώστε να εστιάσει σε αυτές από τις οποίες προέρχεται η μεγαλύτερη παραγωγή διοξειδίου του άνθρακα.

Για το 2008, οι συνολικές εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα που σχετίζονται άμεσα (π.χ. παραγωγή, γραφεία, διακίνηση) και έμμεσα (π.χ. σημεία πώλησης) με τις δραστηριότητες της Εταιρείας, ήταν 352.784 τόνοι. Πιο αναλυτικά, 74.763 τόνοι προήλθαν από τη λειτουργία των παραγωγικών Μονάδων και των γραφείων (διαχείριση πρώτων υλών και υλικών συσκευασίας), 6.139 τόνοι προήλθαν από το στόλο των οχημάτων (π.χ. ιδιόκτητα φορτηγά διακίνησης υλικών, αυτοκίνητα πωλήσεων και στελεχών) και 271.882 τόνοι και ψυγεία, τοποθετημένα στην αγορά (από τα οποία 1.973 τόνοι λόγω διαρροής ψυκτικών). Με βάση την παραπάνω ανάλυση, η Εταιρεία δίνει προτεραιότητα στη μείωση της ενέργειας από τις παραγωγικές διαδικασίες και τα σημεία πώλησης.

B. Χρησιμοποιεί φιλικότερες πηγές ενέργειας στις Μονάδες παραγωγής

Σημαντική κατανάλωση ενέργειας της Coca Cola Τρία Έψιλον προέρχεται από τις Μονάδες εμφιάλωσης, όπου απαιτείται η χρήση ενέργειας σε όλη την παραγωγική διαδικασία, αλλά και για μία σειρά από διαδικασίες, όπως είναι η θέρμανση, η παστερίωση, ο καθαρισμός των δοχείων και του εξοπλισμού, οι μεταφορές, η συσκευασία, ο φωτισμός και ο εξαερισμός. Για το λόγο αυτό, η Εταιρεία επιδιώκει να βελτιώνει τις διαδικασίες παραγωγής, μειώνοντας αντίστοιχα την κατανάλωση ενέργειας και την ατμοσφαιρική ρύπανση με αέρια θερμοκηπίου (όπως το διοξείδιο του άνθρακα). Ενδεικτικά, αναφέρεται ότι η Εταιρεία εδώ και χρόνια έχει επενδύσει στη χρήση clark που λειτουργούν με συσσωρευτές ηλεκτρικού ρεύματος (μπαταρίες), για μείωση ρύπων στις αποθήκες της.

Σε πιο στρατηγικό επίπεδο, όπου είναι εφικτό και οικονομικώς δυνατό, η Εταιρεία χρησιμοποιεί φιλικότερες προς το Περιβάλλον πηγές ενέργειας (που μειώνουν τη δημιουργία αερίων θερμοκηπίων) στις Μονάδες παραγωγής της, όπως

για παράδειγμα σε Σχηματάρι, Θεσσαλονίκη και Βόλο, όπου χρησιμοποιείται κατά βάση φυσικό αέριο, για την παραγωγή ενέργειας.

Από την ενέργεια που χρησιμοποίησε η Coca Cola Τρία Έψιλον για παραγωγή το 2008, το 57,8% ήταν ηλεκτρική ενέργεια έναντι 56,8% το 2007 (που λόγω της χρήσης λιγνίτη από τη ΔΕΗ έχει μεγάλο συντελεστή παραγωγής διοξειδίου του άνθρακα), το 30,4% ήταν φυσικό αέριο (έναντι 27,1% το 2007), το 5,7% πετρέλαιο καύσης (έναντι 9,7% το 2007) και το 6,1% προήλθε από άλλες πηγές, όπως υγραέριο.

Το 2008, τα επτά εργοστάσια της Εταιρείας κατανάλωσαν συνολικά 465.964.906 MJ ενέργειας για την παραγωγή αναψυκτικών, χυμών και νερού, που αντιστοιχεί κατά μέσο όρο σε 0,496 MJ ανά λίτρο προϊόντος. Η αύξηση στο μέσο όρο χρήσης ενέργειας οφείλεται κυρίως στην ανακατανομή των παραγωγών και τον αυξημένο όγκο παραγωγής της συσκευασίας των 500ml, που είναι ενεργοβόρες αλλά και λανσάρισμα νέων προϊόντων. Προκειμένου να αντιμετωπίσει την αύξηση αυτή, Εταιρεία έχει ήδη σχεδιάσει σειρά σημαντικών παρεμβάσεων όπως:

- Λειτουργία μονάδας συμπαραγωγής ενέργειας, στη Μονάδα του Σχηματαρίου, εντός του 2010.

- Χρήση Φωτοβολταϊκών Συστημάτων παραγωγής ενέργειας, σε μια Μονάδα παραγωγής, μέχρι το 2011.

Γ. Εξοικονομεί ενέργεια στα ψυγεία των σημείων πώλησης

Φιλικότερα στο Περιβάλλον Ψυκτικά Συστήματα

Ο εξοπλισμός που χρησιμοποιείται για να διατίθενται τα προϊόντα της Εταιρείας στη σωστή θερμοκρασία στα σημεία πώλησης, περιλαμβάνει ψύκτες, αυτόματα μηχανήματα πώλησης και Post Mix, για το σερβίρισμα των προϊόντων στις αλυσίδες εστίασης. Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις από τη χρήση τους, περιλαμβάνουν κυρίως την κατανάλωση ενέργειας και τη διαφυγή ψυκτικών αερίων.

Προκειμένου να μειωθεί η επίδραση από τη χρήση ενέργειας, η Εταιρεία χρησιμοποιεί από το 2007 το σύστημα EMS – 55, που μειώνει τη χρήση ενέργειας μέχρι 35%. Το σύστημα αυτό είναι μια έξυπνη μονάδα ελέγχου θερμοκρασίας, η οποία:

- Απομνημονεύει την κίνηση μέσα στο χώρο που είναι τοποθετημένο το ψυγείο, τις δύο πρώτες εβδομάδες λειτουργίας (βασίζεται στα ανοίγματα των πορτών και την κίνηση μέσα στο χώρο).
- Ενεργοποιεί το ψυκτικό κύκλωμα σταδιακά.
- Μειώνει τη λειτουργία του ψυγείου, κατά τη διάρκεια του χρόνου που δε λειτουργεί το κατάστημα.
- Χρησιμοποιεί τους ανεμιστήρες μόνο περιοδικά, κατά τη διάρκεια του χρόνου μη χρήσης.
- Όταν τα καταστήματα κλείνουν, σβήνει τα φώτα του ψυγείου και ενεργοποιεί το σύστημα ψύξης, στον εφεδρικό τρόπο λειτουργίας.

Με τον τρόπο αυτό αυξάνεται η ζωή των ψυγείων (ψυκτικό κύκλωμα και φώτα) και μειώνεται η κατανάλωση ενέργειας. Η Εταιρεία μέσα στο 2008 εγκατέστησε επιπλέον 3.431 συστήματα EMS φτάνοντας συνολικά στις 5.790 μονάδες, ενώ στοχεύει σε σημαντική επένδυση για την επέκταση του συστήματος, σε επιπλέον 2.000 μονάδες μέσα στο 2009.

4. Πρώτες Ύλες και Στερεά Απόβλητα

A. Χρησιμοποιεί πιο αποδοτικά τις Α' ύλες

Η Coca Cola Τρία Έψιλον αναγνωρίζει ότι οι πρώτες ύλες δεν είναι ανεξάντλητες. Πίστη στην αρχή **Μειώνω- Επαναχρησιμοποιώ- Ανακυκλώνω**, στοχεύει στην πιο αποδοτική χρήση των περιορισμών φυσικών πόρων, ενώ παράλληλα στοχεύει στη μείωση των παραγόμενων στερεών αποβλήτων, που προκύπτουν από κάθε βιομηχανική δραστηριότητα. Στη περίπτωση της βιομηχανίας ποτών, τα στερεά απόβλητα αποτελούνται κυρίως από δύο κατηγορίες:

- Απόβλητα από τη διαδικασία παραγωγής (δηλαδή από τη συσκευασία των προϊόντων ή τη χρήση των συστατικών).
- Απόβλητα συσκευασίας μετά την κατανάλωση (όπως είναι οι χρησιμοποιημένες συσκευασίες).

Παρόλο που η Εταιρεία ανακυκλώνει σειρά υλικών, προς το παρόν δε γίνεται χρήση ανακυκλωμένων υλικών (όπως πλαστικό εισαγωγής), κάτι που όμως αποτελεί μελλοντική επιδίωξη της Εταιρείας.

Μείωση Ρητίνης

Στο πλαίσιο της αποδοτικότερης χρήσης των Α' υλών, η Εταιρεία συνεργάζεται εντατικά με τους προμηθευτές της, για να ελαχιστοποιήσει τις επιπτώσεις της παραγωγικής διαδικασίας, για παράδειγμα χρησιμοποιώντας ελαφρύτερου βάρους συσκευασίες. Τα σχετικά περιβαλλοντικά οφέλη είναι πολύπλευρα, καθώς παράλληλα μειώνεται και η χρήση ενέργειας κατά την κατασκευή και διακίνηση Α' υλών.

Στο πλαίσιο αυτό, η Εταιρεία προχώρησε σε επανεξέταση του βάρους των PET φιαλών (που αποτελούν την πλειοψηφία, πάνω από 57%, επί του συνόλου της παραγωγής) και μείωση τους. Η παραγωγή προϊόντων με φιάλες PET μειωμένου βάρους άρχισε το 2006 με τη μείωση στα PET αναψυκτικού των 1,5 lt από 48,5 σε 46,5 gr, των 0,5 lt από 28 σε 24 gr και του νερού των 1,5 lt από 31 σε 30 gr. Το αποτέλεσμα της μείωσης αυτής είναι ότι χρησιμοποιήθηκαν μέσα στο 2008, 1097 τόνοι ρητίνης λιγότερο (που αντιστοιχεί στην παραγωγή 42 εκατ. φιαλών των 0,5 lt ή 21 εκατ φιαλών των 1,5lt λιγότερων και σε μειωμένες εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα κατά 2.665 τόνοι – συντελεστής μετατροπής 2,63 – με προφανή οφέλη τόσο για τη χρήση πρώτων υλών, όσο και για τη διαχείριση των απορριμμάτων, μετά τη χρήση των προϊόντων.

Παράλληλα, η Coca Cola Τρία Έψιλον συνεργάστηκε με τους προμηθευτές της για να γίνει πιο αποδοτική και η χρήση γυαλιού. Έτσι, τα εργοστάσια της Θεσσαλονίκης και του Αιγίου προχώρησαν σε αντικατάσταση του στόλου των επαναχρησιμοποιούμενων γυάλινων φιαλών και εισήγαγαν τη χρήση μιας νέας γυάλινης φιάλης του φυσικού μεταλλικού νερού Αύρα του 1 lt, από 540 σε 480 gr, που αντιστοιχεί σε χρήση 12% λιγότερου γυαλιού.

B. Ανακυκλώνει τα στερεά απόβλητα της παραγωγής της

Η Coca Cola Τρία Έψιλον, έχει στόχο, εκτός από να μειώσει τα στερεά απόβλητα που παράγει, παράλληλα να ανακυκλώσει ή να ανακτήσει όσο το δυνατόν περισσότερα από αυτά. Προκειμένου να το πετύχει, η Εταιρεία, συνεργάζεται με αδειοδοτημένους φορείς ανακύκλωσης και μη κυβερνητικούς φορείς.

Το 2008, η συνολική ποσότητα στερεών αποβλήτων που δημιουργήθηκαν στα εργοστάσια της Εταιρείας ήταν 22.677 τόνοι, δηλαδή 24,16 gr κατά μέσο όρο, για κάθε λίτρο παραγόμενου προϊόντος, που σημαίνει αύξηση κατά 25% συγκριτικά με τον προηγούμενο χρόνο, σε αντίθεση με τη μείωση του 2%, που είχε τεθεί ως στόχος. Το μεγαλύτερο μέρος αυτής της αύξησης οφείλεται στις συνεχιζόμενες αναδιαμορφώσεις των εργοστασίων (κυρίως στη Θεσσαλονίκη) και την ανανέωση του εξοπλισμού επαναχρησιμοποιούμενων γυάλινων φιαλών και αντισταθμίστηκε από την αύξηση της αναλογίας αποβλήτων που ανακυκλώθηκαν.

Παρότι ο μακροπρόθεσμος στόχος της είναι η μείωση των παραγόμενων στερεών αποβλήτων, παράλληλα έχει επιτύχει να μειώσει σημαντικά και τις ποσότητες των απορριμμάτων που έστειλε για απόρριψη στις χωματερές. Ως παράδειγμα δράσης αναφέρεται ότι η λάσπη που προκύπτει από την επεξεργασία λυμάτων που προέρχονται από τη λειτουργία του βιολογικού καθαρισμού (κυρίως στη Μονάδα παραγωγής στην Πάτρα), προωθούνται για κομποστοποίηση σε αδειοδοτημένη μονάδα. Έτσι, μέσα στο 2008 αυξήθηκαν κατά 12,6% σε σχέση με το 2007 οι ποσότητες των στερεών απορριμμάτων που ανακυκλώθηκαν, ενώ αντίστοιχα μειώθηκαν αυτές που απορρίφθηκαν. Σαν αποτέλεσμα, παρόλη την αύξηση των απορριμμάτων, η ποσότητα που τελικά απορρίφτηκε από 6.496 τόνους το 2007 μειώθηκε στους 6.305 τόνους το 2008.

Γ. Ανακυκλώνει υλικά γραφείων

Παρά το γεγονός ότι η χρήση υλικών γραφείου (χαρτιού, μελανωτών, οικιακών μπαταριών) έχει παραμικρή επίπτωση με βάση την Ανάλυση Επίδρασης που πραγματοποιεί, αποτελεί ωστόσο παράγοντα της λειτουργίας των γραφείων της, που έχει επιλέξει να διαχειριστεί. Για το λόγο αυτό, εφαρμόζει προγράμματα ανακύκλωσης χαρτιού, μελανωτών και οικιακών μπαταριών, σε όλες τις Μονάδες και τα γραφεία. Ως παράδειγμα αναφέρεται, ότι το 2008 ανακυκλώθηκαν, στα κεντρικά της γραφεία μόνο, πάνω από 17 κιλά οικιακές μπαταρίες και 146 μελάνια εκτυπωτών.

Δ. Διαχειρίζεται υπεύθυνα ειδικά υλικά

Η Εταιρεία φροντίζει για την υπεύθυνη αποκομιδή αποβλήτων που παράγονται, ιδιαίτερα για υλικά ειδικού τύπου, που περιέχουν συστατικά που χαρακτηρίζονται επικίνδυνα, με βάση την ισχύουσα νομοθεσία (όπως λάδια, λαμπτήρες, ηλεκτρικός και ηλεκτρονικός εξοπλισμός). Για το λόγο αυτό, συνεργάζεται με αδειοδοτημένους φορείς διαχείρισης αποβλήτων και προωθεί το 100% των υλικών αυτών που για το 2008 έφτασαν τους 33 τόνους, για ασφαλή διάθεση (από τους οποίους οι 19 τόνοι ήταν ηλεκτρονικός εξοπλισμός) με βάση τις κοινοτικές και ελληνικές οδηγίες. Αξίζει επίσης να σημειωθεί, ότι και το 2008 δεν παράχθηκαν απόβλητα που θεωρούνται επικίνδυνα.

Ε. Φροντίζει για την ανακύκλωση συσκευασιών μετά τη χρήση

Η Εταιρεία αποτελεί ένα από τα ιδρυτικά μέλη της Ελληνικής Αξιοποίησης Ανακύκλωσης (ΕΕΑΑ Α.Ε.), που δραστηριοποιείται στην οργάνωση και λειτουργία Συστήματος Συλλογικής Εναλλακτικής Διαχείρισης, δηλαδή την ανάκτηση και αξιοποίηση των συσκευασιών που απορρίπτονται στα στερεά απόβλητα. Η συνεργασία με την ΕΕΑΑ πιστοποιείται από την παρουσία του Green Dot πάνω στο 100% των προϊόντων της.

ΣΤ. Φροντίζει για τη μείωση των επιδράσεων από εκδηλώσεις της

Ουδέτερες Εκδηλώσεις

Η Coca Cola Τρία Έψιλον με την Amita Motion πήραν φέτος μια πρωτοποριακή περιβαλλοντική πρωτοβουλία. Η ολοκλήρωση των εκδηλώσεων Motionistas Tour και της τρίτης σε σειρά Ημέρας Θετικής Ενέργειας βρήκε την Amita Motion να έχει μοιράσει στους 40.000 περίπου παρευρισκόμενους αισιόδοξα χαμόγελα και θετικά μηνύματα. Με το σύνθημα <<Φορτίζουμε τον Πλανήτη Θετικά>> το νεανικό κοινό που έλαβε μέρος στις εκδηλώσεις της Πάτρας, της Θεσσαλονίκης, του Ηρακλείου και της Αθήνας παρακινήθηκε να ανακυκλώσει τα απορρίμματα του. Τα αποτελέσματα αυτής της ενέργειας ήταν εξαιρετικά.

- από το σύνολο των 1.190 κιλών αποβλήτων ανακυκλώθηκε με επιτυχία το 80%, με τη συνεργασία της Ελληνικής Εταιρείας Αξιοποίησης Ανακύκλωσης.

- παράλληλα διεύρυνε αυτή την προσπάθεια με τον υπολογισμό αέριων ρύπων που προκλήθηκαν από το σύνολο της διοργάνωσης, με στόχο την αντιστάθμισή τους. Το σύνολο των 613 τόνων διοξειδίου του άνθρακα που παρήχθησαν, ισοσταθμίστηκε με ποσό που δόθηκε από την Εταιρεία για την υποστήριξη του έργου υδροηλεκτρικής ενέργειας Hydro Electricity in Pueblo Nuevo Vinas στη Γουατεμάλα.

5. Στοιβάδα Όζοντος και Αέριοι Ρύποι

A. Η Εταιρεία μειώνει την επίδραση της στη στοιβάδα του Όζοντος

Από το 1994, η Coca Cola Τρία Έψιλον έχει παύσει να αγοράζει εξοπλισμό που περιέχει χλωροφθοράνθρακες (CFCs), οι οποίοι είναι ιδιαίτερα επιζήμιοι για το στρώμα του όζοντος. Αντί αυτών, χρησιμοποιεί ψυκτικά μέσα, που είναι πιο φιλικά προς το περιβάλλον, αφού αντιστοιχούν σε χαμηλότερο Δείκτη Καταστροφής Όζοντος (ODP). Έτσι, μέσα στο 2008, το σύνολο των νέων ψυγείων που αγοράστήκαν για τα σημεία πώλησης της Εταιρείας, χρησιμοποιούν ως ψυκτικό μέσο το υλικό R134a, φτάνοντας το συνολικό ποσοστό των ψυγείων της Εταιρείας που χρησιμοποιούν το ψυκτικό αυτό στο 91,8%, σε σχέση με το 88,6% το 2007. Παράλληλα, υπάρχει στόχος μέσα στο 2009 να αντικατασταθούν επιπλέον πάνω από 4.000 ψυγεία, ρυθμός αντικατάστασης που θα διατηρηθεί και τα επόμενα χρόνια, ώστε μέχρι το 2010 να έχουν αντικατασταθεί όλοι οι μηχανισμοί με τύπους, που θα χρησιμοποιούν πλέον υλικά όπως R134A, R404 ή R744 (διοξείδιο του άνθρακα).

B. Παρακολουθεί την επίδρασή της στην ατμόσφαιρα

Οι αέριοι ρύποι (εκτός του διοξειδίου του άνθρακα) προέρχονται από τη λειτουργία των ατμογεννητριών και ατμολεβητών που απαιτούνται για τη λειτουργία των Μονάδων της. Μετρήσεις για τον έλεγχο των αέριων ρύπων, όπως είναι η αιθάλη και το μονοξείδιο και διοξείδιο του άνθρακα, πραγματοποιούνται ανά βάρδια, σε όλες τις Μονάδες της Εταιρείας. Επίσης, στα σημεία όπου διέρχεται αγωγός φυσικού αερίου, έχει αντικατασταθεί η χρήση του μαζούτ ή του diesel με φυσικό αέριο, ώστε να μειωθεί η τυχόν επιβάρυνση στο περιβάλλον. Ενδεικτικά, στους πάνω από 3.000 ελέγχους που έγιναν μέσα στο 2008, δεν διαπιστώθηκαν υπερβάσεις των ορίων.

6. Μεταφορές

A. Μειώνει την επίδραση από τη διανομή προϊόντων

Τα προϊόντα της Εταιρείας διανέμονται, σε όλα τα σημεία πώλησης στην Ελλάδα, με τρεις τρόπους: ιδιόκτητα φορτηγά αυτοκίνητα, φορτηγά Δ.Χ. συνεργατών και ιδιοφορτώσεις από πελάτες. Η διακίνηση των προϊόντων πραγματοποιείται, βάσει συγκεκριμένων προδιαγραφών, που περιλαμβάνει:

- Την υποβολή του στόλου διακίνησης των προϊόντων της σε όλους τους απαραίτητους ελέγχους σε εξουσιοδοτημένα Κέντρα Τεχνικού Ελέγχου Οχημάτων (ΚΤΕΟ), που συμπεριλαμβάνει την ανά εξαμηνιο έκδοση καρτών καυσαερίων.

- Όλα τα απόβλητα ειδικού χειρισμού που προέρχονται από τη συντήρηση του στόλου των οχημάτων, προωθούνται σε αδειοδοτημένους φορείς, για ελεγχόμενη διαχείριση και ανακύκλωση.

- Κάθε χρόνο, επανεξετάζονται τα δρομολόγια που ακολουθούν τα φορτηγά οχήματα, ώστε να επιλέγεται και να εκτελείται το καταλληλότερο δρομολόγιο για τη μείωση κόστους και εκπομπής καυσαερίων.
- Την απασχόληση αποκλειστικά εκπαιδευμένων οδηγών.

Τα ιδιόκτητα μέσα μεταφοράς των προϊόντων ανέρχονται σε 54, ενώ το 2008 διένειμαν 258.013.000 λίτρα τελικών προϊόντων, καταναλώνοντας 198.872 lt καυσίμου, που αντιστοιχούν σε 0,77 lt καυσίμου ανά 1000lt τελικού προϊόντος.

B. Παρακολουθεί την επίδραση από τις εταιρικές μετακινήσεις

Με βάση επίσημα στοιχεία, το 2006 κυκλοφορούσαν στη χώρα μας περίπου 4,5 εκατ. αυτοκίνητα, ενώ από το 2000 έως σήμερα, έχουν κυκλοφορήσει στην Ελλάδα περίπου 1,5 εκατ. νέα αυτοκίνητα. Η εφαρμογή της οικολογικής ασφαλούς οδήγησης μπορεί να οδηγήσει σε μείωση της κατανάλωσης καυσίμου και των εκπομπών ρύπων από 10 έως 15% καθώς και 10 έως 25% λιγότερα ατυχήματα και σημαντική μείωση του κόστους για καύσιμα και συντήρηση του οχήματος. Η Εταιρεία προχώρησε όχι μόνο στην καταγραφή των εταιρικών αυτοκινήτων (πωλήσεων & στελεχών), που ανέρχονται σε 887, αλλά και της κατανάλωσης τους, που ανήλθε σε 2.340.825 lt καυσίμων. Προκειμένου να αμβλύνει την επίδραση από την παράμετρο αυτή, η εταιρεία προχώρησε στην εφαρμογή σχετικών προγραμμάτων και πολιτικών όπως:

- Εφάρμοσε σχετικά σεμινάρια ενημέρωσης με θέμα την οικολογική – ασφαλή οδήγηση. Τα σεμινάρια πραγματοποιήθηκαν σε συνεργασία με την Toyota Hellas, με τη συμμετοχή 630 εργαζομένων της εταιρείας, από όλες τις περιοχές της Ελλάδας, από τη Ρόδο έως την Κέρκυρα και από τα Χανιά έως την Καβάλα.
- Αποφάσισε να μην πληρώνει τις κλήσεις από παραβιάσεις του Κ.Ο.Κ. και να μην καλύπτει ζημιές από τροχαία για τα εταιρικά οχήματα, που πλέον επιβαρύνουν τον οδηγό.

7. Οικοσύστημα

A. Παρακολουθεί την επίδρασή της

Όλες οι Μονάδες της Εταιρείας βρίσκονται σε περιοχές που έχουν χαρακτηριστεί ως βιομηχανικές και δεν προστατεύονται από τη Διεθνή Σύμβαση RAMSAR (σύμβαση για τους Υδροβιότοπους Διεθνούς Σημασίας ως Ενδιαίτηματος για Υδρόβια Πτηνά) ή άλλες συνθήκες για την προστασία της βιοποικιλότητας. Γενικότερα, η επίδραση που έχει η εταιρεία στη βιοποικιλότητα είναι μηδαμινή και δεν αποτελεί προτεραιότητα δράσης. Παρόλα αυτά η Εταιρεία σε κάθε περίπτωση δεσμεύεται να αποκαταστήσει ενδεχόμενη μελλοντική αρνητική επίπτωση που θα έχει στα οικοσυστήματα, κοντά στις μονάδες της.

ΣΤΗΡΙΖΟΝΤΑΣ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ

1 Οικονομική Ανάπτυξη

A. Συμβάλλει στην ανάπτυξη της Ελληνικής Οικονομίας

Ως μια από τις μεγαλύτερες ελληνικές βιομηχανίες, με 40 χρόνια επιτυχημένες δραστηριότητες και ανάπτυξης, η Coca Cola Τρία Έψιλον διαδραματίζει ουσιαστικό ρόλο στην ανάπτυξη της Ελληνικής Οικονομίας και ιδιαίτερα της Ελληνικής Περιφέρειας. Αξίζει να σημειωθεί ότι η Εταιρεία:

- Επενδύει ετησίως πάνω από 35 εκατ. ευρώ στην Ελληνική αγορά.
- Συνεισφέρει ετησίως πάνω από 19,5 εκατ. ευρώ για ασφαλιστικές εισφορές.
- Προσφέρει άμεσα απασχόληση σε πάνω από 2400 εργαζομένους και έμμεσα σε δεκάδες χιλιάδες άλλους, που δραστηριοποιούνται στους προμηθευτές και πελάτες της (με βάση σχετικές μελέτες).
- Στηρίζει ουσιαστικά τους Έλληνες παραγωγούς, αφού προμηθεύεται κατά περίπου το 70% των Α' υλών, προϊόντων και υπηρεσιών κατά προτεραιότητα από την Ελληνική Περιφέρεια και την Αθήνα και στη συνέχεια από την υπόλοιπη Ευρώπη και τις διεθνές αγορές.
- Στηρίζει τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, φροντίζοντας οι αναθέσεις σημαντικών έργων να δίνονται και σε μικρότερες εταιρίες, εφόσον τηρούνται οι απαραίτητες προδιαγραφές που έχει θέσει η Εταιρεία, ως προϋπόθεση συνεργασίας.

B. Προταγωνιστεί στον κλάδο Τροφίμων και Ποτών

Η Εταιρεία αποτελεί ένα από τα κυριότερα μέλη του Συνδέσμου Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων (ΣΕΒΤ), που εκπροσωπεί την Ελληνική Βιομηχανία Τροφίμων,

- Αποτελεί το μεγαλύτερο μεταποιητικό τομέα της Ελλάδας, με κύκλο εργασιών 11 δις ευρώ.
- Παρουσιάζει ρυθμό ανάπτυξης 20,6% την τελευταία τριετία.
- Απασχολεί άμεσα και έμμεσα, 350.000 εργαζόμενους, εκπροσωπώντας το 26% του εργατικού δυναμικού της μεταποιητικής παραγωγής.
- Καλύπτει το 15% των εξαγόμενων ελληνικών προϊόντων.
- Επένδυσε 1.5 δις ευρώ σε τεχνολογικό εξοπλισμό, εγκαταστάσεις και συστήματα παραγωγής και διανομής (2004-2006).
- Επένδυσε 140 εκατ. ευρώ στην εκπαίδευση και κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού.

1. Κοινωνική Υποστήριξη

A. Υποστηρίζει την κοινωνία συστηματικά

Στο πλαίσιο των πολύπλευρων δράσεων που εφαρμόζει, σε όλο το εύρος της Κοινωνικής Υπευθυνότητας, η Εταιρεία έχει εντάξει και την κοινωνική συνεισφορά προς ομάδες της κοινωνίας που έχουν ανάγκη υποστήριξης. Σημειώνεται ότι για την Coca Cola Τρία Έψιλον οι εμπορικές χορηγίες δε θεωρούνται τμήμα Κοινωνικής Υπευθυνότητας. Από το 2007, η Coca Cola Τρία Έψιλον χρησιμοποιεί για τον υπολογισμό της αξίας των προγραμμάτων κοινωνικής συνεισφοράς που εφαρμόζει, το διεθνώς αναγνωρισμένο μοντέλο London Benchmarking Group (LBG).

Μέσω του μοντέλου αυτού, το συνολικό ύψος της συνεισφοράς, αναλύεται σε χρηματική συνεισφορά (π.χ. προϊόντα και χρήματα), σε λειτουργική συνεισφορά (π.χ. η συνεισφορά άλλων παραγόντων λόγω της εφαρμογής ενός προγράμματος από την Εταιρεία). Με βάση την ανάλυση αυτή, η συνολική αξία των κοινωνικών ενεργειών (χρήματα, είδος, χρόνος εργασίας κ.τ.λ), ανέρχεται για το 2008 στα 1.599.301 ευρώ (μειωμένο σε σχέση με το 2007 λόγω της έκτακτης ενίσχυσης για τους πυρόπληκτους), ενώ η προστιθέμενη συνεισφορά, ανέρχεται επιπλέον σε πάνω από 340.000 ευρώ.

B. Στηρίζει τις τοπικές κοινωνίες

Στο πλαίσιο του συνολικού προγράμματος κοινωνικής υπευθυνότητας, η Coca Cola Τρία Έψιλον δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην ισορροπημένη στήριξη όχι μόνο της Αθήνας αλλά και των τοπικών κοινωνιών και της επαρχίας, μέσα από τη σύμπραξη με την Τοπική Αυτοδιοίκηση και τους τοπικούς φορείς.

Γ. Στηρίζει την Ελληνική κοινωνία

Αποσκοπώντας στη μακροχρόνια και ουσιαστική κοινωνική δράση, η Εταιρεία έχει προχωρήσει στη διαμόρφωση ενός προγράμματος κοινωνικής συνεισφοράς, που βασίζεται σε συγκεκριμένους τομείς δραστηριότητας (με προτεραιότητα στους τομείς Ανάπτυξη Νέων – Υγεία – Διατροφή – Ευαίσθητες Κοινωνικές Ομάδες) και εφαρμόζεται ισορροπημένα (αλλά και με βάση τις ανάγκες), σε Εθνικό και Τοπικό επίπεδο.

Τομέας <<Ανάπτυξη Νέων>>

Με ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τους νέους ανθρώπους, αναγνωρίζει ότι ο ρόλος της στην ισορροπημένη πνευματική, συναισθηματική και προσωπική ανάπτυξη τους μπορεί να είναι ουσιαστικός. Γι' αυτό στηρίζει δράσεις που στοχεύουν στην ανάπτυξη τόσο των δεξιοτήτων όσο και των ενδιαφερόντων τους. Κάποια από τα προγράμματα που η Εταιρεία υποστήριξε το 2008 με διάφορους τρόπους στον Τομέα Ανάπτυξη Νέων, ήταν:

- Θερινά προγράμματα εθελοντισμού WWF στη Ζάκυνθο και στο Δάσος Δαδιά στον Έβρο.
- 3ήμερο Φεστιβάλ Παιδικού Βιβλίου <<Η Παραμυθοχώρα του βιβλίου>> στη Θεσσαλονίκη (για δεύτερη συνεχή χρονιά).
- Υποτροφίες στο Πανεπιστήμιο Πειραιά και το ALBA.

Τομέας <<Υγεία>>

Έχοντας αναγνωρίσει την ανάγκη θωράκισης της υγείας των κατοίκων και ειδικότερα αυτών που ζουν στην περιφέρεια και σε ακριτικές περιοχές, η Coca Cola Τρία Έψιλον σχεδιάζει και υλοποιεί προγράμματα, σε συνεργασία με Μη Κυβερνητικούς Οργανισμούς και Φορείς, τα οποία στοχεύουν στην ενημέρωση των κατοίκων σε θέματα υγείας και πρώτων βοηθειών. Κάποια από τα προγράμματα που η Εταιρεία υποστήριξε το 2008 με διάφορους τρόπους στον Τομέα Υγεία ήταν:

- Ιατρική Απόβαση στα Ελληνικά Νησιά που τελεί υπό την Αιγίδα του Υπουργείου Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης.
- Εκδήλωση για την έγκαιρη διάγνωση Καρκίνου του Μαστού και του Τραχήλου της Μήτρας στην Πάτρα.
- Υποστήριξη δράσεων Αιμοδοσίας (όπως Δήμου Περιστερίου, Εφημερίδες Μακεδονίας Θεσσαλονίκη, Δήμου Αμαρουσίου, Υπουργείου Υγείας).

Τομέας <<Διατροφή – Ισορροπημένος Τρόπος Ζωής>>

Η παχυσαρκία είναι πλέον ένα από τα κυριότερα προβλήματα δημόσιας υγείας σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, ενώ η αλλαγή στη συμπεριφορά των καταναλωτών, σε συνδυασμό με την ισορροπημένη διατροφή και άσκηση, μπορεί να αποτελέσει τη λύση στο ζήτημα αυτό. Κάποια από τα προγράμματα που η Εταιρεία υποστήριξε το 2008 με διάφορους τρόπους στον Τομέα Διατροφή Ισορροπημένος Τρόπος Ζωής ήταν:

- Μέτρο- Ποικιλία-Ισορροπία: Για δεύτερη χρονιά, η Coca Cola Τρία Έψιλον και η Coca Cola, εφάρμοσαν το εκπαιδευτικό σχολικό πρόγραμμα "Μέτρο - Ποικιλία-Ισορροπία, το οποίο βραβεύτηκε παγκοσμίως ως η Καλύτερη Νέα Πρωτοβουλία στον Τομέα Υγείας

στο <<Beverage Innovation Awards 2008, που διοργανώνονται σε συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Ένωση Βιομηχανιών Μη Αλκοολούχων Ποτών (UNESDA).

- Η Ζωή Έχει Χρώμα: Η Coca Cola Τρία Έψιλον και η Coca Cola εφάρμοσαν τη δεύτερη φάση της εκστρατείας του Υπουργείου Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης με τίτλο <<Η Ζωή Έχει Χρώμα>> που έχει ως στόχο την ενημέρωση και την ευαισθητοποίηση της κοινής γνώμης για το σημαντικό θέμα της παιδικής παχυσαρκίας, με τίτλο <<Ρίξε το Βάρος στο παιδί>>.
- Πρόγραμμα Ενεργός Τρόπος Ζωής: Το Σύστημα της Coca Cola Τρία Έψιλον στην Ελλάδα και η Coca Cola Hellas συνέχισε την προσπάθεια προώθησης ενός υγιούς και ενεργού τρόπου ζωής, μέσω του προγράμματος που τελεί υπό την εποπτεία των Υπουργείων Υγείας & Κοινωνικής Αλληλεγγύης και Παιδείας του Χαροκόπειου Πανεπιστημίου και της Ελληνικής Ιατρικής Ένωσης Παχυσαρκίας.
- Καμπάνια διατροφής <<Ζήσε Αρμονικά με 5 την ημέρα >>.
- 18^{ος} Ποδηλατικός Γύρος στην Αθήνα.
- 25^{ος} Γύρος της Αθήνας.
- Ποδηλατικός Γύρος στην Πάτρα και το Βόλο.

Τομέας <<Ευαίσθητες Κοινωνικές Ομάδες>>

Για τους συνανθρώπους μας, που αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα, συνεργάζεται, εδώ και χρόνια με Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις, Φορείς και οργανισμούς. Συγκεκριμένα, παρέχει υλικοτεχνικά μέσα και τους απαραίτητους πόρους, διαθέτει χρόνο και τεχνογνωσία και προσφέρει κάθε είδους ηθική ή άλλη στήριξη. Κάποια από τα προγράμματα που η Εταιρεία υποστήριξε με διάφορους τρόπους στον Τομέα «Ευαίσθητες Κοινωνικές Ομάδες», ήταν:

- Καλλιτεχνικό Εργαστήρι Ζωγραφικής του MDA (για 5^η συνεχόμενη φορά).
- Έκθεση Ζωγραφικής του 3^{ου} ειδικού σχολείου Πατρών.
- Επίσημη Τελετή Υπογραφής του Μνημονίου της Ανάληψης των Παγκοσμίων Αγώνων Special Olympics στην Αθήνα.
- 1^ο Παγκόσμιο Πρωτάθλημα Ποδοσφαίρου κωφών ανδρών και γυναικών στην Πάτρα.
- Ιστιοπλοϊκός Αγώνας του Ειδικού Σχολείου Λακκιάς.
- Υποστήριξη δράσεων του Σωματείου Θεόφιλος, διαφόρων οικοτροφείων στην Ελλάδα και μονάδων απεξάρτησης (όπως ΚΕΘΕΑ Νόστος, Διάβαση κ.λ.π.).

Τομέας <<Αθλητισμός>>

Η Coca Cola Τρία Ύψιλον, δίνοντας έμφαση στα παιδιά και τους νέους, στηρίζει τον αθλητισμό και την άσκηση ως σημαντικούς παράγοντες για ένα ισορροπημένο τρόπο ζωής και για την καλλιέργεια υγιών προτύπων. Κάποια από τα προγράμματα που η Εταιρεία υποστήριξε το 2008 με διάφορους τρόπους στον Τομέα Αθλητισμός ήταν:

- Τουρνουά Ποδοσφαίρου και Μπάσκετ στην Αθήνα (διοργάνωση Οργανισμός Νεολαίας και Αθλησης).
- 26^{ος} Κλασικός Μαραθώνιος στην Αθήνα (για 3^η συνεχή χρονιά).
- Εγκαίνια αναδιαμορφωμένου Σεράφειου Κολυμβητηρίου στην Αθήνα.
- Αθλητικά Βραβεία του Πανελλήνιου Συνδέσμου Αθλητισμού Τύπου (ΠΣΑΤ) για 16^η συνεχή χρονιά).
- Διεθνές Φεστιβάλ Υπερμαραθώνιον δρόμων.
- Τουρνουά Golf “Aegean Pro-Am” (για 3^η συνεχή χρονιά).
- Υποστήριξη μικρών Αθλητικών ομάδων και οργανισμών (όπως τον Αρδηττό τον Παναγιάλειο την Ελληνική Ομοσπονδία Ιππασίας κ.τ.λ.).
- Υποστήριξη για πρώτη φορά των Πανελλήνιων Πρωταθλημάτων Προεπιλογής Εθνικών Ομάδων (Future League). Της ΕΠΟ, αγκαλιάζοντας το μέλλον του ελληνικού ποδοσφαίρου (ως σύστημα της Coca Cola Τρία Ύψιλον στην Ελλάδα).

Τομέας <<Πολιτισμός>>

Πιστεύοντας ότι ο ρόλος της Τέχνης και του Πολιτισμού αποτελεί ουσιαστικό παράγοντα για την αναβάθμιση και την πρόοδο των κοινωνιών, και ιδιαίτερα της ελληνικής, η Εταιρεία τιμά τη σημαντική πολιτιστική κληρονομιά και στηρίζει τη σύγχρονη πολιτιστική ζωή της Ελλάδας. Κάποια από τα προγράμματα που η Εταιρεία υποστήριξε το 2008 με διάφορους τρόπους στον Τομέα “Πολιτισμός”, ήταν:

- 49^ο Φεστιβάλ Κινηματογράφου στη Θεσσαλονίκη
- Έκθεση Salvador Dalí στη Θεσσαλονίκη
- Έκθεση Ένα Δάσος Γλυπτών στην Αθήνα

Τομέας <<Έκτακτες Ανάγκες>>

Πέρα από τα προγράμματα που επαναλαμβάνονται κάθε χρόνο (στο πλαίσιο του ετήσιου προγράμματός της) η Εταιρεία προσπαθεί να συμβάλλει και σε επιπτώσεις έκτακτων αναγκών, σαν υπεύθυνος εταιρικός πολίτης. Για το λόγο αυτό συνέβαλε και φέτος στην αποκατάσταση των περιοχών που επηρεάστηκαν από τις καταστροφικές φωτιές του καλοκαιριού του 2007. Κάποια από τα προγράμματα που

η Εταιρεία υποστήριξε το 2008 με διάφορους τρόπους στον Τομέα "Έκτακτες Ανάγκες", ήταν:

- Αγορά και τοποθέτηση 11 δεξαμενών νερού σε χωριά του Δήμου Φαλαισίας στην Αρκαδία.
- Μελέτη αποκατάστασης παραδοσιακών πυρόπληκτων κτηρίων (σταυλαποθηκών Νικητόπουλου & Μίχαλου και πετρόκτιστης οικίας Αναγνωσταρά) και ανάπλασης πλατείας, εισόδου και αυλής κτηρίου.
- Έκδοση βιβλίου για την αρχιτεκτονική του Λεονταρίου (ολοκλήρωση Ιούνιο 2009).
- Αποτύπωση-τεκμηρίωση οικισμού Λεονταρίου (ολοκλήρωση Μάρτιο 2009).
- Διοργάνωση Χριστουγεννιάτικων γιορτών σε πυρόπληκτα χωριά στο Ν Αχαΐας.
- Ανακαίνιση διαμόρφωση κατασκήνωσης για τα παιδιά του Αγίου.
- Δωρεά 90.000 lt εμφιαλωμένου νερού στους σεισμόπληκτους της Αχαΐας.

2. *Αιμοδοσία*

A. Καλλιεργεί την έννοια της αιμοδοσίας.

Στην Εταιρεία, η εθελοντική αιμοδοσία από τους εργαζομένους αποτελεί θεσμό, που πραγματοποιείται σε τακτά χρονικά διαστήματα. Μέσα στο 2008 πραγματοποιήθηκαν 5 αιμοδοσίες σε συνεργασία με τις κινητές μονάδες των νοσοκομείων Αγίου Αντρέα Πατρών, Λαϊκού Αθηνών και Γενικών Χαλκίδας, όπου συγκεντρώθηκαν συνολικά 124 φιάλες αίματος, για την υποστήριξη των αναγκών των εργαζομένων και των οικογενειών τους (κατά προτεραιότητα) αλλά και του κοινωνικού συνόλου γενικότερα.

3. *Επιχειρηματικότητα*

A. Στηρίζει την επαγγελματική ανάπτυξη των νέων

Κατά τη διάρκεια του 2008, σε μία προσπάθεια να έλθουν νέοι άνθρωποι σε επαφή με την αγορά εργασίας, η Εταιρεία δίνει σε φοιτητές και απόφοιτους την ευκαιρία να αποκτήσουν εργασιακή εμπειρία. Το 2008, σε διάφορα τμήματα και Μονάδες της Εταιρείας, 25 φοιτητές πανεπιστημίων αξιοποίησαν τις γνώσεις τους και κέρδισαν σε πρακτική εμπειρία, γνωρίζοντας από κοντά τον τρόπο λειτουργίας μιας σύγχρονης πολυεθνικής εταιρείας. Παράλληλα, το 2008 η Εταιρεία συμμετείχε με στελέχη της στην πρωτοβουλία του Σωματείου Επιχειρηματικότητας Νέων. Πιο συγκεκριμένα, στελέχη της Εταιρείας επισκέφτηκαν σχολεία της Αττικής και μίλησαν

στους νεαρούς μαθητές ηλικίας 12 – 16 ετών για τις θεματικές ενότητες “Οικονομία και Εγώ” και “Επιχείρηση σε Δράση”

B. Δέχεται επισκέψεις στις εγκαταστάσεις της

Κάθε χρόνο, ξεναγούνται στις εγκαταστάσεις της χιλιάδες μαθητές και φοιτητές, κυρίως για να γνωρίσουν από κοντά την παραγωγική διαδικασία και να εξοικειωθούν με τις βασικές έννοιες της επιχειρηματικής λειτουργίας μιας μεγάλης επιχείρησης. Ειδικότερα, οι σχολικές επισκέψεις (που αποτελούν και την πλειοψηφία των επισκέψεων) πραγματοποιούνται μια μέρα κάθε 15 μέρες, ενώ ο αριθμός επισκεπτών παρακολουθείται με ευθύνη της διεύθυνσης Ανθρώπινου Δυναμικού της κάθε Μονάδας. Η Coca Cola Τρία Έψιλον επιδιώκει την επαφή και γνωριμία των μελών της ακαδημαϊκής και τοπικής κοινότητας, με τα υψηλών προδιαγραφών προϊόντα και λειτουργίες της Εταιρείας, αλλά αναγνωρίζει και την ανάγκη οι επισκέψεις αυτές να γίνονται με ασφάλεια. Για το λόγο αυτό, έχει αναπτύξει συγκεκριμένη διαδικασία, που πέρα από το διαδικαστικό των επισκέψεων, στοχεύει στην ασφάλεια τους. Πιο συγκεκριμένα:

- Κάθε Μονάδα ορίζει δύο ξεναγούς, ο ένας από αυτούς είναι ο Συντονιστής, ενώ ο δεύτερος καθορίζεται από το εργοστάσιο.
- Όλοι οι ξεναγοί έχουν εκπαιδευτεί στον τρόπο ξενάγησης, στα μηνύματα που μεταφέρουν, τη λειτουργία του εργοστασίου αλλά και τα συστήματα ασφαλείας.
- Ο Συνοδός είναι υπεύθυνος να διασφαλίζει ότι τηρούνται όλες οι διαδικασίες Υγείας & Ασφαλείας της Εταιρείας.

4. Εθελοντισμός

A. Καλλιεργεί την έννοια του Εθελοντισμού

Στην Coca Cola Τρία Έψιλον πιστεύουνε ότι στις δράσεις μιας εταιρείας πρέπει να περιλαμβάνεται και η διάχυση της έννοιας του εθελοντισμού στους εργαζομένους της σε μια προσπάθεια να αξιοποιήσει τις ικανότητες των ανθρώπων της για το κοινό καλό.

Στο πλαίσιο αυτό, η Εταιρεία οργάνωσε σειρά προγραμμάτων και διευκόλυνε τη συμμετοχή των ανθρώπων της σε αυτές. Ως παράδειγμα αναφέρονται τα παρακάτω:

- Υποστήριξη της Ημέρας Περιβάλλοντος, από μέλη της οργανωμένης εθελοντικής ομάδας της Εταιρείας Άλυσος στο περιβαλλοντικό πάρκο Θέρμη Θεσσαλονίκης.

- Καθαρισμός από εθελοντές της Εταιρείας και παιδιά, της ακτής Χαραμίδα στη Μυτιλήνη.
- Συνεισφορά στην αναδάσωση 100 στρεμμάτων από 50 μέλη της οργανωμένης εθελοντικής ομάδας της Εταιρείας Άλυσος στην περιοχή Άσσυρο της Θεσσαλονίκης.
- Συνεισφορά εθελοντών της Εταιρείας στην αναδάσωση 120 δέντρων, στην περιοχή Κατάκολο και Καστελόκαμπο Ηλείας.
- Συμμετοχή 20 εθελοντών της Εταιρείας στον καθαρισμό της Λίμνης Κερκίνης.
- Επίσκεψη εθελοντών στο ίδρυμα ηλικιωμένων Άγιος Χαράλαμπος στο Αίγιο.
- Επίσκεψη εθελοντών από το εργοστάσιο της Θεσσαλονίκης, στο Δημοτικό Σχολείο Αίγιο Δημητρίου Πρεσπών.
- Επίσκεψη εθελοντών στο Ειδικό Κέντρο Αποκατάστασης και Μέριμνας Ατόμων με Ειδικές Ανάγκες, (ΕΚΑΜΕ).
- Επίσκεψη εθελοντών στο Παπάφειο Ορφανοτροφείο και Φιλοξενείο, στη Θεσσαλονίκη.
- Επίσκεψη εθελοντών στα χωριά Μελισσίων, Μαθρικίου και Κουνινάς, που επλήγησαν από τις πυρκαγιές του 2007.
- Επίσκεψη 11 εθελοντών για τη διανομή νερού, στην ακριτική Γαύδο.
- Επίσκεψη εθελοντών στα ιδρύματα «Φωλιά του Παιδιού», «Μέριμνα», «Κιβωτός της Αγάπης», «Κωνσταντινουπόλεως Οίκος» και «Άσυλο Ανιάτων» στο Αίγιο.

ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

A. Η Εταιρεία Coca Cola Τρία Έψιλον προσφέρει προϊόντα ασφαλή και ποιοτικά.

Η Coca Cola Τρία Έψιλον πιστεύει ότι η ποιότητα και ασφάλεια των προϊόντων της είναι η βάση της σημερινής και μελλοντικής της επιτυχίας και αποτελεί τη σημαντικότερη υποχρέωση της, απέναντι στα εκατομμύρια καταναλωτών που χρησιμοποιούν τα προϊόντα της. Επενδύοντας συστηματικά και με συνέπεια επιτυγχάνει να προσφέρει στον καταναλωτή το σωστό προϊόν, στη σωστή συσκευασία, στο σωστό σημείο πώλησης και στη σωστή τιμή, με πρωταρχικό μέλημα την ασφάλεια του προϊόντος. Ως εμφιαλωτής των προϊόντων της The Coca Cola Company, η Εταιρεία εφαρμόζει το The Coca Cola Company Quality System (TCCQS), που ορίζει αυστηρές προδιαγραφές για την ποιότητα των προϊόντων και την αρτιότητα της συσκευασίας.

- Σε κάθε εργοστασιακή μονάδα, το εργαστήριο ελέγχου ποιότητας διενεργεί ελέγχους για τις πρώτες ύλες που εισέρχονται, τις συσκευασίες και το τελικό προϊόν
- Σε κάθε στάδιο της διαδικασίας, εφαρμόζει τακτικούς οργανοληπτικούς, χημικούς και μικροβιολογικούς ελέγχους για την τήρηση των προδιαγραφών τόσο της συσκευασίας όσο και των προϊόντων
- Όλες οι Μονάδες είναι πιστοποιημένες κατά ISO 9001, ενώ έχει αναπτυχθεί και εφαρμόζεται το σύστημα HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point).
- Όλες οι Μονάδες είναι πιστοποιημένες κατά ISO 22000, που διασφαλίζει την υγιεινή και ασφάλεια των προϊόντων, στον κύκλο ζωής τους.

B. Η Εταιρεία Coca Cola Τρία Έψιλον συνεργάζεται με Επιστημονικούς Φορείς για τη διασφάλιση της ποιότητας.

Το 2008, όπως κάθε χρόνο, έγιναν εκατομμύρια έλεγχοι στα εργαστήρια των επτά Μονάδων παραγωγής, σε όλη την αλυσίδα της παραγωγικής διαδικασίας, στο πλαίσιο των εσωτερικών προτύπων της Εταιρείας, που ξεπερνούν τις απαιτήσεις της νομοθεσίας και του συστήματος ISO 22000.

- Με στόχο να επιβεβαιώσει περαιτέρω την ποιότητα των προϊόντων νερού, η μονάδα του Αιγίου (όπου εμφιαλώνονται τα προϊόντα ΑΥΡΑ και Water Blue), εφαρμόζει το “Equase”, το Ευρωπαϊκό πρόγραμμα εσωτερικού ελέγχου ικανότητας του Μικροβιολογικού εργαστηρίου, που τελεί υπό την Αιγίδα του Υπουργείου Υγείας και Κοινωνικής

Αλληλεγγύης. Το πρόγραμμα περιλαμβάνει την παρακολούθηση της μικροβιολογικής ποιότητας του νερού σε όλα τα στάδια της επεξεργασίας – από τη γεώτρηση μέχρι το τελικό προϊόν – αξιολογώντας την παρουσία βακτηρίων, ιών και παρασίτων.

- Επίσης, η Εταιρεία σε μηνιαία βάση συγκεντρώνει δείγματα προϊόντων που διαθέτει από τα σημεία πώλησης, τα οποία αποστέλλονται τόσο στα εργαστήρια της Εταιρείας όσο και σε ανεξάρτητα εργαστήρια του εξωτερικού, προκειμένου να επιβεβαιωθεί η άριστη ποιότητα τους.

Γ. Καταστρέφει προληπτικά αποθέματα

Η Coca Cola Τρία Έψιλον, με βάση συγκεκριμένη διαδικασία διασφαλίζει ότι ακατάλληλα ή πιθανόν ακατάλληλα προϊόντα δεν διοχετεύονται στην Αγορά. Πιο συγκεκριμένα, στη διαδικασία ορίζεται ο τρόπος φύλαξης και διαχείρισης αποθεμάτων και οι ενέργειες που πρέπει να ακολουθηθούν για την καταστροφή τους, όπως αυτές ορίζονται από το εταιρικό και νομικό πλαίσιο λειτουργίας. Ακατάλληλα θεωρούνται εκείνα τα αποθέματα που δεν μπορούν να διατεθούν στην αγορά (έτοιμο προϊόν) ή να χρησιμοποιηθούν στην παραγωγική διαδικασία (πρώτες ύλες- υλικά συσκευασίας – ανταλλακτικά) λόγω:

- λήξης της ημερομηνίας κατανάλωσης,
- ελαττωματικής συσκευασίας (π.χ. διαρροές),
- καταστροφών κατά τη διακίνηση (φορτοεκφόρτωση , μεταφορά),
- ακαταλληλότητας σύμφωνα με τα αποτελέσματα ελέγχου ποιότητας.

Με βάση την παραπάνω διαδικασία, το 2008 τα συνολικά αποθέματα προϊόντων που καταστράφηκαν ανήλθαν σε 4.708.555 λίτρα.

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΗΣ COCA COLA

1) Η COCA COLA αποτελείται, κατά το μεγαλύτερο μέρος της, από νερό.

Το νερό του δικτύου ή το νερό της πηγής δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί όπως είναι, για την παραγωγή αναψυκτικών, γι' αυτό και υπόκειται σε διάφορες μορφές επεξεργασίας. Εφόσον ολοκληρωθεί γίνεται μικροβιολογικός έλεγχος σε ότι αφορά την αλκαλικότητα, ΡΗ, θολερότητα και το Cl (χλώριο).

2) Ζάχαρη, γλυκαντικές ουσίες.

Η ζάχαρη και οι γλυκαντικές ουσίες είναι δύο από τα συστατικά των αναψυκτικών. Κατά την παραγωγή, υφίστανται επεξεργασία και ελέγχονται ώστε να πληρούν υψηλές προδιαγραφές ποιότητας.

3) Δεξαμενή για τη διάλυση της ζάχαρης.

Η ζάχαρη (γλυκαντικές ουσίες) και το επεξεργασμένο νερό, αφού ζυγιστούν με ακρίβεια, ανακατεύονται και σχηματίζουν το απλό σιρόπι.

4) Παρασκευή σιροπιού COCA COLA.

Το συμπύκνωμα της COCA COLA προστίθενται στο φιλτραρισμένο απλό σιρόπι και με αυτόν τον τρόπο δημιουργείται το σιρόπι της COCA COLA.

5) Ανάμειξη.

Στο στάδιο αυτό, το τελικό σιρόπι και το επεξεργασμένο νερό αναμειγνύονται σε συγκεκριμένες αναλογίες και προστίθεται διοξείδιο του άνθρακα. Το τελικό ανθρακούχο προϊόν είναι έτοιμο να πάει στο γεμιστικό. Στο τελικό σιρόπι γίνεται οργανοληπτικός και μικροβιολογικός έλεγχος στην ζάχαρη brix πόσα γραμμάρια ζάχαρης σε 100 gr ζαχαροδιαλύματος, ισογλυκόζης, διοξείδιο του άνθρακα και concentrates.

6) Πλυντήριο φιαλών.

Στο μεταξύ, οι γυάλινες φιάλες πλένονται σε διάλυμα καυστικής σόδας υψηλής θερμοκρασίας, για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Τέλος, μεγάλες ποσότητες πόσιμο νερού ξεπλένουν τις φιάλες ώστε να απομακρυνθεί κάθε ίχνος του διαλύματος.

7) Έλεγχος φιαλών.

Κάθε φιάλη ελέγχεται ηλεκτρονικά (από μηχανήμα) για να επιβεβαιωθεί ότι είναι καθαρή και χωρίς ελαττώματα.

8) Γεμιστικό.

Γεμίζει αυτόματα τα μπουκάλια με COCA COLA και τοποθετεί τα πώματα. Ακολουθεί κωδικοποίηση και η ημερομηνία λήξης. Ποιοτικός ελεγκτής γραμμής εμφιάλωσης – εγκυτίωσης, έλεγχος στο νερό, αλκαλικότητα, pH,θολερότητα, cl,TDS. Επίσης γίνεται έλεγχος στην ημερομηνία λήξης της φιάλης Pet και Cap. Έλεγχος στην εμφάνιση της φιάλης όπως στη θέση label, στην μακέτα (κουτί), έλεγχος για χτυπήματα και σημάδια. Το μικροβιολογικό εργαστήριο ασκεί ελέγχους από το ξεκίνημα ως το τέλος παραγωγής έτοιμου προϊόντος για ζύμες, μούχλες, ολικά βακτήρια.

9) Εγκιβωτιστείς και Αποθήκευση.

Τα γεμάτα μπουκάλια τοποθετούνται αυτόματα στα κιβώτια και στη συνέχεια σε παλέτες. Γίνεται έλεγχος κατά τον εγκιβωτισμό στην ημερομηνία λήξης του κιβωτίου. Στην κατάσταση κιβωτίου (ευστάθεια, στιβαρότητα, barcode) και έλεγχος της κατάστασης της παλέτας (ευστάθεια, στιβαρότητα, lot tracking, ιχνιλισιμότητα προϊόντος.

10) Φορτηγό και Διάθεση.

Τα κιβώτια με COCA COLA φορτώνονται στα φορτηγά και διανέμονται στα διάφορα σημεία πώλησης.

ΙΣΤΟΡΙΑ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΗΣ AMITA

Η ιστορία της:

Η Amita είναι μια πραγματικά μεγάλη οικογένεια χυμών για όλες τις προτιμήσεις. Η οικογένεια χυμών Amita έχει μεγάλη ιστορία και σημαντική παρουσία στην Ελληνική αγορά.

-Η Amita, ο πρώτος συσκευασμένος φυσικός χυμός, εμφανίστηκε στην ελληνική αγορά το 1983.

-Ήταν και παραμένει μέχρι σήμερα ο Νο 1, σε προτίμηση, χυμός των Ελλήνων καταναλωτών και η μεγαλύτερη οικογένεια χυμών στην Ελλάδα.

-Για την παραγωγή των προϊόντων Amita χρησιμοποιούνται οι καλύτερες ποικιλίες φρούτων, ώστε να προσφέρουν πολύτιμα θρεπτικά συστατικά στους καταναλωτές.

-Όλες οι γεύσεις και τα προϊόντα των χυμών Amita είναι αποτέλεσμα του Τμήματος Έρευνας και Ανάπτυξης της COCA COLA τρία Έψιλον, με στόχο την παραγωγή χυμών με θρεπτικά συστατικά που ανταποκρίνονται στις ανάγκες του οργανισμού.

-Όλοι οι χυμοί παράγονται χωρίς συντηρητικά και με αυστηρά κριτήρια ποιότητας. Συσκευάζονται σε ειδικές ασηπτικές, ερμητικά κλειστές συσκευασίες που διατηρούν τις βιταμίνες, τα θρεπτικά συστατικά και την υπέροχη γεύση των φρούτων.

Η αγαπημένη οικογένεια των χυμών Amita προσφέρει και άλλες επιλογές, ώστε να μην μείνει κανείς <<παραπονεμένος>>:

-Amita Motion

Ο πρώτος 100% φυσικός χυμός με 9 φρούτα και 7 βιταμίνες.

-Amita Fun

Ο πρώτος παιδικός χυμός με βιταμίνες B,C και E σε 4 Fun γεύσεις (μήλο, φράουλα, μπανάνα, ροδάκινο).

Amita Fun Ice Lollies σε 3 γεύσεις (πορτοκάλι, μήλο, φράουλα) και τις Amita Fun Καραμελίτσες με βιταμίνη C, χωρίς ζάχαρη μια νέα κατηγορία στην αγορά ζαχαρωδών, που συνδυάζει την καραμέλα με το χυμό.

-Amita Smoothies

Ένα πρωτοποριακό και απολαυστικό προϊόν σε δύο γεύσεις, φράουλα και ροδάκινο, που συνδυάζει τις διατροφικές αξίες του χυμού με τα πολύτιμα θρεπτικά συστατικά του γάλακτος.

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΑΜΙΤΑ

1) Δεξαμενή νερού.

Το νερό του δικτύου ή το νερό πηγής δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί όπως είναι για την παρασκευή χυμών. Γι' αυτό υπόκειται σε διάφορες μορφές επεξεργασίας. Το νερό, αφού επεξεργαστεί κατάλληλα και ελεγχθεί στο συγκρότημα επεξεργασίας νερού, αποθηκεύεται στη δεξαμενή νερού.

2) Δεξαμενές χυμών.

Ο χυμός των φρούτων παραλαμβάνεται σε συμπυκνωμένη μορφή και αφού ελεγχθεί, αποθηκεύεται σε δεξαμενές χυμών.

3) Παρασκευαστήριο.

Στο παρασκευαστήριο γίνεται η κατάλληλη ανάμειξη νερού και χυμού. Ακολουθεί ο έλεγχος των ποιοτικών χαρακτηριστικών του χυμού.

4) Παστερίωση.

Σε ειδικό μηχάνημα ο χυμός παστεριώνεται για 30 δευτερόλεπτα στους 920 βαθμούς Κελσίου. Με αυτόν τον τρόπο απομακρύνονται τυχόν μικροοργανισμοί από το τελικό προϊόν ώστε να είναι πλέον έτοιμο να συσκευασθεί.

5) Γεμιστική Μηχανή.

Στο μηχάνημα αυτό γίνονται πολλές εργασίες:

- αποστείρωση του θαλάμου γεμίσματος
- η τροφοδοσία του μηχανήματος με χαρτί συσκευασίας σε μορφή ρολού
- το ξετύλιγμα του χαρτιού από το ρολό
- η εφαρμογή της βοηθητικής ταινίας συγκόλλησης
- η αποστείρωση του χαρτιού
- η διαμόρφωση του αποστειρωμένου χαρτιού σε σωλήνα με τη βοήθεια της ταινίας συγκόλλησης στο θάλαμο γεμίσματος
- το γέμισμα του χάρτινου σωλήνα με παστεριωμένο χυμό
- το κλείσιμο και το <<κόψιμο>> του κουτιού
- η προώθηση του κουτιού στον αναδιπλωτή για να κολληθούν τα <<αυτιά>> του
- η εκτύπωση της ημερομηνίας λήξης

Η ακριβής λειτουργία κάθε εργασίας ελέγχεται ηλεκτρονικά, ώστε να εξασφαλίζεται η ομαλή τροφοδοσία της αλυσίδας και των υπόλοιπων συσκευαστικών μηχανημάτων, αλλά και η άριστη ποιότητα του τελικού προϊόντος.

6) Μηχανή επικόλλησης (καπάκι, καλαμάκι).

Εδώ τοποθετείται το καπάκι, στην περίπτωση των συσκευασιών του λίτρου, ενώ για μικρότερες συσκευασίες, το καλαμάκι.

7) Πακεταριστικό – Συρρικνωτικό.

Τα κουτιά με το χυμό στις μεγάλες συσκευασίες τοποθετούνται από αυτό το μηχάνημα σε κλειστά κιβώτια. Οι μικρές συσκευασίες τοποθετούνται σε χαρτόδισκους και μετά περιτυλίγονται με φιλμ, για σταθερότερη μεταφορά, ευκολία στην αποθήκευση και προστασία από τη σκόνη.

8) Παλετοποίηση.

Εδώ τα κιβώτια τοποθετούνται σε παλέτες. Γίνεται έλεγχος κατά την παλετοποίηση για την ευστάθεια, στιβαρότητα και barcode του κιβωτίου και της παλέτας.

9) Φορτηγό – Διάθεση.

Τα κιβώτια φορτώνονται στα φορτηγά και κατόπιν διανέμονται στα διάφορα σημεία πώλησης.

Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΟΥ ΑΥΡΑ

Η ιστορία του:

Κατά τη μυθολογία, η πανέμορφη Αύρα, κόρη του Τιτάνα Λήλαντα και της νόμφης Περίβοιας, ήταν ακόλουθος της Θεάς Αρτεμης και γρήγορη σαν τον άνεμο. Τόσο μαγευτική ήταν η ομορφιά της, που ο Διόνυσος έστειλε τη Θεά Αφροδίτη να μεσολαβήσει για να την κατακτήσει. Το ζευγάρι απέκτησε δίδυμα, αλλά το ένα πέθανε και ο αβάσταχτος πόνος για το χαμό του έκανε την Αύρα να χάσει τα λογικά της και να πέσει στο ποταμό Σαγγάριο για να πνιγεί. Για καλή της τύχη, ο Δίας τη λυπήθηκε και για να τη λυτρώσει, τη μεταμόρφωσε σε πηγή.

Στις μέρες μας η λέξη << αύρα >> σημαίνει δροσερή πνοή, ελαφρύ φύσημα ανέμου, διάφανη δύναμη που συνοδεύει ένα ξεχωριστό άνθρωπο.

Τι σημαίνει για την COCA COLA Τρία Έψιλον ΑΥΡΑ:

Για την COCA COLA Τρία Έψιλον ΑΥΡΑ σημαίνει άριστη και σταθερή ποιότητα, σημαίνει το πρώτο στις προτιμήσεις Φυσικό Μεταλλικό Νερό στη Ελλάδα όπου εμφανίστηκε στην Ελληνική αγορά το 1989.

Το 2001: Η οικογένεια ΑΥΡΑ διευρύνεται με την εμφάνιση του Ανθρακούχου Φυσικού Μεταλλικού Νερού ΑΥΡΑ.

Το 2002: Αναnevώνεται η εμφάνιση του Φυσικού Μεταλλικού Νερού ΑΥΡΑ με την κυκλοφορία σε καλαίσθητη πρακτική, διάφανη συσκευασία.

Το 2005: Λανσάρεται το ΑΥΡΑ ΜΠΛΟΥΜ το πρώτο Φυσικό Μεταλλικό Νερό που απευθύνεται σε παιδιά με τις φιγούρες του Στρούμφ να πρωταγωνιστούν στη μικρή συσκευασία των 330 ml ειδικά σχεδιασμένη για παιδιά.

Το 2006: Το Ανθρακούχο Φυσικό Μεταλλικό Νερό ΑΥΡΑ παρουσιάζει νέα γραφικά ετικέτας και νέο χρώμα στην συσκευασία του. Παρουσιάζεται το ΑΥΡΑ Active cap ένα νερό <<εν δράσει>> με εργονομικό μπουκάλι, που εφαρμόζει τέλεια στο χέρι και διαθέτει εύχρηστο καπάκι, για εύκολη μεταφορά και ελεγχόμενη κατανάλωση.

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΑΥΡΑ

1) Νερό πηγής.

Το νερό αντλείται από την πηγή, ελέγχεται φυσικοχημικά και μικροβιολογικά και προωθείται στο γεμιστικό μηχάνημα.

2) Παραγωγή φιαλών.

Σε αυτό το μηχάνημα προωθούνται τα προπλάσματα των φιαλών μεταφοράς και κατασκευάζονται οι πλαστικές φιάλες.

3) Πλυντήριο φιαλών.

Οι φιάλες μπαίνουν στο περιστροφικό πλυντήριο όπου ψεκάζονται και στραγγίζονται με αποστειρωμένο νερό. Από εκεί προωθούνται στο γεμιστικό μηχάνημα της γραμμής.

4) Γεμιστικό (φίλερ).

Αυτό το μηχάνημα γεμίζει τις φιάλες που μεταφέρονται από το πλυντήριο, με καθαρό νερό πηγής και τοποθετεί τα πώματα.

5) Αυτόματο μηχάνημα επικόλλησης ετικετών.

Εδώ επικολλούνται οι ετικέτες σε κάθε γεμάτη φιάλη και αμέσως μετά, ακολουθεί η κωδικοποίηση των φιαλών με την ημερομηνία λήξης και τον κωδικό παραγωγής.

6) Συσκευαστικό.

Εδώ οι γεμάτες φιάλες με νερό ομαδοποιούνται σε μονάδες των 6, 12 και 24 φιαλών, τυλίγονται με φιλμ και στη συνέχεια, πακετάρονται.

7) Παλετοποίηση.

Εδώ τα πακέτα παλετάρονται ανά συσκευασία και τυλίγονται άλλη μια φορά με φιλμ για την προστασία τους.

8) Αποθήκευση φιαλών.

Τα κιβώτια αποθηκεύονται ανά συσκευασία φιάλης και κωδικό παραγωγής.

9) Φόρτωση - Αποστολή.

Τα κιβώτια ΑΥΡΑ φορτώνονται στα φορτηγά και κατόπιν διανέμονται στα διάφορα σημεία πώλησης.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η Coca Cola Τρία Έψιλον αντιμετώπισε την παγκόσμια οικονομική κρίση στηριζόμενη στην Διοίκηση Ολικής Ποιότητας.

Οι σοφοί πρόγονοι μας έλεγαν ότι «ουδέν κακόν αμιγές καλού» και η ρήση αυτή βρίσκει για άλλη μία φορά την επιβεβαίωση της στην παγκόσμια οικονομική κρίση που ζούμε, η οποία εκτός των άλλων υπενθύμισε σε όλη την αγορά ότι η σταθερότητα και η βιωσιμότητα είναι εξίσου σημαντικοί παράγοντες με την ανάπτυξη και την οικονομική επιτυχία και θα πρέπει να τεθούν ακριβώς δίπλα τους στην ιεραρχία.

Αυτή η πεποίθηση εξάλλου έχει οδηγήσει την Coca Cola Τρία Έψιλον, στις τέσσερις δεκαετίες δράσης της ως υπεύθυνου εταιρικού πολίτη, να αποφασίζει και να πράττει στηριζόμενη στην πεποίθηση ότι για να είναι μακροπρόθεσμα επιτυχημένη, πρέπει να δημιουργεί αξία όχι μόνο για τους μετόχους της αλλά και για όλους τους κοινωνικούς της εταίρους: η επιχειρηματική ανάπτυξη δεν μπορεί να υπάρξει χωρίς τη φροντίδα των εργαζομένων, την προστασία του περιβάλλοντος, τη συνεισφορά στην υπεύθυνη λειτουργία της αγοράς και τη στήριξη των κοινωνιών στις οποίες δραστηριοποιείται η επιχείρηση. Για το λόγο αυτό εξάλλου, το 2008 η Εταιρεία Coca Cola Τρία Έψιλον υποστήριξε την ίδρυση του Ελληνικού παραρτήματος του Οικουμενικού Συμφώνου του ΟΗΕ (Global Compact).

Διοίκηση Ολικής Ποιότητας σημαίνει:

- Ποιότητα στην Οργάνωση δίνοντας έμφαση στην Κοινωνική Υπευθυνότητα.
- Συνεισφορά στην υπεύθυνη λειτουργία της αγοράς. (Ποιότητα Προϊόντων).
- Ποιότητα στο χώρο εργασίας.
- Προστασία του περιβάλλοντος.
- Στήριξη των Κοινωνιών που δραστηριοποιείται η επιχείρηση.

1.Οργάνωση

A. Η Coca Cola Τρία Έψιλον προσεγγίζει και διαχειρίζεται συστηματικά την Κοινωνική Υπευθυνότητα:

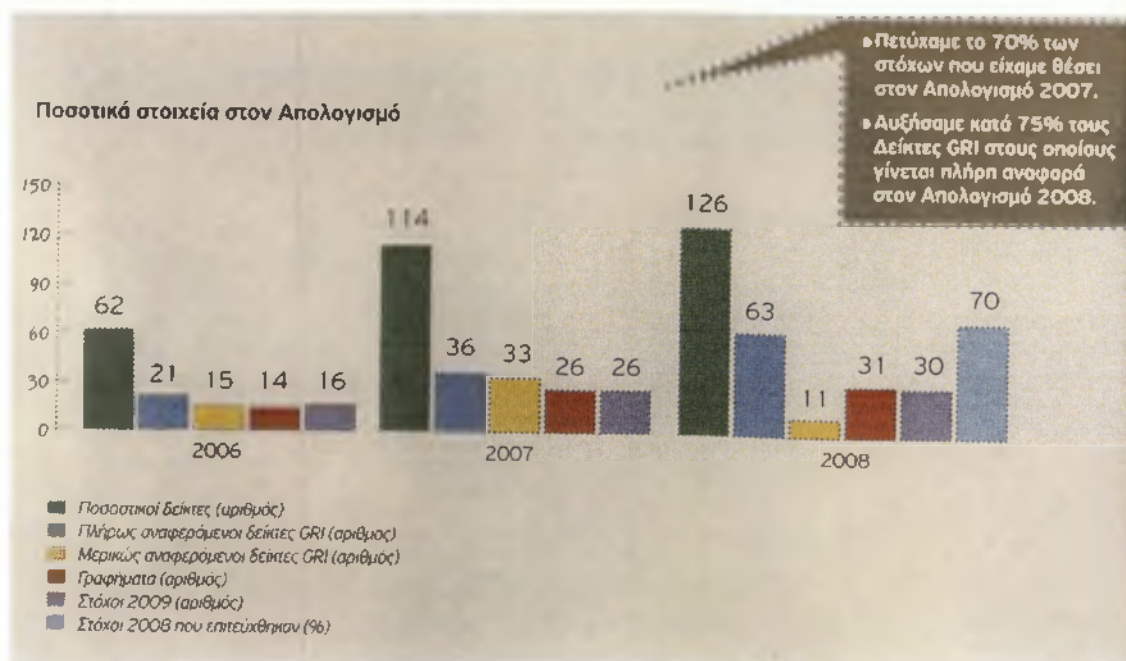
- Στηρίζοντας την Κοινωνία
- Προστατεύοντας το Περιβάλλον

- Συνεισφέροντας στην Αγορά
- Φροντίζοντας το Χώρο Εργασίας.

Β. Όλοι οι εργαζόμενοι τηρούν τον Κώδικα Επαγγελματικής Δεοντολογίας ο οποίος συνοψίζεται στην αρχή «Πρέπει κάθε εργαζόμενος να συμπεριφέρεται με ακεραιότητα και να τηρεί κάθε υπόσχεση που δίνει σε όλα τα ζητήματα»

Γ. Ανανεώθηκαν οι πιστοποιήσεις κατά ISO9001, ISO14001, OHSAS18001, ISO22000, και HACCP για όλες τις Μονάδες της στο πλαίσιο της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας.

Δ. Αύξησε κατά 10 % τον αριθμό των ποσοτικών δεικτών γενικά και 75 % τον αριθμό των δεικτών GRI.



2. Αγορά

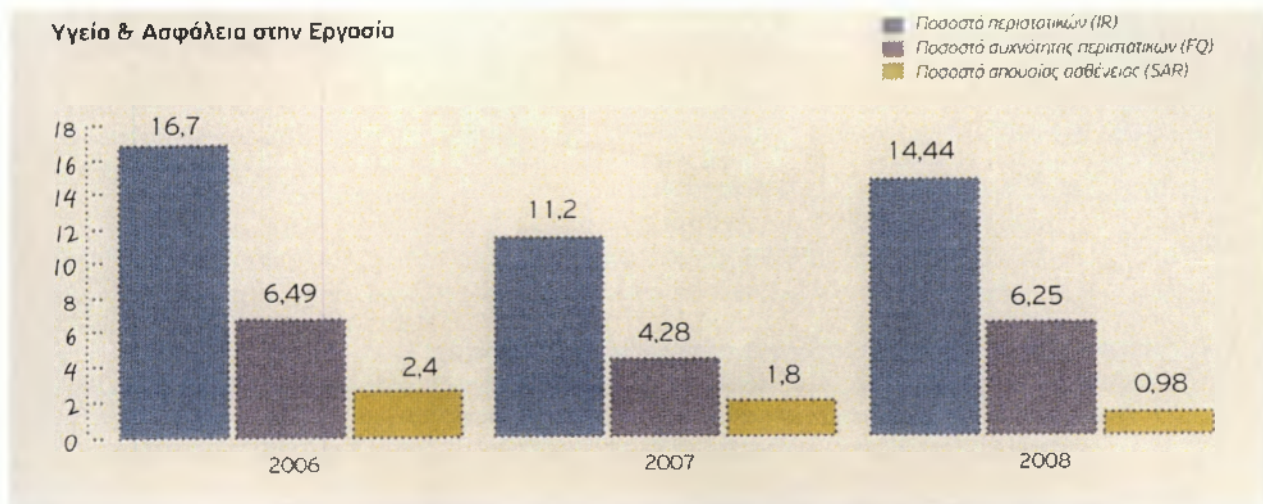
Για την Αγορά στόχος της είναι, η παροχή προϊόντων και υπηρεσιών εξαιρετικής ποιότητας, που καλύπτουν τις ανάγκες και επιθυμίες των καταναλωτών, υπεύθυνη εσωτερική λειτουργία της Εταιρείας, καθώς και η συνεισφορά στην υπεύθυνη λειτουργία των πελατών, των προμηθευτών και της αγοράς στην οποία δραστηριοποιείται.

- Πέτυχε όλοι οι κύριοι προμηθευτές να έχουν υπογράψει τις Κατευθυντήριες Αρχές της Εταιρείας.

- Επαναπιστοποιήσε όλες τις Μονάδες παραγωγής της κατά ISO 9001.
- Αναγράφει αναλυτικά διατροφικά στοιχεία, στις συσκευασίες όλων των προϊόντων της.
- Βελτίωσε κατά 29% την ικανοποίηση των καταναλωτών της, από τον τρόπο που απάντησε στις κλήσεις τους.
- Αύξησε κατά 5% το ποσοστό των πελατών με τους οποίους έχει εξαιρετική σχέση.

3.Χώρος Εργασίας

Η Coca Cola Τρία Έψιλον πιστεύει ότι η επιτυχία της βασίζεται, κατά κύριο λόγο, στους ανθρώπους της. Αυτοί είναι που, σε καθημερινή βάση, δημιουργούν, αποφασίζουν, λαμβάνουν πρωτοβουλίες, συμμετέχουν και υλοποιούν το όραμα και τις αξίες της Εταιρείας, στηρίζοντας συγχρόνως την υπεύθυνη λειτουργία της.



- Η Coca Cola Τρία Έψιλον πέτυχε τον στόχο για μηδέν θανατηφόρα ατυχήματα, για 5^ο συνεχή χρόνο.
- Καταδικάζει την καταναγκαστική, καταχρηστική και παιδική εργασία ακολουθώντας στην πράξη την Διεθνή Διακήρυξη για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα του ΟΗΕ και στις δέκα αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου του ΟΗΕ.
- Αντιμετωπίζει ισότιμα τους εργαζομένους (π.χ. λόγω φυλής, πολιτικών πεποιθήσεων, θρησκευματος, καταγωγής, σεξουαλικού προσορισμού, ηλικίας, ειδικών αναγκών, φύλου).
- Δίνει την ευκαιρία να αναπτύξουν την καριέρα τους.
- Αξιοκρατία στις αμοιβές.
- Σέβεται τα εργασιακά δικαιώματα.
- Εκπαιδεύει τους εργαζομένους ώστε να αναπτύξουν τεχνικές και διοικητικές δεξιότητες.

4. Περιβάλλον

Η Coca Cola Τρία Έψιλον είναι μια αναπτυσσόμενη επιχείρηση και όπως είναι φυσικό, οι ανάγκες της σε φυσικούς πόρους διαρκώς αυξάνονται, αφού είναι ανάλογες της παραγωγής της. Ωστόσο, η Εταιρεία έχοντας επίγνωση των παγκοσμίων περιβαλλοντικών προβλημάτων, όπως η έλλειψη νερού και πρώτων υλών και η απειλή των κλιματικών αλλαγών, εργάζεται για να βελτιώσει την αποδοτικότητα που έχει στη χρήση των φυσικών πόρων, όπως το νερό, η ενέργεια, οι πρώτες ύλες κ.τ.λ.

- Η Εταιρεία ενημέρωσε πάνω από 120.000 Έλληνες για τους τρόπους υπεύθυνης κατανάλωσης νερού.
- Ευαισθητοποίησε πάνω από 5,4 εκατ. Έλληνες στο θέμα της προστασίας του νερού.
- Αύξησε 12,1% την αναλογία φυσικού αερίου για παραγωγή ενέργειας στις Μονάδες της.
- Εγκατέστησε 3.431 ψυγεία τύπου EMS (χαμηλής κατανάλωσης ενέργειας) σε σημεία πώλησης.
- Αύξησε κατά 3,6% το ποσοστό ψυγείων με φιλικότερα για τη στοιβάδα του Όζοντος υλικά.
- Εξοικονόμησε 1.097 τόνους ρητίνης, από τη μείωση βάρους των συσκευασιών της.
- Αύξησε κατά 12,6% την αναλογία στερεών αποβλήτων που ανακύκλωσε, σε σχέση με το 2007.
- Μείωσε κατά 191 τόνους τα στερεά απορρίμματα προς απόρριψη, σε σχέση με το 2007.
- Εκπαίδευσε 630 εργαζομένους στην οικολογική ασφαλή οδήγηση.

5. Στηρίζοντας την Κοινωνία

Πεποίθηση της Εταιρείας είναι ότι η επιχειρηματική ανάπτυξη και αειφορία συμβαδίζουν με την κοινωνική ανάπτυξη και ευημερία και για το λόγο αυτό, στη διάρκεια των σχεδόν 40 χρόνων λειτουργίας στην Ελλάδα, δηλώνει συμμετοχοί και αρωγοί σε προσπάθειες που βοηθούν το συνάνθρωπο και συνεισφέρουν στη βελτίωση της ζωής του. Η δέσμευση αυτή πηγάζει από συναίσθημα υπευθυνότητας και όχι απλής υποχρέωσης, στηρίζεται στις θεμελιώδεις αξίες που τηρούνται από το σύνολο των ανθρώπων της Coca Cola Τρία Έψιλον και μετουσιώνεται σε πράξη, μέσω προγραμμάτων κοινωνικής συνεισφοράς και επιστροφής μέρους των εσόδων από την επιχειρηματική της δραστηριότητα, στους συνανθρώπους της και τις τοπικές κοινωνίες.

- Συνέλαβε στην αντιμετώπιση πάνω από 15.500 ιατρικών περιστατικών και διάνειμε πάνω από 70.000 ενημερωτικά έντυπα, σε 27 ακριτικά νησιά, με το πρόγραμμα «ιατρική απόβαση στα ελληνικά νησιά».
- Συνέβαλε στην εκπαίδευση πάνω από 25.000 μαθητών και 1250 δασκάλων στη σωστή διατροφή και άσκηση με το πρόγραμμα «Μέτρο Ποικιλία Ισορροπία».

- Αύξησε σε 128 τους εργαζόμενους που έχουν εθελοντική δράση που αντιστοιχούν σε πάνω από 5% του συνόλου των εργαζομένων.
- Σύλλεξε 24 φιάλες αίμα από αιμοδοσία.
- Έδωσε σε 25 φοιτητές τη δυνατότητα να κάνουν την πρακτική τους.
- Την επισκέφθηκαν μαθητές από 92 σχολεία.
- Αύξησε την αναλογία τοπικών χορηγιών στο σύνολο κατά 27%.

Μήνυμα από το Γενικό Διευθυντή

Τα παραπάνω σε καμία περίπτωση δε σημαίνουν ότι έχουμε πετύχει το στόχο μας, αλλά αντιθέτως, αναγνωρίζουμε ότι έχουμε ακόμη πολύ δρόμο μπροστά μας, για να ανταποκριθούμε στις ανάγκες και απαιτήσεις όλων των Κοινωνικών μας Εταίρων. Προκλήσεις που αντιμετωπίζουμε ήδη ή θα αντιμετωπίσουμε στο άμεσο μέλλον, αποτελούν μεταξύ άλλων:

- Το ολοένα και εντονότερο πρόβλημα της λειψυδρίας και της κλιματικής αλλαγής. Ίσως μάλιστα η σημερινή κρίση να μας δίνει μία πρόγευση του τι θα επακολουθήσει, εάν δεν αντιμετωπίσουμε αποτελεσματικά το επερχόμενο κίνδυνο των Κλιματικών Αλλαγών.
- Η περαιτέρω διάχυση υπεύθυνων πρακτικών στη σφαίρα επιρροής μας (όπως η αλυσίδα αγορών και πωλήσεων).
- Η αυξανόμενη ανάγκη των καταναλωτών για πληρέστερη ενημέρωση, σχετικά με διατροφικά στοιχεία.
- Η διαφοροποίηση των διατροφικών αναγκών των καταναλωτών μας
- Η αξιολόγηση και ο έλεγχος των στοιχείων που δημοσιεύουμε από ανεξάρτητο φορέα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Total quality management

<George Stefen, Weimerskirch, Arnold, John Wiley>

The text book of total quality in health care

<Schnele, June>

Μανατζμεντ ολικής ποιότητας από τον Deming στον Taguchi και το στατιστικό έλεγχο των διεργασιών (SPC).

<Λογοθέτης Νικόλαος>

Μανατζμεντ ολικής ποιότητας

<James Paul>

Μανατζμεντ ολικής ποιότητας

<Charless N Weaver>

ISO 9000 – ISO 14000

<Ευστρατιάδης, Μπουτουρόπουλος, Αρβανητογιάννης>

Ολοκληρωμένο μανατζμέντ

<Λένου, Φανή, Μπεσίλα- Βίκα, Ευριδίκη>

Μανατζμεντ : θεωρητικό υπόβαθρο συγχρονες πρακτικές

<Μπουραντάς Δημήτρης, Γ. Μπένου>