

1. Ettevõtte andmed

Ettevõtte nimi:	Triip AS
Tegevusala:	Trükkimine
Põhitegevus:	Trükkimine ja kujundus
Linn/riik:	Tartu/Eesti
Asutamisaasta:	1993
Ettevõtte asukohtade arv (2004):	1
Kodulehekülg:	www.triip.ee
Töötajate arv (2004):	Täisajaga – 15, osalise tööajaga – 0; naisi 9, mehi 6
2004. aasta käive (€):	900 000

2. Vastutustundliku äritegevuse põhiteemad

Vastutustundliku tegevuse valdkonnad:	<input type="checkbox"/> Ärieetika <input type="checkbox"/> Töökoht <input checked="" type="checkbox"/> Keskkond <input checked="" type="checkbox"/> Turg <input type="checkbox"/> Kogukond
Põhiküsimused:	<input checked="" type="checkbox"/> Keskkonnajuhtimine <input checked="" type="checkbox"/> Jätkusuutlik äritegevus ja tooted <input checked="" type="checkbox"/> Keskkonnaaruandlus ja keskkonnamõjude mõõtmine <input checked="" type="checkbox"/> Kogukonna ja töötajate kaasamine
Motivaatorid vastutustundlikuks tegevuseks:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ettevõtte juhtide isiklik taust, huvid, maailmavaade ja väärtused ▪ Konkurentidest eristumine ▪ Sellise töökoha loomine, kus tahetakse töötada iga päev ▪ Töötajatest hoolimine: huvi pikaajalise koostöö vastu, mistõttu püütakse ära hoida töötajate liigne väsitamine ja luuakse meeldiv keskkond, mis võimaldab neil töötada maksimaalse efektiivsusega ▪ Töötajate ja nende perede teadlikkuse tõstmine loodussõbralikust elustiilist, andes neile sellest töökohal esmase kogemuse
Näited vastutustundlikust ettevõtlusest:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rohelise Energia kasutamine ▪ Ettevõtte maja ümberehitus ökoloogilisi ehitusmaterjale ja ehituspõhimõtteid kasutades ▪ "Oma" metsa haldamine, mille on istutanud ettevõtte oma töötajad ja nende pered ▪ Rohelise Trükise tutvustamine Eesti turul
Kas nimetatud tegevused on osa laiemast äristrateegiast? Jah/Ei? Kuidas?	<p>Jah:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Jätkusuutlikku arengut ja rohelist tootmist väärtustavate klientide leidmine ▪ Konkurentidest eristumine
Ärilised kasud:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Eristumine ökoloogiliselt vastutustundliku tootega ▪ Lojaalsed kliendid ▪ Töötajate motivatsiooni suurenemine, väga madal tööjõu voolavus ▪ Hea tööandja maine, kelle juurde soovitakse tööle tulla ▪ Hea reputatsioon ja tuntus tänu meedia suurele tähelepanule (televisioon, artiklid ajalehtedes)
Sidusgrupid/kasusaajad:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Töötajad, kaasa arvatud juhtkond ▪ Kliendid ▪ Hankijad ▪ Ühiskond ja keskkond
Kasud ühiskonnale/sidusgruppidele:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tervislikum, rõõmsam, prestiižsem, produktiivsem ja loomingulisem töökoht töötajatele

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Suurenenud keskkonnateadlikkus, roheline eluviisiga kokkupuute pakkumine kõigile, kes ettevõttega koostööd teevad ▪ Parem keskkond – (paberi) taaskasutuse, jätkusuutliku metsanduse ja loodusliku energia kasutamise propageerimine
Keda ja kuidas teavitati oma tegevusest:	<p>Kliente, partnereid ja ühiskonda laiemalt:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ettevõtte ja Rohelise trükise koduleheküljel ▪ meedia ▪ tutvustavad materjalid reklaamiagentuuridele ▪ bännerid keskkonna ja keskkonnasõbraliku eluviisiga seotud kodulehekülgedel
Auhinnad/sertifikaadid/ muu tunnustus:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rohelise Energia sertifikaat (2001) ▪ 2003. aastal Tartu Linnavalitsuse poolt korraldatud keskkonnasõbraliku ettevõtte konkursil tunnustati Triipu jätkusuutliku tootmisprotsessi kujundamise eest
Väljakutsed algatuste elluviimisel:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rohelise Trükise kontseptsioon on veel uudne ja selle tutvustamine ühiskonnas võtab rohkesti energiat
Täiendav informatsioon:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Roheline Trükis http://www.rohelinetrykis.ee ▪ Triibu keskkonnaaruanne 2002-2004 http://www.triip.ee/jalq.pdf

3. Vastutustundliku äritegevuse kirjeldus

2001. aastal alustas trükikoda Triip keskkonnasõbraliku tegevuse kujundamist.

2001. aasta veebruaris hakati vanapaberit ja –pappi eraldi kokku koguma. Augustis kolis trükikoda uude majja, mis on rekonstrueeritud ökoloogilisi ehitusmaterjale kasutades. Detsembris sai Triip Rohelise Energia sertifikaadi ja hakkas iga-aastast ressurside tarbimist mõõtma absoluutnäitajates (kg, kWh, m³ jne) (ökoloogilise jalajälje kontseptsioon). Teistele ettevõtetele ja organisatsioonidele, kes kasutavad Rohelist Energiat, pakutakse kõiki oma tooteid ja teenuseid 5%-lise hinnaalandusega.

2002. aastast alates on Triip andnud välja oma keskkonnaaruannet, mis on kättesaadav ettevõtte kodulehel.

2003. aasta alguses võttis Triip vastu oma keskkonnapoliitika.

Tootmises ja kontorivarustuses püütakse maksimaalselt kasutada keskkonnasõbralikku tehnoloogiat. Ettevõtte tavade hulka kuulub iga-aastane "oma metsa" eest hoolitsemine, mille istutasid Triibu töötajad. Selle kõrval algatatakse koos teisigi keskkonnaalaseid tegevusi.

Ettevõttesiseste keskkonnasõbralike tegevuste arendamise kõrval propageerib Triip rohelist toimimist teistes seotud tööstustes – nt metsandus (vastuseis ülemäärasele puude mahavõtmisele ja metsakoosluste hävimisele), paberi tootmine (puidu ostmine tootjatelt, kes on sertifitseeritud *Forest Stewardship Council*-i poolt) – ja edendab seda tarbijate hulgas, kutsudes neid üles kaitsma keskkonda oma jäätmete taaskasutusega.

Triibu missiooni osaks on Rohelise Trükise tutvustamine Eesti turul. Teenus on arendatud tihedas koostöös Eestimaa Looduse Fondiga ja seda tutvustab eraldi kodulehekülj (viide on toodud eelneva punkti täiendava informatsiooni lahtris).

Valides Rohelise Trükise, vähendab klient märkimisväärselt ja lihtsalt oma tegevuse mõju keskkonnale, kuna

- Rohelises Trükises kasutatakse naftakeemia asemel looduslikke õlisid ja vaike,
- Rohelises Trükises kasutatakse ainult sertifitseeritud või taaskasutatud paberit,
- Rohelise Trükise valmistab keskkonnateadlik trükifirma Triip,
- Tellides Rohelist Trükist toetab ta Eestimaa Looduse Fondi.

Rohelise Trükise teenuse kasutajatel on õigus oma trükisele panna vastav logo ja soovi korral lisada sinna tekst: "See trükis on trükitud ümbertöödeldud/FSC sertifikaadiga paberile. Trükkimisel on kasutatud looduslike õlide ja vaikude baasil valmistatud värve". See toetab keskkonnateadlikkust laiema sihtgrupi hulgas kõikjal, kus tooteid jaotatakse. Lisaks sellele on Rohelise Trükise tellijate nimekiri avalikult väljas Triibu Rohelise Trükise kodulehel.

2005. aasta mais viis Triip läbi Rohelise Trükise kampaania, et julgustada oma kliente valima selle toote kasuks. Kampaania osaks oli Rohelise Trükise hindade alandamine tavatrükiteenuse tasemele ja puuseemnete jagamine koos nende istutamise juhendiga kõigile huvitatutele. Viimane on saanud ettevõtte suveniiriks/kingituseks oma klientidele ja partneritele ning aitab tõsta teadlikkust Eesti metsade jätkusuutlikust majandamisest.

Kõiki eespoolnimetatud aspekte arvestades positsioneerib Triip end kõige keskkonnateadlikuma trükikojana Eestis.

Suhetes töötajatega väärtustab Triip kõrgelt oma inimesi ja nende perekondi. Koos tehakse mitmesuguseid tegevusi (nt. juba tutvustatud metsaistutamist ja -hooldust). Samuti on ettevõtte kontor kujundatud kena ja lõõgastava atmosfääri loomiseks, kus töötajatele meeldib töötada ja kus nad saavad seda teha end mugavalt tundes.

Triip on sponsoriks mõnele suuremahulisele avalikele spordi- ja kultuuriüritustele (Battle of the Est – rahvusvaheline noorte breiktantsuvõistlus, Sempel Session – noorte ekstreemspordiüritus, Eesti Purjelaulaliit, Tartu Ülikooli Võrkpalliklubi "Volle", Eesti Teatri Festival).

4. Kasutamine koolitusel

A) Täiendav teave antud juhtumikirjelduse kasutamiseks koolitusel (olulisuse kriteeriumid: vastutustundliku ettevõtluse valdkonnad)

Mis on Roheline Energia (vt ka www.roheline.energia.ee)

Roheline Energia on Eesti Energia AS, Eestimaa Looduse Fondi ja sadade toetajate kaasabil käivitatud osalussüsteem taastuvenergia toetuseks ning propageerimiseks.

Rohelise Energia (RE) ostjad tarbivad tuulest ja veest toodetud elektrienergiat ning toetavad taastuvate energiaallikate laialdasemat kasutamist. RE tarbimist kinnitab vastavalt kasutatavale elektrienergia hulgale tarbijale välja antav sertifikaat, millega kaasneb õigus kasutada RE kaubamärki.

Lähtuvalt elektriülekande füüsikast on Rohelise Energia tarbimine tinglik s.t. toodetud taastuvenergia tarnitakse ühtsesse võrku ja see jõuab tarbijani koos põlevkivist toodetud elektrienergiaga.

Samas peetakse Rohelise Energia koguste üle peetakse arvestust: aastas sertifikaatidena müüdav Rohelise Energia maht ei ületa Eesti Energia jaotusvõrgu vahendusel müüdava taastuvenergia hulka. Nii on garanteeritud, et iga müüdav Rohelise Energia kilovatt on ka tegelikkuses kaetud toodetud taastuvenergia hulgaga.

Peamiselt tuulest ja veest toodetud Roheline Energia on maine- ja staatusetood, mis näitab ostja keskkonnateadlikkust ja sotsiaalset vastutust.

Käesolevat juhtumikirjeldust võib kasutada ka järgmistes vastutustundliku ettevõtluse valdkondades:

- Töökoht
- Kogukond

B) Pedagoogilised ettepanekud antud juhtumikirjelduse kasutamiseks koolitusel (olulisuse kriteeriumid: vastutustundliku ettevõtluse valdkonnad)

Mõned ettepanekud antud juhtumikirjelduse kasutamiseks koolitusel.

KESKKOND

Et mõista lähemalt, kuidas võib üks kontor toimida keskkonnasõbralikult oma igapäevases tegevuses, jaga osalejad 3-6-liikmelistesse gruppidesse ja anna neile järgmine ülesanne.

Tihti on nii, et enamik ettevõtteid võiksid toimida palju keskkonnasõbralikumalt ja saaksid nii säästa ka oma kulusid, kui nad sellele rohkem tähelepanu pööraksid. Mõelge oma riigi keskmisele 50 töötajaga ettevõttele. Mida võiks selline ettevõtte teha oma igapäevastes toimingutes, et toetada keskkonna jätkusuutlikkust ja vähendada ka oma kulutusi? Mõelge läbi erinevad protsessid, mis ühe kontori toimimiseks vajalikud on.

Andke gruppidele aruteluks umbes 20 minutit ja paluge neil kirjutada oma ettepanekud pabertahvlile. Osavõtjate koguarvu silmas pidades võite teha kokkuvõtte erinevaid mooduseid kasutades. Võite panna pabertahvlid seintele ja lasta osalejatel ringi jalutada ning tutvuda teiste gruppide lahendustega. Iga rühm võib ka valida välja inimese(d), kes jäävad oma pabertahvli juurde ja tutvustavad teiste gruppide esindajatele oma ideid. Pärast ringkäiku võite lasta inimestel ülesande kohta oma ideid ja kogemusi jagada. Alternatiivina võite paluda mõnel grupil (või kõigil, arvestades ajavaru ja gruppide arvu) teha oma plaanide esitlused. Lõpetuseks võite võtta kokku ettekannete põhipunktid.

TURG

Et mõista uue toote turule toomisega seotud olukorda ja väljakutseid, jagage osalejad 3-6-liikmelistesse gruppidesse ja andke neile järgnev informatsioon.

Rohelise Trükise toomine Eesti turule ei ole jõudnud oma potentsiaalini – teadlikkus ja arusaamine on veel madal, samuti soov toodet toetada. Triibu tegevjuhtkonnana olete otsustanud olukorra parandamiseks midagi ette võtta. Järgneva poole tunni jooksul pange kokku oma plaan võimalikult konkreetsete sammudega selle kohta, mida tahate ette võtta selleks, et rohkem kliente valiks Rohelise Trükise. Arvestage keskmise väikese ja keskmise suurusega ettevõtte ressursidega ja sellega, et peate säilitama kasumlikkuse pikemas perspektiivis.

Poole tunni järel paluge mõnel grupil (või kõigil, arvestades ajavaru ja gruppide arvu) teha oma plaanide esitlused. Teised võivad anda oma kommentaare ja tagasisidet. Ülesande lõpetuseks võite paluda osalejatel kokku võtta klientidele uue toote tutvustamisega seotud põhilised edufaktorid .