

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

کسب و کار سبز

مترجمان

علی شهابی - محمود شهابی



شرکت چاپ و نشر آرزوگانی

مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازار گفتم

سرشناسه	:	میتزر، ریچارد
عنوان و نام پدیدآور	:	Richard, Mintzer
مشخصات نشر	:	کسب و کار سبز / مولف ریچ میتزر؛ (با همکاری انتشارات کارآفرین)؛ مترجمان علی شهابی، محمود شهابی. تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۹۱.
مشخصات ظاهری	:	۱۵۲ ص.؛ مصور؛ جدول، نمودار.
شابک	:	۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۳۱۹-۰
وضعیت فهرست نویسی	:	فیا
یادداشت	:	عنوان اصلی: business: your step-by-step guide to success, c2009 Start your own green.
موضوع	:	فراورده های سبز
موضوع	:	شرکت های اقتصادی جدید -- جنبه های زیست محیطی
موضوع	:	مدیریت -- جنبه های زیست محیطی
شناسه افزوده	:	شهابی، محمود، ۱۳۴۲-، مترجم
شناسه افزوده	:	شهابی، علی، ۱۳۶۶-، مترجم
شناسه افزوده	:	انتشارات کارآفرین
شناسه افزوده	:	Entrepreneur Press
شناسه افزوده	:	شرکت چاپ و نشر بازرگانی
رده بندی کنگره	:	۱۳۹۱ ۹۶۴۲ / ۹۹۹۱ (D)
رده بندی دیویی	:	۶۵۰/۴۰۸۳
شماره کتابشناسی ملی	:	۲۸۷۳۹۷

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۳۱۹-۰

نام کتاب: کسب و کار سبز*

مولف: ریچ میتزر و انتشارات کارآفرینی آمریکا

مترجمان: مهندس علی شهابی (کارشناس ارشد مهندسی صنایع و MBA) و محمود شهابی

اصلاح و صفحه آرایی: سولماز دمندانی

ویرایش ادبی: رامگشا

چاپ اول: ۱۳۹۱

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۷۵۰۰۰ ریال

لینتوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

ناشر: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

تمام حقوق برای ناشر محفوظ است.

نشانی: تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از بلوار کشاورز، شماره ۱۲۰۲، تلفن: ۶۶۹۳۹۳۲۹

وبسایت: www.cppe.ir

* این کتاب برگردانی است از:

Start your own GREEN BUSINESS

پیشگفتار

رسیدن به توسعه پایدار ملزم به برنامه‌ریزی در همه فعالیت‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و محیطی می‌باشد. در این میان کسب و کار سبز یکی از بخش‌های پرتراکم با بیشترین فراوانی در جوامع آینده خواهد بود. تدوین برنامه‌های راهبردی میان‌مدت و بلندمدت با هدف آشنایی و آموزش مصرف‌کنندگان با مزایای محصولات و خدمات سبز و ترغیب و حمایت تولیدکنندگان، خرده‌فروشان، بازار یابان، کارآفرینان و سرمایه‌گذاران با کسب و کارهای سبز هرچند گامی کوچک ولی به دلیل دامنه وسیع مخاطب می‌تواند نقش قابل توجهی در نیل به اقتای اصول توسعه پایدار داشته باشند.

لذا شرکت چاپ و نشر بازرگانی با عنایت به احساس این خلأ در کشور، نسبت به چاپ و نشر این کتاب همت گماشت.

کتاب حاضر می‌تواند مبنای تغییر عمیق و رشد نگرش مخاطبین خود را فراهم آورد، همچنین به عنوان یک منبع کمک درسی با رویکرد یادگیری برای عمل در رشته‌های دانشگاهی بخصوص MBA، کارآفرینی و مدیریت قرار گیرد.

امید است شالوده این کتاب که ماحصل زحمات بسیار بوده است برای مدیران و کارآفرینان کشور به صورتی روشمند در رشد و توسعه پایدار صنعت خود و فرهنگ جامعه موثر بوده و بتواند قدمی هرچند اندک جهت تحقق اهداف عالیه کشور عزیزمان ایران در برداشته باشد.

در پایان لازم است از آقایان مهندس علی شهابی و محمود شهابی که در این زمینه مطالعات و تحقیقات فراوانی داشته‌اند و با تلاش بسیار به ترجمه و به‌روزرآوری مطالب این اثر پرداختند و نیز کلیه همکاران شرکت چاپ و نشر بازرگانی که موجبات چاپ و انتشار آن را فراهم آوردند، تقدیر و تشکر به عمل آید.

مجید نیک‌مهر

مدیرعامل شرکت چاپ و نشر بازرگانی

www.ketab.ir

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

ط.....	مقدمه مترجم
۱.....	فصل اول: مجموعه افکار سبز جهت نیاز به توسعه پایدار
۱.....	"سبز" به چه معناست؟
۲.....	آینده‌نگری و گذشته‌نگری
۳.....	پایداری
۷.....	چرخه عمر اکولوژیکی محصول
۹.....	مجموعه افکار سبز
۱۲.....	یک دفتر کار سبز چه شکلی است؟
۱۲.....	آیا هرگز در یک فروشگاه سبز گام نهاده‌اید؟
۱۳.....	آیا اخیراً در یک کارخانه سبز بوده‌اید؟
۱۳.....	مشاغل خانگی سبز... آیا یکی از آن‌ها را دیده‌اید؟
۱۴.....	به تعادل کشاندن نگرانی‌های بالقوه تجارت به وسیله یک رهیافت زیست‌محیطی
۱۹.....	فصل دوم: تصمیمات شغلی و نگاهی به ۲۲ شغل موفق سبز
۱۹.....	تصمیمات شغلی
۲۰.....	اهداف شخصی‌تان چیست؟
۲۲.....	اهداف مالی‌تان چیست؟



اهداف شغلی‌تان چیست؟	۲۳
اهداف اکولوژیکی شما چیست؟	۲۵
چطور شغل مناسب را انتخاب کنید؟	۲۶
آیا تمایل به فروش دارید؟	۲۷
آیا می‌توانید خدمات ارائه دهید؟	۲۸
در رابطه با تولید؟	۳۰
تناسب شغلی	۳۱
نگاهی به ۲۲ شغل سبز موفق	۳۲
فصل سوم: شناخت مشتریان، بازار هدف و تحقیقات بازار	۵۱
مشتریان و تحقیقات بازار	۵۱
مشتریان چه می‌خواهند؟	۵۲
کنکاش در بازار هدف شما	۵۴
گروه‌های قانونی	۵۷
بهره‌برداری از پژوهش	۶۰
موقعیت مطلوب در بازارها	۶۱
تحلیل رقابت	۶۳
قانون ۲۰-۸۰	۶۶
خطاهای رایج در تحقیقات بازار	۶۶
فصل چهارم: شروع کسب و کار سبز - انتخاب نام، ساختار مکان و انرژی	۶۹
گزینه‌های انتخاب نام، ساختار، مکان و انرژی	۶۹
نام تجاری‌تان را رسمی کنید	۷۱
ساختار شغلی	۷۴
قوانین مرزبندی (منطقه‌بندی)	۷۵
یافتن یک مکان سبز	۷۶
نیازهای شغلی‌تان را بشناسید	۷۹
سبزسازی از پایه	۸۱
اجاره کردن در مقابل خرید و ساخت و ساز	۸۳
یافتن یک بساز و بفروش، معمار یا پیمانکار سبز	۸۵



۸۶	مناطق متروکه
۸۷	گزینه‌های انتخاب انرژی
۸۹	پل‌های خورشیدی و توربین‌های بادی
۹۳	فصل پنجم: ملزومات و برآورد هزینه‌های سرمایه‌گذاری و بهره‌برداری
۹۳	تجهیزات و مبلمان شهری و محاسبه هزینه‌هایتان
۹۴	هزینه‌های اولیه
۹۴	اهمیت رایانه
۹۹	پرینترها و روشن‌های سبز استفاده از آن‌ها
۱۰۰	سیستم‌های تلفنی
۱۰۱	تجهیزات دیگر
۱۰۲	وسایل اداری سبزتر
۱۰۴	مبلمان اداری سبز
۱۰۶	صندلی‌ها و نورپردازی
۱۰۸	چاپ سبز
۱۰۹	طراحان وب‌سایت
۱۱۲	مروری مجدد بر هزینه‌های اولیه
۱۱۵	هزینه‌های جاری
۱۱۷	فصل ششم: مطالعات امکان‌سنجی و یافتن سرمایه‌مورد نیاز
۱۱۷	سبز شدن برای سبز پیش رفتن
۱۱۸	سرمایه‌گذاری سبز
۱۲۰	یافتن سرمایه
۱۳۱	طرح و برنامه تجاری تماماً مهم
۱۳۳	مولفه‌های یک طرح و برنامه تجاری
۱۳۳	خلاصه مواد اجرایی
۱۳۳	ارزیابی صنعت
۱۳۴	شرح کلی شغلی یا عملیاتی
۱۳۴	طرح بازاریابی
۱۳۵	ارزیابی رقابتی

۱۲۶	گروه مدیریت
۱۲۶	طرح و برنامه مالی
۱۲۷	مروری بر طرح و برنامه تجارت تان
۱۲۹	طرح و برنامه سبز شما
۱۳۰	طرح و برنامه مدیریت ضایعات
۱۳۱	وام‌های شخصی
۱۳۲	سرمایه‌گذاری دولت
۱۳۴	گزینه‌های دیگر
۱۳۵	سرمایه‌گذاری شخصی
۱۳۷	فصل هفتم: هموار کردن راه در دنیای سبزتر و درآمدزایی
۱۳۷	هموار کردن راه در دنیای سبزتر
۱۳۷	درآمدزایی
۱۳۹	آگاهی
۱۴۰	قیمت‌گذاری
۱۴۳	موجودی
۱۴۴	سفارش از عرضه‌کنندگان سبز
۱۴۵	ساخت محصولات سازگار با محیط‌زیست
۱۴۷	خودتان پرورش دهید
۱۴۸	بسته‌بندی پایدار
۱۵۰	جابه‌جایی و ارسال سبزتر محصولات
۱۵۲	خدمات سبزتر با یک لب‌خند
۱۵۲	رفت و آمد سبزتر
۱۵۴	هم تیم شدن با کمپانی همفکر
۱۵۵	فصل هشتم: فرهنگ‌سازی سازمان و جامعه کاری سبز
۱۵۵	مردم به جامعه کاری و تیم سبزتان قدرت می‌بخشند
۱۵۸	آغاز یک فرهنگ کاری سبز
۱۶۰	یک تیم سبز
۱۶۲	پروتکل سبز

۱۶۳.....	ایجاد افکار جمعی (یا تیمی)
۱۶۵.....	جامعه شما
۱۶۹.....	مشاغل مستقر در خانه
۱۷۳.....	فصل نهم: شناساندن نام تجاری: بازاریابی، ترویج و تبلیغات
۱۷۳.....	برندسازی
۱۷۴.....	داستان‌های بازاریابی خوب
۱۷۶.....	داستان‌های بازاریابی بد
۱۷۷.....	بازاریابی سبز
۱۸۰.....	داشتن یک برنامه
۱۸۱.....	ترویج محصولات و خدمات
۱۸۵.....	روابط عمومی
۱۸۷.....	آگهی یا اطلاعیه
۱۹۳.....	وبسایت شرکت شما
۱۹۵.....	خبرنامه‌های آنلاین
۱۹۷.....	وبلاگ
۱۹۸.....	تبلیغات
۱۹۹.....	آگهی‌های کاغذی، بروشورها و غیره
۲۰۰.....	روزنامه‌ها و مجلات
۲۰۰.....	اینترنت
۲۰۱.....	رادیو
۲۰۲.....	تلویزیون
۲۰۳.....	عناوین
۲۰۷.....	نمونه آگهی نامه ۱
۲۰۹.....	نمونه آگهی نامه ۲
۲۱۱.....	فصل دهم: مسئولیت اجتماعی و بهاگذاری دادورانه
۲۱۱.....	مسئولیت اجتماعی
۲۱۱.....	مسئولیت اجتماعی از خانه شروع می‌شود
۲۱۴.....	کار کردن برای دیگران

- ۲۱۵..... بهاگذاری دادورانه
- ۲۱۷..... یک محیط کاری سبز
- ۲۱۹..... تحصیل سبز
- ۲۲۱..... ارائه کردن آنچه که مردم می خواهند
- ۲۲۲..... سرمایه گذاری با مسئولیت پذیری اجتماعی
- ۲۲۹..... فصل یازدهم: در صدر خبرها ماندن - سبز و آینده آن
- ۲۲۹..... ادامه دهید
- ۲۲۹..... حفظ عادات های مثبت سبز
- ۲۳۰..... همه چیز را در کنار یکدیگر گذاشتن (و شناخته شدن)
- ۲۳۲..... در صدر خبرها ماندن
- ۲۳۳..... تشکیل سنجها و الگو برداری
- ۲۳۵..... سبز و آینده آن
- ۲۳۷..... سایت های مفید

مقدمه مترجم

هر روز هزاران یا شاید میلیون ها نفر ایده های جدید تجاری مطرح می کنند. رستوران ها و فروشگاه هایی که دوست دارند بازگشایی کنند و انواع مختلف کمپانی ها با فناوری های مدرن که این افراد آرزوی بازگشایی آن ها را در سر می پرورانند. مخترعان مستعد همواره ایده هایی برای اختراعاتی که بتواند در زمان انجام کار بهره جویی کند، دارند و هنرمندان نیز همواره به دنبال رویای استفاده از تمام استعدادهایشان هستند به جای آنکه از ۹ صبح تا ۵ بعد از ظهر برای دیگران کار کنند. متأسفانه همه در شرایطی نیستند که این ریسک را بپذیرند و یک کارآفرین شوند. برای گروهی این به سادگی عملی نیست چرا که آن ها افرادی هستند که می بایست شکم های آن ها سیر شود و قبوضی را نیز پرداخت نمایند. همچنین برای گروهی دیگر جبر شانس را آزمودن خالی از خطر نمی باشد. اما کسانی نیز هستند که شانس به موفقیت رساندن آن را دارند، شاید آن ها در زمره افراد جوان و جاه طلب با مسئولیت کم قرار گیرند. شاید هم والدی باشد که بیشتر ساعات خود را در منزل سپری کرده و از یک کودک به عنوان فرزند خود نگهداری می کند و در عین حال، از زمان و سرمایه لازم برای به موفقیت رساندن یک تجارت جدید برخوردار باشد. شاید زوجی باشد که مدت زمان طولانی، سخت کار کرده اند تا مقداری پس انداز کرده و کار خود را آغاز کنند. شاید زوج بازنشسته ای باشد که دوست دارند بار دیگر در بنگاه کاری خود از نو شروع به کار کنند. نکته در این است که افراد بسیاری با شرایط زندگی متفاوتی وجود دارند که برای به راه انداختن یک تجارت، ذوق و شوق فراوانی در سر می پرورانند. اگر این فرد شما هستید، با آمار

موفقیت‌ها و شکست‌های تجارت‌های نوپا، جا نزنید، بلکه مشتاق باشید و رویای تبدیل شدن به یک صاحب تجارت را با تلاش و پشتکار فراوان، محقق سازید.

مالکیت یک تجارت، آسان نیست، اما می‌تواند پاداش‌های زیادی به همراه داشته باشد به‌ویژه اگر صحبت از تجارتی باشد که اشتیاق شخصی شما را برای حفظ محیط‌زیست و سیاره‌مان زمین، به نمایش بکشد. مشاغل سبز در سرتاسر دنیا سر از خاک بیرون می‌آورند در حالی که مشاغل تاسیس شده، تلاش می‌کنند تا با ایجاد تغییرات، همگام با زمان پیش روند. امروزه، نه فقط می‌توانید رویای اداره یک تجارت را محقق سازید بلکه همزمان می‌توانید تفاوتی شگرف ایجاد کنید...!! و این چیزی است که این کتاب قرار است راجع به آن صحبت کند.

انسان از آغاز دریافت و زنجای زندگی در گرو هماهنگی با طبیعت است و در این راه چنان مهارت و مدیریتی به‌دست آورد که ضحیش همواره طبیعت طلب شد. بر اساس قدیمی‌ترین مستندات تاریخی، مردم ایران زمین دارای کهن‌ترین فرهنگ احترام به محیط‌زیست هستند؛ در کتاب تاریخ هروودوت (۳۰۰ سال قبل از میلاد حضرت مسیح) به این ویژگی فرهنگی ایرانیان به کرات اشاره شده است. احترام به محیط‌زیست ریشه در پیوند ایرانیان با دامن طبیعت سبز داشته که در ادبیات، اشعار و مدیریت باستانی ایرانیان هم به وضوح به چشم می‌خورد. اما پس از غلبه علوم نوین تعادل زیست محیطی بر هم خورد و مطالعات متنوع اکولوژیک هم راه به جایی نبرد و آتش این تخریب عظیم باعث شد محیط‌زیست امروزه به‌عنوان معیار مهمی در عرصه‌های متفاوت اقتصادی، صنعتی، تجاری و فرهنگی مبدل شود. به مرور رویکردی ژرف در سازمان‌ها نیز گسترش یافت و منجر به مدل مدیریتی سبز گردید که به آن به زبانی بسیار ساده خواهیم پرداخت.

بزرگ‌ترین فرصت‌های تجاری در قرن حاضر در اختیار تجارت‌های هوشمند سبزی قرار خواهند گرفت که از ایده ایجاد شده در ذهن سبزشان پس از مطالعه این کتاب به‌دست خواهند آورد. کسب و کار سبز رو به روی شما همچنین قادر است بهترین شیوه برای پیشگیری از افت تجارت در نتیجه جهانی شدن اقتصاد و دیگر چالش‌های اقتصادی کنونی به لحاظ تحریم‌های کوتاه‌مدت سیاسی و اقتصادی باشد. مدیران استراتژیکی همچون دکتر روح‌اله ابراهیم‌نژاد که الهام بخش حرکت مدیریتی من بوده‌اند به خوبی اظهار می‌کنند که فرصت‌سازی اصل مهم کسب و کار

است. حال که در جامعه‌ای با فرهنگ کهن در این زمینه زیست می‌کنیم باید چشم‌انداز و رسالت خود را به گونه‌ای تنظیم کنیم که نیاز بازار را دریابیم و مسیر پاسخ‌گویی به خواسته‌های بازار، هدفمان را به تقاضایی که خود برایش پایه‌ریزی کرده‌ایم با نور سبز روشن کنیم. برای به قلم واداشتن خود شاید بارها با چالش‌هایی روبه‌رو گشتم که تنها دلیل مطالعه کنونی شما را رشد فرهنگ کار آفرینی سبز در خود می‌دانم. "تعادل در حرکت به وجود می‌آید: دوچرخه اگر سرعتش کم شود تعادلش کاهش می‌یابد....!!" طولانی‌ترین سفرها با دوچرخه سبز هم با فشار اول بر روی پدال کار آفرینی آغاز می‌شود، پس با هم لحظه به لحظه در این سفر سبز رکاب می‌زنیم.

در ۱۱ فصل بعد، باز گشایی یک تجارت را همراه با سبز کردن آن خواهید آموخت. اسامی مشاغل و اسامی مشاغل سبز، استخدام کارمندان ارزشمند و کارمندان ارزشمند با ذهن سبز، اقلام و تجهیزات ضروری یک شغل و اقلام و تجهیزات سبز یک شغل، بازاریابی و ترویج شغل‌تان و بازاریابی و ترویج سبز یک تجارت را به نمایش خواهیم گذاشت. نکته اینجاست با اینکه شروع ۱۰۰ درصد سبز تا حدود زیادی غیرممکن است، زمینه‌های شغلی بسیاری را مورد بحث خواهیم گذاشت و نسخه‌های سبز را نیز تماماً خواهیم گنجاند. به علاوه، به کمپانی‌های سبز با ابعاد گوناگون اشاره خواهیم کرد که می‌توانید راجع به آن‌ها تحقیق کرده و از آن‌ها درس‌هایی بیاموزید.

بنابراین، نه تنها آماده باشید که یک کارآفرین شوید بلکه یک کارآفرین سبز باشید...!! مطمئن باشید به آن سختی که فکر می‌کنید، نیست.

حمد و سپاس، مهربان پروردگاری را سزااست که گوهر گران‌بهای اندیشه را عطیه اشرف مخلوقات نمود تا با عشق و معرفت الهی در مسیر راستی و صداقت گام نهاده و چراغ عقل را روشنای راه خود داشته و به‌سوی کسب فضایل معنوی به پیش رود.

«الهی، تو ما را به بدگمانی در روزی‌هایمان، و به آرزوی دراز در مدت عمرمان، آزمودی، تا آنجا که روزی‌های تو را از روزی خوارانت طلب کردیم، و به سبب آرزوهای دراز، در عمر پیران کهنسال طمع ورزیدیم.

پس بر محمد و خاندانش درود فرست و ما را یقینی درست عطا فرما که با آن از رنج طلب بیاساییم و اطمینانی خالص به ما بخش که دشواری کارها را از ما بردارد.

آن وعده‌ای را که در وحی به پیامبر آشکارا بیان داشته‌ای و در پی آن در کتاب خود بدان سوگند یاد کرده‌ای، سبب قرار ده تا دل مسفولی ما را به رزقی که خود آن را برعهده گرفته‌ای و کاری که سامان دادن آن را ضمانت کرده‌ای، پایان دهد.

تو خود گفته‌ای و گفته تو راست‌ترین گفتار است، و سوگند خورده‌ای، و سوگند تو راست‌ترین سوگند است، که «روزیتان و آنچه به شما وعده داده می‌شود، در آسمان است.» و آنگاه فرموده‌ای: «سوگند به پروردگار آسمان و زمین که این سخن حق است، مثل آن سخن که می‌گویید.»

شکوفه لبخند بر لبانتان شکوفا و روزگارتان سبز باد ...

صحیفه سجاده، بیایش بیست و نهم