



دستورالعمل نشان محصول سبز

دریافت، استفاده، نگهداشت و ارتقاء



۱. کلیات

برای حضوری پایدار و اثربخش در بازارهای آینده، رویکردهای موجود مدیریت محصول، کیفیت‌گرایی، بازطراحی فرآیندها و ویژگی‌های محصول بر مبنای نیاز و انتظارات مشتری (با ویژگی‌های امروزی) پاسخگو نخواهد بود. چرا که کیفیت‌گرایی که بر اساس هزینه، زمان تحویل، مرغوبیت و عملکرد محصول است، چالش‌های نوینی را پیش روی جوامع قرار داده است. جوامعی که متشکل از همین مشتریان هستند.

محصول و فرآیندهای سازمان‌هایی که با منطق مدیریت کیفیت خلق می‌گردند، کیفیت زندگی را به شدت تحت شعاع خود قرار داده‌اند. چرا که محصول و فرآیند زاینده‌شده از رویکرد کیفیت‌گرایی، محیط زیست را به شدت تحت تأثیر قرار داده و هزینه‌های اجتماعی بسیاری را به جوامع تحمیل نموده است و نتیجه محصول و فرآیند طراحی و طرح‌ریزی شده با شعار کیفیت، "زباله‌گرایی" است. این رویکردهای سنتی، زندگی را برای انسان و یا همان مشتریان مصرف‌گرا، دشوار و دشوارتر نموده است.

در همین مقطع است که باید تفکر کیفیت‌گرایی مورد بازنگری قرار گیرد و از نو بازطراحی سازمانی صورت پذیرد و تعریف جدیدی از کیفیت ارائه گردد. در همین راستا انجمن مدیریت سبز ایران برای همسویی با نیازهای آتی بازار و روند تحولات سازمانی، رویکردی نوین را طرح‌ریزی و طراحی کرده است. سیستم مدیریت محصول با رویکرد نوین، به سازمان‌ها کمک خواهد کرد تا سیستم مدیریت کیفیت محصول خود را به سوی سیستم مدیریت سبز هدایت نمایند، تا بتوانند بقاء سازمان و حضور محصول خود را در بازار تضمین نمایند. بلوغ سیستم مدیریت محصول سبز با درج "نشان محصول سبز" بر روی محصول، قابل معرفی و ردیابی است.

"نشان محصول سبز" رویکردی برای ایجاد اطمینان در ذینفعان سازمان است. بر اساس این نشان، سازمان علاوه بر مشتریان، به جامعه، محیط زیست، دولت و تمامی آنانی که از سازمان تأثیر می‌گیرند و بر آن تأثیر می‌گذارند اطمینان می‌دهد که بقاء سازمانی خود را بر اساس توسعه پذیرش مسئولیت نسبت به محیط زیست، جامعه و درآمدهای اقتصادی خود طراحی و طرح‌ریزی نموده است.

درج "نشان محصول سبز" بر روی محصول و یا بسته‌بندی آن، نشان از روند در حال رشد از شناسایی، درک، بهبود و تغییر عوامل تأثیرگذار بر محیط زیست در طول چرخه عمر محصول یا فرآیند، با تمرکز بر ارتقاء کیفیت محصول یا فرآیند است. در ضمن این نشان به ذینفعان اعلام می‌نماید که سازمان از کیفیت، تعریفی متفاوت داشته و ضمن توجه به خواسته‌های ویژه مشتریان و مصرف‌کنندگان، منافع کلیه ذینفعان، به ویژه محیط زیست را به طور جدی در دستور کار خود دارد. "نشان محصول سبز" قابل درج بر روی بسته‌بندی و یا خود محصول است. این نشان از بلوغ (بلورین، برنزین، سیمین و زرین) برخوردار است. این نشان ضمن این‌که به طور سالانه تمدید می‌گردد، باید از روند بلوغ نیز برخوردار باشد.

۲. مزایای نشان محصول سبز برای سازمان‌ها

انجمن مدیریت سبز ایران "نشان محصول سبز" را در راستای ضرورت توسعه تفکر محصول سبز برای حفظ بقاء سازمان‌های کشور طراحی نموده است. این نشان مزایایی برای سازمان در پی دارد.

<ul style="list-style-type: none"> ✓ کاهش هزینه‌های تولید محصول ✓ پایداری حضور در بازار ✓ دستیابی به بازارهای خارجی ✓ ارتقاء رقابت‌پذیری بر اساس "سبز گرایی" 	مزایای اقتصادی
<ul style="list-style-type: none"> ✓ کاهش آلودگی‌های محیط زیستی ✓ همگرایی کیفیت محصول (کالا و خدمت) با ویژگی‌های سبز آن ✓ ارتقاء دانش بازرسی چرخه عمر محصول با تمرکز بر پیامدهای آن بر محیط زیست 	مزایای محیط زیستی
<ul style="list-style-type: none"> ✓ افزایش رضایت و آگاهی جامعه ✓ افزایش رضایت کارکنان ✓ تقویت توان کارشناسی در زمینه "مدیریت محصول سبز" ✓ مشارکت ذینفعان در خلق و ویران‌سازی (برگشت به طبیعت) محصول ✓ حفظ سرمایه‌های ملی برای نسل‌های آینده 	مزایای اجتماعی

۳. دامنه محصول سبز

برای انتخاب دامنه محصول به جدول زیر توجه نمایید.

ردیف	دامنه چرخه تولید و عمر محصول	کد دامنه	توضیح
۱	مواد اولیه	SGP001	انواع مواد اولیه
۲	منابع مصرفی	SPGO02	انواع منابع مصرفی
۳	منابع انسانی	SPG003	توانمندسازی منابع انسانی
۴	مدیریت	SPG004	طراحی، برنامه راهبردی، نقش مدیران ارشد
۵	خرید و تدارکات	SPG005	در تمامی مراحل
۶	حمل و نقل	SPG006	در تمامی مراحل
۷	انبارش	SPG007	در تمامی مراحل
۸	فرآیند تولید	SPG008	اطلاعات و سیستم، دانش، برنامه بلند مدت و کوتاه مدت
۹	انرژی	SPG009	ممیزی و مدیریت انرژی
۱۰	فن‌آوری	SPG010	فن‌آوری سبز
۱۱	تعمیرات و نگهداری	SPG011	فرآیند و برنامه‌های نت
۱۲	بازاریابی	SPG012	تبلیغات
۱۳	بسته‌بندی	SPG013	انواع مواد مصرفی و فرآیند بسته‌بندی
۱۴	مصرف‌کننده	SPG014	مشتری، استفاده‌کننده نهایی
۱۵	ایمنی	SPG015	در فرآیند تولید و مصرف
۱۶	انهدام محصول	SPG016	بازافت، استفاده مجدد و ...
۱۷	انتهای فرآیند تولید	SPG017	ضایعات و پسماند، تصفیه‌خانه و ...
۱۸	نوآوری سبز	SPG018	در تمامی مراحل هفده‌گانه

۴. انواع "نشان محصول سبز"

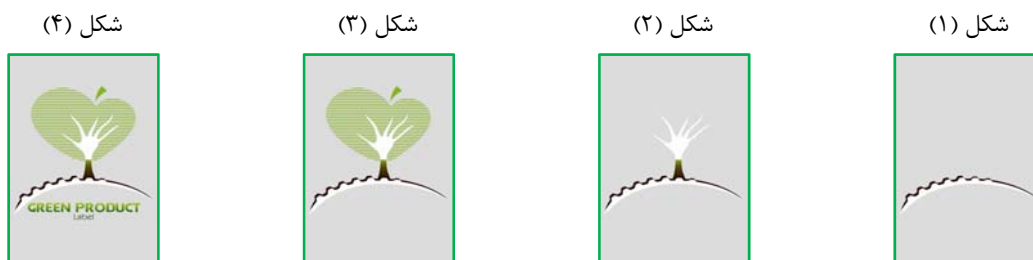
سطح نشان			شرح	رنگ شناسایی	نشان محصول سبز
یک	دو	سه			
در صورتی که ۹۰ درصد مشاهدات یا سوابق رعایت شده باشد. با سابقه ۱۲ ماه	در صورتی که ۷۰ درصد مشاهدات یا سوابق رعایت شده باشد. با سابقه ۹ ماه	در صورتی که ۵۰ درصد مشاهدات یا سوابق رعایت شده باشد. با سابقه ۶ ماه	پوشش حداقل ۳۰ درصد از دامنه محصول (حداقل ۴ مورد)	زرد پُرنگ	نشان بلورین
در صورتی که ۹۰ درصد مشاهدات یا سوابق رعایت شده باشد. با سابقه ۱۲ ماه	در صورتی که ۷۰ درصد مشاهدات یا سوابق رعایت شده باشد. با سابقه ۹ ماه	در صورتی که ۵۰ درصد مشاهدات یا سوابق رعایت شده باشد. با سابقه ۶ ماه	پوشش حداقل ۵۰ درصد از دامنه محصول (حداقل ۸ مورد)	زرد کم‌رنگ	نشان برنزین
در صورتی که ۹۰ درصد مشاهدات یا سوابق رعایت شده باشد. با سابقه ۱۲ ماه	در صورتی که ۷۰ درصد مشاهدات یا سوابق رعایت شده باشد. با سابقه ۹ ماه	در صورتی که ۵۰ درصد مشاهدات یا سوابق رعایت شده باشد. با سابقه ۶ ماه	پوشش حداقل ۷۰ درصد از دامنه محصول (حداقل ۱۲ مورد)	سبز کم‌رنگ	نشان سیمین
در صورتی که ۹۰ درصد مشاهدات یا سوابق رعایت شده باشد. با سابقه ۱۲ ماه	در صورتی که ۷۰ درصد مشاهدات یا سوابق رعایت شده باشد. با سابقه ۹ ماه	در صورتی که ۵۰ درصد مشاهدات یا سوابق رعایت شده باشد. با سابقه ۶ ماه	پوشش حداقل ۹۰ درصد از دامنه محصول (حداقل ۱۵ مورد)	سبز پُرنگ	نشان زرین

۵. مدت اعتبار نشان محصول سبز

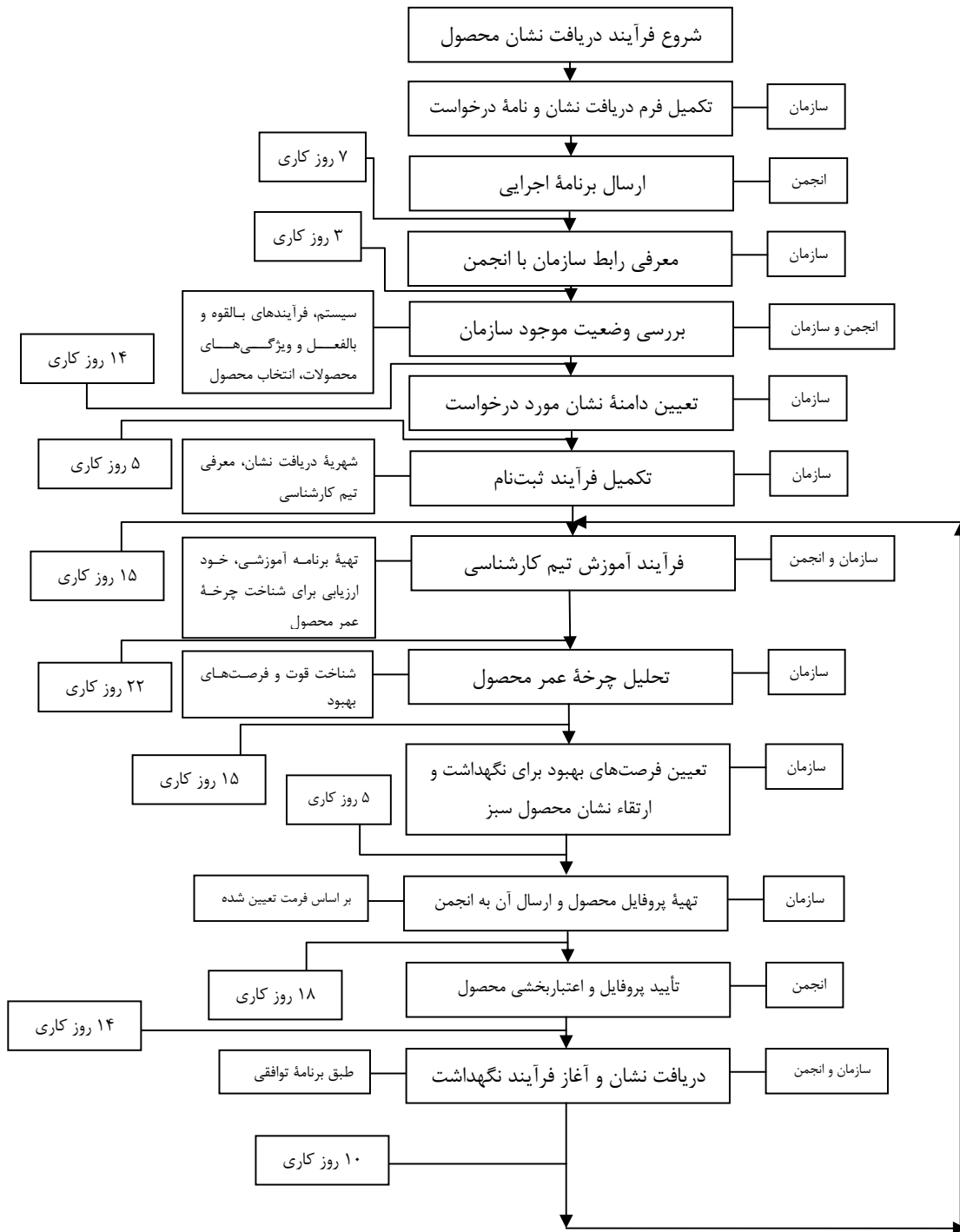
نشان محصول سبز برای ۳ سال (۳۶ ماه) صادر می‌شود، ولی مدت اعتبار آن سالانه است. برای آگاهی از فرآیند نگهداشت اعتبار به مدت سه سال به بند (۹) مراجعه نمایید.

۶. مفهوم نشان سبز

- a. شکل اول از این نشان، نمادی از همگرایی فرآیندهای تولید با کره زمین یا طبیعت است.
- b. شکل دوم، نمادی از تأثیر انسان در روند تغییرات محیط زیستی است.
- c. شکل سوم، نمادی از تأثیر محصول (سیب) در روند تغییرات محیط زیستی است و همچنین یک قلب که نشان از سلامتی فردی و اجتماعی است.



۷. فرآیند دریافت " نشان محصول سبز "



۸. تعهدات و اصول اخلاقی

نشان محصول سبز که قابل درج بر محصول (خود محصول، دستورالعمل استفاده و یا بسته‌بندی آن) است، به مصرف‌کنندگان (از قبیل مصرف‌کننده نهایی)، مشتریان (از قبیل توزیع‌کنندگان، تکمیل‌کنندگان محصول، جابجاکنندگان و ...) و دیگر ذینفعان (از قبیل دولت، جامعه، سهامداران و کلیه شخصیت‌های حقیقی و حقوقی دیگری که از این محصول تأثیر پذیرفته و تأثیر می‌پذیرند) اطمینان می‌دهد که تولیدکننده این محصول در کل فرآیند شکل‌گیری، تولید، عرضه و بازگشت محصول به طبیعت، نسبت به تأثیر محصول بر طبیعت حساس است و دارای برنامه‌ای عملیاتی برای کاهش پیامدهای محصول در چرخه عمر آن است و در این فرآیند تمامی تأثیرگذاران را از جهت نقش آنان در دستیابی به اهداف برنامه آگاه می‌سازد و همکاری آنان را جلب می‌نماید و همچنین از روند پیشرفت برنامه سبز خود، ذینفعان را مطلع نگاه می‌دارد. از سوی دیگر، مصرف‌کنندگان، مشتریان و دیگر ذینفعان با اطمینان به این برنامه‌های عملیاتی از محصول این سازمان (از طریق خرید، وفاداری به خرید و تشویق برای خرید دیگران) حمایت می‌نمایند.

سازمان دریافت‌کننده نشان محصول سبز، از طریق گزارش‌دهی (فرم پیشرفت و ارتقاء نشان محصول سبز)، که برگرفته از فرآیند ارزیابی منظم و هدفمند از ارتقاء بلوغ نشان محصول سبز است، تعهد خود را نسبت به برنامه سبز به اطلاع ذینفعان می‌رساند.

۹. شرایط درج نشان محصول سبز بر روی کالا

- محل درج نشان: سازمان می‌تواند نشان دریافت شده خود را بر روی محصول، بسته‌بندی، دستورالعمل‌ها، سربرگ‌های اداری، گزارش‌ها و کلیه فعالیت‌های تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی خود درج نماید.
- نکته: در صورتی که سازمان چندین محصول متفاوت تولید می‌نماید، مهم خواهد بود که درج نشان بر روی سربرگ‌های اداری، گزارش‌ها، تبلیغات و دیگر اقدامات خود، به دقت و شفاف اعلام نماید که برای کدام محصول خود، نشان دریافت نموده است.
- ابعاد و ویژگی درج نشان: حداقل ۱ سانتی‌متر مربع، به راحتی قابل رؤیت، قابل تفکیک از سایر علائم مندرج در محصول، کلیه محتوای آن قابل خواندن، و در صورتی که سیاه و سفید چاپ گردد، باید کلیه علائم آن قابل تفکیک و شناسایی باشد.
- شرایط درج نشان: نشان محصول سبز درج شده باید شامل این موارد باشد: ۱. خود نشان به طور کامل (شکل چهار)، ۲. سطح بلوغ نشان، ۳. سایت انجمن مدیریت سبز ایران و یا هر آدرس الکترونیکی دیگری که ذینفعان بتوانند اطلاعات تکمیلی از نشان (مدت اعتبار، بلوغ آن و غیره) را در آن بیابند.

۱۰. فرآیند نگهداشت نشان

در هنگام اعتباربخشی محصول انتخاب شده برای دریافت نشان محصول سبز، برنامه نگهداشت نشان تنظیم می‌گردد. بعد از دریافت نشان، سازمان برنامه‌های نگهداشت و ارتقاء بلوغ نشان را تنظیم نموده و به طور منظم (حداکثر ۱۲ ماه یکبار) از سوی تیم اعتباربخشی مورد ارزیابی مجدد قرار می‌گیرد. در این فرآیند اعتباربخشی مجدد، روند نگهداشت و ارتقاء بلوغ نشان مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.

۱۱. فرآیند ارتقاء بلوغ نشان

سازمان موظف است حداقل هر ۳ سال یکبار فرآیند بلوغ نشان خود را بر اساس استاندارد اعتباربخشی محصول سبز که همسو با تحولات محیطی است، ارتقاء دهد.

۱۲. فرآیند لغو نشان

سازمان هنگام دریافت نشان محصول سبز تعهدنامه‌ای را امضا می‌نماید و بر اساس آن متعهد است که اصول حاکم بر نشان محصول سبز را رعایت نماید. در صورت بروز هرگونه عدم تطابق، انجمن مدیریت سبز ایران به سازمان جهت رفع اشکال یاری خواهد داد. اما در صورتی که:

- حداکثر ۳ اشکال و عدم تطابق (بر اساس استاندارد اعتباربخشی محصول) در طول یکسال مشاهده گردد،
- عدم نگهداشت در فرآیند اعتباربخشی نشان محصول سبز قابل استناد باشد،
- عدم ارتقاء نشان محصول سبز در طی ۳ سال قابل ردیابی باشد،

نشان محصول سبز سازمان لغو شده و از سوی انجمن مدیریت سبز ایران به طور مکتوب به آن سازمان ابلاغ می‌گردد. در صورت عدم رعایت تا ۳ ماه، این عدم تطابق‌ها به اطلاع عموم خواهد رسید.

۱۳. ارکان نشان محصول سبز



وظایف و مسئولیت‌های هر یک از ارکان نشان محصول سبز به شرح زیر است:

- **هیئت نظارت بر اعتباربخشی نشان محصول سبز:**
 - متشکل از گروهی از اساتید دانشگاهی، مشاوران، مدیران و کارشناسان اجرایی است.
 - رئیس این هیئت، رئیس انجمن مدیریت سبز ایران خواهد بود.
 - اعضای هیئت نظارت بر اعتباربخشی نشان محصول سبز با حکمی از سوی رئیس انجمن مدیریت سبز ایران انتخاب می‌گردند.
 - عضویت هیئت نظارت بر اعتباربخشی نشان محصول سبز هر سه سال یکبار تمدید می‌گردد.
 - رئیس نشان محصول سبز از سوی هیئت نظارت بر اعتباربخشی نشان محصول سبز انتخاب می‌گردد.
 - نظارت بر عملکرد رئیس نشان محصول سبز و فرایند اعتباربخشی از سوی هیئت نظارت بر اعتباربخشی نشان محصول سبز صورت می‌پذیرد.
 - این هیئت به طور فصلی تشکیل جلسه می‌دهد. (حداقل چهار بار در طول سال)
 - تصویب برنامه عملیاتی سالانه
 - کمک به معرفی نشان محصول سبز به جامعه

- رئیس نشان محصول سبز
 - نظارت و هدایت کمیته های اجرایی- فرایند اعتباربخشی و پژوهش
 - ارائه گزارش از روند فعالیتهای کمیته های اجرایی- اعتباربخشی و پژوهش
 - تعیین مسئولین کمیته های تحت پوشش
 - تعیین اعضای کمیته اعتباربخشی و پژوهش
 - تهیه برنامه عملیاتی و ارائه آن به هیئت نظارت بر اعتباربخشی نشان محصول سبز

- **مسئول کمیته اجرایی**

- انجام کلیه اقدامات دبیرخانه ای نشان محصول سبز
- تهیه برنامه اجرایی و ارائه آن به رئیس نشان محصول سبز

- **مسئول کمیته اعتباربخشی**

- انجام کلیه اقدامات اعتباربخشی نشان محصول سبز
- تهیه برنامه اجرایی و ارائه آن به رئیس نشان محصول سبز

- **مسئول کمیته پژوهش**

- انجام کلیه اقدامات پژوهشی نشان محصول سبز
- تهیه برنامه اجرایی و ارائه آن به رییس نشان محصول سبز

۱۴. تعهدات کارشناس اعتباربخشی

کارشناسان اعتباربخشی که متشکل از خبرگان صنعت و کارشناسان اعتباربخشی محصول هستند به موارد زیر متعهدند:

- رازداری نسبت به دانش سازمان داوطلب دریافت نشان محصول سبز
- کمک علمی به رفع چالشها و عدم تطابقها
- ارجح بودن منافع سازمانی و ملی بر منافع فردی