



اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران
شرکت پیشگامان صنعت مبلمان پرشیا (فیکو)



**OFFICE
EXPO 2021**

ارزیابی محصولات برتر

دهمین نمایشگاه بین‌المللی مبلمان اداری



دفترچه ارزیابی محصولات برتر

دهمین نمایشگاه بین‌المللی مبلمان اداری

۱۵-۱۲ مرداد ماه ۱۴۰۰

3 - 6 August 2021



۱- مقدمه:

شرکت پیشگامان صنعت مبلمان پرشیا (فیپکو) با نظارت هیات مدیره اتحادیه تولید کنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران، امسال نیز همانند سالهای گذشته اقدام به برگزاری مسابقه ارزیابی محصولات برتر همزمان با برگزاری دهمین نمایشگاه بین‌المللی مبلمان اداری (Office EXPO (2021) نموده است. ارزیابی محصولات در دوره برگزاری نمایشگاه صورت می‌گیرد و در مراسم اختتامیه از شرکتهای ارائه‌کننده محصولات برتر تقدیر به عمل می‌آید. هدف از اجرای این پروژه، ارزیابی محصولات و انتخاب و معرفی محصولات برتر در هر رسته کاری است.

۲- ساختار و مکانیزم ارزیابی و اعطای جوایز ارزیابی محصولات برتر :

ساختار و مکانیزم ارزیابی و اعطای جوایز به محصولات برتر صنعت مبلمان، پس از بهینه‌سازی در نمونه‌های مشابه در نمایشگاه‌های صنعت مبلمان، بررسی سایر جوایز صنعت مبلمان در جهان، بومی‌سازی و تطبیق این نمونه‌ها متناسب با شرایط کشور و بالاخره بهره‌گیری از نظرات خبرگان، طراحی گردیده است. نمونه‌هایی از جوایز مورد مطالعه را در تصویر زیر مشاهده می‌کنید.



در این فرآیند عناوین، تعداد، معیارهای ارزیابی، مکانیزم ثبت نام و ارزیابی جوایز کشورهای استرالیا، مالزی، سنگاپور، آلمان، ایرلند، آمریکا، هنگ‌کنگ و انگلیس مورد بهینه‌سازی قرار گرفته و در مجموع ساختار ارزیابی و اعطای جایزه محصولات برتر



طراحی گردیده است. همچنین با تحلیل نتایج ارزشمند حاصل از پروژه ارزیابی محصولات برتر در دوره های گذشته و نیز نظرات خبرگان، معیارها و فرآیندها برای این دوره به روزرسانی شده است. در نهایت جوایز مربوطه به محصولاتی که موفق به کسب بیشترین امتیاز در هر رسته شوند (به شرطی که حد نصاب امتیاز دریافت جوایز را کسب کرده باشند) اعطا می گردد.

۳- رسته ها:

عناوین در نظر گرفته شده در نمایشگاه مبلمان اداری ، **Office Expo 2021** جهت جوایز محصولات برتر عبارتند از :

• جوایز اختصاصی مربوط به محصولات به شرح زیر میباشند :

- گروه کالایی پارتیشن، میز و فایلینگ اداری

۱- ست مدیریتی (شامل میز مدیریت، میز کنفرانس، میز جلو مبلی، کمدنزا)

۲- میز مدیریت کلاسیک

۳- ست کارشناسی و کارمندی (شامل میز کارشناسی، کارمندی، میز کارگروهی، فایل، کتابخانه و جا زونکن

اداری)

۴- میز کنفرانس (میزهای کنفرانس با قابلیت نصب تجهیزات الکترونیکی - ۱۵ نفره به بالا)

۵- سیستم بایگانی ریلی

۶- گیشه و کانتر

۷- سیستم پارتیشن اداری

۸- کانتر اطلاعات و ورودی

- گروه کالایی صندلی و مبل اداری

۱- ست مدیریتی (پشت بلند و پشت کوتاه و پایه ثابت)



۲- صندلی کارمندی و اپراتوری

۳- صندلی آفیسی تئاتر

۴- مبل اداری

۵- صندلی مکانهای عمومی (انتظار و اجتماعات، فرودگاهی و ...)

- غرفه برتر

- مشارکت کننده خارجی

۴- توجهات:

- ❖ در صورتیکه محصول پیشنهادی برای شرکت در مسابقه شامل رسته های بالا نباشد، پس از بررسی از طرف کمیته برگزاری تعیین رسته خواهد شد.
- ❖ کالا/ محصولی که سنوات گذشته در مسابقه ارزیابی محصولات برتر شرکت داشته و برنده جایز شده است، مجاز به شرکت در مسابقه ارزیابی نمی باشد، مگر در حالتی که آن محصول برنده جایزه نشده باشد.
- ❖ شرکت هایی که تامین کننده و یا توزیع کننده محصولات خارجی هستند باید در بخش مشارکت کننده خارجی نامزد دریافت جایزه محصول برتر شوند و چنانچه این شرکت ها در بخش محصولات نامزد شوند پس از بررسی کمیته خبرگان داوری به بخش مشارکت کننده خارجی انتقال می یابند و یا از شرکت در مسابقه منع می گردند.



۵- معیارها و امتیازها

معیارها و امتیازهای ارزیابی محصولات اداری:

جهت ارزیابی محصولات اداری معیارهایی به شرح زیر در نظر گرفته شده است:

امتیاز	معیارها	ردیف
۱۰۰	طراحی	۱
۱۰۰	خلاقیت و نو آوری	۲
۱۰۰	ویژگیهای فنی و تکنولوژیک	۳
۱۰۰	کیفیت مواد اولیه و قطعات مصرفی	۴
۱۰۰	مهندسی فاکتورهای انسانی	۵
۱۰۰	آراستگی نهایی (FINISHING)	۶
۱۰۰	بسته بندی ، حمل و نصب	۷
۱۰۰	قابلیت تولید انبوه	۸
۱۰۰	ایمنی و بهداشت	۹
۱۰۰	راحتی و آسایش	۱۰
1000	جمع کل	



❖ معیارها و امتیازهای ارزیابی سازه های فضای باز :

جهت ارزیابی سازه های فضای باز معیارهایی به شرح زیر در نظر گرفته شده است :

امتیاز	معیارها	ردیف
100	طراحی سبز (GREEN DESIGN)	۱
100	خلاقیت و نوآوری	۲
100	کیفیت مواد اولیه	۳
100	آراستگی نهایی (FINISHING)	۴
100	سیستم امنیتی	۵
100	در نظرگرفتن فضاهای کاربردی در خارج از خانه	۶
100	سازه (وجود محاسبات، ساختار سقف، اتصالات، قابلیت یا عدم قابلیت اجرا در طبقات، نما و پنجره، مدولار بودن)	۷
100	دکوراسیون داخلی و هماهنگی سرویس ها با ساختار خانه	۸
100	قابلیت جا به جایی به مکان دیگر	۹
100	انطباق سازه با شرایط محیطی (منطقه ی جغرافیایی)	۱۰
1000	جمع کل	



❖ معیارها و امتیازهای ارزیابی غرفه برتر :

جهت ارزیابی غرفه برتر معیارهایی به شرح زیر در نظر گرفته شده است :

امتیاز	معیارها	ردیف
۱۰۰	طراحی سبز (GREEN DESIGN)	۱
۱۰۰	اصالت طرح (ORIGINALITY)	۲
۱۰۰	نوع ارائه شرکت (هویت سازمانی)	۳
۱۰۰	نوع ارائه محصول	۴
۱۰۰	زیبایی شناسی	۵
۱۰۰	سازه و مدیریت ساخت	۶
۱۰۰	مهندسی فاکتورهای انسانی	۷
۱۰۰	سیرکولاسیون (گردش جمعیت)	۸
۱۰۰	خلاقیت و نوآوری	۹
۱۰۰	نور پردازی	۱۰
۱۰۰۰	جمع کل	



نکات مهم - امتیازهای ویژه :

موارد ذکر شده در ذیل به عنوان امتیازهای ویژه، علاوه بر امتیازهای ذکر شده در بالا به صورت ضریب روی امتیازات هر رشته تاثیر گذار خواهند بود. لذا از مشارکت کنندگان درخواست میشود در صورتی که هر یک از موارد زیر را دارند، در زمان ثبت نام مدارک مرتبط با آن را نیز تحویل نمایند.

❖ گواهینامه و یا استاندارد مرتبط با هر یک از معیارهای مطرح شده در بالا.

❖ گواهی مالکیت صنعتی

❖ مشخصات و اطلاعات فنی محصول (اعم از مستندات طراحی، نقشه های فنی، کاتالوگ و ...)

❖ قابلیت بسته بندی محصول و ارائه داکيومنت های مربوطه (جهت نمایش بسته بندی محصول، محصول به صورت بسته بندی شده

نیز در غرفه وجود داشته باشد و در زمان مراجعه داوران ارزیابی، از بسته بندی محصول نیز بازدید به عمل آید).

بدیهی است مناسب است در ارائه بسته بندی به مواردی از قبیل لیبلینگ، وزن مجاز و مناسب هر بسته و مواردی از این دست نیز توجه

گردد.

۶- کمیته ارزیابی

کمیته ارزیابی متشکل از حدود ۲۵ نفر از نخبگان صنعت، تشکل ها، دانشگاه ها، پیشکسوتان و کارگروه مشاوره ای تخصصی اتحادیه بعنوان "داوران ارزیابی محصولات" هستند که متناسب با حوزه تخصصی مربوطه برگزیده می شوند. ارزیابی هر یک از رشته های مسابقه توسط سه نفر از داوران انجام می شود.

همچنین جهت راهبری و نظارت مناسب بر عملکرد تیم اجرایی برگزاری ارزیابی محصولات برتر، هیات ۳ نفره عالی نظارت بر نمایشگاه جهت ارتقاء سطح کیفی پروژه، بر فرآیند برگزاری نمایشگاه و پروژه ارزیابی محصولات برتر نظارت کامل دارند.

مدیریت اجرای پروژه ارزیابی محصولات برتر برای سیزدهمین سال متوالی جناب آقای مهندس سهیل عابدی عضو هیات مدیره اتحادیه می باشند.



۷- محاسبه امتیازها

شرایط و موارد مرتبط با امتیاز مشارکت کنندگان به شرح ذیل می باشد :

- ۱- هر شرکت کننده (در هر رسته) یک محصول خود را برای ارزیابی در آن رسته معرفی مینماید که این محصول با نصب لیبیل مخصوص ارزیابی محصولات برتر در غرفه مشخص می شود.
- ۲- پس از ارزیابی محصول توسط کمیته ارزیابی، امتیاز مربوط به هر یک از معیارهای ذکر شده مشخص می گردد؛ سپس با توجه به امتیازهای در نظر گرفته شده برای هر معیار، با استفاده از نرم افزار طراحی شده، امتیاز نهایی محاسبه می گردد.
- ۳- با توجه به نوع طراحی امتیازها، کمترین امتیازی که به هر معیار تعلق میگیرد ۶۰ و بیشترین آن ۱۰۰ میباشد. داوران پس از ارزیابی محصول امتیازی بین ۶۰ تا ۱۰۰ را برای هر معیار منظور مینمایند؛ بدین ترتیب مجموع امتیازهای هر محصول بین ۶۰۰ تا ۱۰۰۰ امتیاز خواهد بود.
- ۴- برای کسب عنوان برترین در هر رسته علاوه بر کسب حداکثر امتیاز در میان کل مشارکت کنندگان رسته، شرکت برتر باید حداقل امتیاز ۸۰۰ از ۱۰۰۰ امتیاز را نیز کسب نماید. برای رسته هایی که تنها یک شرکت کننده دارند حداقل امتیاز برابر ۹۰۰ است.

۸- فرآیندها و مراحل اجرایی پروژه

- ◆ تکمیل فرم درخواست ارزیابی و مشخص نمودن رسته های درخواستی توسط شرکت متقاضی
- ◆ تکمیل فرم دریافت اطلاعات و مشخصات تکمیلی شرکت متقاضی (ضمناً ارائه مواردی که دارای علامت(*) می باشد الزامی است)
- ◆ پرداخت وجه رسته های ارزیابی محصولات برتر:
- ◆ مبلغ مشارکت در ۱ رسته ۱۵,۰۰۰,۰۰۰ ریال



- ◆ مبلغ مشارکت در ۲ رسته ۲۷,۰۰۰,۰۰۰ ریال
- ◆ مبلغ مشارکت در ۳ رسته ۳۶,۰۰۰,۰۰۰ ریال
- ◆ مبلغ مشارکت بیشتر از ۳ رسته به ازای هر رسته مازاد مبلغ ۹,۰۰۰,۰۰۰ ریال
- ◆ شماره حساب ۱- ۳۲۷۱۱۰۳۳۱۷۲۱ بانک پاسارگاد به نام اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران
- ◆ تحویل فرم تکمیل شده به مسئول ارزیابی محصولات برتر (همچنین مدارک مرتبط با امتیازهای ویژه در صورت وجود)
- ◆ نصب برچسب محصول منتخب بر روی محصول معرفی شده از طرف تیم اجرایی ارزیابی
- ◆ ارزیابی محصولات در روزهای دوم و سوم نمایشگاه انجام می شود.
- ◆ ورود اطلاعات به نرم افزار و محاسبه امتیازات توسط تیم اجرایی با حضور کمیته نظارت
- ◆ طبقه بندی نتایج حاصله به تفکیک رسته ها
- ◆ اعلام نتایج در روز آخر نمایشگاه و اهدای جوایز



تعاریف معیارهای ارزیابی محصولات (پارتیشن، میز و فایلینگ اداری-صندلی و مبل اداری)

معیارهای مورد نظر در ارزیابی محصولات عبارت است از:

❖ **طراحی (DESIGN)** : اولین حلقه از زنجیره ی تولید و فرایند خلق محصول است . عملیاتی که تمامی ویژگیهای مورد نیاز یک کالا و خدمات ، همراه با روش تولید و عملکردهای مختلف در آن تعریف میگردد . هدف عالی طراحی ، ایجاد محصول بهبود یافته از نظر زیبایی شناسی ، کاربرد و هزینه های تولید است تا در کنار محصولات دیگر بنحوی رقابت کنند و مورد استقبال قرار گیرد .

❖ **خلاقیت و نوآوری** : نوآوری برآمده از هوش خلاق طراح است . به موضوع خلاقیت و نوآوری از دو بعد " فنی و کاربردی " و " زیبایی شناسی و ظاهر " می توان پرداخت .

نوآوری در طراحی به معنای فرایند شناخت ، نکته سنجی و درک نیازهای کاربر است ، نیازی که به نحوی شناسایی میشود و برایش راه حلی منطقی طراحی میشود .

خلاقیت به معنای آفرینش چیزی تازه است ، در واقع خلق محصول یا عملکردهای جدید . نوعی طراحی که منحصر بفرد ، تاثیر گذار و بیادماندنی است . در واقع طرحی که دارای اصالت و بدور از کپی و تقلید باشد .

❖ **ویژگی های فنی و تکنولوژیک** : مجموعه ای متشکل از اطلاعات، ابزارها و تکنیک‌هایی که از علم و تجربه عملی نشأت گرفته‌اند و در توسعه، طراحی و تولید محصولات و فرآیندها، سیستم‌ها و خدمات مورد استفاده آنها به کار گرفته میشود . به عنوان مثال مکانیزم عملکردی در مبلهای تختخوابشو یکی از ویژگیهای فنی و تکنولوژیکی محصول به شمار میرود .

❖ **کیفیت مواد اولیه و قطعات مصرفی**: تولیدکننده باید توانایی خود را در فراهم آوردن مواد اولیه و قطعات مصرفی به کار برده و محصولی که الزامات مشتری و الزامات قانونی مقتضی را داشته باشد فراهم آورد و انتظارات و استانداردهای مد نظر را پاسخ گو باشد. بدیهی است انتخاب مواد اولیه باید مطابق با سطح کیفی تعریف شده برای محصول و همچنین تطابق قیمتی با آن داشته باشد .



❖ **مهندسی فاکتورهای انسانی (HUMAN FACTORS)** : علم بکارگیری بهینه محصول در محیط کاری، به نحوی که حداکثر بازدهی در تولیداتی که انسان در آن نقش دارد، بدست می‌آید. در حالی که کاربر حداکثر رضایت را از کاربرد محصول تولید شده و همچنین از محیط کاری داشته باشد و میزان ایمنی لازم در به کارگیری محصول برای کاربران فراهم شود. به طور کلی حداکثر تطابق محصول با فاکتورهای ابعادی بدن انسان.

مهندسی فاکتورهای انسانی شامل چهار بخش اصلی به شرح ذیل می‌باشد:

- ارگونومی (کارسنجی) : تناسب طرح با کارکرد و فعالیت تعریف شده برای کاربر
- آنتروپومتری (تن پیمایی) : تناسب طرح با ابعاد جسمی کاربر
- بهداشت و ایمنی
- روانشناسی کاربردی

❖ **آراستگی نهایی (FINISHING)** : نمای ظاهری با کیفیت و بدون نقص که البته بدیهی است که آراستگی نهایی هر محصول مطابق با سطح کیفی تعریف شده برای آن محصول خواهد بود.

❖ **بسته بندی ، حمل و نصب** : رعایت نکاتی در طراحی و ساخت محصول که امکان فلت شدن یا دمونتاژ قسمتها و حجمهای بیرون زده از محصول ، با هدف امکان بسته بندی ، حمل و نصب مناسب محصول می‌باشد . در واقع منظور ، فقط داشتن کارتن یا جعبه جهت بسته بندی کالا نیست . به عنوان مثال میز نهار خوری که پایه های آن با اتصال جدا شونده طراحی شده و جهت انجام بسته بندی مناسب ، پایه ها باز و درون بسته بندی فلت و کم حجم قرار میگیرد و سپس در محل مونتاژ میشود . داوران محترم با مشاهده کالا در فضای نمایشگاه اینگونه موارد را بررسی مینمایند و سپس امتیاز مربوطه را درج مینمایند .

❖ **قابلیت تولید انبوه**: رعایت نکاتی در طراحی محصول به گونه ای که امکان تولید کالا به صورت انبوه و صنعتی وجود داشته باشد . بدیهی است که در فضای نمایشگاهی امکان بازدید خط تولید مشارکت کننده وجود ندارد ، ممیزی در زمان نمایشگاه نیز قطعاً ممیزی خط تولید مشارکت کننده نیست . چه بسا که مشتری قطعه ای را به صورت برون سپاری تولید کند . مهم این است که از صحت مالکیت طراحی و تولید کالا تحت نام تجاری یا شرکت تولیدی ممیزی شونده اطمینان داشته باشیم . در واقع تولید انبوه ضرورت تولید است .



❖ **ایمنی و بهداشت:** نکاتی در طراحی و تولید محصول که در فرایند تولید و عرضه و همچنین استفاده ی کاربر ، ایمنی و بهداشت رعایت گردد .

❖ **راحتی و آسایش:** رعایت نکاتی در طراحی و تولید محصول که در زمان استفاده کاربر ، راحتی و آسایش را برای او فراهم آورد .

تعاریف معیارهای ارزیابی سازه های فضای باز

معیارهای ارزیابی سازه های فضای باز عبارت است از :

❖ **طراحی سبز (GREEN DESIGN) :** طراحی سبز ، طراحی هماهنگ با محیط زیست میباشد ، به گونه ای که در پی آن کاهش اثرات زیست محیطی (زباله ، تولید کربن و ...) و همچنین قابلیت بازگشت کامل مواد مصرفی محصول به چرخه ی بازیافت و تولید را داشته باشیم .

نکات اصلی طراحی سبز به شرح ذیل میباشد :

- کاهش مواد مصرفی (REDUCE)
- قابلیت بازیافت و استفاده از مواد بازیافتی (RECYCLE)
- قابلیت بازاستفاده (REUSE)

❖ **خلاقیت و نوآوری :** نوآوری برآمده از هوش خلاق طراح است . به موضوع خلاقیت و نوآوری از دو بعد " فنی و کاربردی " و " زیبایی شناسی و ظاهر " می توان پرداخت .

نوآوری در طراحی به معنای فرایند شناخت ، نکته سنجی و درک نیازهای کاربر است ، نیازی که به نحوی شناسایی میشود و برایش راه حلی منطقی طراحی میشود .

خلاقیت به معنای آفرینش چیزی تازه است ، در واقع خلق محصول یا عملکردهای جدید . نوعی طراحی که منحصر بفرد ، تاثیر گذار و بیادماندنی است . در واقع طرحی که دارای اصالت و بدور از کپی و تقلید باشد .



❖ **کیفیت مواد اولیه:** تولیدکننده باید توانایی خود را در فراهم آوردن مواد اولیه و قطعات مصرفی به کار برده و محصولی که الزامات مشتری و الزامات قانونی مقتضی را داشته باشد فراهم آورد و انتظارات و استانداردهای مد نظر را پاسخ گو باشد. بدیهی است انتخاب مواد اولیه باید مطابق با سطح کیفی تعریف شده برای محصول و همچنین تطابق قیمتی با آن داشته باشد.

باتوجه به اینکه این سازه‌ها در فضای باز مستقر می‌باشند و با جذب رطوبت مستعد حمله قارچ‌های عامل پوسیدگی و حشرات چوبخوار که می‌توانند یک ساختمان را به راحتی تخریب نمایند باشند، در نتیجه استفاده از مواد حفاظت‌کننده چوب در مقابل عوامل مخرب بیولوژیک و استفاده از رنگ‌های مخصوص فضای باز برای محافظت چوب‌ها در مقابل آب و اشعه ماورابنفش خورشید بسیار حائز اهمیت است.

❖ **آراستگی نهایی (FINISHING):** نمای ظاهری با کیفیت و بدون نقص که البته بدیهی است که آراستگی نهایی هر محصول مطابق با سطح کیفی تعریف شده برای آن محصول خواهد بود.

❖ **سیستم امنیتی:** با توجه به اینکه سازه در فضای باز مستقر می‌باشد، طبعاً اهمیت نکات امنیتی بسیار قابل توجه می‌باشد، در نظر گرفتن موارد امنیتی همچون حفاظ درب و پنجره‌ها، نصب دوربین‌های مداربسته، نصب دزدگیر، سیستم اطفاء حریق یا حتی در نظر گرفتن حصارهای دور زمین در صورت نیاز و ... از جمله موارد می‌باشند.

❖ **در نظر گرفتن فضاهای کاربردی در خارج از خانه:** توانایی در طراحی موثر و مفید در استفاده از فضاهای داخلی همچون زیر پله‌ها برای استفاده به عنوان انباری، در نظر گرفتن حیاط خلوت، سایبان و آلاچیق، تراس در جهت استفاده بهینه از فضا.

❖ **سازه (وجود محاسبات، ساختار سقف، اتصالات، قابلیت یا عدم قابلیت اجرا در طبقات، نما و پنجره، مدولار بودن):** کیفیت ساخت سازه و علم بکارگیری بهینه محصول در محیط، به نحوی که حداکثر بازدهی از خواسته‌ها و نیازهای انسان را دارا باشد، در نظر گرفتن میزان ایمنی لازم و کیفیت مواد و اقلام مصرفی مورد استفاده در سازه و لحاظ شده و قابلیت حرکت و گردش در فضا به راحتی و سهولت در نظر گرفته شده باشد.

❖ **دکوراسیون داخلی و هماهنگی سرویس‌ها با ساختار خانه:** دکوراسیون خانه باید بتواند هماهنگی لازم با ساختار و امکانات داخلی خانه را داشته و همچنین جذابیت و آرامش لازم را با بکارگیری موثرتر ابزارهای گرافیکی، نور، ابزارهای سمعی و بصری و المان‌های تزئینی ایجاد نماید. به طور کلی تطابق سازه با استانداردها و فاکتورهای زندگی انسان به



گونه ای طراحی و اجرا شده باشند که حداکثر نیازهای زندگی در آن لحاظ شده و کاربر حداکثر رضایت را از کاربرد و کارایی سازه تولید شده داشته باشد و فضاهای کاربردی در داخل و خارج از خانه متناسب با اسایش و نیازها در آن دیده شده باشد.

❖ **قابلیت جابه جایی به مکان دیگر:** توانایی در طراحی هدفمند سازه و همچنین نوع اقلام و نوع مواد مورد استفاده در سازه که در صورت نیاز امکان جابه جایی با استفاده از حداقل امکانات فراهم باشد.

❖ **تطابق سازه با شرایط محیطی (منطقه جغرافیایی):** با توجه به اینکه سازه در فضای باز مستقر می باشد، توجه به نوع شرایط آب و هوایی و اقلیمی محیط و منطقه قرار گرفتن سازه (برای مثال شمال و جنوب کشور) حائز اهمیت است.

تعاریف معیارهای ارزیابی غرفه برتر

معیارهای ارزیابی غرفه برتر عبارتند از :

❖ **طراحی سبز (GREEN DESIGN) :** طراحی سبز ، طراحی هماهنگ با محیط زیست میباشد ، به گونه ای که در پی آن کاهش اثرات زیست محیطی (زباله ، تولید کربن و ...) و همچنین قابلیت بازگشت کامل مواد مصرفی محصول به چرخه ی بازیافت و تولید را داشته باشیم .

نکات اصلی طراحی سبز به شرح ذیل میباشد :

- کاهش مواد مصرفی (REDUCE)
- قابلیت بازیافت و استفاده از مواد بازیافتی (RECYCLE)
- قابلیت بازاستفاده (REUSE)

❖ **اصالت طرح (ORIGINALITY) :** طرح میبایست بدون کپی و تقلید ، اصیل و نو باشد . طرحی دارای هویت خلق کننده که نمادی از استراتژی و اهداف و تفکرات شرکت یا سازمان باشد . بدیهی است این موضوع در تقابل با مطالعه و ایده گرفتن نمیشود .



❖ **نوع ارائه شرکت (هویت سازمانی):** نشان دادن ارزشهای یک مجموعه (نمایش ارزشهای سازمانی به گونه ای در طراحی غرفه) - طراحی هویت و برند سازمانی - شاکله کلی محصول، خدمات، فضای مذاکره متناسب با نوع کالا و شرکت

❖ **نوع ارائه محصول:** پیام - اطلاع رسانی محصول - اهداف - داکيومنت / ابزار معرفی محصول و شرکت

❖ **زیبایی شناسی:** گرافیک و آرایش بصری غرفه - ایجاد حس وحدت در فضا - آمیانس - موزیک - صدا - رایحه - آراستگی نهایی (Finishing)

❖ **سازه و مدیریت ساخت:** استفاده از سازه استاندارد در طراحی و غرفه سازی که در نمایشگاههای مختلف تکرار پذیر باشد - پایداری سازه - تناسب سازه با طرح - مدولار و پیش ساخته بودن - اقتصاد و هزینه ساخت غرفه (هزینه منطقی - با توجه به اینکه ایام برگزاری نمایشگاه بسیار محدود و در حد چهار روز میباشد)

❖ **مهندسی فاکتورهای انسانی (HUMAN FACTORS):** رعایت موارد زیر در طراحی و ساخت غرفه:

علم بکارگیری بهینه محصول در محیط کاری، به نحوی که حداکثر بازدهی در تولیداتی که انسان در آن نقش دارد، بدست می‌آید. در حالی که کاربر حداکثر رضایت را از کاربرد محصول تولید شده و همچنین از محیط کاری داشته باشد و میزان ایمنی لازم در به کارگیری محصول برای کاربران فراهم شود. به طور کلی حداکثر تطابق محصول با فاکتورهای ابعادی بدن انسان.

مهندسی فاکتورهای انسانی شامل چهار بخش اصلی به شرح ذیل میباشد:

- ارگونومی (کارسنجی): تناسب طرح با کارکرد و فعالیت تعریف شده برای کاربر
- آنتروپومتری (تن پیمایی): تناسب طرح با ابعاد جسمی کاربر
- بهداشت و ایمنی
- روانشناسی کاربردی



❖ **سیرکولاسیون (گردش جمعیت)** : سیرکولاسیون در یک فضا ، به قابلیت اطلاق میشود که در آن فضا ، حرکت و گردش مخاطب و بازدید کننده به راحتی ، سهولت و هدفمند انجام شود . در واقع طراحی مسیر ورود و خروج مناسب بازدید کننده در غرفه که بالاترین کاربرد و بهره وری را داشته باشد .

❖ **خلاقیت و نوآوری** : نوآوری برآمده از هوش خلاق طراح است . به موضوع خلاقیت و نوآوری از دو بعد " فنی و کاربردی " و " زیبایی شناسی و ظاهر " می توان پرداخت .

نوآوری در طراحی به معنای فرایند شناخت ، نکته سنجی و درک نیازهای کاربر است ، نیازی که به نحوی شناسایی میشود و برایش راه حلی منطقی طراحی میشود .

خلاقیت به معنای آفرینش چیزی تازه است ، در واقع خلق محصول یا عملکردهای جدید . نوعی طراحی که منحصر بفرد ، تاثیر گذار و بیادماندنی است . در واقع طرحی که دارای اصالت و بدور از کپی و تقلید باشد .
به عنوان مثال مواردی از این دست میتوانند به کار برده شوند :

استفاده خلاق از ابزار ارائه کالا - انتخاب و استفاده خلاقانه از متریال در ساخت غرفه - استفاده از تکنولوژی جهت جذب مخاطب - استفاده از روشهای خلاق جهت جلب توجه - استفاده از تکنولوژی روز دیجیتال برای معرفی محصول .

❖ **نور پردازی** : نور یکی از مهم‌ترین عناصر بصری است که در معماری داخلی به منظور ایجاد کیفیت در به نمایش در آوردن فضا و محصولات به کار برده میشود .