



اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران

شرکت پیشگامان صنعت مبلمان پرشیا (فیکو)



**OFFICE  
EXPO 2021**

دهمین نمایشگاه بین‌المللی

مبلمان و تجهیزات اداری



۵-۲ دی ماه ۱۴۰۰

محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران

10<sup>th</sup> International Exhibition of

OFFICE FURNITURE AND EQUIPMENT

23-26 December 2021

**دفترچه ارزیابی محصولات برتر**



## (۱) مقدمه:

شرکت پیشگامان صنعت مبلمان پرشیا (فیپکو) با نظارت هیأت مدیره اتحادیه تولیدکنندگان 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 بهینه‌کافی 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 ثبت‌نام و ارزیابی جوایز کشورهای استرالیا، مالزی، سنگاپور، آلمان، ایرلند، آمریکا، هنگ‌کنگ و انگلیس مورد بهینه‌کافی 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 دوره‌های گذشته و نیز نظرات خبرگان، معیارها و فرآیندها برای این دوره به‌روزرسانی 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 می‌گردد.



۳) رسته‌ها:

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 میز و فایلینگ اداری

- ۱- ست مدیریتی (شامل میز مدیریت، میز کنفرانس، میز جلو مبلی، کردنزا)
- ۲- میز مدیریت کلاسیک
- ۳- ست کارشناسی و کارمندی (شامل میز کارشناسی، کارمندی، میز کارگروهی، فایل، کتابخانه و جازونکن 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 مبیل اداری

- ۱- ست مدیریتی (پشت بلند و پشت کوتاه و پایه ثابت)
- ۲- صندلی کارمندی و اپراتوری
- ۳- صندلی آمفی‌تئاتر
- ۴- مبیل اداری
- ۵- صندلی مکان‌های عمومی (انتظار و اجتماعات، فرودگاهی و ...)

– غرفه برتر

– مشارکت‌کننده خارجی



#### ۴- توجهات:

- ✓ در صورتی که محصول پیشنهادی برای شرکت در مسابقه شامل رسته‌های 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 نمی‌باشد، مگر در حالتی که آن محصول برنده جایزه نشده باشد.
- ✓ شرکت‌هایی که تأمین‌کننده و یا توزیع‌کننده محصولات خارجی هستند باید در بخش مشارکت‌کننده خارجی نامزد دریافت جایزه محصول برتر شوند و چنانچه این شرکت‌ها در بخش محصولات نامزد شوند پس از بررسی کمیته خبرگان داوری به بخش مشارکت‌کننده خارجی انتقال می‌یابند و یا از شرکت در مسابقه منع می‌گردند.



## 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
۱۰۰۰	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	نورپردازی	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 رسته تاثیرگذار خواهند بود. لذا از مشارکت‌کنندگان 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 داکيومنت‌های 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)
- ✓ 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، تشکل‌ها، دانشگاه‌ها، پیشکسوتان و کارگروه مشاوره‌ای تخصصی اتحادیه بعنوان "داوران ارزیابی محصولات" هستند که متناسب با حوزه تخصصی مربوطه برگزیده می‌شوند. ارزیابی هر یک از رسته‌های مسابقه توسط سه نفر از داوران انجام می‌شود.

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 می‌باشند.



## ۷- محاسبه امتیازها

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

- ۱) هر شرکت‌کننده (در هر رشته) یک محصول خود را برای ارزیابی در آن رشته معرفی می‌نماید که این محصول با نصب لیبل مخصوص ارزیابی محصولات برتر در غرفه مشخص می‌شود .
- ۲) پس از ارزیابی محصول توسط کمیته ارزیابی، امتیاز مربوط به هر یک از معیارهای ذکر شده مشخص می‌گردد؛ سپس با توجه به امتیازهای در نظر گرفته شده برای هر معیار، با استفاده از نرم‌افزار طراحی شده، امتیاز نهایی محاسبه می‌گردد.
- 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 رشته علاوه بر کسب حداکثر امتیاز در میان کل مشارکت‌کنندگان رشته، شرکت برتر باید حداقل امتیاز ۸۰۰ از ۱۰۰۰ امتیاز را نیز کسب نماید . برای رشته‌هایی که تنها یک شرکت‌کننده دارند حداقل امتیاز برابر ۹۰۰ است.





## ۸- فرآیندها و مراحل اجرایی پروژه

- ✓ تکمیل فرم درخواست ارزیابی و مشخص نمودن رسته‌های درخواستی توسط شرکت متقاضی
- ✓ تکمیل فرم دریافت اطلاعات و مشخصات تکمیلی شرکت متقاضی (ضمناً ارائه مواردی که دارای علامت (\*) می‌باشد الزامی است)

### ✓ پرداخت وجه رسته‌های 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 شبا **IR950570032711000331721001** و یا شماره کارت **۵۰۲۲۲۹۱۹۰۰۰۵۲۴۱۴** بانک پاسارگاد بنام

### 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 می‌شود.
- ✓ ورود اطلاعات به نرم افزار و محاسبه امتیازات توسط تیم اجرایی با حضور کمیته نظارت
- ✓ طبقه‌بندی نتایج حاصله به تفکیک رسته‌ها
- ✓ اعلام نتایج در روز آخر نمایشگاه و اهدای جوایز



## تعاریف معیارهای ارزیابی محصولات

معیارهای مورد نظر در ارزیابی محصولات عبارت است از:

✓ طراحی (DESIGN): اولین حلقه از زنجیره تولید و فرآیند 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 زیبایی‌شناسی، کاربرد و هزینه‌های 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" می‌توان پرداخت.

– نوآوری در طراحی به معنای فرآیند شناخت، نکته‌سنجی و درک نیازهای کاربر است، نیازی که به نحوی شناسایی می‌شود و برایش راه‌حلی منطقی طراحی می‌شود.

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

✓ ویژگی‌های فنی و تکنولوژیک: مجموعه‌ای 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 مبلمان 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 مدنظر را پاسخگو 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 بیرون‌زده از محصول، با هدف امکان بسته‌بندی، حمل و نصب مناسب محصول می‌باشد. در واقع منظور، فقط داشتن کارتن یا جعبه جهت بسته‌بندی کالا نیست. به عنوان مثال میز نهارخوری که پایه‌های آن با اتصال جداشونده طراحی شده و جهت انجام بسته‌بندی مناسب، پایه‌ها باز و درون بسته‌بندی 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 گونه‌ای که امکان تولید کالا به صورت انبوه و صنعتی وجود داشته باشد. بدیهی است که در فضای نمایشگاهی امکان بازدید خط تولید مشارکت‌کننده وجود ندارد، ممیزی در زمان نمایشگاه نیز قطعاً ممیزی خط تولید مشارکت‌کننده نیست. چه بسا که مشتری قطعه‌ای را به صورت برون‌سپاری 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 فرآیند تولید و عرضه و همچنین استفاده‌ی 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 غرفه برتر

معیارهای ارزیابی غرفه برتر عبارتند از :

✓ طراحی سبز ( GREEN DESIGN ): طراحی سبز، طراحی هماهنگ با محیط زیست می‌باشد، به گونه‌ای که در پی آن کاهش اثرات زیست محیطی (زباله، تولید کربن و...) و همچنین قابلیت بازگشت کامل مواد مصرفی محصول به چرخه‌ی 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 خلق‌کننده که نمادی از استراتژی و اهداف و تفکرات شرکت یا سازمان باشد. بدیهی است این موضوع در تقابل با مطالعه و ایده گرفتن نمی‌باشد.

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

✓ نوع ارائه محصول: پیام - اطلاع‌رسانی محصول - اهداف - داکيومنت/ ابزار معرفی محصول و شرکت

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

✓ سازه و مدیریت ساخت: استفاده از سازه استاندارد در طراحی و غرفه‌سازی که در نمایشگاه‌های مختلف تکرارپذیر 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 بازدیدکننده به راحتی، سهولت و هدفمند انجام شود. در واقع طراحی مسیر ورود و خروج مناسب بازدیدکننده در غرفه که بالاترین کاربرد و بهره‌وری 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" می‌توان پرداخت.

- نوآوری در طراحی به معنای فرایند شناخت، نکته‌سنجی و درک نیازهای کاربر است، نیازی که به نحوی شناسایی می‌شود و برایش راه‌حلی منطقی طراحی می‌شود.
- خلاقیت به معنای آفرینش چیزی تازه است، در واقع خلق محصول یا عملکردهای جدید. نوعی طراحی که منحصر بفرد، تاثیرگذار 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.



✓ نورپردازی: 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.