

خانقاه

ماهنامه اجتماعی، اقتصادی؛ شماره پیاپی: ۳۸؛ قیمت: ۱۵/۰۰۰ تومان


BARAN GROUP
HOLDING CORPORATION

فصل‌های بی‌دغدغه زندگی

ویژه نامه اختصاصی گروه مهندسی باران - زمستان ۱۳۹۲





بزرگی سراسر به گفتار نیست
دو صد گفته چون نیم کردار نیست

یکهزار و هفتاد و سومین زادروز حکیم خراسانی سخن
ابوالقاسم فردوسی توسی
۱ بهمن ۱۳۹۲



بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

آرامش از نوعی دیگر

برای همه ما پیش آمده که وقتی از سر کار به خانه بازمی گردیم بی معطلی به سراغ کارهای خانه می رویم. کارهایی عقب مانده یا کارهای هرروزه که فرصت اندک روزانه به ما مجان انجام آن ها رانداده است. حتی گاهی آن قدر سرمان شلوغ می شود که در طول روز دائما به فکر کارهای دیگر خود هستیم و نمی توانیم توازنی میان آن ها برقرار کنیم. اگر مادری پر مشغله، پدری پرکار، و فرزندی درس خوان باشیم قطعا این وضعیت بدتر هم خواهد شد. خود را جای باتویی بگذارید که در بیرون خانه کار می کند و روزی ۱۰ ساعت در محل کار خود فعالیت می کند و روزی ۶ ساعت می خوابد. در خوش بینانه ترین حالت از فرصت روزانه او حدود ۸ ساعت می ماند. آیا ۸ ساعت برای انجام باقی امور زندگی او کافی است؟ آیا او می تواند به فرزندان خود رسیدگی کند؟ آیا می تواند فعالیتی فوق برنامه (مانند ورزش، تفریح، خرید، و ...) را به سادگی و با فراغ بال انجام دهد؟ آیا می تواند کارهای خانه را حتی با همکاری همسر و فرزندان خوب با کیفیت انجام دهد؟ آیا می تواند آن قدر که دوست دارد مهمانی بدهد و به مهمانی برود؟ این سوال ها و چندین سوال دیگر همواره ذهن بانوان پر مشغله ما را به خود مشغول می کند؟ البته بعضی از بانوان خانه دار هستند و همگی نیک آگاهی که کار در خانه دست کمی از فعالیت های بیرون خانه ندارد و گاهی سخت تر است.

حال پدری را در نظر بگیرید که روزی ۱۲ ساعت کار می کند و روزی ۶ ساعت می خوابد. ۶ ساعت باقی مانده را چگونه باید مدیریت کند؟ سوال هایی از جنس سوال های بالا همواره در ذهن او مرور می شود. او چگونه می تواند در این فرصت اندک چند فعالیت واجب دیگر را انجام دهد؟ چگونه می تواند تفاوت عمده ای در شیوه زندگی خود ایجاد کند؟ آیا بهتر نیست فکری اساسی تر در این زمینه بکند؟ آیا شیوه ای وجود دارد که بتواند نیاز ها و دغدغه های او را برطرف کند؟ پاسخ گروه مهندسی باران به این سوال «آری» است. آری با صدای بلند و از روی یقین. گروه مهندسی باران به تمام مسائل انسان امروز فکر کرده و سعی می کند با ارائه مدلی منحصر به فرد و سبکی پیشرو برای زندگی انسان مدرن دغدغه ها و مشکلات او را به حداقل برساند. گروهی که با ارائه راهکارهای به روز و برنامه ریزی دقیق فقط به خود ساختمان و زیبایی آن فکر نمی کند، بلکه دغدغه اصلی آن ساکنان ساختمان و نیازهای آن هاست.

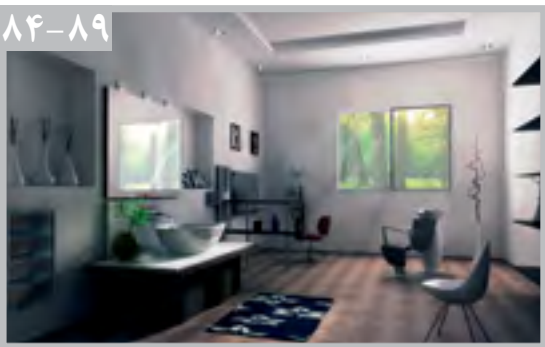
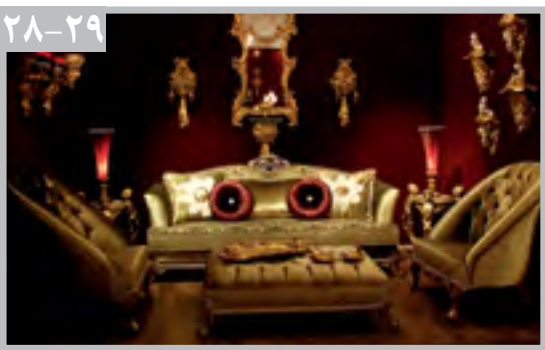
آنچه پیش روی شماست چهارمین شماره از فصل نامه گروه مهندسی باران است که با همکاری نشریه خانه نو منتشر شده است. در این شماره به تمامی سوالاتی که در بالا مطرح شد پاسخ می دهیم و به شما می گویم که چرا مدل زندگی بارانی منحصر به فرد و یگانه است؟ و چرا می گویم که با زندگی در هتل برج های باران شما آرامش از نوعی دیگر را تجربه می کنید؟ با ما همراه باشید.



ستاره های آسمان مد	۹-۶
روشنایی های روز	۱۳-۱۰
آرامش از نوعی دیگر	۱۵-۱۴
فرنگی های برطوفدار	۲۱-۱۸
وقتی هنر قربانی سلیقه می شود	۲۵-۲۲
رایحه فرانسوی	۲۷-۲۶
پایان یک فروش یا آغاز یک تعهد	۳۳-۳۰
خوراکی هایی با طعم تازگی	۳۷-۳۴
باتویی برای آینده	۳۹-۳۸
آسایش در پناه جریان الکتریسیته	۴۳-۴۰
بازگشت به دوران طلایی	۴۹-۴۶
پروژه هایی که تعطیل نمی شوند	۵۳-۵۰
همانگی با طبیعت	۵۵-۵۴
خرید بی دردسر مسکن	۵۷-۵۶
ملاقات با ژدهای یخی	۶۳-۶۰
یک عمر زندگی بی دغدغه	۶۷-۶۴
خیلی دور، خیلی نزدیک	۶۹-۶۸
وقتی سرآشیزها ستاره می شوند	۷۳-۷۰
دانه های دوست داشتنی	۸۰-۷۸
درخشش ابدی چهره ای بی آرایش	۸۳-۸۲
زیبایی در یک قدمی شما	۸۴-۸۹
باخوانندگان	۹۱-۹۰
نرم نرمک می رسد اینک بهار	۹۵-۹۲

زندگی بارانی

مدیریت هتل برج های باران بخش ظاهرا جدانشدنی و روزمره خانه داری را از مسئولیت های ساکنان هتل برج جدا کرده تا هم با کیفیت تر و هم سریع تر انجام شوند



ماهانماه خانه نو

ماهانماه اجتماعی، اقتصادی

شماره پیاپی: ۳۸

قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان

صاحب امتیاز: محمد امین خسروی

مدیر مسئول: پرویز روحبخش ایرادی (در حال تغییر)

شورای سیاست گذاری

مدیر عامل: محمد امین خسروی

سر دبیر: حمیدرضا ایک

مدیر تحقیق و توسعه: آراز مهرانی

مدیر خلاقیت: احمد رضا خسروی

مدیر اجرایی: محمد ایک

مدیر بازرگانی: نوید میرزایی

دبیر تحریریه: میلاد حسینی شکیب

تحریریه: روابط عمومی گروه مهندسی باران،

یاسمن زنجیران، امیر حسین میرابوطالبی،

ماهور نبوی نژاد، کیوان سرورشته، سارا منصقی

فنی و هنری

مدیر هنری: سعید آقاموسی

صفحه آرایی و گرافیک: خانه نو

ویرایش: محمد صادق خسروی

حروفچینی: فرناز کاظمی

تدارکات: عباس نیلچی پور

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: خانه چاپ و طرح

تلفن تحریریه: ۰۲۱-۸۸۰۵۹۰۰۲

سازمان آگهی: ۰۲۱-۸۸۰۵۹۰۰۷

آدرس: تهران، میدان شیخ بهایی، برج صدف، واحد ۷۶

سیاست گذاری و نظارت عالی بر محتوای متنی و گرافیکی این ویژه نامه اختصاصی، توسط گروه مهندسی باران به انجام رسیده است و استفاده از متون و تصاویر صرفاً با ذکر نام منبع «ویژه نامه اختصاصی گروه مهندسی باران» مجاز است.

از مخاطبان گرامی دعوت می کنیم در صورت علاقمندی به پیگیری دیدگاه ها و پروژه های گروه مهندسی باران و دریافت رایگان ویژه نامه ها و انتشارات این گروه، مشخصات خود یا افراد دیگر را به یکی از روش های زیر ارسال کنند: ۱- مراجعه به سایت www.baran.ir و تکمیل اطلاعات در بخش «مرا مطلع نگهدار». ۲- تماس در ساعات اداری یا سازمان فروش گروه مهندسی باران با شماره ۰۲۱-۸۱۸۱-۸۱۱ جهت اطلاع از نحوه اشتراک ماهنامه خانه نو می توانید با تلفن ۰۲۱-۸۸۰۵۹۰۰۲ تماس بگیرید.



شاخص ترین برندهای پوشاک

ستاره های آسمان مد

امروزه به هر شهری که سر بزنید تعداد زیادی از فروشگاه ها مربوط به صنعت پوشاک هستند. مردم هم در سال های اخیر توجه بیشتری به مسئله پوشاک کرده اند. در این مطلب به معرفی پنج برند مطرح پوشاک در جهان می پردازیم.



کیف های بی رقیب لویی ویتون

نام لویی ویتون را در دنیای مد شاید بتوان مترادف بهترین و ایده آل ترین سبک و کیفیت دانست. لویی ویتون، بنیانگذار این برند از سال ۱۸۵۴ در پاریس شروع به ساخت و طراحی کیف های لوکسی کرد که تا امروز رقیبی برایشان پیدا نشده است. امروز لویی ویتون تبدیل به قدرتمندترین برند بین المللی شده است که در زمینه طراحی و تولید پوشاک، کفش، کیف دستی، جواهرات و عینک آفتابی

فعالیت می کند. از سال ۲۰۰۱ خط طراحی و تولید جواهرات لویی ویتون زیر نظر طراح خلاق و مشهور بین المللی، مارک جاکوبز قرار گرفته و این همکاری باعث تولید مجموعه ای بی نظیر از جواهرات لوکس شده تا لویی ویتون را به ستاره ای بی چون و چرادر دنیای مد تبدیل کند.

شانل، الهه بلند پرواز مد

بیراه نیست اگر بگوییم در صنعت مد همه چیز از شانل

لویی ویتون، بنیانگذار این برند از سال ۱۸۵۴ در پاریس شروع به ساخت و طراحی کیف های لوکسی کرد که تا امروز رقیبی برایشان پیدا نشده است

شروع می شود و به شانل ختم می شود. الهه بلند پرواز مد، کوکو شانل که در سال ۱۹۲۰ در پاریس فعالیت خود را آغاز کرد، سبکی از طراحی را خلق کرد که استایل، زیبایی و احساس را در خود جای داده است. این سبک انقلابی در صنعت مد ایجاد کرد که مرز آن پاریس بود و لرزه هایش به تدریج به تمام نقاط دنیا رسید. شانل که امروز زیر نظر کارل لجر فلد فعالیت می کند و در سرتاسر دنیا همچنان اولین انتخاب برای بانوان مشکل پسند و ایده آل گرا است.

پرنسس های کریستین دیور

کریستین دیور، طراح فرانسوی با مجموعه «چهره تازه» در سال ۱۹۴۷ به شهرت رسید. این مجموعه طرح هایی برای پوشاک بانوان ارائه داد تا به قول خود دیور «کسی که آن ها را می پوشد مانند یک پرنسس به نظر بیاید». این مجموعه با چنان موفقیتی روبه روشد که تمام طرح های آن پیش از تولید نهایی پیش فروش شدند. بعد از مرگ دیور در سال ۱۹۵۷، ایوسنت لورن جای خالی دیور را به خوبی پر کرد و امروز، نه تنها پوشاک، بلکه جواهرات و عطرهای دیور در سرتاسر دنیا جز اولین انتخاب های چهره های مشهور هستند.

فروش قرمزی برای کوچی

وقتی گوچیو کوچی، در سال ۱۹۲۰ کسب و کار کوچک خود را در فلورانس ایتالیا راه انداخت، شاید به خواب هم نمی دید که این برند پر فروش ترین برند ایتالیایی تاریخ شود و سر از فرش قرمز اسکار در آورد. بعد از مرگ او، بزرگترین پسرش، برند گمنام کوچی را تبدیل به نامی لوکس کرد که میراثش تا به امروز پایدراست. کیف و کفش و پوشاک مردانه و زنانه کوچی با کیفیت و طراحی خلاقانه ای شناخته می شوند که عنصری جدانشدنی از تمام طرح های این برند است. در سال ۱۹۹۴، تام فورد طراح جوان و بلندپرواز، مسئولیت طراحی این کمپانی را به عهده گرفت و کوچی را تبدیل به برندی بین المللی کرد.

طرح های جسورانه دولچه اند گابانا

برند ایتالیایی دولچه و گابانا، بی شک یکی از تاثیر گذارترین و مطرح ترین برندهای مد امروز است. طرح های جسورانه این برند زیبایی در پوشاک زنان را به شکل تازه ای معرفی کرده و باعث شده تا یکی از محبوب ترین برندها بین چهره های مشهور شود. همکاری این کمپانی با چهره هایی مثل مدونا باعث شد تا جای پای این برند بیش از تمام برندها بین ستاره های موسیقی و سینما محکم شود. دولچه و گابانا علاوه بر طراحی و تولید پوشاک لوکس، تولیدات دیگری در زمینه لباس های اسپرت و جوان پسند دارد که به اندازه طراحی های لوکسش در دنیا فراگیر است. این کمپانی از سال ۲۰۰۹ خط تولید لوازم آرایش را هم راه اندازی کرده و از سال ۲۰۱۱ در زمینه تولید جواهرات فعالیت می کند.





نقش نور طبیعی در معماری و خلق فضا

روشنایی‌های روز

از آغازین روزهای حیات انسان، نور روز نقش تاثیرگذاری در فضای مسکونی داشته است. با پیشرفت صنعت ساخت و ساز نور از طریق پنجره‌ها وارد فضا شد و کاربری فضاهای مختلف را تغییر داد. امروزه طراحان از امکان نور طبیعی استفاده‌های زیادی می‌کنند. در این مطلب به بررسی نقش نور در معماری و خلق فضا می‌پردازیم.

اهمیت نور

نور طبیعی در طول روز جلوه‌های مختلفی به فضا می‌دهد و تمام نمای خارجی ساختمان، دید و منظر و فضاها را داخلی با آن تعریف می‌شوند.



نور طبیعی در معماری معاصر بر مبنای کاربری هر ساختمان به مقدار و شکل متفاوتی وارد فضا می‌شود. نور طبیعی در طول روز جلوه‌های مختلفی به فضا می‌دهد و تمام نمای خارجی ساختمان، دید، منظر و فضاهای داخلی با آن تعریف می‌شوند. معماری معاصر بیشتر و بیشتر بر اهمیت استفاده از نور طبیعی به جای نور مصنوعی تأکید دارد تا شاید بتوان بدون فشردن کلیدی برای روشنایی، فضای دلخواهی را در محیط به دست آورد.

شاید بیشترین کاربرد نور طبیعی در فضا، قابلیت باشد که این نور در تغییر فضا به وجود می‌آورد. تغییر نور در ساعات مختلف شبانه روز، جلوه‌های مختلفی در فضا به وجود می‌آورد و از تکراری شدن فضا جلوگیری می‌کند. جنبه دیگر تغییر، نور در فصول مختلف است. آفتاب در خشان و گرم تابستانی نوری قدرتمند به فضا می‌دهد و نور کم‌رنگ زمستان

تغییر نور در ساعات مختلف شبانه روز، جلوه‌های مختلفی در فضا به وجود می‌آورد

زیر ستونی از نور طبیعی قرار گرفته در طول روز تغییر شکل می‌دهد.

فضاهای داخلی معمولاً با فاکتور نور تعریف می‌شوند. صفات دلچسب و غم‌انگیز در صورتی نصیب یک فضا می‌شوند که نور در آن به درستی یا به اشتباه استفاده شده باشد و شکل و دید ناظر نسبت به اشیاء داخلی، کاملاً روی دید او از فضا تأثیر گذار است.

اما ورود نور به فضا، تصمیمی است که طراح هر بنا، پیش از ساخت آن و در مکان‌یابی روی سایت می‌گیرد. در سخت‌ترین و ناممکن‌ترین شرایط هم بهترین طراحی باید بیشترین میزان از نور طبیعی را وارد فضا کند. کاربری‌های مختلف البته نیازهای متفاوتی دارند. در مورد یک خانه مسکونی اولویت

دریافت نور با اتاق‌های خواب و پذیرایی است و در یک مدرسه، کلاس‌های درس بیشترین سهم نوری را خواهان هستند. اینکه چه میزانی از نور وارد چه فضایی می‌شود به طور کلی به نقطه‌یابی اولیه طراح برمی‌گردد.

ورود نور خورشید البته به شرایط طبیعی جغرافیای هر منطقه هم بستگی دارد. طبیعتاً ساکنان نقاط گرمسیر و پرنوری در نزدیکی استوا ممکن است به اندازه ساکنان مناطق نزدیک به قطب به استقبال دریافت بیشترین نور ممکن نروند.

یکی از نقاط مهم تأثیر گذاری نور طبیعی، تغییر در رنگ‌هاست. رنگ‌های واقعی و طبیعی در نور روز تعریف می‌شوند. قطعاً رنگ‌ها در چیدمان داخلی و دکوراسیون فضا تحت تأثیر میزان نور وارد شده

در سخت‌ترین و ناممکن‌ترین شرایط هم بهترین طراحی باید بیشترین میزان از نور طبیعی را وارد فضا کند

قرار می‌گیرند. جلوه طبیعی‌تر و زیباتر فضا با نور طبیعی حاصل می‌شود. گذشته از تمام تأثیرات نور طبیعی روی جلوه‌های بصری فضا، نور آفتاب نقش مهمی در سلامت جسمی و روحی کاربران یک فضا هم ایفا می‌کند. نرخ افسردگی در بین کاربران فضاهای پرنور نسبت به فضاهایی که نور طبیعی دریافت نمی‌کنند بسیار کمتر است. نرخ موفقیت تحصیلی بین دانش‌آموزان و دانشجویانی که در فضاهای پرنور مشغول به تحصیل هستند هم بالاتر گزارش شده‌است.

روی هم رفته، تمام تحقیقات و نظریه‌ها در دنیای معماری، نور روز را مهم‌ترین عامل طراحی و خلق بهترین فضا دانسته‌اند. نوری که از طبیعت وارد فضا می‌شود و بیشترین تأثیر را در زیبایی محیط دارد.



جلوه خارجی محیط را وارد فضای داخلی می‌کند. نور اما، در تغییر شکل احجام هم نقش موثری دارد. ساده‌ترین شکل نورپردازی، نور افقی است که از پنجره وارد می‌شود. اما تغییر این شیوه می‌تواند شکل احجام و تکیه بر نقاط خاص آن‌ها را تغییر دهد. مجسمه داود، اثر میکل‌آنژ، بهترین مثال در این زمینه است. مجسمه داود که در موزه فلورانس

نگاهی به خدمات خانه‌داری در هتل برج‌ها

آرامش از نوعی دیگر

زندگی در بهترین خانه‌ها و بهترین نقاط شهرها هم دل‌نگرانی‌های خود را دارد. از نظافت و ترتیب داخلی خانه گرفته تا تعمیرات گاه‌به‌گاه و نوسازی‌های مداومی که هر کدام بخشی از وقت صاحب خانه را مشغول به خود می‌کنند. خانه‌داری در زندگی امروز چیزی بیش از نظم و ترتیب دادن به فضای داخلی خانه است. خانه‌داری تبدیل به دغدغه‌ای مداوم و مستمر شده که نمی‌توان رهايش کرد. آسودگی از این دغدغه اما امری محال نیست. تمام جزئیات خسته‌کننده و مداوم مدیریت خانه را می‌توان به دستانی مطمئن سپرد تا با بهترین کیفیت انجام شوند. زندگی در هتل برج‌ها، در کنار تمام مزایای دیگر، نگرانی دائمی برای مدیریت خانه را برای همیشه از بین خواهد برد.

مجهزترین و لوکس‌ترین خانه دنیا هم نیاز به مراقبتی دائمی دارد. نظافت خانه، تعمیرات مداوم در سیستم‌های تهویه و آب و برق، رسیدگی به محوطه بیرونی، اقدامات امنیتی و نظافت خودرو همه و همه بخش‌های کوچکی از این مراقبت دائمی و خسته‌کننده را تشکیل می‌دهند. مراقبتی که در کنار دغدغه‌های حرفه‌ای و شغلی ساکنان خانه گاهی کم‌رنگ می‌شود. یکی از ویژگی‌های سبک زندگی لوکس و متفاوت در عصر حاضر، رهایی از این دل‌مشغولی‌های خسته‌کننده است. دل‌مشغولی‌هایی که رهایی از آن‌ها دیگر زمان و انرژی ساکن خانه را نخواهد گرفت. شاید تنها جایی که بتوان این رهایی را در آن پیدا کرد، زندگی در یک هتل برج باشد. جایی که ساکن خانه بدانند داخل خانه‌اش همواره منظم و آراسته است، امنیتی بی‌مانند دارد، محوطه‌ی بیرونی منزلش هیچگاه آشفته نخواهد بود و در صورت آمد به محل شستشوی خود را هم نخواهد داشت.

بخش مهمی از مدیریت هتل برج تمرکز بر روی وظایفی است که تا پیش از این به عهده صاحب خانه بوده است. مدیریت داخلی هتل برج تمام ضرورت‌های خانه‌داری را به عهده گرفته است. این مزیت سطحی دیگر از زندگی را برای ساکنان هتل برج‌ها به همراه دارد که نظیرش را در جای دیگری نمی‌توان دید. این سطح از زندگی، خانه‌داری و حاشیه‌هایش را از ساکنان جدا کرده تا شان و شخصیتی درخور جایگاه‌شان داشته باشند و انرژی و وقتی را که تا پیش از این صرف مراقبتی بی‌پایان از خانه می‌کردند معطوف به مسائلی مهم‌تر کنند.

ارائه این خدمات البته رعایت ضرورت‌های رامی‌طلب که همگام با سایر ویژگی‌های هتل برج است.



خدمات خانه‌داری در هتل برج‌های باران

ضرورت‌هایی مثل بهترین کیفیت و سرعت در ارائه باعث شده‌اند تا خانه‌هایی که در این مجموعه‌ها مدیریت می‌شوند، تفاوتی چشم‌گیر با هر خانه دیگری داشته باشند. امنیت این خانه‌ها با به‌روزترین سیستم‌های امنیتی تامین می‌شود، فضای داخلی خانه بنا به درخواست ساکنان به‌طور مرتب نظافت می‌شود و هر روز تعدادی از خودروهای داخل پارکینگ شسته می‌شوند.

تمام این خدمات باعث می‌شود تا زندگی روزانه در یک هتل برج آسوده‌تر و متفاوت‌تر از هر جای دیگری طی شود. مدیریت هتل برج‌ها بخش ظاهرا جدانشدنی و روزمره خانه‌داری را از مسئولیت‌های ساکن خانه جدا کرده تا هم با کیفیت‌تر و هم سریع‌تر انجام شوند. خانه‌داری با کیفیت دیگر سیلی بی‌پایان از وظایف ناخوشایند و وقت‌گیر هر روزه نیست، هدیه‌ای همیشگی است که بازندگی در هتل برج به دست می‌آید.

Housekeeping service



کارواش تمام اتوماتیک
کارپردازی، تاکسی سرویس
پارکمن، بل من و خدمات خانه داری

خدمات ۲۴ ساعته
در خانه ۵ ستاره



۱۳۹۳:
بهار سکونت در هتل برج
مسکونی باران ۲



مرتفع ترین برج مسکونی مشهد
همراه با خدمات هتل، گارانتی
و خدمات پس از فروش



www.baran.ir
0511-8181



مهد کودک و مربی اختصاصی
فضای بازی کودکان
سینما، مرکز تفریحات و سرگرمی، کافه کتاب

خدمات ۲۴ ساعته
در خانه ۵ ستاره



رستوران
کافی شاپ
سراشیز اختصاصی برج

خدمات ۲۴ ساعته
در خانه ۵ ستاره





حفاظت فیزیکی و مانیتورینگ شبانه روزی
سیستم های هوشمند اعلام و اطفاء حریق
سیستم یکپارچه مدیریت بحران

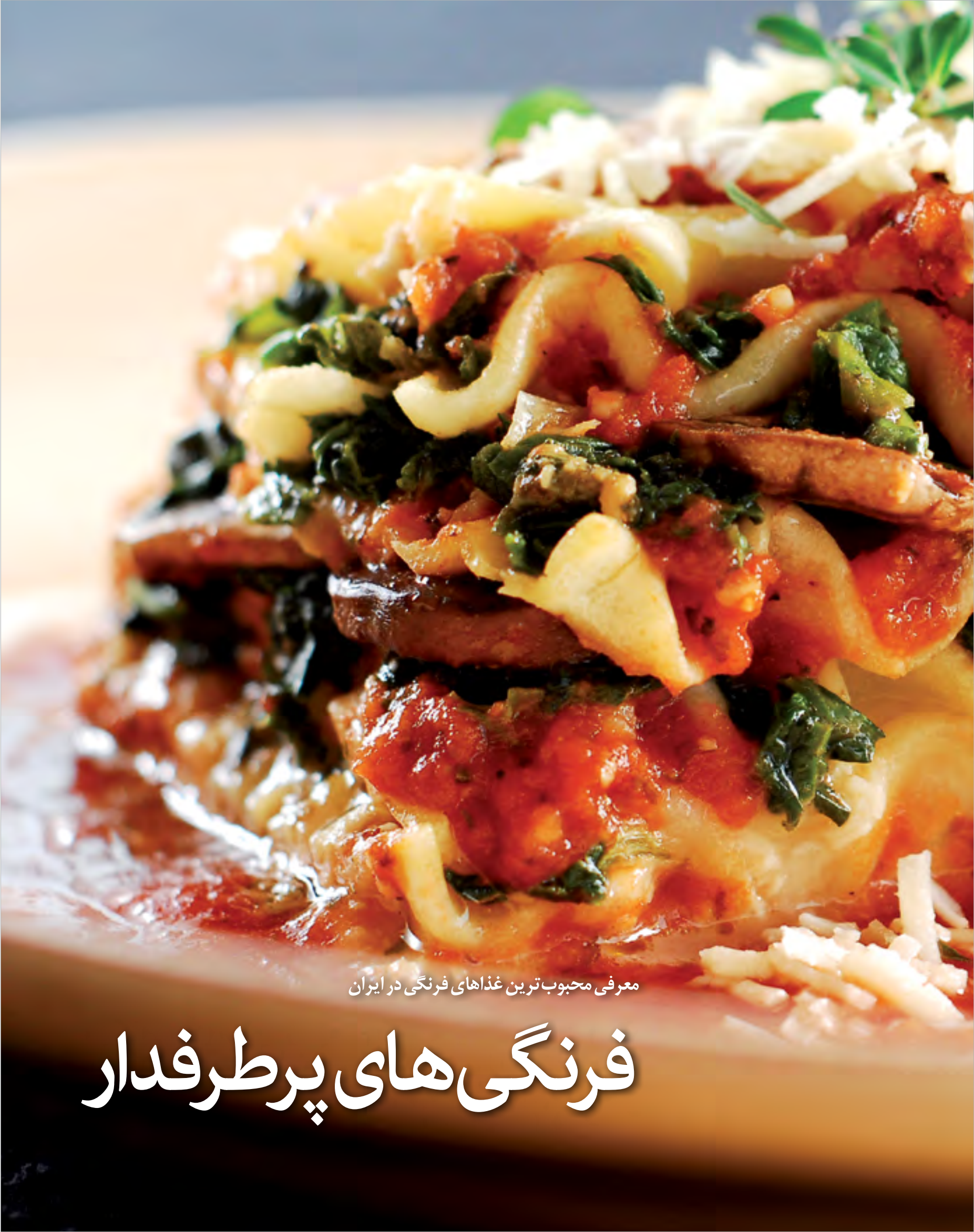
خدمات ۲۴ ساعته
در خانه ۵ ستاره



کلینیک اختصاصی مشاوره و پزشک خانواده
سالن زیبایی بانوان، آرایشگاه آقایان
هیدروتراپی و اسپا

خدمات ۲۴ ساعته
در خانه ۵ ستاره





معرفی محبوب‌ترین غذاهای فرنگی در ایران

فرنگی‌های پُرطرفدار

آشپزی معروف و لذیذ ایرانی، با شهرتی که در دنیا به هم زده، آنقدری انعطاف‌پذیر هست که به مهمانان غریبه‌ای از کشورهای دیگر هم جایی برای خودنمایی بدهد. مهمانان غریبه‌ای که بعضی چند دهه و بعضی تنها چند سال است راه به خانه‌ها و رستوران‌های ایرانی پیدا کرده، به اندازه غذاهای آشنای ایرانی طرفدار پیدا کرده‌اند و برای خودشان شهرتی به هم زده‌اند. اما سوغات کدام کشور بیشتر به مذاق ایرانی خوش آمده‌است و از بین تمام غذاهای فرنگی، کدامشان جای محکم‌تری در دل ایرانیان باز کرده‌اند و توانسته‌اند خود را در کشور ما مطرح کنند؟

غذای حاضری انگلیسی

گرچه شکل اولیه ساندویچ که ترکیبی از نان و ورقه‌های گوشت و پنیر بود، منسوب به کنتی انگلیسی با نام فامیل ساندویچ است، اما این غذای محبوب در قرن ۱۸ تقریباً در تمام کشورهای اروپایی به یک نسبت رواج داشته‌است. ساندویچ در هر کشوری با خوراک محلی آن کشور هماهنگ شده و کم‌کم از شکل غذای حاضری و سردستی خارج شد. ورود سوسیس و کالباس و خود ساندویچ به ایران در اوایل قرن ۲۰ اتفاق افتاد. با مهاجرت آرامنه و روس‌ها از مرزهای شمالی کشور، کم‌کم طعم و رنگ جدیدی به غذاهای این ناحیه

مهمانان غریبه‌ای که بعضی چند دهه و بعضی تنها چند سال است راه به خانه‌ها و رستوران‌های ایرانی پیدا کرده‌اند، به اندازه غذاهای آشنای ایرانی طرفدار پیدا کرده‌اند و برای خودشان شهرتی به هم زده‌اند

اضافه شد و اندکی بعد اولین کارخانه‌های تولید سوسیس و کالباس در ایران تاسیس شد. نخستین ساندویچ‌فروشی‌های ایران در حدود یک دهه بعد از پایان جنگ جهانی دوم در تهران و بعد از آن به تدریج در شهرستان‌ها افتتاح شدند. هر چند که اولین ساندویچ‌های ایرانی بدون حضور نان باگت و ژامبون‌های متنوع امروزی عرضه می‌شدند، اما به تدریج جای خود را بین مردم باز کردند. از اوایل دهه هفتاد و با ورود نان‌ها و چاشنی‌های مختلف، ساندویچ از غذای حاضری و سردستی به غذای خواستنی و محبوب تبدیل شد. محبوبیت ساندویچ به دلیل سرعت در حاضر





شدن و طعم لذیذش، تا به امروز هم بی‌خدا شده باقی مانده‌است.

خواهر خوانده آلمانی ساندویچ

همبرگر که شاید خود محبوب‌ترین غذای فست‌فودی در کشورهای غربی بی‌شماری باشد، بی‌شک در کنار ساندویچ یکی از پرطرفدارترین غذاهای وارداتی ایران است. همبرگر که نوع ساده‌آن معمولاً از گوشت کیابی، نان همبرگر و سبزیجات تشکیل می‌شود، انواع مختلفی دارد که با کم و زیاد شدن مخلفات آن به وجود آمده‌اند. نام همبرگر از

زبان آلمانی آمده و منسوب به شهر هامبورگ است. هرچند که خاستگاه همبرگر را کشور آلمان می‌دانند، اما فراگیر شدن و تنوع آن، بی‌شک به وسیله رستوران‌های زنجیره‌ای در آمریکا شکل گرفت.

همبرگر در ایران از اوائل دهه پنجاه وارد فست‌فودها و ساندویچ‌فروشی‌ها شد. هرچند که همبرگرهای اولیه هم مثل ساندویچ شباهت چندانی به شکل اصلی خود نداشتند اما تقریباً هم‌زمان با ساندویچ به محبوبیت رسیدند. افزایش تنوع و کیفیت، کم‌کم همبرگر را هم از مهاجری موقتی، به عضوی دائمی تبدیل کرد و با شروع دهه هشتاد، این غذای لذیذ دیگر از زندگی شهری جداشدنی نبود.

لقمه کشدار

پیتزا، شاید اولین مهاجر فرهنگی در سفره‌های ایرانی نباشد اما بی‌چون و چرا محبوب‌ترین غذای وارداتی است. غذای بومی ایتالیا که در ابتدا ترکیب ساده‌ای از نان و پنیر و سبزیجات بوده، در قرن ۱۹ و با سفر به آمریکا مطابق سلیقه یکی از خوش‌خوراک‌ترین ملل دنیا، تغییر کرد و انواع مختلفی از آن به وجود آمد. هرچند که پیتزای نازک ایتالیایی در بیشتر کشورهای دنیا محبوب است اما ذائقه ایرانی بیشتر با پیتزای نیویورکی هماهنگ شده‌است. ورود پیتزا به ایران در سال ۱۳۴۰ و هم‌زمان با شروع محبوبیت ساندویچ و همبرگر اتفاق افتاد. اولین پیتزافروشی ایران در

سال ۱۳۴۰ در تهران گشوده شد. پیتزا هم مثل باقی غذاهای مهاجر در ابتدا سر و شکل اصلی خود را در ایران از دست داد و به تدریج تا اوائل دهه ۸۰ به اصل خود بازگشت. از ورود پیتزا به ایران نیم‌قرنی می‌گذرد اما محبوب شدن آن هنوز آنقدرها هم کهنه نیست.

لذیذ ایتالیایی

لازانيا، شاید یکی از معدود غذاهای فرهنگی باشد که به مدد فست‌فود در ایران به محبوبیت نرسیده‌است. لازانيا که به شکل لایه‌هایی از خمیر پاستا، گوشت و پنیر در فر پخته می‌شود، از اوایل دهه هفتاد و در بعضی رستوران‌های خاص در ایران سرو

لازانيا، شاید یکی از معدود غذاهای فرهنگی باشد که به مدد فست‌فود در ایران به محبوبیت نرسیده‌است

می‌شد. اما تازمانی که خمیر لازانيا به صورت صنعتی و در کارخانه به شکل انبوه تولید نشده بود، محبوب و همه‌گیر نشد. کارخانه‌های تولیدی ماکارونی از اواخر دهه هشتاد تولید خمیر لازانيا را آغاز کردند و مهمان ایتالیایی کم‌کم جای خود را در خانه‌های ایرانی باز کرد. لازانيا به مدد ورود گازهای فردار به خانه‌ها در مدتی کوتاه همه‌گیر شد و از غذایی دست‌نیافتنی به پای ثابت خانه‌های ایرانی تبدیل شد.

برشته پرس و صدا

مرغ سوخاری، خوراک لذیذی که به کمک برند

کنتاکی در سراسر دنیا محبوب شد، ایران را هم از این شهرت و محبوبیت، بی‌نصيب نگذاشت. مرغ سوخاری که در دهه شصت و هفتاد میلادی در آمریکا محبوب و همه‌گیر شد، امروزیکی از پرطرفدارترین غذاهای فست‌فودی در ایران است. غذای ساده‌ای که تنها از پودر سوخاری و مرغ تشکیل شده، با چاشنی‌ها و ادویه‌های مختلف و در قطعات کوچک و بزرگ، هم خوراکی آماده و فست‌فودی است و هم غذایی خانگی. هرچند جای نمایندگی مشهورترین رستوران سوخاری دنیا، کنتاکی در ایران خالی است، اما میراثش در تمام فست‌فودها به چشم می‌خورد.

پیرامون معماری سفارشی و مرز اعمال نظر مشتری

وقتی هنر قربانی سلیقه می شود



«من ترجیح می دهم پذیرایی خانه ام به این شکل باشد.» «من دوست دارم خانه ام دو اتاق خواب در آن قسمت داشته باشد.» «به نظر من اگر آشپزخانه منزلم اینگونه یا اینجا باشد قشنگ تر است.» این حرف ها و جملاتی از این دست، مواردی هستند که صنعت ساختمان را به سمت مقوله ای به نام «معماری سفارشی» سوق می دهند. ترکیبی که اغلب توسط کارشناسان این رشته به چالش کشیده شده است. تا آنجا که این پرسش مطرح می شود که آیا چیزی به نام معماری سفارشی وجود دارد؟ و اگر هست چه

تعریف علمی و مشخصی دارد؟ پرسش هایی که پاسخ به آن حد و مرز اعمال سلیقه مشتری یا کاربر را در معماری تعیین می کند.

هنر چهارم و قامتی که خم نمی شود!

از دیرباز، معماری به عنوان چهارمین هنر از هنرهای هفتگانه مطرح بوده است. مبنای هنر بر خلاف آن دسته از امور بشری که با معیار زشتی و قشنگی سنجیده می شوند و سلیقه در آن حرف اول را می زند، بر پایه زیبایی و نازیبایی بنا شده است. از

آنجا که زیبایی با فطرت انسان سروکار دارد، هم دارای چارچوب های مشخصی است و هم سلیقه به آن راهی ندارد. از طرفی معماری جنبه دیگری هم دارد که جنبه کارکردی و کارآمدی آن است. هر دو این جنبه ها خط قرمزهایی دارند که رد شدن از آن ها به معنای عبور از اصول معماری هستند. پس در صورت انجام چنین کاری هم به زیبایی و هم به جنبه کارکردی ساختمان لطمات فراوانی وارد می شود. به طور مثال ما نمی توانیم به دلیل اینکه دوست داریم با قامتی خمیده وارد اتاقمان بشویم ارتفاع

معماری خواسته های کارفرما را می شنود و سپس آن ها را با معیارهای هنری و کارکردی معماری تطبیق می دهد.

در ورودی اتاق را کوتاه تر از حد استاندارد در نظر بگیریم، حتی اگر به سلیقه ما اینگونه قشنگ تر باشد! دروازه ورود سلیقه ها

هر معماری برای شروع کار نیازمند پارامترهایی است که به آن اطلاعات اولیه می گویند. بخشی این اطلاعات خواسته های کارفرما یا مصرف کننده است. معمار این حرف ها را می شنود، نیازهای پنهان او را هم بررسی می کند و سپس آن ها را با معیارهای هنری و کارکردی معماری تطبیق می دهد. در

معماری، استاندارد ها، روابط فضا و آنالیزهایی مانند نور، باد، اقلیم، دسترسی ها، گره ترافیکی و سروصدا، حد و مرزهایی هستند که رعایت آن ها منجر به هر چه زیباتر شدن و کاربردی تر شدن بنا می شود. به طور مثال اگر در نزدیکی یک ساختمان، پارک یا مکانی عمومی وجود دارد که ایجاد سروصدا می کند، قرار دادن اتاق خواب در مجاورت آن کار غلطی است. معماری هنر خلق فضاست و مرز معماری تا آنجاست که کارکرد این فضا دچار چالش نشود. لذا اگر در خلق فضای اتاق

اگر در خلق فضای اتاق خواب آرامش و آسایش وجود نداشته باشد هر چه قدر هم در ساخت آن هزینه شده باشد، ارزشی ندارد. بنابراین تطبیق خواست مصرف کننده یا کارفرما با چارچوب های معماری، اصلی حیاتی است. معمار باید خواسته ها را بشنود، مانند پزشکی که شرح حال مریض را از زبان او می شنود. از اینجا به بعد کارفرما یا مصرف کننده همچون بیماری که به پزشک خود اعتماد کرده و طبق تجویز او دارو مصرف می کند باید بداند که حرف های او شنیده شده و تا آنجا که به استاندارد ها و زیبایی هنر معماری لطمه ای نمی زند

اجرا خواهد شد. اما اگر علی‌رغم نگاه معمار، سفارش‌دهنده بر خواسته خود پافشاری کند، دروازه‌ای برای ورود سلیقه‌ها گشوده شده و معماری سفارشی بااین تعبیر، ترکیبی نامتوازن و نازیبا خواهد بود.

سفارشی که وجود ندارد

حتی اگر از زاویه هنر معماری به مقوله معماری سفارشی نگاه نکنیم، در سایر رشته‌های مهندسی مرتبط با ساختمان نیز مفهوم سفارشی‌سازی با مشکلات بنیادینی مواجه است. اهل فن و حتی عامه مردم می‌دانند که در یک پروژه ساختمانی، سفارش‌گذاری و تغییر پلان

بنا به سلیقه خریدار یا مصرف‌کننده در واقع، ناممکن است. به عبارتی ساده در یک مجموعه ساختمانی نمی‌توان جانمایی فضاهایی مانند آشپزخانه، سرویس‌های بهداشتی و حتی اتاق‌های خواب را به انتخاب کاربر از طبقه‌ای دیگر تغییر داد. چرا که استاندارد‌های سازه و جانمایی رایزرها ی اصلی و فرعی و داکت‌های تاسیسات، هیچگاه اجازه نمی‌دهند که بیش از چند تیپ مشخص و تکراری در یک برج مسکونی تعریف شود. پس در صورت اجبار به انتخاب در بین چند گزینه از

در یک مجموعه

ساختمانی نمی‌توان

جانمایی فضاهایی

مانندآشپزخانه،

سرویس‌های بهداشتی

و حتی اتاق‌های خواب

را به انتخاب کاربر از

طبقه‌ای تا طبقه دیگر

تغییر داد



قبل تعیین شده، اطلاق واژه «معماری سفارشی» به معنای اعم نادرست است. از سوی دیگر این حق انتخاب بین چند تیپ معین در یک برج، اتفاق جدیدی در صنعت ساختمان نیست.

ساختمان ناکا را آمد، معماری ناپایدار

برخی از صاحب‌نظران امدار دفاع از سفارشی‌سازی در معماری صحبت از مشتری‌مداری را به میان

سازنده بخواهد و هزینه آن را هم بپردازد. در این فرض، «معماری سفارشی» شدنِی است، اما با این وجود سفارشی بودن کار با پایداری ساختمان در تضاد است. زمانی یک معماری پایدار است که انعطاف‌پذیر باشد و بتواند خودش را با شرایط مختلف تطبیق دهد. یکی از ناگوارترین اتفاقاتی که در حوزه ساختمان در کشور ما رخ می‌دهد، این است که به محض تغییر مصرف‌کننده، تخریب و بنایی به راه می‌افتد. این بدان معناست که آن ساختمان ظرفیت و کارایی لازم برای پاسخ‌گویی به نیازهای مخاطب بعدی را نداشته و کار به ایجاد تغییرات کشیده است. چرا که ساختمان براساس نیازهای مصرف‌کننده قبلی سفارشی‌سازی شده و انعطاف‌پذیری‌اش کاهش یافته است. در تمام دنیا، مقوله سفارشی‌سازی در ساختمان‌هایی مانند برج‌های مسکونی که جنبه عمومی‌تری دارند بسیار محدودتر نیز هست. چرا که در چنین فضاهایی هر کدام از ساکنان نیازهایی را با خود به همراه می‌آورند که وظیفه پاسخ‌گویی این نیازها بر عهده سازنده (و به عبارتی معمار) است و ضرورت پاسخ‌گویی به نیازهای آشکار و پنهان جمع، امکان سفارشی‌سازی را کم‌رنگ‌تر می‌کند. در چنین ساختمان‌هایی طراحی بر مبنای پلان‌های باز صورت می‌گیرد تا فضایی انعطاف‌پذیرتر به وجود آمده و بتواند در زمان‌های مختلف و برای افراد مختلف، کارایی لازم را داشته باشد. صد البته معماری سفارشی این امر را به شدت محدود می‌کند. به طور مثال استاندارد‌ها می‌گویند یک واحد مسکونی با زیربنای ۳۵۰ متر، باید دارای چهار اتاق خواب باشد. حال اگر مصرف‌کننده براساس نیاز فعلی خود بخواهد تنها دو اتاق خواب در خانه داشته باشد و معمار به هر دلیل آن را بپذیرد، ایراد بزرگی به وجود آمده است چرا که در صورت واگذاری آن واحد، مصرف‌کننده بعدی با ساختمانی مواجه می‌شود که تعداد اتاق خواب استاندارد برای یک واحد ۳۵۰ متری را ندارد. این اشکال از آنجابه وجود آمده است که کارفرما یا مصرف‌کننده با عبارت «من اینگونه دلم می‌خواهد» سفارشی داده و معمار یا سازنده هم برای اینکه کار را انجام داده و دستمزدش را بگیرد، این خطا را پذیرفته و نتیجه ساختمانی است که کارآمدی و پایداری لازم را ندارد.

ماندگاری فرهنگ مدار

می‌آورند، که به نظر می‌رسد مغالطه‌آمیز باشد. در پاسخ باید گفت در معماری، مشتری‌مداری مساوی با اجرای صددرصد سلیقه خریدار یا مصرف‌کننده نیست. درست مانند پزشکی که در درمان بیمار باید به باور علمی و تشخیص حرفه‌ای خود عمل کند. معماری برای مشتری‌مداری باید «فرهنگ مدار» باشد. یعنی اینکه معماری باید بخشی و نمادی از فرهنگ مردم آن کشور باشد و از همه مهم‌تر معماری باید پاسخگوی نیازهای فیزیکی و متافیزیکی مخاطب باشد. پاسخ به نیازهای فیزیکی یعنی خلق بهترین فضا برای امکاناتی که هر خانه‌ای دارد. شامل اتاق خواب‌ها، سرویس‌های بهداشتی و آشپزخانه و پاسخ به نیازهای متافیزیکی یعنی معماری بتواند پاسخ‌گوی نیازهای روحی مصرف‌کننده باشد و به او آرامش بدهد. این یعنی معماری فرهنگ‌مدار و یک معماری ماندگار. بهترین نمونه‌های اینگونه معماری، آثار فاخر و گران‌بهایی است که در طول قرن‌های متمادی در کشور ما ساخته شده و همچون میراثی برای ما آیندگان به جا مانده است.

چیدمانی به سفارش مشتری

پس معماری سفارشی با وجود تمام محدودیت‌هایی که به آن‌ها اشاره شد در کجا می‌تواند بروز و ظهور داشته باشد؟ پاسخ به این پرسش در بخشی از معماری نهفته است که به آن دکوراسیون یا همان هنر تزئین و چیدمان فضا می‌گویند. دکوراسیون به طور مستقیم با بحث سلیقه در ارتباط است. این همان جایی است که خریدار یا مصرف‌کننده می‌تواند در فضایی که معمار براساس اصول و استاندارد‌ها برایش خلق کرده است با سلیقه خود دست به تزئین و چیدمان بزند. اینجاست کاربری می‌تواند بسته به نظر و سلیقه شخصی خویش چیدمان فضا را آن‌طور که مایل است طراحی کند و این از نظر هنر معماری تنها جایی‌ست که ایرادی ندارد به طور کامل بر مبنای خواست مشتری طراحی و اجرا شود.

با این تعریف، اگر مراد از معماری سفارشی، سفارش تزئینات داخلی و دکوراسیون خانه باشد، اتفاقاً خواسته‌ای است که هر مصرف‌کننده‌ای باید از هر سازنده‌ای مطالبه کند. با چنین نگاهی در هر خانه‌ای که اهمیت وجود دکوراتور داخلی جدی گرفته شود، معماری سفارشی خواهیم داشت فقط کافی است که تزئینات داخلی و چیدمان آن خانه بنا به خواست و سلیقه مشتری طراحی شده باشد.

اگر مراد از معماری

سفارشی،سفارش

تزئینات داخلی

و دکوراسیون

خانه باشد، اتفاقاً

خواسته‌ای

است که هر

مصرف‌کننده‌ای

باید از هر

سازنده‌ای

مطالبه کند



کمپانی ژبوانشی
در سال ۱۹۵۲ در
پایتخت مد دنیا،
پاریس متولد
شد. بنیانگذار این
کمپانی و طراح
مد، «هوبرت دی
ژبوانشی» بیش از
هر طراح دیگری با
مشتریان خود در
ارتباط بود تا بتواند
طرح‌هایی خبره
کننده خلق کند

ریزنانشی چندین عطر دیگر در همین مجموعه تولید کرد. عطرهایی مثل Very Irrésistible Summer Vibrations و Very Irrésistible Sensual که در بخش عطر مردانه هم همتایانی مشابه خود داشتند. بعد از موفقیت این مجموعه عطر، ریزنانشی عطر زنانه Play را تولید کرد و مدتی بعد نسخه مردانه این عطر با تبلیغات «جاستین تیمبرلیک» روانه بازار شد. Play همچنان محبوب ترین و پرفروش ترین عطر ریزنانشی است. نقطه تمایز عطر ریزنانشی با دیگر برندها شاید بتوان در استقلال تولید و طراحی آن از سایر قسمت های طراحی مد مجموعه دانست. بخش تولید عطر در این کمپانی به عنوان مجموعه ای جدا فعالیت می کند و شاید به همین خاطر باشد که رایحه عطر ریزنانشی زیر سر و صدای تولیدات مشهور دیگر این برند گم نشده است.

صنعت مد و فشن، شاید در نگاه اول صنعتی به نظر برسد که تنها به پو شاک و طراحی لباس مربوط است. اما امروز این صنعت، بنابه تقاضای مشتریان و مخاطبان شیک پوش و آراسته‌است؛ در کنار مفهوم اولیه بخش های دیگری را هم برای ارائه عرضه می کند. مشتریانی که آراستگی را نه تنها در پو شاک لوکس و شیک، بلکه در تمام جنبه ها خواستارند. از این رو سال هاست که برندهای مطرح فشن و لوازم آرایش، در کنار تولیدات دیگر خود تولید عطر را هم به شکل حرفه ای دنبال می کنند. برندهای مطرح همواره در این زمینه هم رقابتی جدی را با هم می کنند و هر سال رایجهای تازه را برای سلیقه های سخت گیر رانه بازار می کنند. یکی از مشهورترین برندهای تولید عطر، برند فرانسوی ژیواناشی است. ژیواناشی بیش از ۶۰ سال است که در کنار تولیدات دیگر خود عطرهای معروفش را هم وارد دنیای مد کرده است. اما داستان ژیواناشی و عطر هایش از کجا شروع شده است؟

کمپانی ژئوآونشی در سال ۱۹۵۲ در پایتخت مد دنیا، پاریس متولد شد. بنیانگذار این کمپانی و طراح مد، «هوبرت دی بیش ازهر طراح دیگری با مشتریان خود در ارتباط بود تا بتواند طرح هایی خیره کننده خلق کند.

هویت دی ژئوانشی در سال ۱۹۹۵ بازنشته شد و در ۲۰۰۱، جولیان مک دونالد به عنوان طراح خط تولید زنان این برند انتخاب شد. طرح های ژئوانشی با وجود منتقدان زیادی که دارد، همواره محبوب ستاره های سینما بوده و بارها روی فرش قرمز دیده شده است. عطر های ژئوانشی هم البته از این محبوبیت مستثنی نیستند. بعد از ۵ سال فعالیت در زمینه تولید و طراحی لباس، ژئوانشی در سال ۱۹۵۷ خط تولید عطر ژئوانشی را هم افتتاح کرد. بنابه گفته ژئوانشی، آغاز خط تولید عطر این برند متأثر از ملاقاتی بوده که بین این طراح و آدری هپبورن صورت گرفته است. اولین عطر ژئوانشی با نام Interdit^۱ به عنوان سمبلی از طرافت، محبت و خوش قلبی زنانه این ستاره سینما، وارد بازار شد تا خود هپبورن هم جهره اصلی تبلیغات این عطر شود.

زیوانشنی فعالیت تولید عطر خود را تاده ۹۰ با تولید چندین مجموعه از عطرهای زنانه و مردانه ادامه داد. عطرهای مردانه زیوانشنی همواره یادآور سبک فرانسوی و احترام بودند و عطرهای زنانه، به لطافت و ظرافت سمبل اولیه خود، آذری هیبورن پایدار مانداند. نخستین تولیدات عطر زیوانشنی با نامهای Ysatis, Amarige و Organza معروفترین عطرهای زنانه این کمپانی تاده ۹۰ هستند. در سال ۲۰۰۳ کمپانی عطر زنانه Very Irresistible Givenchy را تولید کرد که رایحه ای گیاهی و نزدیک به طبیعت داشت. همزمان با تولید این عطر، هنرپیشه مطرح هالیوود، (الیو تایلر) به عنوان چهره اصلی تبلیغات عطر زنانه زیوانشنی معرفی شد. با موفقیت تجاری سری اول Very Irresistible Givenchy،



معرفی برند مشهور عطرژیوانشی

رایحه فرانسوی

درباره «مبل‌مان کلاسیک» بیشتر بدانیم

طرحی نواز ایده‌ای کلاسیک



برند های ایرانی در تولید محصولاتی که هنر در تار و پود آن نهفته باشد همیشه حرف هایی شنیدنی داشته‌اند. اما زمانی زنجیره افتخار اتشان کامل شده که علاوه بر نوآوری و کیفیت در تولید، مشتری مداری را سر لوحه کار خود قرار داده‌اند.

حدود ۵۰ سال پیش، زنده یاد حاج حسین هرمز زاده (بنیانگذار مبل‌مان دقت) خط تولید مبل‌مانی منحصر به فرد را از کشور آلمان وارد کرد که در خاور میانه هم به لحاظ ابعاد و هم از نظر نوع تولید بی نظیر بود. بدین شکل، این خانواده پایه عرصه تولید به روز و با کیفیت مبل‌مان گذاشتند، مسیری که در تمام این سال ها ادامه داشت. شادروان حاج حسن هرمز زاده در سال ۱۳۸۳ ضمن حفظ نام «مبل دقت»، برند «کلاسیک» را با همراهی و پشتیبانی فرزندان اش امیر حسین، سلمان و رضا

هرمز زاده در عرصه مبل‌مان معرفی کرد که تا به امروز، سبک متفاوتی از تولید، فروش و خدمات پس از فروش را به مشتریان خود ارائه می دهد.

حرف، حرفِ مشتری است.

«مبل‌مان کلاسیک» با پشتوانه تجربه و نام «هرمز زاده»، طراحی و شیوه تولیدی کاملا به روز را در پیش گرفته است. بزرگترین ویژگی در این شیوه، ارائه محصول بر اساس خواست و سلیقه مشتری است. این امکان همواره برای مشتری وجود دارد که انتخاب های متعدد و متنوعی در نوع و رنگ چوب، جنس، طرح و رنگ پارچه محصول مورد نظرش داشته باشد. همچنین ترکیب بین مبل، صندلی و کاناپه را نیز سلیقه و خواست مشتری تعیین می کند. این یعنی اینکه خریدار مجبور نیست

حدود ۵۰ سال پیش، زنده یاد حاج حسین هرمز زاده (بنیانگذار مبل‌مان دقت) خط تولید مبل‌مانی منحصر به فرد را از کشور آلمان وارد کرد

مانند سایر مجموعه های تولید مبل‌مان، نیاز خود را از میان مبل‌مانی که قبلا تولید شده تأمین نماید، بلکه می تواند بنابر سلیقه خود، انتخابی صد درصد سفارشی داشته باشد و این یک نوآوری در عرصه تولید مبل‌مان محسوب می شود.

در ابتدا، نمایندگی «چیزز» انگلستان که یکی از برند های شناخته شده دنیا در عرصه تولید مبل‌مان است و در تولید اتش از چرم طبیعی استفاده می کند به مبل‌مان کلاسیک اعطا شد. همچنین در سال ۱۳۸۶ نمایندگی کمپانی «مریت» ترکیه، که در زمره ۲۰ شرکت برتر اتحادیه مبل‌مان اروپا قرار دارد، به طور انحصاری در ایران به مبل‌مان کلاسیک واگذار شد. در این سال ها افزون بر عرضه محصولات این دو شرکت بین المللی، به مرور زمان و با گسترش امکانات تولید در این مجموعه، از حجم ارائه این

نوع محصولات وارداتی کاسته شد تا جایی که امروز، کلیه محصولات عرضه شده، در کارخانجات مبل‌مان کلاسیک تولید می شود.

هم‌مسیر با بهترین های دنیا

در دکوراسیون و مبل‌مان، طراحی حرف اول را می زند و در طراحی، همگامی با پیشرفت های روز جهان اهمیت ویژه ای دارد. بر این اساس نزدیک به سه سال است که مبل‌مان کلاسیک با راه اندازی و توسعه بخش R&D به طور پیوسته، در حال تحقیق پیرامون سبک ها و مدل های روز طراحی مبل‌مان در دنیا است. در صنعت مبل‌مان متأسفانه بیشتر به کیی برداری های سطحی بسنده شده و مرسوم است برای به روز نشان دادن محصولات، اکثر تولید کنند ه‌ها، کاتالوگ برند های سرشناس را تهیه کرده و بر اساس آن، اقدام به طراحی می کنند. محدودیت های این روش باعث می شود در بیشتر مواقع محصولات تولیدی اشکالات زیادی داشته باشد. «مبل‌مان کلاسیک» اما در این مقوله، روشی متفاوت را در پیش گرفته است؛ بدین شکل که موفق ترین طرح های مبل‌مان روز دنیا خریداری شده، به کارگاه های این مجموعه برده می شود و بر اساس آنالیز تک تک اجزای شکل دهنده و تکنیک های به کار رفته در آن تلاش می شود تا سطح طراحی و کیفیت تولید مبل‌مان به استانداردهای جهانی نزدیک تر شود.

کالایی خاص برای مشتریان خاص

در هر کسب و کار بر اساس نوع محصول، توان تولید و کیفیت و قیمت گذاری کالا، بخشی از جامعه به عنوان جامعه هدف در نظر گرفته شده و محصول برای ارائه به آن قشر طراحی و تولید می شود. در «مبل‌مان کلاسیک» از همان ابتدای تأسیس، بنا بر تولید محصول ممتاز و درجه یک گذاشته شد. تولید با کیفیت نیازمند شرایط و امکاناتی مانند نیروی انسانی ماهر، مواد اولیه مرغوب، نظارت دقیق و کنترل کیفی مستمر است تا محصول با بالاترین کیفیت ممکن و کمترین اشکال به مشتری عرضه شود. این ها همه سبب می شود تا هزینه های تولید محصول بالاتر رفته و همین باعث می شود تا قشر خاصی از مشتریان، مخاطب این محصولات باشند، کسانی که حاضر ند هزینه مبل‌مانی با کیفیت را بپردازند.

ردای اعتماد بر پیکر یک برند

وقتی مبل‌مانی تولید می شود که در زمره صنایع دستی است، با وجود کیفیت بالا و ارزش هنری، شاید درصد پائینی از خطای انسانی اجتناب ناپذیر باشد و این جاست که ارائه خدمات پس از فروش

«مبل‌مان کلاسیک» با پشتوانه تجربه و نام «هرمز زاده»، طراحی و شیوه تولیدی کاملاً به روز را در پیش گرفته است

مناسب ضروری به نظر می رسد. به همین منظور «مبل‌مان کلاسیک» از همان بدو تأسیس واحد خدمات پس از فروش را به شکل ویژه راه اندازی نمود تا پاسخگوی نیاز مشتریان اش باشد. اما وجه تمایز در این است که خدمات پس از فروش در «کلاسیک»، منتظر تماس نمی ماند، بلکه در فواصل زمانی معین با مشتریان تماس گرفته و وضعیت محصول خریداری شده را بررسی می کند تا در صورت نیاز نسبت به رفع مشکل احتمالی اقدام لازم صورت گیرد. این امر سبب می شود تا مشتریانی که به دلیل مشغله، فرصت کافی برای رسیدگی به این امور را ندارند خدمات پس از فروش را در زمان لازم دریافت کنند. از طرفی مبل‌مان کلاسیک هیچ محدودیت زمانی برای خدمات پس از فروش قائل نشده، و حتی سال ها پس از خرید نیز این خدمات را به مشتریان ارائه می کند. این نوع از خدمات پس از فروش آرامش خاطری را در مشتریان کلاسیک ایجاد کرده که منجر به اعتماد سازی مضاعف شده است.

گامی به سوی فردا...

اگرچه تهران قطب صنعت مبل‌مان کشور است اما خوب است بدانید «مبل‌مان کلاسیک» فراتر از بسیاری از تولید کنندگان مبل تهران، در بسیاری از شهر های ایران مشتریانی خاص دارد. افتتاح شعبه در یزد، اعطای نمایندگی فروش در شیراز و ارائه محصولات «کلاسیک» در بسیاری از مبل فروشی های تهران، دلیلی است که ثابت می کند این برند ایرانی در مسیر کیفیت و مشتری مداری گام های درستی برمی دارد. در این راه علاوه بر استفاده از مواد اولیه با کیفیت، پرسنل باتجربه و حرفه ای و طراحی مناسب، آنچه بیش از همه خود نمایی می کند، مثبت کاری های هنرمندانه ای است که بر قامت چوبی این مبل ها نقش می بندد. جلوه ای که نه تنها در ایران، بلکه در کشورهای دیگر، به ویژه همسایگان حوزه خلیج فارس، از اقبال مناسبی برخوردار است. «مبل‌مان کلاسیک» این منطقه را به عنوان بازاری جدید برای محصولاتش مد نظر قرار داده تا معرف شایسته ای برای هنر و صنعت ایرانی در دنیا باشد.



چالش های مسکن لوکس در تهران

پایان یک فروش یا آغاز یک تعهد

سال هاست که سرمایه گذاری در پروژه های ساختمانی و خصوصاً خرید واحدهای مسکونی در کشور مابه عنوان یکی از مطمئن ترین شیوه های سرمایه گذاری مطرح بوده و در اغلب موارد به منزله راهی برای حفظ و افزایش ارزش دارایی ها به آن نگاه شده است. در این میان ساختمان های لوکس به نوعی از محافظت در برابر کاهش قیمت ها نیز برخوردار بوده اند و به شکلی ملموس، در دوران رونق، افزایش قیمت بیشتر و در دوران رکود، کاهش کمتری را نسبت به حرکت کلی بازار تجربه کرده اند. اگرچه صفت لوکس در حوزه ساختمان تعریف دقیق و معینی ندارد اما به طور کلی این وصف درباره ساختمان هایی به کار برده می شود که در درجه اول در نقاطی از کلان شهر ها احداث شده باشند که بالاترین قیمت زمین را داشته و از طرفی امکانات رفاهی متنوعی داشته باشند و همچنین فناوری و مصالح به کار رفته در آن ها از سطح انتظار و استاندارد مرسوم بازار به شکل چشمگیری بالاتر باشد. این نوع ساختمان لوکس با توجه به آن که همواره خریدار خاص خود را داشته، در شرایط رکود نیز ارزشش را حفظ کرده است. این مسئله باعث شده تا در تهران و دیگر کلان شهر های ایران، مسکن لوکس به یکی از جدی ترین حوزه های سرمایه گذاری در بخش ساختمان تبدیل شود. تب این ماجرا تا جایی پیش رفته که هر کدام از سازندگان یا گروه های مهندسی برای گرفتن گوی سبقت از رقبای خود دست به نوآوری های مختلفی می زنند. این گروه ها سعی می کنند تا برای رسیدن به موفقیت در بازار در بهترین مناطق شهر تهران دست به ساخت و ساز بزنند و در آن از گران قیمت ترین مواد و مصالح استفاده کنند. البته نباید فراموش کرد که نحوه محاسبه قیمت این برج ها با دیگر ساختمان ها کاملاً متفاوت است. برای مثال واحدهای یک برج مسکونی در منطقه ۱ شهر تهران چیزی بین ۲۵ تا ۳۰ میلیون تومان در هر متر مربع قیمت گذاری شده است. بهایی که به خاطر داشتن امکاناتی نظیر لابی بزرگ و مجلل، استفاده از بهترین مصالح ساختمانی مانند شیرآلاتی که روی آن آب طلا کار شده است، همراه امکاناتی چون کیتینگ، کارواش، خشکشویی، رستوران و سالن ورزشی و... است. با مثلاً برج دیگری در همین محدوده دارای امکاناتی چون

سینمای سه‌بعدی با سیستم صوتی دالبی ساراند، سالن بیلبارد با میز استنو کر، دو فضای مجزا با مساحت بالغ بر ۵۰۰ مترمربع جهت استخر، سالن Gym با دستگاه‌های ورزشی، کنترلرهای هوشمند ABB با امکان تنظیم دما، نور، صدا یا موسیقی است. در آشپزخانه آن هم از تجهیزات اجاق گاز، فر، مایکروویو، قهوه‌ساز و ماشین ظرفشویی استفاده شده که همگی توسط یک برند آلمانی معروف ساخته شده‌اند. سازند گان برج می گویند این سازه تا ۸.۶ درجه در مقیاس ریشتر در برابر زلزله مقاوم است. قیمت پنت هاوس ۱۴۰۰ متری این برج مسکونی چیزی حدود ۳۰ میلیارد تومان است. و با برج دیگری در منطقه ۲ شهر تهران دارای امکاناتی نظیر دید ۳۶۰ درجه، پارکینگ و استخر اختصاصی است که قیمت پنت هاوس ۵۰۰ متری آن چیزی حدود ۱۰ میلیارد تومان است. (منبع: همشهری اقتصادی، ۱۳۹۲/۸/۱۲)

روشن است که ساختمان‌های لوکس در مناطق برخوردار و به نسبت، مرغوب شهرها ساخته می‌شوند. محله‌هایی که قیمت متوسط زمین در آن‌ها بسیار بالا است و سازند گان برای ساخت یک مجموعه مسکونی قیمت گزافی بابت خرید این زمین‌ها می‌پردازند. از طرفی استفاده از نیروی کار، متخصصان، و مصالح گران‌قیمت باعث می‌شود آپارتمان‌های لوکس قیمت تمام شده‌ای بسیار بیش‌تر از ساختمان‌های معمول و مرسوم داشته باشند. این دو نکته در کنار هم قرار می‌گیرند و قیمتی بسیار بالا را نسبت به سایر واحدهای مسکونی به وجود می‌آورند. از سویی دیگر محصول لوکس به دلیل منحصر به فرد بودن و تمایز با دیگر انواع خود از فرمول‌های قیمت‌گذاری عادی پیروی نمی‌کند.

آنچه در تمام این برج‌ها مشترک است امکانات لوکس آن‌ها است و تمایزی که زندگی کردن در آن‌ها برای ساکنان ایجاد می‌کند. اما آیا صرف داشتن این امکانات کافی است؟ پس از خرید این خانه‌های میلیاردی آیا سازنده مسئولیتی هم در برابر محصول خود دارد؟ مسئله تعمیر و نگهداری این امکانات فراوان چه می‌شود؟ آیا سازند گان تعهدی در قبال خدمات پس از فروش محصول لوکس خود دارند؟ هزینه‌های سرسام‌آور شارژ ماهانه و مشکلات عدید‌های که در خصوص وصول هزینه‌کرد آن رخ می‌دهد با چه راهکاری حل می‌شود؟

همه‌ما می‌دانیم که مسئله گارانتی و خدمات پس از فروش تبدیل به امری عادی در صنایع مختلف شده

است. امروزه حتی وسایل و محصولات نه‌چندان گران‌قیمت هم دارای خدمات پس از فروش هستند چه رسد به محصولات لوکس و گران‌قیمت. این همان نکته‌ای است که مسکن لوکس در شهر تهران را با چالش روبه‌رو می‌کند. گروه‌های مهندسی فعال در شهر تهران خود را فقط در فرایند ساخت مسئول می‌دانند و پس از آن تعهدی نسبت به محصول خود ندارند. امروز ما با برج‌های متعددی در این شهر روبه‌رو هستیم که در روز تحویل امکاناتی بی‌نظیر داشته و در ظاهر هیچ مشکلی در آن‌ها وجود نداشته، اما پس از مدت اندکی و به دلیل نبود مدیریتی یکپارچه و کارآمد این ساختمان‌ها افت کیفی شدیدی پیدا کرده‌اند و امکانات متعدد آن‌ها بدون استفاده رها شده‌اند. تقریباً تمام کسانی که در این واحدها زندگی می‌کنند از اقسارمرغه جامعه هستند. کسانی که می‌توان حدس زد به دلیل موقعیت اجتماعی خود افراد پر مشغله‌ای هم هستند. اتفاقاً یکی از دلایل خرید چنین واحدهای لوکس و با

مسئله گارانتی و خدمات پس از فروش تبدیل به امری عادی در صنایع مختلف شده است. امروزه حتی وسایل و محصولات نه‌چندان گران‌قیمت هم دارای خدمات پس از فروش هستند چه رسد به محصولات لوکس و گران‌قیمت

امکاناتی، بر طرف شدن حجم زیادی از دغدغه ساکنان است؛ اما چه می‌شود که پس از مدتی این هدف ضد خودش عمل می‌کند و ساختمان‌های لوکس تبدیل به ساختمان‌های معمولی می‌شوند؟ برج‌هایی که روزی با هزاران تبلیغ و سروصدا ساخته شده‌اند و واحدهای میلیاردي آن‌ها به سرعت فروش رفته‌اند، در مدتی کوتاه با افت کیفیت و بهره‌وری مواجه می‌شوند؟

خریداران این گونه برج‌های لوکس تنها دو راه در پیش رو دارند. گروه اول توانسته‌اند به توافق دسته جمعی برسند و با پرداخت مبالغ هنگفتی به عنوان شارژ ماهانه و استخدام و راهبری عده زیادی نگهبان، تکنسین و نیروهای خدماتی از امکانات خانه خود استفاده کنند و در صورت ایجاد ایراد و اشکال در سازه یا تاسیسات به طور دسته جمعی درگیر آن شده ولی با هر مشقتی موارد را به موقع رفع و مانع از افت کیفیت ساختمان‌های لوکس خود می‌شوند. سازنده همچنان در قبال محصول

خود مسئولیتی ندارد و همه پیچیدگی‌های فنی و بار مالی این نگهداری بردوش ساکنان خواهد بود. جایی که به عنوان محل آسایش و آرامش با قیمتی فوق‌العاده خریداری شده خود به دغدغه جدیدی برای آن‌ها تبدیل می‌شود. این تنها در صورتی است که خوش بینانه به موضوع نگاه کنیم و اختلاف سلايق ساکنان مجتمع در نحوه مدیریت و حتی معضلات دریافت ماهانه شارژ و وجود همسایگانی که به طور معمول با این مسئله کنار نمی‌آیند را هم در نظر نگیریم!

اما اوضاع در دسته دوم به مراتب بغرنج‌تر است. کسی به راحتی مسئولیت مدیریت و راهبری امکانات اشتراکی را بر عهده نگرفته، برخی پرداخت مبالغ شارژ ماهیانه را موجه نمی‌دانند، عده‌ای از همسایگان به بهانه آن‌که از امکانات استفاده نمی‌کنند در هزینه‌ها هم مشارکت نمی‌کنند، تعمیرات و بهسازی بایی توجهی به فراموشی سپرده‌شده و این موارد خود به زمینه اختلافی تبدیل می‌شود که از اساس خانه لوکس و گران‌قیمت آن‌ها را پس از مدتی تبدیل به یک شیرینی یال و دم و گویال کرده است! اما امروزه مدل‌های پیشرفته‌تر و کارآمدی نیز ظهور کرده‌اند. مدلی که در دنیای امروز بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است مدل هتل برج‌های مسکونی است. مدلی که همه مزایای ساختمان‌های

هتل برج‌های باران دارای تمامی ویژگی‌ها و امکانات برج‌های معرف تهران و گاهی خیلی بیش‌تر از آن‌ها است

لوکس را دارد و معایب آن را بر طرف کرده است. اما این کار چگونه انجام می‌شود؟ هتل برج‌ها نیز مجموعه‌های لوکسی هستند، حتی گاهی لوکس‌تر از ساختمان‌هایی که در بالا از آن‌ها نام بردیم. اما نقطه تمایز آن‌ها با برج‌های لوکس، ارائه خدمات هتلی و خدمات پس از فروش و مدیریت یکپارچه آن‌ها است. برندهای معتبر در ارائه خدمات تا آنجا پیش رفته‌اند که برج لوکس خود را گارانتی می‌کنند. یعنی آن‌ها پس از تحویل واحدها به مشتریان همچنان مسئول حفظ و نگهداری محصول خود باقی می‌مانند.

گروه مهندسی باران هم از همین مدل پیروی می‌کند. هتل برج‌های باران با امکانات ویژه و لوکس در بهترین مناطق شهر مشهد ساخته شده‌اند. گروه باران محصول خود را گارانتی کرده و با برنامه‌ریزی و مدیریت یکپارچه خدمات هتلی، با به کارگیری نیروهای باتجربه و مورد اعتماد به صورت شبانه‌روزی به ساکنان این هتل برج‌ها ارائه خدمت می‌کند. محافظت از قسمت‌های متاعی و بازرسی روزانه و نگهداری دائمی تاسیسات، امکانات مختلف تفریحی، ورزشی، خدماتی، و غیره باعث شده‌اند این هتل برج‌ها همیشه به کیفیت روزاول خود باشند. گروه باران فقط در فکر ساخت و تحویل آن به مشتری نیست بلکه

بر اساس اهدافی که برای خود تعیین کرده و آن ارتقای سبک زندگی ساکنان خود است می‌کوشد تا پایان راه در کنار ساکنان هتل برج‌های باران باشد. همان‌طور که می‌دانیم هتل برج‌های باران دارای تمامی ویژگی‌ها و امکانات برج‌های معرف تهران و گاهی خیلی بیش‌تر از آن‌ها است. به همین دلیل محصول نهایی بسیار با کیفیت‌تر از نمونه‌های مشابه خود است. اما در کنار این مسائل نکته مهم، قیمت واحدهای هتل برج‌های باران است که در عین داشتن امکانات ساختمان‌های لوکس قیمت آن بسیار پایین‌تر از واحدهای لوکس دیگر در شهر تهران است. از طرفی مشکل پیچیده پرداخت شارژ ماهانه با مدل ابتکاری و دیعه شارژ از اساس حل شده است. ساکنان هتل برج‌های باران در هنگام شروع سکونت بر اساس متر از واحدهای خود مبلغی را به عنوان ودیعه در حسابی مشترک سپرده‌گذاری می‌کنند و از سود حاصله، کلیه هزینه‌های خدماتی و تعمیر و نگهداری پرداخت می‌شود. البته به خوبی می‌دانیم که چون گروه باران، به شکلی شفاف و صادقانه به تعهدش در قبال مشتریان عمل می‌کند چنین فرایند‌هایی قابل اجراست. همچنین اکنون کمتر کسی است که باور نداشته باشد بهترین گزینه برای ادامه این خدمات در اداره بلندمدت هتل برج‌ها گروه سازنده است.





نمایی از رستوران و کافی شاپ هتل برج مسکونی باران ۲

رستوران و کافی شاپ هتل برج های باران

خوراکی هایی با طعم تازگی

آیا تا کنون فکر کرده اید که چرا اغلب واژه «هتل» حسی مطلوب و آرامش بخش در ما ایجاد می کند؟ بیشتر ما از هتل ها خاطرات خوبی در ذهن داریم. شاید این مسئله به خاطر آن است که در هتل ها همواره به نیازهای ما فکر شده و بهترین پاسخ ها برای آن در نظر گرفته شده است. همچنین در صنعت گردشگری، مهم ترین رکن، مراکز اقامتی و هتل ها هستند. این از حمل و نقل، مراکز خرید و حتی جاذبه های توریستی مهم تر است. هتل ها شناخته شده ترین مراکز اقامتی هستند که خود به انواع گوناگونی تقسیم می شوند. اما پدیده ای که در سال های اخیر در کشورهای پیشرفته دنیا ظهور پیدا کرده، مفهومی است که ما آن را به «هتل برج» تعبیر می کنیم. خانه هایی که ساکنان آن ها ضمن اقامت دائم از تمامی خدمات یک هتل پنج ستاره در تمام ساعات شبانه روز بهره می برند. وقتی نام هتل به مکانی اضافه می شود ناگزیر خدماتی باید ارائه شوند که جز، لاینفک یک هتل پنج ستاره است. یکی از مهم ترین آن ها خدمات معروف به F&B (غذا و نوشیدنی) یا همان رستوران ها هستند. اما رستوران ها در یک هتل برج مسکونی چه شکلی دارند؟



چشم‌هایی با حس چشایی

در طراحی منوی یک هتل پنج ستاره ناگزیر به جلب نظر مسافرائی هستیم که در هتل اقامت دارند که این عدد گاه‌به‌پنج‌هزار نفر در هر سال می‌رسد. به‌همین دلیل متداول است که منوی غذایی رستوران چنین هتلی شامل نوشیدنی‌ها، پیش غذا، غذای اصلی و دسر‌ها چندین صفحه را در بر بگیرد. چرا که باید با ذائقه جمعیت بالایی از قومیت‌ها و ملیت‌های مختلف، نزدیکی و همخوانی داشته باشد. اما در هتل برج‌های مسکونی ماجراشکلی دیگر دارد. مشتریان خدمات بسیار محدودتر، اما همیشگی هستند و همین مسئله کار را به طور کلی متفاوت می‌کند. برای مشخص‌تر شدن موضوع مقوله غذا و نوشیدنی را در هتل برج مسکونی باران ۱ بررسی می‌کنیم تا نگاهمان به مسئله دقیق‌تر و عملی‌تر باشد.

در رستوران و

کافی‌شاپ هتل
برج مسکونی
باران ۱، منوی
غذایی حرف اول را
می‌زند

ارائه غذا است. اینکه چگونه غذا را جلوی مهمان می‌گذاریم. همان‌طور که ملاحظه کردید طراحی منو کار حساس و پیچیده‌ای است اما داستان در هتل برج مسکونی باران ۱، کمی از این پیچیده‌تر است. اجازه بدهید پیش از ادامه این بحث نگاهی به این پیچیدگی‌ها بیندازیم.

راه رفتن بر لبه تیغ

در هتل‌ها ما با مهمان‌هایی سروکار داریم که می‌آیند، مدت کوتاهی از خدمات استفاده می‌کنند و می‌روند. اما در هتل برج مسکونی باران ۱، ما به طور مشخص با ۱۱۵ نفری مواجه هستیم که ساکنان همیشگی این مجتمع هستند و ارائه خدمات به این گروه مشخص به ویژه در حوزه خدمات رستورانی مانند راه رفتن بر لبه تیغ است. از سویی ثابت بودن

مشتریان به جهت آشنا شدن پرسنل با ذائقه غذایی آن‌ها کار را در ارائه خدمات آسان‌تر می‌کند و از سویی دیگر این آشنا بودن موجب افزایش سطح توقع ساکنان شده و پرسنل را وادار می‌کند تا همواره سطح بالایی از کیفیت را به آن‌ها ارائه کند. کیفیت بالا، قیمت پایین و ارائه مناسب.

آشپزی بدون فریزر

نخستین چیزی که در ارائه خدمات غذا و نوشیدنی در هتل برج مسکونی باران ۱ لحاظ می‌شود کیفیت غذاهای ارائه شده است، و این کیفیت ارتباط مستقیمی با مواد اولیه تهیه شده دارد. در باران ۱ تمام مواد اولیه مصرفی تازه و به اندازه مصرف روزانه تهیه می‌شود. این یعنی اینکه فریزری در کار نیست و از

هیچ نوع ماده اولیه منجمدی در طبخ غذاها استفاده نمی‌شود. بدون شک این تازگی سطح کیفی غذاها را بالا می‌برد.

کیفیت بالا قیمت پایین

در رستوران یا کافی‌شاپ با تعریف مرسوم، مالک یا مدیر مجبور است هزینه‌های پرداختی ماهیانه خود را روی غذا و نوشیدنی ارائه شده محاسبه نماید. هزینه‌هایی سریار مانند اجاره، حقوق پرسنل، هزینه تجهیزات، تبلیغات، هزینه‌های مربوط به انرژی و همچنین مبلغی که به عنوان سود کار در نظر گرفته می‌شود. اما در رستوران و کافی‌شاپ باران ۱ به دلیل اینکه اجاره‌ای برای مکان پرداخت نمی‌شود، حقوق پرسنل و هزینه‌های جاری از

محل دیگری تامین می‌شود و همچنین سودی در نظر گرفته نشده تنها هزینه، همان خرید مواد اولیه است به همین دلیل ساکنان هتل برج باران ۱ در عین استفاده از غذا و نوشیدنی با کیفیت بسیار بالا هزینه‌ای گاه معادل یک سوم صرف چنین غذایی در بهترین رستوران‌های شهر را پرداخت می‌کنند.

پیشنهاد سر آشپز

در رستوران و کافی‌شاپ باران ۱ منویی بایش از ۳۰ نوع غذا وجود دارد. افزون بر آن برای مناسبت‌های خاص مانند اعیاد یا سوگواری‌ها غذاهای خاص طبخ می‌شود؛ مثل سبزی پلو با ماهی شب عید. همچنین ست منوهایی برای مراسم خاص مثل جشن‌های تولد، نامزدی‌ها، مهمانی‌های خانوادگی یا عزاداری‌ها در نظر گرفته می‌شود. در بحث ارائه مناسب در باران ۱ پیشنهاد سرآشپز جایگاه خاصی دارد. به دلیل آشنایی سرآشپز با ساکنان و ذائقه آن‌ها پاز رژیم‌های غذایی خاص آن‌ها، گاه پیش می‌آید او غذایی خاص را برای فرد خاص پیشنهاد می‌کند و این از ویژگی‌های ثابت بودن مشتریان و وجود سرآشپز اختصاصی هتل برج است.

جایی برای اشتباه نیست

همان‌طور که اشاره شد در مواجهه با مشتریانی که ثابت هستند و به‌طور مداوم کار پرسنل خدماتی را زیر نظر دارند ارائه خدمات با کیفیت بالا و حفظ مستمر این کیفیت امری اجتناب‌ناپذیر است و این سخت‌ترین قسمت کار در هتل برج مسکونی باران ۱ است. جایی که مدیریت باید مدام عملکرد پرسنل را تحت نظر داشته، از بروز هر گونه خطایی جلوگیری کرده و در صورت بروز هر گونه اشتباه در کمترین زمان ممکن نسبت به رفع آن اقدام نماید. روشی که در باران برای این کار در نظر گرفته شده روش ضد خطا است. یعنی کار به سبکی مدیریت شود که امکان خطای انسانی به حداقل ممکن برسد و این در جایی مثل رستوران و کافی‌شاپ که به‌طور مستقیم با سلامت ساکنان در ارتباط است، امری ضروری و اجتناب‌ناپذیر است کاری که مدیریت بهره‌برداری باران ۱ تا به امروز تمام تلاش خود را برای انجام آن به کار بسته و سعی نموده تا ضمن جلوگیری از بروز خطاهای احتمالی میزان رضایت‌مندی ساکنان را افزایش دهد.



بخشی از کافی‌شاپ و رستوران هتل برج باران ۱

نخستین چیزی
که در ارائه خدمات
غذا در هتل برج
مسکونی باران
یک لحاظ می‌شود
کیفیت غذاهای
ارائه شده است، و
این کیفیت ارتباط
مستقیمی با مواد
اولیه تهیه
شده دارد



فرصت‌های جدید برای بانوان

بانویی برای آینده

حضور در صحنه‌های اجتماعی هیچ‌وقت برای بانوان به سادگی مردان نبوده است. آن‌ها در این فرایند با چالش‌ها و تعارضات زیادی مواجه بوده‌اند که بخش زیادی از آن مربوط به سبک زندگی انسان‌ها و روابط موجود در جامعه ماست. تعارض میان مادر بودن و شاغل بودن و یا چالش موجود در برابر بانوان که آن‌ها را بر سر دوراهی میان کار در خانه یا کار در بیرون خانه قرار می‌دهد. فرض کنید خانمی را که مدیر یک اداره دولتی یا خصوصی است و هر روز از صبح تا عصر در محل کار خود مشغول فعالیت است؛ او چگونه باید بتواند تعادلی بین زندگی بیرون و کارهای خانه برقرار کند؟ ساعات طولانی کار در بیرون او را خسته می‌کند ولی معمولاً پس از کار هم در خانه فعالیت می‌کند و تا نیمه شب برای انجام امور خانه بیدار می‌ماند. یا خانمی را فرض کنید که فرزند کوچکی دارد و استاد دانشگاه یا پزشکی حاذق هم هست. او چگونه می‌تواند تعادلی میان مادر

قرن بیستم قرن تغییرها و تفاوت‌های فراوانی در سازو کارهای زندگی اجتماعی انسان بود. با مطرح شدن مباحث جدید در حوزه‌های مختلف و تغییرات بنیادین در نگاه جوامع به این مقولات اتفاقات عمده‌ای در سبک زندگی انسان‌ها و به تبع آن تغییر در نظام‌های اجتماعی افتاد. یکی از این حوزه‌ها مسائل مربوط به بانوان بود. بانوان با مبارزات فراوانی که در طول قرن بیستم در سراسر جهان انجام دادند توانستند تا حدودی حقوق خود را بازتعریف کنند و در جهت دستیابی به آن تلاش‌های فراوانی کردند. در ایران هم این تلاش‌ها نتایج زیادی را در برداشته است و پس از انقلاب اسلامی بانوان به مرور جایگاه اصلی خود را پیدا کرده و همچنان در این جهت تلاش می‌کنند. حضور بانوان در فعالیت‌های اجتماعی روز به روز بیشتر شده و ما اکنون شاهد تعداد زیادی از بانوان به عنوان نیمی از جامعه فعال در پست‌ها و جایگاه‌های مهم اجتماعی هستیم. طبق آمارهای رسمی تعداد بانوان مشغول به تحصیل در دانشگاه‌های کشورمان بیشتر از تعداد مردان است و

بودن و مسئولیت خانوادگی‌اش با مسئولیت‌های اجتماعی‌اش برقرار کند. و یا یک خانم خانه دار را در نظر بگیرید که آنچنان وقت و انرژی خود را صرف خانه و فرزندانش می‌کند که زمانی برای فعالیت‌های اجتماعی و شخصی‌اش باقی نمی‌ماند. تمام این مشکلات و چن‌دین و چند مشکل دیگر بر سر راه بانوان ماست که از حضور فعالانه آن‌ها در اجتماع جلوگیری کرده و آن‌ها را تبدیل به انسان‌هایی خانه‌نشین و گاه بی‌اثر می‌کند. چگونه می‌توان سبکی از زندگی را طرح‌ریزی کرد که بانوان بتوانند با کمترین دغدغه فعالیت کنند؟ شاید زندگی در مکان‌هایی با خدمات ویژه راه حلی برای این مسائل باشد. امروزه هتل‌برج‌ها با ارائه خدمات گسترده‌ای که در اختیار ساکنان خود می‌گذارند بسیاری از مشکلات خانواده‌ها و به ویژه بانوان پر مشغله ایرانی را رفع کرده‌اند. هتل‌برجی که دارای مهد کودک، رستوران، کافی‌شاپ، خدمات خانهداری، سرویس‌های حمل‌ونقل، سالن‌های ورزشی، آرایشگاه‌ها و چن‌دین و چند امکانات دیگر است گوشه‌ای از وظایف بانوان را به عهده

می‌گیرد. بانوانی که در این هتل‌برج‌ها زندگی می‌کنند دیگر نگران کودکان خود نیستند چرا که که مربی مهد کودک تمام امور مربوط به آن‌ها را انجام می‌دهد و یا اگر فرزند او مدرسه‌ای است سرویس‌های حمل‌ونقل هتل‌برج فرزند را به مدرسه می‌برد و می‌آورد و از طرفی سیستم‌های امنیتی برج جای هیچ گونه نگرانی را برای بانوی خانه‌داری نمی‌گذارد. از طرفی او دیگر نگران تمیز بودن و پختن غذا نیست، چرا که خدمات خانهداری به طور منظم در هتل‌برج انجام شده و همسر و فرزندان او برای صرف غذا یا هر چیز دیگری می‌توانند به رستوران یا کافی‌شاپ برج بروند. حضور مشاوران و پزشکان متخصص در برج نیز دغدغه‌آور را در مورد بیماری خود و اعضای خانواده‌اش کاملاً برطرف

وجود یک سالن پذیرایی در هتل‌برج‌ها و پرسنلی که تمامی امور مربوط به این مهمانی‌ها را به طور کامل و با بیشترین کیفیت انجام می‌دهند خیال خانم‌خانه را از این مسئله راحت می‌کند

می‌کند. همچنین دیگر نیازی نیست که به برنامه‌های تفریحی کودک خود فکر کند چرا که مراکز ورزشی، سالن‌های بدنسازی، استخر، سونا و گیم‌نت‌های موجود در این مجتمع‌های مسکونی کمک زیادی به فرزندان و اعضای خانواده در سپری کردن اوقات فراغت خود می‌کند. با وجود یک سیستم مدیریتی یکپارچه و شبانه‌روزی در هتل‌برج دیگر دغدغه‌ای در ارتباط با مشکلات ناگهانی وجود ندارد زیرا همیشه مدیران و پرسنلی کارآمد و آموزش‌دیده در برج حضور دارند و در اسرع وقت به رفع مشکلات می‌پردازند. شاید یکی از بزرگ‌ترین و وقت‌گیرترین مسائل بانوان ما برپایی مهمانی و دعوت از دوستان و خویشان و ندان است. وجود یک سالن پذیرایی در هتل‌برج‌ها و پرسنلی که تمامی امور مربوط به

این مهمانی‌ها را به طور کامل و با بیشترین کیفیت انجام می‌دهند خیال خانم‌خانه را از این مسئله نیز راحت می‌کند. به طور کلی باید گفت که رویکرد هتل‌برج‌ها برطرف کردن نیازهای حداکثری ساکنان این مجتمع‌هاست. مدیران این برج‌ها با برنامه‌ریزی دقیق و روبه‌جلو همیشه در تلاشند که تا حد ممکن مسائل و مشکلات روزمره ساکنان را به حداقل رسانده تا ساکنان بتوانند بی‌دغدغه فقط به مسائل مهم و ضروری زندگی خود فکر کنند. برای بانوان که شاید مسئولیت‌های زیادی را در یک زندگی بر عهده دارند این خدمات می‌تواند بسیار سودمند باشد چرا که بار زیادی را از دوش آن‌ها برداشته و آن‌ها را مهابای فعالیت‌های اجتماعی و تاثیرگذاری در جامعه می‌کند.



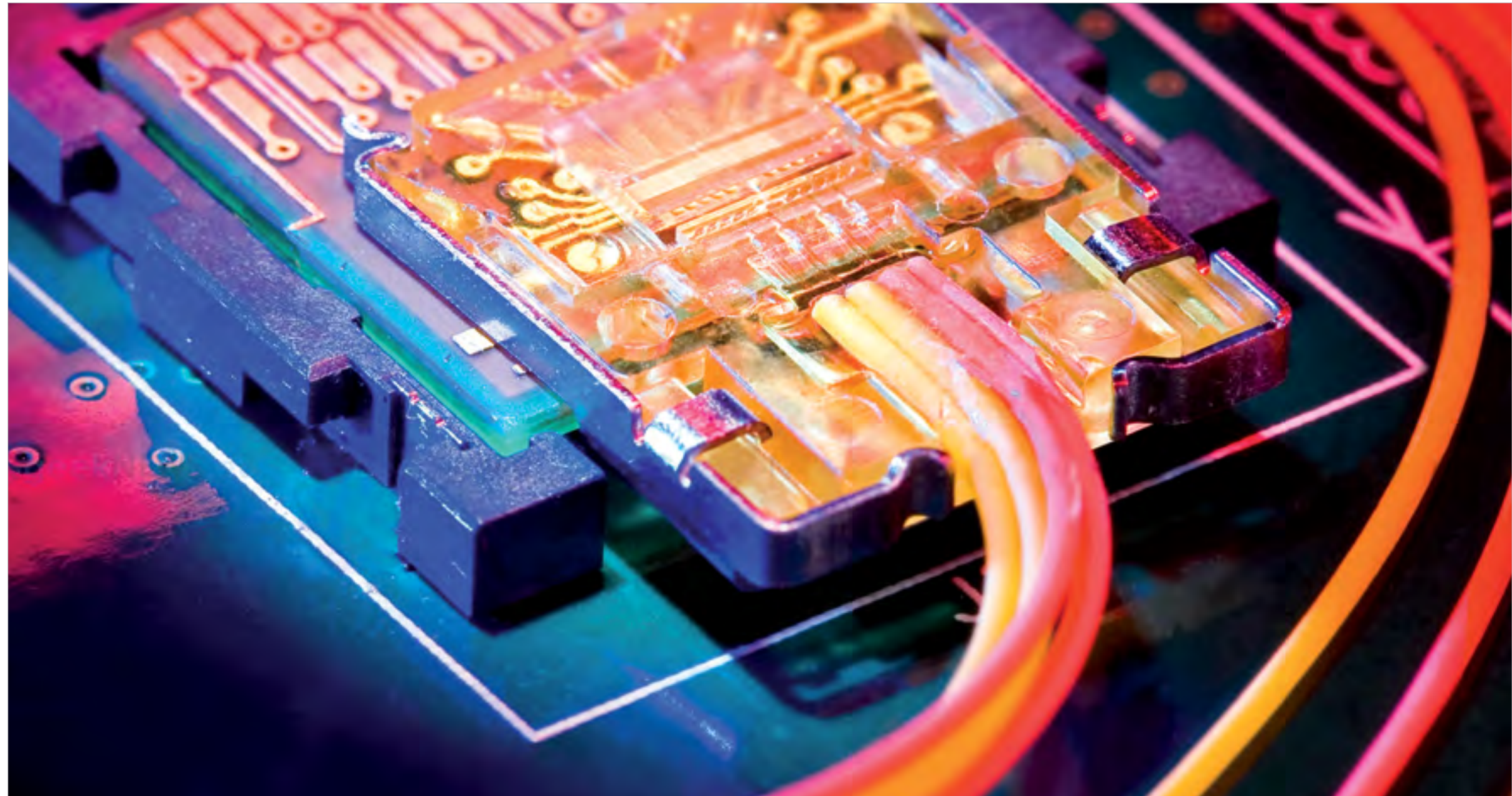
در حوزه ارتباطات
اتفاق مهم
دیگری برای
باران رخ داده
و آن اختصاص
فیبر نوری به این
مجتمع است

داخلی حتی در پارکینگ ها نیز پیش بینی شده تا در صورت نیاز، امکان تماس از پارکینگ ها با هر واحد و همچنین سایر بخش ها ممکن باشد. با این ویژگی امکان تماس بین واحد ها و بخش های خدماتی به راحتی امکان پذیر است و این، علاوه بر خط مستقیمی است که هر واحد مسکونی در اختیار دارد. همچنین این امکان در خود واحد ها نیز فراهم است و می توان از هر قسمت خانه با قسمتی دیگر تماس داخلی برقرار کرد. اما این تمام ماجرا نیست. هتل برج باران ۲ تنها مجموعه ای است که با داشتن فیبر نوری اختصاصی علاوه بر سرعت بسیار بالای تبادل اطلاعات، به صورت ویژه اینترنت پرسرعت به ساکنان خود ارائه خواهد داد.

شما می توانید با استفاده از دستگاه های دیجیتال شخصی مانند تلفن های هوشمند و یا تبلت کلیه تجهیزات الکترونیکی واحد مسکونی خود را در باران ۲ مدیریت کنید. روشنایی واحد ها، پرده ها،

تأمین روشنایی محیط اساسی ترین موضوع در مبحث تأسیسات الکتریکی ساختمان است. در مقوله روشنایی، مهم ترین عامل نوع لامپی است که استفاده می شود. در برج مسکونی باران ۲ به طور کامل از لامپ های LED استفاده شده است؛ چه در مشاعات، چه در موتورخانه و چراکه لامپ های LED علاوه بر مصرف کم، بازده نوری بیشتری نسبت به سایر لامپ های موجود دارند. بازده نوری این لامپ ها بین ۸۰ تا ۱۲۰ لومن بر وات است در حالی که لامپ های رشته ای، نهایتاً بین ۴۰ تا ۵۰ ولامپ های کم مصرف، بین ۶۰ تا ۸۰ لومن بر وات بازده نوری دارند.

سیستم تلفن باران ۲ به شکلی طراحی شده که برای نخستین بار در پروژه های مسکونی در سطح مشهد به اجرا گذاشته می شود. در باران ۲ هر واحد مسکونی یک شماره داخلی منحصر به فرد دارد و بخش های خدماتی نیز اینگونه اند. این خط



در برج مسکونی باران ۲ به طور کامل از لامپ های LED استفاده شده است؛ چه در مشاعات، چه در منازل و حتی در موتورخانه و تأسیسات. چراکه لامپ های LED علاوه بر مصرف کم، بازده نوری بیش تر نسبت به سایر لامپ های موجود دارند.

سیستم های الکتریکی باران ۲

آسایش در پناه جریان الکتریسیته

زمستان است. آسمان خاکستری و زمین سپید؛ برف و سرما بیداد می کند. این سوی پنجره اما داستان دیگری است. هوایی مطبوع، قهوه ای داغ و لذت قاشای شهر برفی از بلندترین نقطه شهر. این آرامش و امنیت، مرهون سیستم های پیشرفته و نوین الکتریکی این هتل برج مسکونی است. این بخشی از زندگی به سبک باران است؛ رفاهی که در باران ۲ در انتظار شماست...

سیستم های گرمایشی و سرمایشی از جمله مواردی هستند که می توان از این طریق آن ها را کنترل نمود. علاوه بر این سناریوهایی به صورت پیش فرض برای این موضوع طراحی شده که شما می توانید با استفاده از آن ها در موقعیت های مختلف استفاده ویژه ای از هر یک از این تجهیزات داشته باشید. به طور مثال در سناریو مهمان، میزان روشنایی و نوع تهویه لازم در بخش هایی از خانه که مهمان ها در آن حضور دارند از پیش تعریف شده است و تنها با انتخاب این سناریو این موارد به صورت خود کار عمل خواهند کرد. سناریوی متفاوتی در زمان خواب نیز می تواند تعریف شود. بدین شکل که ضمن خاموش کردن نورهای اضافی میزان دمای خانه نیز کنترل شده و به جهت کاهش مصرف انرژی دمای بخش های غیر ضروری کاهش یابد. در هر ساختمانی در باز کن تنها با در ورودی اصلی در ارتباط است. اما در باران ۲ شما با داستان متفاوت تری روبه رو خواهید بود. در این هتل برج مسکونی آیفون ها نه تنها با ورودی اصلی، بلکه با در ورودی واحد هم در ارتباط هستند که این موضوع در واحدهای پنت هاوس که دو در ورودی به داخل واحد دارند، سه ورودی توسط در باز کن کنترل می شوند. یعنی یک آیفون با تمام این ورودی ها در ارتباط بوده و به صورت هوشمند تشخیص می دهد که مهمان از پشت کدام در زنگ را به صدا در آورده و با فشردن دکمه همان در باز می شود. علاوه بر این از طریق این آیفون ها می توان به برخی از دوربین های امنیتی برج از قبیل پارکینگ، آشپزخانه و محل بازی کودکان دسترسی داشت تا از این طریق ساکنان احساس آرامش و امنیت بیشتری داشته باشند.

زیر ساخت شبکه در هتل برج مسکونی باران ۲ علاوه بر اینترنت، امکان استفاده از IPTV را نیز فراهم نموده است. در این سیستم بانک بزرگی از فیلم پیش بینی شده که واحدها می توانند از آن در هر ساعت شبانه روز استفاده کنند و به دلیل سرعت بالای این سیستم، امکان تماشای یک فیلم توسط چندین واحد به صورت همزمان وجود دارد. علاوه بر این شما می توانید از طریق سیستم IPTV سفارش های خود را به بخش های مختلف خدماتی برج ارسال نمایید. همچنین با توجه به استفاده از فیبر نوری می توان از IPTV سراسری کشور نیز استفاده کرد. امکان دیگری که برای اولین بار در یک برج مسکونی به کار گرفته شده، نصب پنج فیوز



سیستم شبکه ای که برای باران ۲ پیش بینی شده علاوه بر اینترنت امکان استفاده از IPTV را نیز فراهم نموده است

آدرس دهی شود. این سیستم همچنین می تواند از طریق BMS حادثه رخ داده را با دقت بالا شامل مکان دقیق اتفاق و نوع آن، به مرکز کنترل مستقر در دفتر مرکزی گروه مهندسی باران اعلام نماید. برای نخستین بار در یک مجتمع مسکونی در مشهد برای انتقال برقی به واحدها و بخش های خدماتی، همان سیستم باس داکت استفاده شده است. همچنین به دلیل عدم استفاده از گاز طبیعی، اجاق های خوراکپزی برقی تعبیه شده است که با توجه به استفاده از حداقل دوا جاق خوراکپزی در هر واحد، برای تامین انرژی مورد نیاز، این هتل برج به برقی سه فاز مجهز شده است. همچنین به دلیل جریان حدود

۱۲۵۰ آمپر برقی، برای انتقال از باس داکت استفاده شده که در صنعت ساختمان سازی مسکونی بحث نوینی به شمار می رود. اشغال فضای بسیار کم، مقاومت بسیار زیاد در برابر آتش سوزی، تولید حرارت پایین و مقاومت مکانیکی بسیار بالا از جمله ویژگی های منحصر به فرد این سیستم است. اما مهم ترین ویژگی باس داکت راحتی انشعاب گرفتن از آن است. به طوری که هر جانیاز به انشعاب داشته باشد مانند دو شاخه و پریز می توان از آن انشعاب گرفت. انشعاب برقی اصلی هتل برج مسکونی باران ۲ بیست کیلو ولت است که به وسیله حدود

چهار کیلومتر کابل کشی زیر زمینی و هوایی، به صورت اختصاصی به پست برق متصل شده است. علی رغم هزینه بسیار بالای چنین انتقالی برای گروه باران به دلیل امتیازات خاص، این انتقال صورت گرفت. با این کار می توان گفت امکان قطع برق در باران ۲ تقریباً به صفر رسیده و در بدینانه ترین حالت هر سه یا چهار سال یک بار احتمال قطعی برق برای این برج پیش بینی می شود. این میزان انرژی الکتریکی برای قابل استفاده شدن در مجتمع، از طریق دو ترانس 1000KVA به برق ۴۰۰ ولت تبدیل می شود. علاوه بر آن ژنراتوری نیز پیش بینی شده



تادر صورت قطع احتمالی برق، مجموعه با مشکل خاصی مواجه نشود. در برج مسکونی باران ۲ کلیه سیستم روشنایی و مصارف برق مشاعات از طریق تابلویی به نام MDP01 کنترل می شود. این سیستم صحت عملکرد تاسیسات الکتریکی را مانیتور و کنترل می کند. این تمایز و دقت نظر در زمان ساخت به علاوه خدمات پس از فروش و گارانتی (تعمیر و نگهداری تاسیسات الکتریکی پس از واگذاری واحدها) نویدبخش سبک زندگی متفاوتی است که در آن ساکنان هتل برج های باران دغدغه های زندگی روزمره را ندارند.

انشعاب برق اصلی هتل برج مسکونی باران ۲ بیست کیلو ولت است که به وسیله حدود چهار کیلومتر کابل کشی زیر زمینی و هوایی، به صورت اختصاصی به پست برق متصل شده است



نگارستان نقش در گالری فرش شجاعی

در قلب پرتپش یکی از اصیل ترین خیابان های شهر مشهد و در میان همه‌ه زندگی روزمره ماشینی، پنجره‌ای به مهمانی باشکوه رنگ و روح گشوده شده است. نگارخانه‌ای بر تافته از ذوق و هنرمندی بافندگان ایرانی.

نزدیک به نیم قرن است که خانواده شجاعی در عرصه فرش دستباف فعالیت می کنند. فرش را با چنان دقت و وسواسی به بافنده سفارش می دهند که گویی قرار است در خانه خودشان جلوه گری کند. داستان، روایت هنری است که زیر پای ما می درخشد. هنری تاریخی که «گالری فرش شجاعی» با ظرافت، آن را با مد روز همراه کرده و امروز علاوه بر بازار ایران، آن را به کشورهای مثل کانادا، آلمان، امارات متحده عربی، کویت و بحرین نیز صادر می کند. داستان این همراهی خواندنی است.

فرش دستباف همیشه کالایی ارزشمند بوده و در پیشینه ما ایرانیان حتی به چشم سرمایه به آن نگاه می شده است. در گذشته لوکس بودن و تناسب فرش با چیدمان خانه اهمیت چندانی نداشته حتی به اندازه فرش نیز کمتر توجه می شده است. همه به یساد داریم که روز گاری در خانه‌ها، فرش هایی بزرگتر از ابعاد اتاق استفاده می شد. تناسب رنگ و طرح فرش با چیدمان منزل هم آن چنان عنصر تعیین کننده‌ای در خرید فرش نبود و به ندرت چنین هماهنگی به چشم می خورد. فراموش نکنیم که پیش از این، نقش ها و رنگ ها هم در فرش های دستباف محدود به دایره‌ای تکراری بود.

فرش شجاعی اما در عرصه فرش دستباف نظمی نوین را پی ریخته است. نظمی مبتنی بر هماهنگی با سلیقه روز و مطابق با خواسته‌های مختلف. اگر ست میلمان سفید را انتخاب کرده‌اید، قاب تابلو فرش ها با آن هماهنگ می شود و اگر در رنگ آمیزی خانه از رنگ های گرم استفاده شده، رنگ فرش ها نیز گرم انتخاب می شوند. این همراهی با مد روز و خواسته مشتری یعنی میلیاردها تومان سرمایه گذاری برای به روز بودن و مشتری مداری! و این گونه است که این روزها بعید است کسی به داشتن فرش یا تابلو فرش دستباف با کیفیت، نفیس و مطابق با مد روز بیندیشد و در گوشه‌ای از ذهنش، نام «فرش شجاعی» نقش نبندد.

اما آیا می شود فرش دستباف که در بافت آن از اصولی کلاسیک و سنتی پیروی می شود را طبق مد روز طراحی کرد؟ هنری که طرح های اصلی و معروف آن قرن ها پیش طراحی شده و سینه به سینه، از بافنده‌ای به بافنده دیگر منتقل شده را چگونه می توان به روز کرد؟ برای پاسخ به این پرسش، باید به سراغ بخش های مختلفی برویم که «گالری فرش شجاعی» محصولاتش را عرضه می کند: فرش های نفیس ایریشمی کلاسیک اثر هنرمندان تبریز، اصفهان و قم، دستبافته‌های عشایری استان کرمان و فارس و تابلو فرش های نفیس تبریز. به روز بودن در هر کدام از این بخش ها حکایت خود را دارد.

در بافت فرش های سنتی طرح های کلی فرش مانند پی ریزی یک ساختمان اساسی و غیر قابل تغییرند و به روز بودن فرش در این بخش تأثیری ندارد. آنچه برای نوآوری در فرش های سنتی استفاده می شود، تغییر در جزئیات طرح و نقشه است. تغییر در شکل گل های فرش، آرایش نقشه، بازی کردن با رنگ ها، تغییر دادن میزان ایریشم به کار رفته در فرش و بالا بردن رج بافت. این تغییرات در جزئیات فرش سبب تنوع بخشیدن و هماهنگی با ترکیب های متفاوتی است که هر ساله به عنوان مد در د کوراسیون خانه‌ها مطرح می شود. به همین دلیل است که اگر روز گاری مشتری ان فرش های دستباف بیشتر میانسالان بودند، امروزه جواتر ها هم بخشی از علاقمندان پرو و پا قرص این ثروت ماند گار شده اند.

آنچه تا کنون گفته شد مربوط به بافت سنتی فرش بود که با تغییرات به وجود آمده با چیدمان های کلاسیک امروزی، هماهنگ می شد. اما تکلیف خانه‌هایی با چیدمان مدرن و به اصطلاح اسپرت چیست؟ یاد استبافت های نفیسی برای این چیدمان وجود دارد؟ پاسخ این پرسش در «مجموعه فرش شجاعی» است. در این مجموعه فرش‌های وجود دارد که با نقشه هندسی بافته می شود و مربوط به شهر هریس در نزدیکی تبریز است. این طرح های هندسی در د کوراسیون های مدرن بسیار زیبا جلوه می کنند. و در بخش عشایری انواع گبه، گلیم و گلیم فرش که به طور عمده توسط عشایر سیرجان، شیراز، قشقایی و دشت مغان بافته می شوند پیشنهاد می شود. این بافته ها توسط خود عشایر بافته می شوند و بر خلاف مدل های بی کیفیتی که با رنگ های شیمیایی رنگ آمیزی شده، از رنگ های کاملاً طبیعی بهره برده‌اند و علاوه بر هماهنگی و زیبایی در کنار چیدمان های مدرن، عمری بیش از ۵۰ سال دارند. دست بافت دیگری که در این بخش ارائه می شود، فرش هایی است که به فرش چهل تکه (patch work) مشهورند که آلبومی از

هنر قالیبافی ایران را در خود دارد و تنوع رنگش در کنار چیدمان مدرن زیبایی دلنشینی به خانه می دهد. تابلو فرش ها نیز از قافله به روز بودن عقب نمانده و در «گالری فرش شجاعی» تنوعی از تابلو فرش های هماهنگ با مد روز را می توان پیدا کرد. در گذشته تابلو فرش ها به طور عمده تصویر چهره یا نقشی از لیلی و مجنون بود. اما در اینجا علاوه بر تنوع قاب های چوبی که توسط هنرمندانی در تهران طراحی می شوند، نقش های متنوع و مدرنی از تابلو فرش نیز به چشم می خورند. از تابلو فرش با تصویر خیابانی در نیویورک، نمایی از ونیز یا بازاری در قاهره گرفته تا تبدیل نقاشی های آبرنگ به تابلو فرش. جالب تر اینکه فرش شجاعی برای نخستین بار، تابلو فرش هایی با الهام از سبک کوبیسم ارائه کرده که در نوع خود بسیار زیبا و در عین حال متمایز است.

این تنوع در ارائه محصولات دست بافت تنها به زیبایی و به روز بودن خلاصه نمی شود بلکه کیفیت در هر محصول فرش شجاعی حرف اول را می زند. دانستن معنی اصطلاحاتی مثل رج و محاسبه آن، نکته مهمی برای تخمین کیفیت فرش است. رج در فرش به تعداد گره‌ها در هر هفت سانتی متر از عرض فرش گفته می شود. برای مثال فرش ۵۰ رج باید در هر هفت سانتی متر ۵۰ گره داشته باشد. تعداد این گره‌ها را می توان از پشت فرش شمرد. هر چه هم که تعداد رج شمار فرش بالاتر باشد، کیفیت آن بهتر است. به دلیل کیفیت پایین فرش های دستباف بارج شمار کمتر از ۵۰، در این

فرش دستباف، تروتنی ماندگار
گالری فرش شجاعی، مشهد، کوی دکتر، انیش خیابان باستور ۵۱۱۸۴۱۷۸۲۲

گالری رج فرش های تبریز بین ۵۰ تا ۷۰ است و بعد از آن فرش های تمام ایریشم قم به چشم می خورند که رج شمارشان بین ۶۰ تا ۱۰۰ است. فرش هایی بارج شمار ۱۰۰ نفیس ترین فرش های دستباف هستند که از حیث ظرافت و نازکی، به پارچه می مانند. ذکر این نکته در اینجا ضروری است که در بافت فرش، رج شمار بیش از ۱۰۰ نیز وجود دارد اما این نوع بافته ها کمتر جنبه کارکردی داشته و بیشتر نقش تزئینی دارند. مثل برخی فرش ها که بافت ۱۰۰۰ رج دارند و به کوچکی یک کف دست هستند و بیشتر جنبه نمایشگاهی دارند. خرید فرش از «گالری فرش شجاعی» پایان کار نیست. بلکه آغاز مسیر طولانی تعهد و خدمت این مجموعه به مشتریان است. فرش های این مجموعه یکسال گارانتی تعویض دارند و تابلو فرش ها شامل یک عمر گارانتی تعویض می باشند. این مجموعه در برابر فرشی که به مشتری خود فروخته پاسخگو است و به همین دلیل، سطح گسترده‌ای از خدمات پس از فروش را به مشتریان خود عرضه می کند که در نوع خود در صنعت فرش دستباف، بی نظیر است. از جمله این خدمات پس از فروش می توان به خدمات شستشوی فرش های فروخته شده اشاره کرد. دقت در این فرایند تا آنجاست که به دلیل کیفیت آب مشهد، فرش های فروخته شده به مشتریان به طور کامل در تهران شسته می شوند تا از این حیث آسیبی به آن ها وارد نشود. فرش شجاعی روایتگر تلاشی ۵۰ ساله است در حفظ و گسترش فرش دست بافت، این ثروت مانند گار که حاصل هنر بافندگان ایرانی است.

فرش شجاعی
در عرصه
فرش دستباف
نظمی نوین را
پی ریخته است.
نظمی مبتنی بر
هماهنگی با سلیقه
روز و مطابق با
خواسته های
مختلف



ایمچین دراگونز



۱. ایمچین دراگونز

گروه ایمچین دراگونز، در سال ۲۰۰۹ در ایالت یوتا فعالیت خود را آغاز کرد. بعد از انتشار دو ترانه مستقل، این گروه با نقدهای مثبت فراوانی از منتقدان و مخاطبان روبه‌رو شد و با سفر به لس آنجلس قراردادی برای ضبط اولین آلبوم رسمی خود؛ (Continued Silence) منعقد کرد. آلبوم (Continued Silence) در سال ۲۰۱۲ منتشر شد و در همان سال مقام چهارم در رتبه بندی بهترین آلبوم راک بیلبورد را به دست آورد. آخرین آلبوم این گروه، Night Visions دومین آلبوم برتر امسال بیلبورد است.

هرچند که سال‌ها از دوره طلایی راک در دهه هفتاد می‌گذرد و پیشگامان این سبک کم و بیش دست از فعالیت کشیده‌اند، اما راک همچنان در سرتاسر دنیا سبک پرطرفدار نسل جوان است و هر سال گروه‌های جدید و خلاق وارد این حوزه می‌شوند. تعداد گروه‌های راک در عصر حاضر آنچنان زیاد شده که شاید نام بردن و معرفی تمام آنها عملاً غیرممکن باشد. اما ر سانه‌های فعال در زمینه موسیقی هر سال بهترین‌ها را برای علاقمندان این سبک رتبه بندی می‌کنند. یکی از رتبه بندی‌های معتبر در موسیقی متعلق به نشریه بیلبورد (Billboard.com) است. بیلبورد در پایان ۲۰۱۳ همچون سال‌های گذشته لیستی از بهترین گروه‌های راک را ارائه کرده است.

نگاهی به ده گروه راک برتر سال ۲۰۱۳

بازگشت به دوران طلایی



۱۰. آولنیشن

آولنیشن که پروژه انفرادی آرون برونو است، توسط این هنرمند بعد از جدایی او از گروه Hometown شکل گرفت. برونو با تشکیل آولنیشن به انتشار سبکی از موسیقی پرداخت که به گفته خودش در چهار جوب گروه قبلی نمی‌گنجیدند. آولنیشن اولین آلبوم شخصی‌اش را در سال ۲۰۱۱ منتشر کرد.

۹. آو مانستر اند من

بعد از رقابت جهانی ۲۰۱۰ برای انتخاب بهترین گروه سال، «آو مانستر اند من» با برنده شدن در این رقابت توانست لقب Arcade Fire جدید را از مجله رولینگ استونز، دریافت کند. اولین ترانه مستقل آلبوم این گروه در سال ۲۰۱۲ منتشر شد. آلبوم و آلبوم My Head Is an Animal مقام نهم را در رتبه بندی بهترین آلبوم سال ۲۰۱۳ بیلبورد دریافت کرد.

۸. فال اوت بوی

۴ عضو اصلی گروه فال اوت بوی که هر کدام از گروه‌های دیگر جدا شده بودند، در سال ۲۰۰۱ و در شیکاگو برای تشکیل گروهی جدید به هم ملحق شدند. بعد از انتشار دو آلبوم نه چندان موفق، سرانجام گروه در سال ۲۰۰۳ و با انتشار آلبوم Take This To Your Grave توانست نظر مثبت منتقدین و مخاطبان را به خود جلب کند. اما نهایتاً این آلبوم بعدی این گروه بود که در بهار ۲۰۰۵ گروه را به شهرت رساند و جزء ۱۰ آلبوم برتر بیلبورد قرار گرفت و نامزد جایزه گرمی شد. از سال ۲۰۰۵ تا ۲۰۰۸ گروه ۲ آلبوم و چند ترانه مستقل دیگر منتشر کرد. با وجود تغییرات و جدایی‌هایی که در اعضای این گروه صورت گرفته، فال اوت با انتشار آلبوم جدیدی در ۲۰۱۲ ادامه فعالیتش را تایید کرد.

۷. اد شیران

اد شیران لندن، نوشتن ترانه و آهنگسازی را از ۱۶ سالگی با انتشار دو ترانه مستقل آغاز کرد. اجرای ضبط شده یکی از ترانه‌های او روی یوتیوب باعث شد تا نظر تهیه کنندگان موسیقی در لس آنجلس به سوی او جلب شود. در سال ۲۰۱۱ آلبومی با همکاری چند هنرمند دیگر منتشر کرد و اولین آلبوم شخصی‌اش در ۲۰۱۲ روانه بازار شد. آلبوم مقام هفتم برترین آلبوم را ک ۲۰۱۳ را در رتبه‌بندی بیلبورد به دست آورد.

۶. فان

گروه سه نفره فان، که کارش را از تمرین و نواختن در زیرزمین خانه اعضایش شروع کرده بود، اولین آلبوم خود را در سال ۲۰۰۹ منتشر کرد. هرچند که این آلبوم با موفقیت چندانی مواجه نشد اما گروه با ادامه فعالیت خود دومین آلبومش را در ۲۰۱۲ منتشر کرد. آلبوم Some Nights مقام ششم را در بهترین‌های ۲۰۱۳ بیلبورد به دست آورد و ترانه مستقل و محبوب We Are Young در رده سوم بهترین ترانه جای گرفت.

۵. مامفورد اند سائز

گروه لندننی مامفورد اند سائز، با سبکی بین فولک راک و کانتری از سال ۲۰۰۷ با چهار عضو اصلی خود فعالیتش را آغاز کرد. این گروه بعد از شرکت در جشنواره پاییزی گلاستون‌بری، اولین ترانه‌های مستقل خود را در ژوئن و بعد از آن در دسامبر ۲۰۰۸ منتشر شد. ترانه Little Lion Man که در تابستان ۲۰۰۹ توسط این گروه منتشر شد، از سوی منتقد بی‌بی‌سی، به عنوان بهترین ترانه هفته انتخاب شد. گروه اولین آلبوم خود را در ۲۰۰۹ منتشر کرد. دومین آلبوم این گروه که در ۲۰۱۲ منتشر شد، به عنوان برترین آلبوم سال بیلبورد معرفی شده‌است.

۴. فیلیپ فیلیپس

فیلیپ فیلیپس، برنده یازدهمین دوره مسابقات آمریکن آیدل از سال ۲۰۱۰ در زادگاه خود، جورجیا با اجراهای محلی فعالیتش را آغاز کرد. بعد از برنده شدن در آمریکن آیدل، فیلیپس در تور دور آمریکای این برنامه شرکت کرد و همزمان آماده ضبط اولین آلبوم شخصی‌اش شد. آلبوم فیلیپس در نوامبر ۲۰۱۲ منتشر شد و در ۲۰۱۳ با سه آهنگ اضافه باز نشر شد. این آلبوم مقام چهارمین آلبوم برتر ۲۰۱۳ را در رتبه بندی بیلبورد نصیب خود کرده‌است.

۳. لرد

خواننده ۱۷ ساله نیوزلندی که به تازگی به جمع موزیسین‌های راک پیوسته اولین آهنگ مستقل‌اش را در سال ۲۰۱۲ منتشر کرد. این خواننده راک، با دومین آهنگ خود به جمع ۱۰۰ ترانه برتر بیلبورد در سال ۲۰۱۳ پیوست تا اولین خواننده نیوزلندی باشد که ترانه‌اش در آمریکا به شهرت می‌رسد. نخستین آلبوم این خواننده که در ماه‌های پایانی ۲۰۱۳ منتشر شد، با موفقیت تجاری و نقدهای مثبت فراوانی همراه شد.



۲. لومینرز

لومینرز، گروه سه نفره‌ای که فعالیتش را از دنور آغاز کرد سبک فولک راک و قصه‌گویی کانتری را به هم آمیخته و نتیجه موسیقی دلجسبی از کار در آمده که به قول اعضای این گروه: «با همه ارتباط برقرار می‌کند». دو عضو اصلی این گروه از سال ۲۰۰۲ مشغول اجرا و ضبط کار بودند اما اولین ترانه رسمی آنها در سال ۲۰۰۹ وارد آیتونز شد. بعد از انتشار یک ترانه مستقل دیگر در ۲۰۱۱، لومینرز اولین آلبوم خود را در سال ۲۰۱۲ منتشر کرد که در رتبه بندی امسال بیلبورد به عنوان دومین آلبوم برتر انتخاب شده است.



اقتصاد و صنعت ساختمان

پروژه‌هایی که تعطیل نمی‌شوند





پروژه مسکونی پادان ۲ - زمستان ۱۳۹۲

در چند سال گذشته، متأسفانه این شاخص ها در اقتصاد مادر وضعیت نامطلوبی قرار گرفته اند. با افزایش فشارهای سیاسی خارجی بر میهن عزیزمان و اتخاذ تحریم ها، اقتصاد ایران با چالش های فراوانی مواجه شد. بی ثباتی، بالارفتن بی رویه نرخ ارز، کاهش ارزش پول ملی، ورشکستگی برخی از صنایع و کارخانجات، کاهش چشم گیر صادرات نفت، رشد بیکاری و ... از نتایج این وضعیت بودند. مسائلی که باعث شد صنایع مختلف کشور با سختی ها و دشواری های چشم گیری روبه رو شوند و نتوانند آن چنان که شایسته است به توسعه فعالیت و یا حتی ادامه مسیر خود بپردازند.

یکی از صنایعی که از این آسیب ها در امان نبوده صنعت ساختمان است. حوزه ساخت و ساز به باور کارشناسان نزدیک به ۳۰۰ شغل را به طور مستقیم و غیر مستقیم در چرخه خود دخیل می کند. این کسب و کار علاوه بر نوسانات و بی ثباتی های زیادی که حوزه زمین و مسکن در ذات خود دارد، در این وضعیت شرایط بدتری رانیز تجربه کرد. افزایش قیمت مصالح، بالارفتن دستمزدها، مشکلات در واردات کالاها، موانع فراوان برای نقل و انتقال پول،

تحریم بخش هایی از صنعت ساختمان و چندین و چند مشکل دیگر چالش های زیادی را بر سر راه شرکت های ساختمانی قرار داد. از طرفی به دلیل سفته بازی در بازارهایی چون طلا، سکه و ارز و رشد بی رویه قیمت ها، به طور طبیعی حجم عمده ای از نقدینگی از بازار مسکن به آن بازارها هدایت شد و مشکلات پروژه های در حال ساخت و واگذاری را دو چندان کرد. این مسئله البته برای پروژه هایی که وسعت و حجم کار در آن ها از حد معمول بیش تر است (مانند برج های مرتفع) بدتر هم بود. تغییر بی رویه قیمت ها و بالارفتن قیمت تمام شده ساختمان باعث شد تا بسیاری از سازندگان خرید پیا و فرد سازندها یا شرکت های ساختمانی کم بیه، نتوانند فعالیت خود را ادامه دهند. بسیاری از آن ها ورشکسته شدند، تعداد زیادی نتوانستند به موقع واحدها را به خریداران تحویل دهند، و بسیاری از خریداران هم در عمل در تعهدات مالی خود با سازندگان دچار مشکل شدند.

کافی است نگاه کوتاهی به پروژه های ساختمانی عظیم، مانند برخی برج ها، پروژه های انبوه سازی و یا مجموعه های

تجاری اداری در چند سال اخیر بباندازید. بسیاری از آن ها با تعطیلی روبه رو شدند و باید تر شدن وضعیت اقتصادی نتوانستند به کار خود ادامه دهند و مسئولیت خود را به سرانجام برسانند. نمی توان کتمان کرد که بخش عمده ای از این مشکلات نتیجه شرایط نابسامان اقتصادی کشور بوده است. اما تجربه ثابت کرده حتی در بدترین شرایط هم راهکارها، استراتژی ها، ویرنامه هایی برای برون رفت از شرایط بد یا کاهش اثرات آن وجود دارد. تقریباً مشکلات برای همه یکسان بود و تمامی برندها و گروه های ساختمانی به یک اندازه از این مسائل آسیب دیدند اما برندهای معتبر و گروه های مهندسی کارآمدی هم بودند که توانستند با برنامه ریزی دقیق، مسئولیت پذیری، و تعهد به مشتریان، سالم از این گذرگاه عبور کنند.

آن دسته از فعالان صنعت ساختمان که تنها به منفعت مالی خود یا توجه پذیری اقتصادی پروژه ها فکر

تجربه ثابت کرده است حتی در بدترین شرایط هم راهکارها، استراتژی ها، ویرنامه هایی برای برون رفت از شرایط بد یا کاهش اثرات آن وجود دارد

می کردند اغلب با طولانی شدن روال ساخت و ساز در شرایط نابسامان اقتصادی با استفاده از ظرفیت های حقوقی قراردادشان یا خریدار (مثل شرایط فورس ماژور) از مسئولیت خود شانه خالی کردند. برخی از کیفیت کار خود کاستند و عده زیادی هم با افزایش قیمت های این بار را به دوش سرمایه گذاران یا خریداران منتقل کردند.

اما در همین شرایط بحرانی هم برخی فعالان این صنعت در کشور مابودند که چون هدفشان جلب رضایت مشتری و حفظ حیثیت حرفه ای و اعتبار برنشان بوده تمام و کمال به تعهدات خود عمل کرده اند. گروه های معتبری که با این دیدگاه و استفاده از ظرفیت خود در مدیریت صحیح، انضباط مالی، کنترل پروژه دقیق، نیروهای کاربلد و نظارت مداوم، از این آزمون سر بلند بیرون آمدند، ثابت کردند که همیشه راه حلی برای گذر از مراحل سخت وجود دارد. چنین مجموعه هایی در تمامی صنایع همیشه با

اقبال فراوانی روبه رو بودند چرا که مردم می بینند برندی که به آن اعتماد کرده اند در هر شرایطی در کنار آن هاست و به تعهدات خود عمل می کند. این تمایز عملکرد و نگاه متفاوت در قبول صادقانه مسئولیت یا کند شدن و بعضاً تعطیلی پروژه ها، در شهرهایی به جز تهران که جامعه صنعت ساختمان دایره کوچک تری دارند مشهودتر و ملموس تر هم بوده است. به عنوان مثال در شهر مشهد که به تازگی و طی پنج سال اخیر مرتفع سازی و سرمایه گذاری در ساخت برج های مسکونی مورد توجه قرار گرفته، تفاوت رفتار بازیگران این صحنه به روشنی در دیدرس شهروندان قرار دارد. جالب است بدانید در سال ۱۳۸۵ که آغاز فعالیت گروه مهندسی باران و ساخت مرتفع ترین برج مسکونی شهر مشهد بود، در بخش خصوصی، نامی از برندهای ساختمانی مطرح نبود. اکنون اما نزدیک به ۱۵ برند در این شهر وجود دارند که نام و نشان تجاری یا پروژه های خود را کم و بیش بر مبنای الگوی ساخت هتل برج های باران تعریف کرده اند. اما آیا آن هایی که توانسته اند پروژه های معرفی شده خود را با زمان بندی دقیق پیش برده و به تعهدات خود پایبند باشند به عدد انگشتان یک دست می رسند؟

در همین شرایط نابسامان اقتصادی و علی رغم تمامی مشکلات (که البته برای ساخت هتل برج های لوکس و مجهز به تکنولوژی های جدید و وارداتی بیش تر هم بوده است)، ساخت هتل برج های باران نه تعطیل و نه حتی کندتر شده اند. فراموش نکنیم کار برای برندی که تعهد همراهی بلندمدت به مشتریانش می دهد مشکل تر است. وقتی سازنده، خود متعهد به بهر ببر داری از پروژه و ارائه خدمات هتلی است و محصول خود را کارانتی می کند هیچ گاه نمی تواند از کیفیت کارش بکاهد یا از استانداردهای خود عقب نشینی کند. با این وصف، هتل برج مسکونی باران ۲ که عمده فرایندهای ساخت آن در سخت ترین شرایط اقتصادی ناشی از تحریم، رکود و تورم به سرعت و دقت ادامه یافته در پاییز سال ۹۲، شوروم (واحد های نمونه) خود را به روی باز دید کنندگان گشوده و پیش بینی می شود که واحدهای این هتل برج مسکونی در نیمه نخست سال ۹۳ به خریداران تحویل شود. در همین حال هتل برج مسکونی باران ۳ نیز با سرعت و کیفیتی مثال زدنی در حال ساخت است. این پروژه متمایز پس از گذشت یک سال باجری عملیات مطالعه و طراحی، خاک برداری، سازندگان همیان و فونداسیون آن به پایان رسیده و با اتمام سقف ریزی طبقات مشاعی، هم اکنون به طبقه اول بعد از لابی رسیده است. بی شک این رویکرد متعهدانه، باعث جلب بیش از پیش اعتماد شهروندان می شود. سرمایه ای که به سختی به دست می آید و اگر در شرایط بحران، برندهای معتبر نتوانند به خوبی از آن مراقبت کنند آیند های روشن را برای خود ترسیم کرده اند.



تکنیک الکساندر

هماهنگی با طبیعت

تکنیک الکساندر از اسم بنیان گذارش یعنی فردرک ماتیاس الکساندر که یک بازیگر بود می آید. او از این تکنیک برای درمان مشکل خود که در حین صحبت برای عموم پیش می آمد استفاده کرد و اصول آن را در دهه ۱۸۹۰ گسترش داد. تکنیک الکساندر به مردم می آموزد که چگونه استفاده از عضله های غیر ضروری و تنش های روانی را در طول زندگی روزمره خود متوقف کنند. این تکنیک یک فرایند آموزشی است تا یک تکنیک آرام سازی و بهترین آماده سازی بدن. تحقیقات نشان داده است استفاده از تکنیک الکساندر در دردهای پشت و بیماری پارکینسون بسیار مفید است.

تاریخچه

الکساندر بازیگر آثار شکسپیر نمایشنامه نویس معروف انگلیسی بود و یک روز صدای خود را در حین یک اجرا از دست داد. پس از اینکه دکتر ها هیچ نشانه ای از منشا جسمانی در او پیدا نکردند، الکساندر تحقیقات زیادی انجام داد و متوجه شد که هنگامی که در مقابل جمعی از مردم صحبت می کند اتفاقی در بدنش می افتد. او با مشاهده های زیادی که از خود در برابر آینه انجام داد متوجه شد که پیش از شروع به سخن گفتن کل بدن خود را منقبض می کند و به این نتیجه رسید که الگوی حرکتی او یعنی عقب کشیدن و پایین آوردن سر عملکرد طبیعی کل بدن، تنفس و مکانیسم های کلامی او را دچار خدشه می کند. پس از تلاش های فراوان برای جلوگیری از انقباض های غیر ضروری، به این نتیجه رسید که اگر این انقباض ها را از بین ببرد موفق به سخن گفتن می شود. در طول یک تور اجرایی در نیوزلند (۱۸۹۵) او متوجه اهمیت فراوان نحوه قرارگیری سر در وضعیت کلی بدن شد. بعد ها او فهمید که بسیاری از افراد مانند او در هنگام انجام بسیاری از فعالیت های روزانه مانند سخن گفتن عضلات قسمت های فوقانی بدن خود را منقبض می کنند.

الکساندر مطالعات خود را گسترش داد و پژوهش های

زیادی بر روی ابعاد دیگر این موضوع انجام داد و به نتایج زیادی در این زمینه رسید و سعی کرد مشاهدات و تمرینات شخصی خود را به دیگران نیز بیاموزد. او تکنیک خود را در چهار کتاب که در سال های ۱۹۱۸، ۱۹۲۳، ۱۹۳۱ و ۱۹۴۲ منتشر شدند شرح داد. او همچنین از سال ۱۹۳۰ تا سال مرگش یعنی ۱۹۵۵ به آموزش تعداد زیادی از معلمان این تکنیک پرداخت. از افرادی که در حرفه خود از تکنیک الکساندر استفاده کردند می توان به نویسندگانی چون آلدوس هاکسلی، رویر تسون دیویس و جورج برنارد شاو و بازیگرانی چون جودی دنچ، بن کینگزلی، پل نیومن و رابین ویلیامز اشاره کرد. در نیمه دوم قرن بیستم موسسات و آموزشگاه های فراوانی با پیروی از آموزه های الکساندر به آموزش تکنیک او پرداختند و اکنون معلمان زیادی در سراسر جهان که معلمان رسمی این تکنیک هستند مشغول فعالیت و تدریس این تکنیک هستند.

فرایند

هدف تکنیک الکساندر استفاده و انتخاب آزادانه افراد از عضلات در زندگی روزمره است. شیوه کار اینگونه است که به دلیل تغییر در تعادل بدن حرکاتی چون نشستن، خم شدن و راه رفتن توسط معلم انجام شده و در این فرایند

هدف تکنیک الکساندر استفاده و انتخاب آزادانه افراد از عضلات در زندگی روزمره است

آموزشی معلم به دانش آموز می آموزد که چگونه بدون انقباض عضلات غیر ضروری حرکات مختلف را انجام دهد. البته این فرایند به زمان احتیاج دارد و در پایان فرد می تواند این حرکات را در خود نهادینه کرده و حرکات روزمره را به صورت ناخود آگاه درست انجام دهد. این تمرینات به صورت نشسته و خوابیده انجام می شود و در طول دوران آموزش به مرور معلم عادات بد حرکتی دانش آموز را درک کرده، در جهت رفع آن ها فعالیت هایی را انجام می دهد و از او می خواهد در طول روز های بین جلسات به این مشکلات فکر کند. این فرایند کم کم تبدیل به عادات درست شده و کل بدن در وضعیت درست و بدون انقباض غیر ضروری قرار می گیرد. توجه به این تکنیک در سال های اخیر بسیار زیاد شده است چرا که بارش در روز افزون استفاده از وسایل تکنولوژیک و شیوه غلط زندگی مشکلات عدیده ای در حوزه جسمانی پیش آمده و تقریباً تمامی افراد از دردها و مشکلات جسمانی فراوانی رنج می برند. تکنیک الکساندر با ارائه راهکار ها و شیوه های تمرینی این عادات را از بین برده و باعث سلامت جسم می شود. البته نباید فراموش کرد که این تکنیک فقط معلمانی می توانند تدریس کنند که در دوره سه ساله آموزشی این تکنیک در مراکز معتبر شرکت کرده و مجوز تدریس را دریافت کرده اند.





پیش خرید ساختمان: معایب و مزایا

خرید بی دردسر مسکن

با افزایش جمعیت شهری و گسترش شهرهای بزرگ، ساخت‌وساز در جنبه‌های مختلف از شکل سنتی خود خارج و به شکلی کاملاً صنعتی درآمده است. همچنین رویه‌های قدیمی در معاملات هم دست‌خوش تغییر شده و روش‌های متفاوتی برای خرید و حتی سرمایه‌گذاری در این حوزه به وجود آمده‌است. در شماره‌های قبلی این فصلنامه‌ها انواع مختلف سرمایه‌گذاری در صنعت ساختمان را به‌طور اجمالی بررسی کردیم. اما در این یادداشت برآنیم تا زوایای بیشتری از مدل پیش‌خرید را مرور کنیم. پیش‌فروش ساختمان هر چند به باور برخی از حقوق‌دانان هنوز جایگاه صریح و مشخصی در سیستم قانونی معاملات کشور ما ندارد اما از جمله مفاهیم عرفی است که در جامعه‌مرسوم‌شده و مورد استفاده شهروندان است.

در قراردادهای پیش‌فروش ساختمان، موقعیت، ابعاد، مشخصات فنی و معماری ساختمان، مساحت کل عرصه و زیربنا و سایر مشخصات آپارتمان در نقشه ساختمانی ذکر شده و فروشنده متعهد می‌شود که آپارتمان را ظرف مدت معینی به خریدار تحویل دهد. در واقع فروشنده در این نوع قرارداد مال معینی را نمی‌فروشد بلکه در مقابل تعهد پرداخت اقساط، به مشتری تعهد می‌دهد تا ساختمانی را در موعد مقرر تحویل دهد.

تعریف حقوقی و مورد قبولی که برای قرارداد پیش‌فروش ساختمان ارائه شده چنین است:

«قرارداد پیش‌فروش آپارتمان قراردادی است که به موجب آن پیش‌فروشنده (سازنده) تعهد می‌نماید، آپارتمانی را مطابق نقشه ساختمانی و اوصاف قراردادی، ساخته و پس از تکمیل آن در موعد مقرر و در ازای مبلغ قراردادی به پیش‌خریدار (متقاضی) تحویل نماید.» (علیزاده، ۱۳۸۳، ص ۲۹)

با استفاده از همین تعریف فنی و حقوقی می‌توانیم مزایای این نوع سر‌سرمایه‌گذاری، معایب احتمالی و ملاحظاتی که باید در این نوع قرارداد در نظر داشت را مرور کنیم.

در این شیوه، چون کل مبلغ پرداختی توسط خریدار به صورت نقدی نبوده و بخش عمده آن به صورت اقساطی پرداخت می‌شود فرصتی مناسب برای خانه‌دارشدن و سرمایه‌گذاری کسانی است که تمایل یا توان برنامه‌ریزی برای خرید نقدی مسکن ندارند. از طرف دیگر چون سازنده یا سرمایه‌گذار اصلی هم می‌تواند قبل از اتمام کار به تامین مالی بخشی از پروژه دست بزند و روند آن را تسریع کند، از این موضوع استقبال می‌کند. پس بار مالی این نوع قرارداد به نوعی به دوره زمانی بلندمدت تقسیم می‌شود و هزینه یک‌جای کمتری برای طرفین خواهد داشت، به این ترتیب خریداران حتی اگر تمام پول ساختمان را در لحظه قرارداد در اختیار

نداشته باشند می‌توانند از این طریق در طول مدت زمان مشخص آپارتمان مورد نظر را تملک کنند.
ثانیاً با توجه به سابقه تاریخی و روند افزایشی قیمت مسکن در کشور ما، پیش‌خرید مسکن می‌تواند به نوعی سرمایه‌گذاری به حساب آید، چراکه اغلب آپارتمان‌ها به محض اتمام به قیمت‌های بالاتری از آنچه در قراردادهای پیش‌فروش ذکر شده معامله می‌شوند. از طرفی در قراردادهایی که مدت زمان طولانی‌تری برای تحویل یا پیش‌پرداخت بیشتری دارند آپارتمان پیش‌فروش شده ارزان‌تر از قیمت موارد مشابه در بازار قیمت‌گذاری می‌شود.

در این رابطه بد نیست به آماری که در ۵ دی ماه سال ۹۲ از طریق روزنامه دنیای اقتصاد ارائه شده توجه کنیم. در این مطالعه که در رابطه با قیمت پیش‌فروش ساختمان در مناطق مختلف تهران صورت گرفته است، نتایجی که در جدول بالا می‌بینید به دست آمده است.

با توجه به جدول ارائه شده و مقایسه آن با قیمت روز و روند قیمتی ساختمان‌ها مشاهده می‌شود که در اکثر موارد این آپارتمان‌ها با توجه به شرایط پرداخت چیزی بین ۵ تا ۱۸ درصد از قیمت موارد مشابه خود که آماده تحویل هستند ارزان‌ترند.

امادر عین حال از دیدگاه خریدار به دور ریسک در این زمینه نیز می‌توان اشاره کرد. نخست آنکه اگر آینده بازار به خصوص بازار مسکن روند تورمی نداشته باشد، تنها سود ناشی از شرایط پرداخت عاید خریدار می‌شود. دیگر آنکه خریدار بخواهد پیش‌خرید را با سفته‌بازی در بازار ارز، سکه یا طلا مقایسه کند به امید آنکه نوسانات مقطعی این بازارها در مدت زمان مشابه بتواند سود بیشتری در بر داشته باشد. البته این مسئله در حال حاضر و با توجه به چشم‌انداز اقتصاد و بهبود شرایط عمومی کشور دور از ذهن است.

در درجه دوم ریسک کیفیت و زمان تحویل واحد مسکونی مطرح می‌شود. همانطور که گفته شد در این قرارداد چیزی معامله می‌شود که هنوز نمود خارجی ندارد و قرار است به وجود بیاید، در این شرایط ریسک عدم تحویل به موقع و یا کلاهبرداری به‌شدت بیشتر است. در واقع اغلب موارد کلاهبرداری و فروش یک واحد به چند نفر در همین قراردادهای پیش‌فروش به وقوع پیوسته است. این مورد به ویژه در قرارداد با سازندگان حقیقی قابل طرح است و شرکت‌های انبوه‌سازی و برندهای فعال و شناخته‌شده در بازار مسکن در این مورد ریسک به مراتب کمتری خواهند داشت.

از دیدگاه فروشنده اما اگر چه این‌گونه از قرارداد منبعی برای تامین مالی است که روند هزینه‌بر و گه‌گاه غیر قابل پیش‌بینی ساخت را به نوعی بیمه می‌کند، اما فراموش نکنیم که در صورت انجام دقیق تعهدات سازنده و بروز افزایش قیمت مصالح،

منطقه	زیربنا(متر)	زمان تحویل(ماه)	قیمت هر متر مربع (تومان)
مرزداران	۱۷۳	۱۸	۶/۵۰۰/۰۰۰
ازگل	۱۴۳	۱۰	۶/۷۰۰/۰۰۰
نوبنیاد	۱۵۰	۱۵	۹/۰۰۰/۰۰۰
فرشته	۱۹۷	۱۲	۱۰/۰۰۰/۰۰۰
اقدسیه	۹۰	۳	۱۲/۵۰۰/۰۰۰
محمودیه	۱۱۵	۹	۱۵/۰۰۰/۰۰۰
ولنجک	۸۷۰	۳	۱۸/۰۰۰/۰۰۰
زعفرانیه	۳۵۰	۳	۲۲/۰۰۰/۰۰۰
لهریه	۳۴۰	۴	۲۲/۰۰۰/۰۰۰

از سود پیش‌بینی‌شده کاسته می‌شود. برای همین هم خیلی از دست‌اندرکاران ساخت‌وساز ترجیح می‌دهند پس از اتمام پروژه و مشخص شدن دقیق هزینه‌ها و احتساب تورم و ... محصول خود را به نرخ روز به بازار ارائه کنند.

از طرف دیگر قسطی‌بودن این قرارداد، ریسک نکول یا عدم پرداخت بدهی را برای سازنده بالا می‌برد و همین‌طور در شرایط رونق ساختمان باعث می‌شود که از سود آن‌ها کاسته شود. به همین دلیل هم هست که در شرایط رونق بازار، برخی از فعالان صنعت ساختمان اخذ تسهیلات بانکی با نرخ سود مشخص را به پیش‌فروش ساختمان ترجیح می‌دهند.

اما اگر از ریسک‌های اقتصادی این نوع قرارداد ها بگذریم، پیای ملاحظاتی به میان می‌آید که در هر صورت اگر به آن‌ها توجه نشود تبدیل به مخاطراتی می‌شوند که زمینه زیان پیش‌خریداران را فراهم می‌کنند و در اینجا به مهم‌ترین آن‌ها اشاره می‌کنیم.

نخست همان‌گونه که اشاره شد، تشخیص ظرفیت و توان گروه یا شرکت پیش‌فروش‌کننده است. بررسی کارنامه قبلی سازنده در عمل به تعهداتش راه خوبی برای این تشخیص است. برندهای معتبر صنعت ساختمان که پروژه‌های مختلفی را در شرایط متفاوت بازار به خوبی مدیریت کرده و رضایت مشتریانشان را جلب می‌کنند از افراد و شرکت‌های ناشناس و بدون کارنامه قابل اعتمادترند. دارا بودن پشتوانه و اعتبار اجتماعی به همان اندازه مهم است که داشتن نگاه مالی و فنی پیش‌فروش‌کننده اهمیت دارد. این شرایط با یک پرس‌وجوی ساده و تحقیق از خریداران و مالکان پروژه‌های قبلی به دست می‌آید.

در وهله بعدی باید به دقت به شرایط حقوقی و فنی

قرارداد

پیش‌فروش

آپارتمان قراردادی

است که به موجب

آن پیش‌فروشنده

(سازنده) تعهد

می‌نماید،

آپارتمانی را مطابق

نقشه ساختمانی و

اوصاف قراردادی،

ساخته و پس از

تکمیل آن در موعد

مقرر و در ازای

مبلغ قراردادی

به پیش‌خریدار

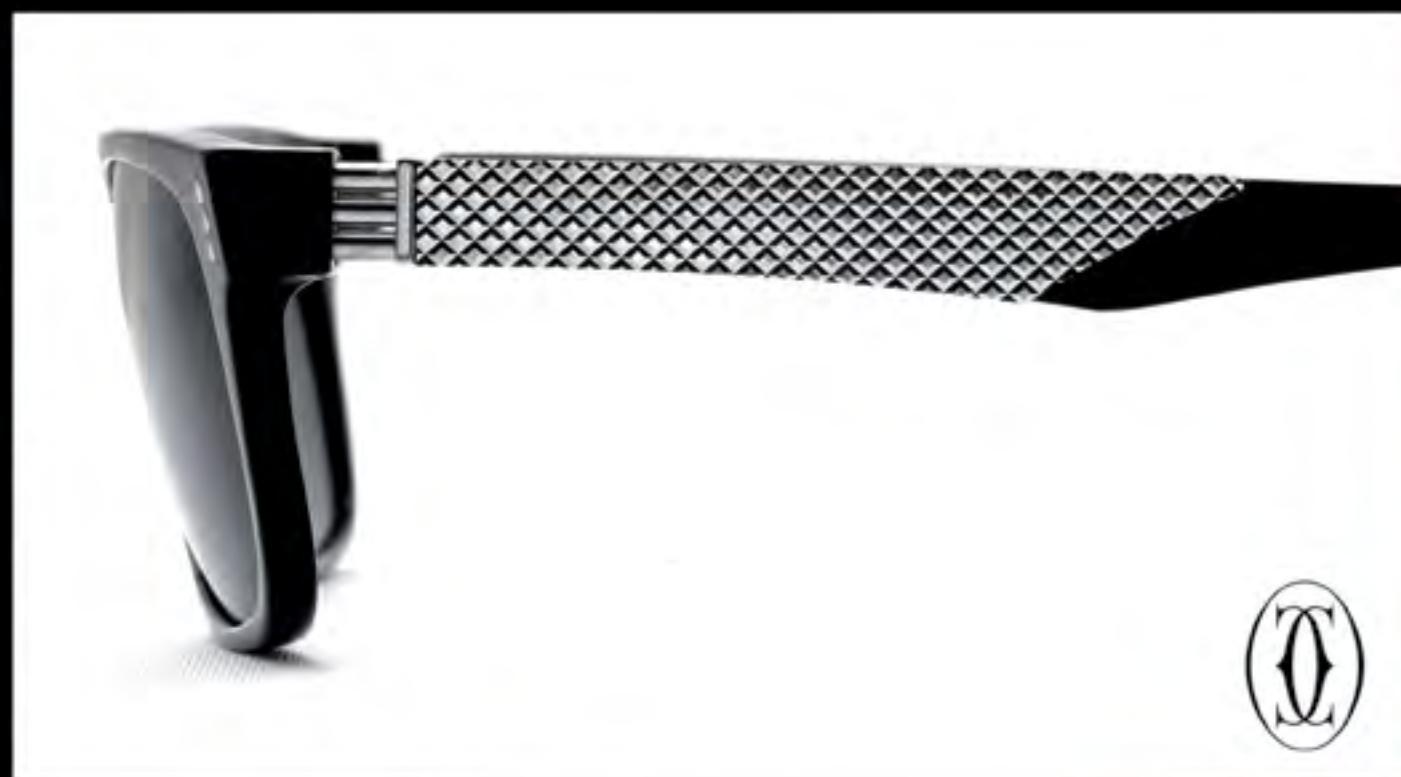
(متقاضی)

تحویل نماید

قرارداد دقت کرد و چه بهتر آنکه اگر در این زمینه اطلاعات کافی نداریم از مشورت یک وکیل و یک متخصص ساختمان هم بهره ببریم. آنچه مسلم است به مصداق ضرب‌المثل قدیمی ما ایرانیان که می‌گوید: «خوش بود گر محک تجربه آید به میان، تا سیه روی شود هر که در او، غش باشد»؛ هر گروه یا شخص پیش‌فروش‌کننده که حسن نیت داشته و صادقانه عمل کند از آگاهی مشتری خود واهمه‌ای ندارد و برعکس ترجیح می‌دهد تا خریدار تمامی ریزه‌کاری‌ها را بداند. در این زمینه خوب است به این نکته هم اشاره کنیم که پیش‌فروش‌کنندگانی که در قیمت، نحوه پرداخت و شرایط ضمن قرارداد سخت‌گیری بیشتری می‌کنند و به سادگی از حقوق قانونی خود صرف نظر نمی‌کنند شاید در عمل به تعهدات خود قابل اعتمادتر باشند. خیلی ساده می‌توان نتیجه گرفت قبول شرایط پایین‌تر از عرف بازار توسط سازنده می‌تواند به افت کیفیت منجر شود. حتی پیش‌فروش‌کننده‌ای که شرایط نامتعارف خریدار را بپذیرد، اگر نگوئیم با نیت سو وارد معامله شده، دست‌کم این است که به کیفیت و چگونگی اجرای تعهداتش فکر نکرده است!

در گام بعدی باید دقت شود که زمین محل احداث پروژه از حیث مالکیت و شرکای احتمالی در چه وضعیتی قرار دارد. آیا شخص پیش‌فروش‌کننده خود مالک رسمی و قانونی زمین است؟ آیا شریک حقیقی و حقوقی در مالکیت زمین دخیل نیست؟ و آیا از منظر قوانین و ضوابط، پیش‌فروش‌کننده توان اجرای تعهداتش را دارد؟

با در نظر داشتن این ملاحظات می‌توان امیدوار بود که اگر در کیفیت ساخت پروژه هم نظارت و دقت لازم از جانب سازنده صورت پذیرد مدل پیش‌خرید از موفق‌ترین روش‌های خرید و سرمایه‌گذاری در ساختمان است.



پیشنهادی خاص برای مشتریان خاص

دنیا را لوکس ببینید

آدمی علیرغم همزیستی اجتماعی، تمایل به متمایز بودن دارد؛ و هنگامی که این کمال گرایی با میل فطری گرایش به زیبایی در هم می آمیزد، برای پاسخ به این نیاز چیزی خلق می شود که در دنیای صنعت به آن محصولات لاکچری می گویند. این کالاها به دلیل منحصر به فرد بودن، کیفیت برتر و طراحی متفاوت، وجهه ای متمایز به دارنده خود اعطای کنند. چهره ای که نشان دهنده قدرت، اعتماد به نفس و در کنار آن حسن سلیقه و توانمندی آن هادر انتخاب است. هر برند لوکس به پشتوانه تاریخچه اصیلی که دارد دارای اعتبار و مقامی برجسته است. آنها رابطه تنگاتنگی با قلب افراد دارند؛ خودشان را با حافظه احساسی ما عجین می کنند و به همین دلیل، احساس رضایت مندی شخصی حاصل از خرید یک کالای لوکس، حسی ماندگار است. آن ها که در صنعت مد صاحب نظرند، باور دارند که عینک به تنهایی بیان کاملی از مد و استایل هر فرد است. و از آن جا که بسیاری از عینک استفاده می کنند، تصور دنیای مد بدون عینک های خاص و لوکس، دور از ذهن است. محصولی که آمیخته ای از هنر و تکنولوژی است تا حفاظتی کامل و بی نقص از چشم داشته باشد. کالایی زیبا و لوکس که نگاه شما را به جهان پیرامونتان زیباتر می کند. آن ها به صورت انبوه تولید می شوند، مواد اولیه شان منحصر به فرد است و ایده تولیدشان کم نظیر؛ به همین خاطر همیشه افراد خاص خریداران کالایی لوکس هستند. محصولاتی که به تنهایی و حتی در شلوغ ترین مکان ها، می درخشند و توجه دیگران را جلب می کنند.

عینک نور

عینک نور، نمایندگی برترین برندهای لاکچری عینک

بلوار خیام - هتل هما ۲ تلفن: ۷۶۷۶۶۶۹

بلوار سجاد - بین سجاد ۲ و ۴ تلفن: ۷۶۸۷۰۸۰

بلوار ملک آباد - بین گویا و مرجان - شماره ۲/۳۸۵ تلفن: ۶۰۶۰۶۶۶

بلوار پیروزی - بین پیروزی ۷ و ۹ - شماره ۱۳۱ تلفن: ۸۷۹۰۱۱۱

میدان امام رضا - ابتدای خیابان چمران - تلفن: ۸۵۴۲۸۸۶

Luxury means different things for different people



چشم‌انداز مجسمه‌های یخی هاربین (چین)

پنج پیشنهاد برای مسافرت زمستانی

ملاقات با ازدهای یخی

سفر و کشف جاذبه‌های هیجان‌انگیز دنیا، همیشه مختص فصل تعطیلات و تابستان نیست. شاید به دور از شلوغی نقاط توریستی معروف و عامه پسند، بتوان دنیایی دیگر را در جذابیت‌های فصل سرد پیدا کرد. دنیایی که گاهی نمادهای برقی این فصل را به نمایش می‌گذارد و گاهی هم با گریز از سرما، هوایی گرم و دلچسپ را در میانه زمستان به شما هدیه می‌کند. نقاط دیدنی فصل زمستان شاید به اندازه گردشگاه‌های تابستانی برای همه مشهور نباشند، اما همین موضوع باعث شده تا دیدار از این نقاط تجربه‌ای خاص و استثنایی باشد.



جشنواره موسیقی سالوادور (برزیل)



سواحل کاستاریکا



جزایر کایمن (جنوب میامی)



پارک ملی Yellowstone (مونتانا)

جشنواره مجسمه‌های یخی هاربین (چین)

اهالی هاربین، شهری در شمال شرق چین به جای فرار از سوز و سرمای سبیری و پناه بردن به آتش شومینه، تهدید یخبندان زمستانی را تبدیل به فرصتی بی نهایت جذاب و هنرمندانه کرده‌اند. هنرمندان محلی اهل هاربین، با استفاده از قطعات یخ عظیم رودخانه سون گوا، شروع فصل زمستان را با ساختن هرم‌ها، قلعه‌ها، اژدها و پریان یخی جشن می گیرند. ایده جشنواره مجسمه‌های یخی که از شهر یخ روسیه الهام گرفته است، چند سالی که با جشنواره بین‌المللی اسکی ترکیب شده‌است.

این ترکیب زمستان هاربین را بی نهایت پرنشاط و سرگرم کننده کرده‌است. جشنواره زمستانی هاربین علاوه بر اسکی و نمایش مجسمه، بخش‌های دیگری هم مثل رقابت‌های مجسمه‌سازی و باغ فانوس های یخی پارک ژائولین دارد. زیباترین بخش جشنواره، نورپردازی مجسمه‌های تکمیل شده در شب است. دسترسی به هاربین از یکن با

قطار و هواپیما به راحتی صورت می گیرد و خود شهر هم پر از خدمات و هتل های ویژه برای مسافران زمستانی است.

جزایر کایمن (جنوب میامی)

غواصی، مناظر ساحلی و شن های سفید همه و همه یادآور تابستان‌اند. اما تنها در فصل زمستان است که می‌توانید باغواصی در آب‌های جزایر کایمن طبیعت شگفت دنیای زیر آب را ببینید. دنیایی که در زمستان مهمان لا کپشت های غول پیکر و کمیاب آبی است. جزایر کایمن، سه جزیره متعلق به انگلستان که تنها ۸۰ دقیقه با سواحل میامی فاصله دارد محل ایده‌آلی برای شنا و غواصی است. برنامه‌های متعددی که برای توریست های زمستانی در این جزایر تعریف شده حق انتخاب وسیعی را به شما می‌دهد. از اقامت در ویلاهای ساحلی گرفته، تا شیرجه، غواصی، قایق سواری و شکار پرندگان. در سال ۲۰۱۱ در آب‌های اطراف این جزایر چندین تپه مرجانی مصنوعی

جشنواره موسیقی سالوادور (برزیل)

اولین پایتخت برزیل هر سال در اواسط زمستان، شاهد یکی از شادترین جشنواره‌های موسیقی محلی دنیاست. سالوادور که فرهنگی چند گانه و آمیخته از ریشه‌های سرخپوستی، اروپایی و آفریقایی دارد در میانه زمستان، این فرهنگ چند گانه را با موسیقی و لباس محلی تمام این فرهنگ ها جشن می گیرد. جشنواره موسیقی که زمان رسمی آن یک هفته است، معمولاً تا دو هفته در تمام خیابان‌های سالوادور ادامه پیدا می کند. هنرمندان و گروه‌های محلی در کنار تمام کسانی که مشتاق موسیقی باشند به اجرای آهنگ های آفریقایی و محلی سرخپوستی مشغول می شوند. قدم زدن در این خیابان های

رنگارنگ و پرانرژی، تجربه زمستانه بی نظیری است که با سر زدن به رستوران‌های این شهر و چشیدن غذاهای بومی تکمیل می شود.

پارک ملی Yellowstone (مونتانا)

پارک ملی Yellowstone در تمام طول زمستان، سرزمین برفی و شگفت انگیز رویاهاست. این پارک در تمام طول سال پذیرای توریست هاست اما زمستان در این پارک، تجربه‌ای فراموش نشدنی خواهد بود. پارک برای اقامت دو هتل بی نظیر در اختیار مسافران می گذارد. اقامت در این پارک مساوی با برنامه‌های اسکی، گشت و گذار در دره‌های زیبای این منطقه و دیدار از طبیعت بکر

زمستان کاستاریکا آب و هوایی دلچسب و گرم دارد که این کشور را به مقصدی ایده‌آل برای مسافران سرماگریز زمستانی تبدیل کرده‌است. سرمای زمستان کاستاریکا می‌تواند شما را به پارک ملی آبشار ببرد تا تنوع گونه‌های پرند و پروانه‌های بی نظیر این کشور را از نزدیک ببینید. اگر به دنبال هیجان و ماجراجویی هستید پیاده روی در طول رشته کوه آتشفشانی Arenal Volcano گزینه بسیار مناسبی است. کاستاریکا البته بیش از هر چیز به آرامش در زندگی ساکنانش مشهور است. اگر از یک سفر چیزی جز آرامش نمی‌خواهید، کاستاریکا انتخاب شماست.

سواحل کاستاریکا

و گونه‌های نادر این ناحیه است. تمام برنامه‌ها را می‌توانید با راهنمایی پارکبان‌ها یا به تنهایی انجام دهید. دیدار طبیعت زمستانی و گونه‌های نادر گوزن و گرگ قطبی جذابیت جسورانه‌ای است که فاصله‌اش با اقامتگاه گرم هتل چند دقیقه بیشتر نخواهد بود.

در بیشتر نقاط دنیا، زمستان کاستاریکا آب و هوایی دلچسب و گرم دارد که این کشور را به مقصدی ایده‌آل برای مسافران سرماگریز زمستانی تبدیل کرده‌است. منوی این کشور در ارائه نقاط دیدنی بسیار متنوع است. دیدار کاستاریکا می‌تواند شما را به پارک ملی آبشار ببرد تا تنوع گونه‌های پرند و پروانه‌های بی نظیر این کشور را از نزدیک ببینید. اگر به دنبال هیجان و ماجراجویی هستید پیاده روی در طول رشته کوه آتشفشانی Arenal Volcano گزینه بسیار مناسبی است. کاستاریکا البته بیش از هر چیز به آرامش در زندگی ساکنانش مشهور است. اگر از یک سفر چیزی جز آرامش نمی‌خواهید، کاستاریکا انتخاب شماست.



هتل برج ها مجموعه هایی
مسکونی اند که با سیستم
مدیریت هتلی تمام خدمات
ویژه و VIP هتل های
پنج ستاره را برای همیشه به
ساکنین ارائه می دهند.



نقش تشریفات و مدیریت هتلی در زندگی ساکنان هتل برج ها

یک عمر زندگی بی دغدغه

هتل های لوکس و پنج ستاره در سراسر دنیا همواره خدمات ویژه و مخصوصی برای پذیرایی از مهمانان خود دارند. این هتل ها با ارائه خدماتی ویژه شان و منزلت مشتری و کیفیت کاری خود را رعایت می کنند. اما مهمان بودن در یک هتل لوکس، هرچقدر هم که طولانی عمر محدودی دارد. تصور زندگی در خانه ای که امکانات و خدماتی برابر با یک هتل درجه یک ارائه کند، هرچقدر هم که رویا پردازانه به نظر برسد، دیگر دور نیست. هتل برج ها، مجموعه هایی که با سیستم مدیریت هتلی اداره می شوند محیطی ساخته اند تا ساکنینشان برای تمام عمر از خدمات زندگی در یک هتل بی نظیر بهره مند شوند.

هتل های ویژه و لوکس با مجموعه ای از نیازها و ضرورت ها معنی پیدا می کنند. بخشی از این نیازها خواسته مهمانان هتل هستند و بخشی

دیگر ضرورت هایی هستند که به کیفیت و اعتبار هتل وابسته اند. هرچه اعتبار و درجه هتل بالاتر باشد، کیفیت و سبک این نیازها هم بالاتر می رود. خدماتی که هتل های پنج ستاره و لوکس ارائه می دهند، مثل ارائه سرویس های غذا و نوشیدنی در طول روز، محل هایی ویژه برای برگزاری مراسم و جشن ها، مدیریت و برنامه ریزی این مراسم، سالن های ورزشی با امکانات اختصاصی، استخر، سونا، جکوزی، خدمات خانه داری، سرویس های ویژه جابه جایی و بی شمار امکانات ویژه دیگر، قسمتی جدانشدنی از ماهیت این هتل ها هستند. وقتی نام هتل در کنار مکانی اقامتی قرار می گیرد تمام این امکانات برای زندگی دائمی ساکنین آن مطرح می شوند. هتل برج ها مجموعه هایی مسکونی اند که با سیستم مدیریت هتلی تمام خدمات ویژه و VIP هتل های پنج ستاره را برای همیشه به ساکنین ارائه می دهند. خدماتی که آسایش





و شانی بی مانند برای ساکنین به همراه دارند و این هتل برج ها را تبدیل به ایده آل ترین محل زندگی کرده اند؛ زندگی دائمی در شیک ترین هتل دنیا. علاوه بر تمام این امکانات و خدمات، سبک زندگی تشریفاتی و ویژه، مفهومی است که بازندگی در لوکس ترین ویلاها و خانه ها هم به دست نمی آید. شان و مقامی که زندگی در هتل برج به ساکنینش می دهد، از تمام خدمات و امکاناتی که هتل های پنج ستاره ارائه می دهند بالاتر است. مقامی که به همراه این خدمات و به دلیل وجود آن ها به دست می آید. از این گذشته، در شیک ترین و لوکس ترین هتل های دنیا هم، بهترین و ویژه ترین به همه مهمانان

تعلق نمی گیرد. خدمات مخصوصی با اصطلاح CIP هم وجود دارند که تنها مختص مهمانانی مانند چهره های سیاسی و ستاره های سینما هستند. مدیریت هتل برج های باران، تمام ساکنین را در رده چنین افرادی قرار داده تا خدماتی که به مالکین و مهمانانشان ارائه می شود، همان خدمات ویژه ای باشد که در هتل ها مخصوص چهره های خاص و ویژه است. ساکنین در هتل برج های باران همیشه چهره های ویژه و مخصوصی اند که لایق دریافت بهترین و با کیفیت ترین خدمات هستند. زندگی دائمی در محلی که خدماتش حتی از هتل های پنج ستاره با کیفیت تر است، سبک

هتل برج های مسکونی باران بنا به ماهیت مسکونی بودن خود تفاوت هایی با سایر هتل های پنج ستاره دارند

زندگی جدیدی با خود به همراه می آورد. سبکی که در آن خدمات ویژه و VIP محدود به اقامتی کوتاه نمی شود. پس از مدتی این خدمات و تشریفات شکل دیگری به خود می گیرند. هتل های پنج ستاره هر چقدر هم که رویایی و لوکس باشند و خدماتی بی نظیر ارائه دهند، امانت های پذیرای مهمانان موقتی هستند. مهمانانی که چند روز یا نهایتاً چند هفته ساکن هتل هستند و اتاقی را در آن اجاره کرده اند. در هتل برج های باران اما، مالکین در زندگی عادی و روزانه خود این خدمات مخصوص را جزئی از زندگی خود می بینند. تبدیل شدن این خدمات VIP به بخشی از زندگی روزانه، باعث می شود تا

مالکین خانه در هتل برج ها پس از مدتی بهترین کیفیت و بهترین خدمات را از پرسنل خواستار باشند. تبدیل شدن این خدمات به زندگی روزمره و دریافت همیشگی آن ها، تفاوتی دیگر در نحوه ارائه به وجود می آورد. مالکین با روند ارائه خدمات و پرسنل آشنا می شوند و این آشنایی پس از مدتی خود به خود کیفیت بالاتر و سرعتی مطلوب تر در ارائه خدمات را می طلبد. کیفیتی که رعایت احترام و شان مالک و آشنایی با ترجیحات شخصی او بخش مهمی از ویژه بودن در خدمات رانشکیل می دهند. تفاوت عمده دیگر در شکل و کیفیت ارائه خدمات

در هتل برج ها، از همین آشنایی ریشه می گیرد. سیستم مدیریت هتلی همواره در صدی را برای احتمال بروز خطا از سوی پرسنل در نظر می گیرد اما بروز خطا در هتل برج ها به آسانی هتل ها نیست. در هتل برج ها پرسنل و مالکین در تعامل هر روزه با هم قرار دارند و همین موضوع، برخورد با بروز خطا و مشکل را دشوارتر می کند. در سیستم مدیریتی هتل برج باران ۱، برای به حداقل رساندن میزان خطا ها، در مدیریت از سیستم ضد خطا استفاده می شود. سیستمی که باعث شده تا میزان خطای احتمالی پرسنل به حداقل ممکن برسد.

در شیک ترین و لوکس ترین هتل های دنیا هم، نوع خاصی از خدمات وجود دارند که تنها مخصوص قشر خاصی از مهمانان هستند. به این خدمات VIP اصطلاحاً CIP گفته می شود

VIP
Life Style



نگاهی به تاریخچه بولینگ و امکانات این ورزش در هتل برج‌های باران

خیلی دور، خیلی نزدیک

۳۲۰۰ سال از پیش میلاد مسیح، مصریان باستان شکلی اولیه و خام از ورزشی را اختراع کردند که امروز در بیش از ۹۰ کشور، یکی از تفریحات و سرگرمی‌های محبوب است و رقابت‌های حرفه‌ای آن در سطح جام‌های جهانی و مسابقات المپیک دنبال می‌شود. بولینگ، ورزش دقیق و جذابی که امروز به درجه‌ای بالا از شهرت و محبوبیت رسیده، رد پای بسیار باستانی دارد. به جز شواهدی که وجود بولینگ را در مصر باستان تایید می‌کند، رواج این ورزش در آلمان ۳۰۰ سال پس از میلاد مسیح و انگلستان قرن ۱۴ با شواهد محکم‌تری ثابت شده است. اما بولینگ دقیقاً از چه زمانی با تمدن بشری همسفر شده است؟

نگاهی به دوردست

در سال ۱۹۳۰، انسان‌شناسی بریتانیایی بقایای مجموعه‌ای از توپ و استوانه را در گور کودکی مصری کشف کرد. گوری که قدمتش به ۳۲۰۰ سال پیش از میلاد مسیح می‌رسید و نشانه‌ای بود از رواج شکل اولیه بولینگ در آن تاریخ. رد پای این ورزش

بارها در طول تاریخ دیده شده است. تاریخ‌شناسان آلمانی شواهدی برای وجود بولینگ در آلمان ۳۰۰ سال بعد از میلاد مسیح ارائه داده‌اند و مدارکی قابل توجه هم مبنی بر رواج بولینگ در انگلستان سال ۱۳۶۶ به دست آمده است. به نظر می‌رسد رواج و محبوبیت بولینگ در انگلستان قرن ۱۴ به قدری افزایش پیدا کرده بود که شاه ادوارد سوم دستور ممنوعیت آن را صادر کرد تا سربازان سلطنتی از یادگیری تیراندازی جانمانند. نگاهی به انواع بولینگ در طول تاریخ، شکل‌های مختلفی از این ورزش را نشان می‌دهد. در بعضی انواع آن تعداد استوانه‌ها فرق دارد و در بعضی دیگر هم توپ بولینگ به سمت اشیای دیگری پرتاب می‌شود. شکل‌های متفاوتی از «بولینگ نه استوانه» مانند باچی ایتالیایی، پتاک فرانسوی و بولینگ روی چمن انگلیسی، هنوز هم در اروپای شرقی رایج است. قاره نو اما، هم‌زمان با ورود مهاجران انگلیسی، آلمانی و هلندی با بولینگ آشنا شد. یکی از اولین مناطق رسمی این ورزش در نیویورک که مختص بولینگ روی چمن بوده،

با اینکه سال‌هاست در قلب منطقه تجاری واقع شده هنوز هم با نام بولینگ سبز شناخته می‌شود. با وجود موانع اولیه، بولینگ تا اواخر قرن ۱۹ جای خود را در بیشتر ایالات آمریکا باز کرده بود. تفاوت قوانین و شیوه‌های بازی سرانجام منجر به تشکیل کمیته‌ای برای همسان‌سازی بولینگ در نقاط مختلف شد. کنگره بولینگ در سال ۱۸۹۵ در نیویورک متولد شد و پس از آن استانداردها و مسابقات بین‌المللی وارد فضای این ورزش شدند. تا اوایل قرن بیستم، کم‌کم ورود زنان به عرصه این ورزش و هماهنگ شدن شکل بازی، محبوبیت بولینگ را افزایش داد. نیمه قرن بیستم و شروع پخش تلویزیونی مسابقات بولینگ، باعث رشد سالن‌های بولینگ و تولد انواع رقابت‌های وابسته به این ورزش شد. امروز و در قرن ۲۱، بولینگ ورزشی پرطرفدار است که بیش از ۹۵ میلیون نفر در سراسر جهان را در سطح آماتور و حرفه‌ای سرگرم کرده و بهترین ورزشکاران این رشته امکان رقابت در مسابقات بین‌المللی المپیک را دارند.

نیمه قرن بیستم و شروع پخش تلویزیونی مسابقات بولینگ، باعث رشد سالن‌های بولینگ و تولد انواع رقابت‌های وابسته به این ورزش شد

بولینگ، در همین نزدیکی با اینکه بولینگ تنها نزدیک ۶۰ سال است که وارد ایران شده، اما در سال‌های اخیر محبوبیت زیادی پیدا کرده است. اولین باشگاه بولینگ ایران در سال ۱۳۳۵ و در سعادت‌آباد تهران افتتاح شد و در سالهای بعد از آن هم چندین باشگاه دولتی و خصوصی دیگر در تهران و چند شهر بزرگ دیگر کشور افتتاح شدند. یکی از مشکلات پیش روی این ورزش، ناآشنایی و فراگیر نبودن سالن‌های با کیفیت و با امکانات مناسب است. یکی از نقاط قوت بی‌شمار مجموعه هتل برج‌های باران ۲ و ۳ وجود سالن‌های بولینگ با کیفیت و امکانات آموزشی و تفریحی بسیار بالا در محوطه این برج‌هاست. وجود چنین سالن‌های با کیفیتی هم امکانی ویژه برای علاقمندان قدیمی و حرفه‌ای بولینگ است تا به راحتی و در محیطی مناسب و حرفه‌ای به تمرین ورزش محبوبشان بپردازند و هم دریچه‌ای جدید به سوی علاقمندان آماتور این ورزش است تا در محل زندگی خود با تفریح و ورزشی بی‌نظیر آشنا شوند.



مکان سالن بولینگ در هتل برج مسکونی باران ۲



معرفی رستوران‌های برتر دنیا با مدیریت چهره‌های مشهور آشپزی

وقتی سرآشپزها ستاره می‌شوند

مسابقات آشپزی و شوهای تلویزیونی، داورها و سرآشپزهای برگزارکننده این برنامه‌ها را از آشپزخانه رستوران‌ها بیرون کشیده‌اند و این چهره‌ها، حالا تبدیل به شخصیت‌هایی هم‌تراز ستاره‌های سینما شده‌اند. ستاره‌هایی که گاهی مسابقاتی برای انتخاب بهترین غذاهای دنیا برگزار می‌کنند و گاهی هم خودشان بهترین و گران‌ترین این غذاها را بر صفحه تلویزیون به نمایش می‌گذارند. اما این سرآشپزهای معروف دست‌پخت بی‌نظیر و پررنگ و لعابشان را جایی به غیر از تلویزیون هم عرضه می‌کنند. سرزدن به رستوران‌هایی که غذاهایش دست‌پخت یک ستاره مشهور باشد، تجربه‌ای است که شاید نصیب کمتر کسی شود. رستوران‌هایی که در شهرهای افسانه‌ای دنیا مثل نیویورک و لس‌آنجلس قرار دارند و غذاهایشان در زمره خاص‌ترین و گران‌ترین غذاهای دنیاست. اما این ستاره‌ها را خارج از دنیای رسانه کجا می‌توان پیدا کرد؟

یکی از معروف‌ترین برنامه‌های آشپزی دنیا،مسابقه مشهور «آشپزخانه جهنم» است. آشپزخانه‌ای که ریاستش بایکی از بهترین والبنه سخت گیرترین سرآشپزهای دنیاست. «گوردون رمزی» سرآشپز افسانه‌ای این برنامه، خارج ازاستودیوی آشپزخانه جهنم در جای دیگری هم به ارائه هنرش مشغول است. رستوران گوردون رمزی که با نام خودش در سال ۱۹۹۸ درلندن افتتاح شده،جایی است که بعد از تنها سه سال فعالیت نشان ستاره میشلین (نشان معتبربنیاد میشلین در دنیای آشپزی) رابه دست آورد تا رمزی اولین سرآشپز اسکاتلندی باشد که

چنین مقامی رابه دست می‌آورد. هرچند که رمزی بعد از افتتاح شعبه دیگری از رستورانش درپاریس، کلاه سرآشپزی رستوران لندن رابه «کلیر اسمیت» سپرد،اما این رستوران همچنان ستاره‌های طلانش را حفظ کرده‌است.

رستوران گوردون رمزی شاید ستاره‌های معروف میشلین رابه دست آورده باشد،اما در رتبه بندی نشریه The Good Food Guide مقام اول بهترین رستوران بریتانیا رابه رستوران سرآشپز مشهور، هستون بلومنتال واگذار کرده‌است. رستوران «فت داک» با مدیریت این چهره تلویزیونی در

رستوران گوردون رمزی که با نام خودش در سال ۱۹۹۸ در لندن افتتاح شده، جایی است که بعد از تنها سه سال فعالیت نشان ستاره میشلین را به دست آورد

سال ۱۹۹۵ در برکشایر افتتاح شد. این رستوران برخلاف رستوران گوردون رمزی که بر اشرافیت و سبک انگلیسی تکیه دارد، جسارت و هیجان راهم به منویش اضافه کرده‌است. «فت داک» که معمولاً در نقدها و نشریات آشپزی با صفات استثنایی، خارق‌العاده و هیجان‌انگیز وصف می‌شود، در کنار منوی رسمی و کلاسیک خود منوی ویژه‌ای هم با الهام از حال و هوای کتاب «آلیس در سرزمین عجایب» دارد. غذاهایی که ظاهر غیر عادیشان از مدت‌ها قبل در کتاب‌های آشپزی هستون بلومنتال به چشم می‌خورد، حالا با طعم شگفت‌انگیزشان

در رستوران او سرو می‌شوند. رستوران فت داک از سال ۲۰۰۹ تا به حال مقام بهترین رستوران بریتانیا را در رتبه‌بندی The Good Food Guide حفظ کرده‌است.

خارج از بریتانیا و در نقاط دیگر جهان هم، سال‌هاست که سرآشپزهای مشهور تلویزیونی رستوران‌های خاص و ویژه خودشان را افتتاح کرده‌اند. یکی از مشهورترین این رستوران‌ها، رستوران‌های زنجیره‌ای چهره تلویزیونی و سرآشپز مطرح، «بابی فلی» است. بابی فلی که میزبان و سرآشپز برنامه‌های آشپزی مثل «ابرآشپزها» است و

مهمان آشنای برنامه‌های آشپزی شبکه ان‌بی‌سی و نویسنده چندین کتاب آشپزی، چارلی پالمربا رستوران آنورول، یکی دیگر از چهره‌های مطرح آشپزی در نیویورک است

در مسابقات «سرآشپز آهتین» مقام اول را در آمریکابه دست آورده‌بنیانگذار چندین رستوران در شهرهای مختلف آمریکاست. مشهورترین این رستوران‌ها، «مسا گریل» در نیویورک است که دو شعبه دیگر در لاس وگاس و باهاماس هم دارد. شعبه لاس وگاس این رستوران، در سال ۲۰۰۸ ستاره میشلین رابه دست آورد و محبوب‌ترین این سه شعبه شد. بابی فلی که متد آشپزی‌اش را در فرانسه شکل داده، منویی کلاسیک و لوکس را برای مسا گریل تعریف کرده‌است. رستوران نیویورک فلی چندین بار از سوی مجله نیویورک به عنوان رستوران سال انتخاب شده‌است.

رستوران‌های استثنایی نیویورک، محدود به شهرت بابی فلی و مسا گریل نمی‌شود. مهمان آشنای برنامه‌های آشپزی شبکه ان‌بی‌سی و نویسنده چندین کتاب آشپزی، چارلی پالمربا رستوران آنورول، یکی دیگر از چهره‌های مطرح آشپزی در نیویورک است. پالمربا که ترکیب‌های غیرمنتظره و جسورانه را با رگه‌های از آشپزی سنتی فرانسوی مخلوط کرده، منویی جسورانه برای رستورانش ارائه داده‌است. غذاهای آنورول ترکیبی از غذاهای سنتی آمریکایی، اما با تغییراتی دلچسب و غذاهای کلاسیک فرانسوی‌اند. آنورول از سال ۲۰۰۷ تا امسال موفق شده تا ستاره میشلین را برای آشپزی خارق‌العاده پالمربا حفظ کند. آنورول که در شمالی‌ترین قسمت منهتن قرار دارد، در سال ۲۰۰۳ جایزه قاشق نقره‌ای را برای پذیرایی و کادر بی‌نظیرش دریافت کرد.

صحبت از ستاره‌ها و چهره‌های مشهور که به میان می‌آید، شهر ستاره‌ها یعنی لس آنجلس را نمی‌توان فراموش کرد. لس آنجلس نه تنها خانه ستاره‌های مشهور سینماست، بلکه پراز رستوران‌ها و سرآشپزهای معروف هم هست. یکی از معروف‌ترین این چهره‌ها، ولفگانگ پاک است که شهرت تلویزیونی مانند یک ستاره سینما برازنده‌اش است. سرآشپز معروف استرالیایی، به خوبی با حال و هوای هالیوودی لس آنجلس هماهنگ شده‌است. هرچند این سرآشپز مشهور هرگز وارد دنیای فیلم و تلویزیون نشده،اما با افتتاح رستوران اسپاگو در غرب هالیوود، چهره‌های دنیای فیلم رابه رستورانش آورد. ولفگانگ پاک تنها سرآشپزی است که دو بار برنده جایزه بهترین سرآشپز سال از طرف بنیاد جیمزبیرد شده‌است. رستوران اسپاگو که اولین و معروف‌ترین رستوران این سرآشپز است، منویی بسیار متنوع از غذاهای ایتالیایی تا غذاهای سنتی آمریکا را ارائه کرده‌است. شعبه دیگر اسپاگو در لس آنجلس و در بورلی هیلز، تنها رستوران این شهر است که برنده دو ستاره

خارج از بریتانیا و در نقاط دیگر جهان هم، سال‌هاست که سرآشپزهای مشهور تلویزیونی رستوران‌های خاص و ویژه خودشان را افتتاح کرده‌اند



میشلین شده‌است. نام بردن چند رستوران به عنوان بهترین رستوران‌های دنیا، شاید کاری بی‌نهایت دشوار باشد. اما رستوران‌هایی که هم مخاطبان و هم سرآشپزهای ویژه و منحصر به فرد دارند، در سراسر دنیا آنقدرها هم زیاد نیستند. برای کسی که به دنبال رستوران و سرآشپزی متفاوت با رستوران‌های عادی باشد، سرزدن به رستوران‌های مشهور این ستاره‌های آشپزی حتماً راضی‌کننده خواهد بود.



بولگاری
BVLGARI



گالری دیجیران، نبش کوهسنگی ۲۳ تلفن: ۸۴۴۴۰۰۳ | dijiran



ت ا ه ویر
TAG Heuer
SWISS AVANT-GARDE SINCE 1860



گالری دیجیران، نبش کوهسنگی ۲۳ تلفن: ۸۴۴۴۰۰۳ | dijiran



خوبی برای اتاق کودک و باتاق نوزاد هستند. اگر کودک تان به سن کافی رسیده است درانتخاب رنگ ها از او کمک بگیرید (ونگران قاطعی شدن رنگ هانباشید).

مبلمان های بادوام بخیرید.

کودکان به سرعت بزرگ می شوند. پس مراقب باشید به همان سرعت که لباس هایشان برایشان کوچک می شوند مبلمان اتاق شان کارایی خود را از دست ندهد. اگر چه باید از خرید مبلمان خیلی بزرگ پرهیز کنید، اما قطعاً مانند قفسه ها باید در سراسر دوران کودکی کارایی خود را حفظ کنند. یک کمد کوچک، علی رغم اندازه اش، باید فضای کافی راه از دوران طفولیت گرفته تا سال های مدرسه، در اختیار کودک قرار دهد، و قفسه های نگهداری از اسباب بازی ها نباید مسئله ساز شوند. اگر از همان ابتدا مبلمان بادوام و باکیفیت بخیرید درازمدت به نفع تان خواهد بود و اگر کودک دیگری در خانه به دنیا آمد می توان از این وسایل دوباره استفاده کرد.

گهواره، تخت خواب کودک، و صندلی گهواره ای امری دشوار است. باچیدن درست هر متر از فضا، فضای اتاق را به بهترین شکل ممکن طراحی کنید.

برای هر متر از اتاق برنامه ریزی کنید. در اتاق کودک، کف اتاق فضای بسیار خوبی برای بازی کودکان است، بنابراین از اشغال کردن زیاد این فضا پرهیزید. یکی از کارهایی که باعث اشغال فضا می شود قراردادن مبلمان در مقابل دیوارهاست. چیدمان کمد ها، قفسه های اسباب بازی ها، و تخت خواب یا گهواره کار ساده ای است، اما فضای کوچکی را برای صندلی گهواره ای کنار بگذارید. همچنین از دیوارها غافل نشوید؛ قفسه های دیواری برای نگهداری از وسایل گزینه های خوبی هستند و مکعب های مرتفع در فضاهای عمودی بسیار پر کاربردند. برای کودکانی که عاشق ورجه ورجه در اتاق هستند، یک فرش یا موکت مناسب کودک که رنگی است، و از همه مهم تر قابل شستشو است، پیدا کنید.

از سبدها، سطل ها و جعبه ها استفاده کنید. اسباب بازی ها به راحتی از دسترس خارج می شوند، بنابراین با استفاده از سبدها و جعبه ها فضای اتاق را شلوغ نکنید. استفاده از قفسه های از پیش ساخته پلاستیکی یا چوبی برای نظم دادن به فضای اتاق بسیار گزینه های خوبی هستند و قفسه های مخصوص اسباب بازی فضا را تمیز و پاکیزه نگه می دارند. برای این که کارتان راحت تر شود به کودکان تان جای وسایل رایاد بدهید و به هنگام نیاز به آن ها کمک کنید که وسایل اضافی را از اتاق شان خارج کنند.

یک فضای مناسب برای کودک ایجاد کنید. خواه کودک مشغول انجام تکالیف باشند، یا رنگ آمیزی و ساختن یک وسیله جدید، به فضای کافی برای بازی و کار نیاز دارند. یک میز و صندلی مناسب کودک بخیرید، و با قراردادن وسایل نظم دهنده در نزدیکی کودک فضا را همیشه تمیز نگه دارید.

از رنگ های جذاب و مناسب کودک استفاده کنید. طبیعتاً اتاق کودک باید پر از رنگ های روشن و متنوع باشد، بنابراین از تخت خواب، پرده ها، و فرش های جذاب و رنگی استفاده کنید. حیوانات پراچه ای و بالش های بزرگ اتاق را راحت و دنج می کنند، و عکس بر گردان ها و لوازم دیواری، و وسایل بسیار



برعکس اتاق خواب بزرگسالان که در آن آسایش مسئله اصلی است، اتاق خواب کودک نیازمند انرژی است. اتاق کودک باید به گونه ای مجهز شود که همه این فعالیت ها، شامل خوابیدن، رنگ آمیزی، انجام تکالیف روزانه، بازی های پرسر و صد اباد و ستان و بازی با اسباب بازی ها به راحتی در آن انجام گیرد. جادادن همه این امکانات مسئله ای چالش برانگیز است، به ویژه این که اکثر اتاق ها فضای زیادی ندارند. برای پیدا کردن جای مناسب برای صندلی ها و میز های کوچک، کمد های لباس، قفسه های اسباب بازی ها و تخت خواب کودک، سازمان دهی های جدی ای باید انجام داد؛ حتی چیدمان اتاق های نوزاد با میز های متغیر،

نکاتی درباره طراحی اتاق کودک

اتاق کودکی ها

یلدا، چهارشنبه‌سوری و نوروز: زمانی برای آجیل

دانه‌های دوست‌داشتنی

آجیل و خشکبار مهمانان قدیمی و آشنای سفره‌های زمستانی و جشن‌های باستانی ایرانیان مثل یلدا، چهارشنبه‌سوری و مهم‌تر از همه نوروز بوده‌اند. خشکبار و آجیل در واقع شامل میوه‌های خشک و بعضی از مغز دانه‌ها است که گذشتگان در شب‌نشینی‌ها و جشن‌های زمستانی از آن استفاده می‌کردند. تولید و نگهداری آجیل و خشکبار به منظور نگهداری طولانی مدت از میوه‌ها و محصولات کشاورزی انجام می‌شده است. این میوه‌ها و دانه‌ها معمولا شامل مواد مغذی و تامین کننده بیشترین مایحتاج بدن بودند. مغز دانه‌هایی مثل پسته، بادام، فندق، گردو خشک و میوه‌های خشک مثل کشمش، برگه آلو بخارا، قیسی خشک، برگه هلو، برگه زردآلو و خرما و انجیر خشک، معروف‌ترین ترکیبات آجیل و خشکبار هستند. در تعریف کلی، آجیل به مخلوطی از خشکبار و مغز دانه‌ها گفته می‌شود که بنا بر سلايق، مدل‌های گوناگون و مناسبت‌های مختلف ترکیبات آن فرق می‌کند. آجیل از دیرباز به یکی از نمادهای فرهنگ ایرانی تبدیل شده و جشن‌هایی مثل نوروز و یلدا، تنها با حضور آجیل مفهوم پیدا می‌کنند.



خانه‌ای سرشار از سلامت و زیبایی

جشن‌های آجیلی

با اینکه بیشتر ترکیبات آجیل در مناسب های یکسان است، اما معمولاً تفاوت‌هایی بین آنها دیده می‌شود. آجیل شب یلدا برخلاف آجیل نوروز، معمولاً آجیل خام و بدون نمک است. این آجیل شیرین شامل مغز گردو، پسته، فندق، بادام و بادام هندی، مویز، کشمش، توت خشک است و گاهی هم تکه‌های باسلق به آن اضافه می‌شود. آجیل چهارشنبه‌سوری هم شباهت‌هایی به آجیل شب یلدا دارد و ترکیبات آن شامل نخودچی، کشمش، توت، انجیر، تخمه آفتابگردان، خرما و آلوئی خشک است. هر چند که تخمه آفتابگردان پیشینه‌ای طولانی در بین خوراکی‌های چهارشنبه‌سوری ندارد، اما محبوبیتش به اندازه اعضای قدیمی‌تر این ترکیب است.

آجیل نوروزی را اما شاید بتوان پرمایه‌ترین ترکیب در بین مناسبت‌های آجیلی دانست. آجیل نوروزی معمولاً از چند ترکیب آشنا تشکیل می‌شود. آجیل شور که خود ترکیبی از پسته، تخمه کدو، تخمه ژاپنی، مغز بادام، مغز فندق و بادام هندی است، پرمایه‌ترین ترکیب در بین ترکیبات آجیل‌های نوروزی است. هر چند آجیل شیرین با ترکیبات مغز گردو و کشمش و توت خشک و دانه‌های خام از محبوبیت کمتری بین آجیل‌های نوروزی برخوردار است اما نسبت به آجیل شور مضرات کمتری دارد.

راهنمای خرید

حالا که آجیل جزئی جدانشدنی از زندگی و جشن‌های باستانی ایرانیان است، برای دسترسی و تهیه بهترین و مرغوب‌ترین آجیل هاهم نکاتی وجود دارد که رعایت آنها سلامت و کیفیتی را که لایق شماست نصیبتان می‌کند. اولین نکته، خرید آجیل از فروشگاه‌های معتبری است که اجناس باکیفیت، مرغوب و تازه عرضه می‌کنند. موقع خرید آجیل حتماً به تازگی آن توجه کنید. آجیل تازه و سالم به هیچ وجه نباید بوی ماندگی یا ترشیدگی بدهد. اگر آجیل مورد نظرتان بیش از حد براق و خوش رنگ و لعاب به نظر می‌رسد، حتماً با دستتان رنگ آجیل را کنترل کنید. رنگی شدن دستتان نشانه رنگ شدن آجیل با رنگ‌های غیر مجاز است.

پسته‌هایی که بیش از حد خنده‌رو هستند، قبلاً به منظور ایجاد شوک حرارتی بین آب جوش و آب یخ جابه‌جا شده‌اند. این شوک حرارتی، کیفیت پسته را پایین می‌آورد و موجب نم کشیدن پسته هم

می‌شود. این پسته‌ها زودتر فاسد می‌شوند.

نکته بسیار مهم دیگر در خرید آجیل، توجه به پروانه بهداشتی و مبتلا نبودن دانه‌ها به سموم قارچی است. البته این موضوع عملاً در مورد خرید آجیل فله و باز غیر ممکن است. اما با خرید از فروشگاه‌های معتبر و آجیل بسته‌بندی می‌توانید از سلامت آجیل مطمئن باشید.

جایگاه آجیل در سید غذایی

دانه‌های لذیذ و پرکالری، همیشه به یک میزان مورد عشق و نفرت بوده‌اند. نفرتی که باعث پرکالری بودن و چرب بودن این دانه‌هاست و عشقی که از طعم و البته فواید بی‌شمار آن‌ها ریشه می‌گیرد. هر چند که ترکیبات آجیل ذاتاً موادی مغذی و پرکالری هستند، اما مصرف متعادل این ترکیبات

آجیل شور که خود ترکیبی از پسته، تخمه کدو، تخمه ژاپنی، مغز بادام، مغز فندق و بادام هندی است، پرمایه‌ترین ترکیب در بین ترکیبات آجیل‌های نوروزی است

نه تنها خطری برای سلامتی نیست، بلکه در حقیقت بسیار لازم و مفید است. مطالعات در این زمینه نشان داده که میزان کلسترول خون در افرادی که به طور روزانه از مقدار کمی آجیل به عنوان یک رژیم غذایی برای سلامت قلب استفاده می‌کنند، کاهش پیدا کرده است. همچنین مصرف متعادل آجیل خام (و نه آجیل شور) از ایجاد لخته‌های خونی و بروز حمله‌های قلبی پیشگیری می‌کند. اما آجیل به خودی خود خوراکی بسیار پرکالری است. تمام فواید آن هم به شرط رعایت تعادل در مصرف آن نصیب شما می‌شوند. هر ۱۰۰ گرم از دانه‌های مثل بادام، بادام زمینی، بادام هندی و پسته به طور متوسط حاوی ۶۰۰ کالری است. پس برای گنجاندن آجیل در رژیم غذایی روزانه‌تان، حتماً به مقدار کالری مورد نیازتان توجه کنید.



اهمیت مراقبت صحیح از پوست و مو

درخشش ابدی چهره‌ای بی‌آلایش

داشتن پوست سالم را تبدیل به ضرورت می‌کنند.

هدیه‌ای برای تمام عمر

شاید اولین دلیلی که باعث پیگیری و مراقبت از پوست می‌شود، ساده‌ترین دلیل آن باشد. اولین تاثیر اولین نگاه، همیشه تحت تاثیر پوست خواهد بود. گذشته از دید بیرونی، تاثیری که پوست سالم و زیباروی سلامت روحی و روانی دارد، غیر قابل انکار است. تصویری که روی آینه منعکس شود عمیقاً بر خوشحالی و اعتماد به نفس تاثیر گذار خواهد بود. از این گذشته، پوست قابل تعویض و جابه‌جایی نیست. مراقبت از چیزی که شناسن دوباره‌ای در به دست آوردنش وجود ندارد، قاعداً تا باید یکی از اولویت‌های زندگی باشد. اما اگر این

صنعت چندین میلیون دلاری محصولات مراقبت از پوست مو و تبلیغات گسترده این صنعت بیش از هر چیز نشانگر پی بردن مشتری به اهمیت سلامت پوست و مو است. صنعتی که شاید تکیه‌اش در تبلیغات، زیبایی حاصل از این سلامت باشد اما اهمیت مراقبت پوستی بیش از زیبایی و جوانی صرف است. مراقبت پوست و مو، گامی در جهت ارتقای سلامت کلی بدن است. از همه چیز گذشته، پوست بزرگترین عضو بدن و درجه‌ای ارتباط آن با محیط خارج است و سلامت آن هم تحت تاثیر عوامل خارجی است و هم وابسته به فعالیت‌های داخلی بدن. هر چند که تلاش برای داشتن پوستی سالم در نگاه اول تنها برای زیبایی مهم به نظر برسد، اما گذشته از زیبایی، عوامل مهم دیگری هستند که

صنعت چندین
میلیون دلاری
محصولات
مراقبت از پوست
مو و تبلیغات
گسترده این
صنعت بیش از هر
چیز نشانگر پی
بردن مشتری به
اهمیت سلامت
پوست و مو است

دلایل به اندازه کافی قانع‌کننده به نظر نمی‌رسند باید با آینده‌نگری به مسئله مراقبت پوستی نگاه کرد. آفتاب سوختگی یکی از شایع‌ترین مشکلات پوستی در تمام جهان است. این مسئله به ظاهر پیش پا افتاده‌اما، در صورت بی‌توجهی می‌تواند به معضلی جدی تبدیل شود. آفتاب سوختگی در طولانی مدت باعث خارش، لک و لایه لایه شدن پوست می‌شود و هر کدام از این عوامل به تدریج می‌توانند زمینه‌ساز سرطان پوست شوند. سرطانی که نه تنها لایه بیرونی پوست، بلکه اعضای داخلی مجاور را هم درگیر می‌کند. از بحث سرطان اگر بگذریم، به نقش اولیه و اساسی پوست می‌رسیم؛ مراقبت بدن در برابر آلودگی‌های بیرونی، پوست سالم و قوی وظیفه حفظ بدن از عفونت‌ها و آلودگی‌های بی‌شمار بیرونی را به خوبی انجام می‌دهد. اما آسیب دیدن پوست، تاثیرگذاری آن را در انجام این وظیفه به تدریج کاهش می‌دهد و عفونت‌های پوستی به داخل بدن راه پیدا می‌کنند. با تمام این اوصاف، به نظر می‌رسد بهای بی‌توجهی به مراقبت پوستی سنگین‌تر از جین و چروک و لکه‌های ظاهری باشد.

مراقبت پوستی البته تنها منحصر به جلوگیری از

آفتاب سوختگی نیست. اثر تخریبی سرما و بادهای سرد، کمتر از تابش خیره‌کننده آفتاب در فصل‌های گرم نیست. کاهش یا از بین بردن این اثر تخریبی، خود نیازمند مراقبت دقیق و استفاده از محصولات مناسب پوستی است. روی هم رفته، مفاهیم پوست سالم، زیبایی و مراقبت پوستی به اندازه ضرورت ظاهری، از اهمیت عمیق‌تری برخوردارند. البته که این مراقبت تنها محدود به پوست نیست و عضو دیگری را هم دربر می‌گیرد. مراقبت پوست و مو در کنار هم است که در تمام زمینه‌ها نتیجه‌ای کامل و رضایت‌بخش به دست می‌دهد.

طوره پر پیچ و خم

موهم مانند پوست، یکی از نقاط بسیار تاثیر گذار در چهره و تاثیر اولیه است. شاید در مراقبت از مو، برخلاف پوست کفه ترازو بیشتر به نفع زیبایی ظاهری خم باشد اما اهمیت به زیبایی به خودی خود آنقدری اهمیت دارد که برایش وقت و هزینه صرف شود. موی سر تحت تاثیر عوامل درونی مثل استرس و فشار روحی ممکن است دچار ریزش یا تغییر رنگ شود. عدم شناخت صحیح از جنس مو در کنار بی‌توجهی به نوع و کیفیت محصولاتی که برای مو استفاده می‌شوند می‌تواند باعث ضعیف شدن ریشه مو و در نهایت ریزش آن شود. علاوه بر نقشی که مراقبت مو در زیبایی ایفا می‌کند، نزدیکترین عضو به مو را هم نباید فراموش کرد. سلامت پوست کف سر مستقیماً وابسته به محصولات مرتبط به مو است. عوامل آزار دهنده‌ای مثل شوره و قارچ‌های پوستی همه و همه از بی‌توجهی به مراقبت صحیح از مو ریشه می‌گیرند. عواملی که در صورت مزمن شدن می‌توانند بخش بزرگی از زیبایی مو را برای همیشه از بین ببرند.

مراقبت پوست و مو، هر چند که بخشی نو نیست اما ضرورتش شاید نو باشد. ضرورتی که به واسطه افزایش روزافزون ذرات معلق و آلاینده و عوامل صنعتی بی‌شمار دیگر، بیش از هر وقت دیگری احساس شود. رعایت این ضرورت و مراقبت صحیحی که نتیجه‌اش زیبایی و جوانی و سلامت کلی بدن باشد، به نظر سبک ایده‌آلی برای زندگی می‌رسد.



امکانات سالن‌های زیبایی

زیبایی در یک قدمی شما

تصور کنید ارایشگری همواره در خانه شماست و هر گونه خدمات آرایش، زیبایی و پوست را بنا بر خواست و سلیقه شما، در اسرع وقت و هر زمان که بخواهید، ارائه می‌کند. تصور کنید که آرایشگر شما عادات و علایق شما را می‌داند و لازم نیست هر بار برای او توضیح بدهید که چگونه آرایشی برای مویتان می‌خواهید یا چه نوع مواد آرایشی برای پوستتان مضر است. تصور کنید که حتی نیازی نیست مقابل آینه بایستید و چهره‌تان را بیارایید. این کار را آرایشگر اختصاصیتان، کاملاً منطبق بر خواسته شما انجام خواهد داد. در باران ۲ اما اینها فراتر از تصور، رنگ واقعیت به خود گرفته و عینیت یافته‌اند. جایی که ارائه خدمات زیبایی و سلامت، بخشی از زندگی به سبک باران است.



سالن‌های بانوان شامل بخش‌های آرایش چهره، مراقبت و طراحی ناخن، ترمیم و مراقبت پوست، ترمیم و مراقبت مو و بخش‌های جانبی دیگری مثل امکانات پرئژه کردن پوست است

همه ما از پدربزرگ و مادربزرگ‌های خود در مورد مشکلات بهداشتی که در گذشت وجود داشته است شنیده‌ایم. سطح پایین بهداشت در اوایل قرن بیستم باعث بروز مشکلات فراوانی در سراسر جهان می‌شد و گاهی منجر به بیمارهای خاص و در مواردی حتی مرگ افراد می‌شد. با ظهور سیستم‌های جدید بهداشتی به مرور سطح بهداشت در جوامع مختلف افزایش یافت و انسان‌ها توانستند زندگی بهتر و آرام‌تری داشته باشند. امروزه در اکثر جوامع دیگر شاهد مشکلات بهداشتی نیستیم و بیشتر مردم از حداقل موارد ضروری برای حفظ بهداشت خود بهره می‌برند. اما با حل شدن مسئله بهداشت انسان‌ها به چیزهای دیگری نیز توجه کردند. توجه به ظاهر، اهمیت دادن به مراقبت از پوست و مو، بهداشت پوست و مو و چندین مورد دیگر امروز تبدیل به امری عادی در جوامع شده است. دیگر وجود سالن‌های زیبایی متعدد و کرم‌ها و داروهای مراقبتی از پوست چیر عجبیبی نیست. اما با بروز این امکانات مسئله چگونگی استفاده از آن‌ها و پیدا کردن یک آرایشگر یا متخصص زیبایی مناسب و در کنار آن حفظ سلامت جسمانی از مسائلی بوده است که همواره ذهن ما را به خود مشغول کرده است. اما زیبایی چیست و چگونه می‌توان به آن دست یافت؟

نام زیبایی و چهره زیبا که به میان می‌آید، ناخودآگاه تصویری از سالن‌های زیبایی و محصولات مراقبت پوستی را با خود به همراه می‌آورد. سالن‌های عظیمی که نیروهای حرفه‌ای در بخش‌های متفاوت خدمات زیبایی و سلامتی پوست و مو را به مشتریان ارائه می‌کنند. خدمات این سالن‌ها تنها محدود به سلامت و زیبایی پوست و مو نیست. بخش‌های دیگری هم مثل اسپا و ماساژ، سونا و آب درمانی همه و همه حرفه‌ای را تشکیل داده‌اند که هدفش ارتقای آرامش، سلامتی و زیبایی است. این روزها پیدا کردن این سالن‌ها در شهرهای بزرگ شاید کار چندان دشواری نباشد اما پیدا کردن سالی با کیفیت که همیشه آماده ارائه بهترین خدمات باشد کمی مشکل است. برای کسی که تقویمش وقت‌های خالی محدودی دارد و به خدمات معمولی قانع نیست، بهترین خبر وجود یک سالن حرفه‌ای در چند قدمی محل زندگی‌اش است. سالی با تمام

امکانات و کادر حرفه‌ای که در هر زمان بتواند بهترین خدمات را ارائه کند. وجود این سالن‌ها یکی از مزایای بی‌شمار زندگی در هتل برج‌ها هستند. سلامتی و زیبایی حالا در یک قدمی محل زندگی است.

طراحی و امکانات سالن‌های زیبایی مراقبت از پوست و مو و حفظ سلامتی و تناسب اندام، یکی از دغدغه‌های زندگی پر مشغله امروز است. برای افرادی که به سلامت ظاهر خود اهمیت می‌دهند و وجود امکانات حرفه‌ای در یک قدمی محل زندگی نعمتی بی‌نظیر است. هتل برج باران ۲ این هدیه ارزشمند را با بهترین کیفیت و امکانات در اختیار ساکنینش قرار داده است. آرایشگاه‌های اختصاصی بانوان و آقایان با امکاناتی ویژه برای ساکنین برج طراحی شده‌اند. یکی از ویژگی‌های این سالن‌های اختصاصی طراحی متناسب و حرفه‌ای آن‌هاست. طراحی سالن‌های زیبایی به ویژه برای بانوان بخش‌های متفاوتی را دربر می‌گیرد. بخش‌هایی که هر کدام آرایشگر و متخصص حرفه‌ای خود را می‌طلبند. سالن‌های بانوان شامل بخش‌های آرایش چهره، مراقبت و طراحی ناخن، ترمیم و مراقبت پوست، ترمیم و مراقبت مو و بخش‌های جانبی دیگری مثل امکانات برنزه کردن پوست است. ساکنان هتل برج می‌توانند بدون هیچ مشکلی هر گاه که نیاز داشتند به آرایشگاه بروند و از بهترین امکانات موجود در یک آرایشگاه بهره ببرند. وجود یک آرایشگر اختصاصی باعث می‌شود تا بهترین مدل مویی که به شما می‌آید به مرور مشخص شود و می‌توانید از پیشنهادات و نظرات آرایشگر اختصاصی خود استفاده کنید. او می‌تواند مدل موی شما را با توجه به نوع مهمانی و یا مناسبت خاص تغییر دهد. در این آرایشگاه‌ها بهداشت به تمامی رعایت می‌شود و استانداردهای در حد استاندارد‌های جهانی است. همچنین مواد و لوازم بهداشتی مورد استفاده در این آرایشگاه‌ها بهترین و با کیفیت‌ترین مواد موجود در بازار است. هر کدام از بخش‌های موجود در آرایشگاه‌ها و سالن‌های زیبایی شامل تجهیزات و مواد و امکانات مخصوص به خود است. بخش‌های ترمیم و مراقبت از پوست و مویکی از مهم‌ترین

قسمت‌های این سالن‌ها هستند. مراقبت و ترمیم پوست و مو کاری حرفه‌ای و تخصصی است که باید زیر نظر متخصص پوست و مو صورت بگیرد. اطمینان از وجود چنین متخصصینی، یکی از عوامل اعتبار و کیفیت این سالن‌هاست. ترمیم پوست در بخش‌های لایه برداری، تزریق کلاژن، پیلینگ، میکرودرم، لیزر، ماسک و درمان‌های گیاهی صورت می‌گیرد. طبعا یکی از مهم‌ترین نکات در ترمیم پوست بعد از تخصص، استفاده

از مواد با کیفیت است. موادی با پایه گیاهی همیشه بهترین سازگاری را با پوست دارند و عوارض جانبی ناخوشایند را به سلامت و پوست فرد تحمیل نمی‌کنند. متخصصین در این سالن‌ها با مطالعه کیفیت و جنس پوست، بهترین درمان و شیوه مراقبت پوستی را تجویز می‌کنند. بخش‌های دیگر سالن مانند مراقبت و طراحی ناخن و آرایش چهره هم زیر نظر آرایشگرهای حرفه‌ای انجام می‌شود. شاید به نظر برسد وجود متخصص در این بخش‌ها

امروزه در اکثر جوامع دیگر شاهد مشکلات بهداشتی نیستیم و بیشتر مردم از حداقل موارد ضروری برای حفظ بهداشت خود بهره می‌برند

امکانات اسپا و ماساژ امکانات و خدمات سلامتی و زیبایی، تنها محدود



هتل برج باران ۲ دارای آرایشگاه‌های اختصاصی بانوان و آقایان است. ساکنان هتل برج می‌توانند بدون هیچ مشکلی هر گاه که نیاز داشتند به آرایشگاه بروند و از بهترین امکانات موجود در یک آرایشگاه بهره ببرند.

به سالن‌های آرایشی و مراقبت از پوست و مو نیست. بخش دیگری از امکانات در کنار پرداختن به سلامت و زیبایی ظاهر، به آرامش و سلامت روحی تعلق دارد. سالن‌های اسپا و ماساژ در کنار مراقبت پوستی، امکاناتی مثل آب درمانی را ارائه می‌دهند. این سالن‌ها هر چند که در بیشتر نقاط دنیا بسیار محبوب و پرطرفدارند، اما جایشان در شهرهای ایران خالی است. هتل برج باران ۲ در کنار سالن‌های تخصصی زیبایی، خدمات اسپا و ماساژ را هم به ساکنانش ارائه کرده است. خدماتی کمیاب که دسترسی به آن برای ساکنانش آسان‌ترین کار دنیا است.

اسپای روزانه هر چند به منظور مراقبت سلامت و زیبایی پوستی هم عمل می‌کند، اما خدماتی متفاوت از سالن‌های زیبایی ارائه می‌دهد. سالن‌های اسپا به

عنوان محلی برای آرامش و رفع خستگی با امکاناتی مثل ماساژ اتاق بخار، سونا و استخر آب گرم سلامتی ظاهری و آرامش روانی را در کنار هم ارائه می‌کنند. هتل‌های پنج ستاره در سراسر دنیا این خدمات را در طول مدت اقامت به مهمانان ارائه می‌کنند. اما زندگی در یک هتل برج به معنی دسترسی مادام‌العمر به خدمات لوکس یک هتل پنج ستاره است.

نوع دیگری از این خدمات در اسپای درمانی، زیر نظر مربی‌های ورزشی در کنار آب درمانی و ماساژ، برنامه‌های منظم ورزشی و رژیم‌های غذایی را ارائه می‌دهد. متخصصین اسپای درمانی هم برای تناسب اندام و هم سلامت پوستی ساکنین برنامه‌های منظم ارائه می‌کنند. وجود سالن‌های متعدد ورزشی در هتل برج باران ۲ این امکان را فراهم می‌کند که ساکنان

وجود متخصصان و کارشناسان کاربلد، امکانات به‌روز، مواد بهداشتی با کیفیت و ارائه خدمات مختلف از مزایای سالن‌های پوست و زیبایی هتل برج باران ۲ است.

بتوانند ورزش دل‌خواه خود را انجام داده و سلامت جسمانی خود را حفظ کنند. وجود سالن‌های بدن‌سازی، اسپا، استخر، ماساژ، بولینگ و غیره خیال ساکنان هتل برج باران ۲ را از سلامت جسمانی خود راحت می‌کند. آن‌ها می‌توانند بدون دغدغه و در کمترین زمان ممکن به این سالن‌ها رفته و از امکانات بی‌نظیر آن‌ها استفاده کنند. همچنین در این سالن‌ها یک متخصص حضور دارد که به افراد مشاوره می‌دهد و آن‌ها را در مسیر درست هدایت می‌کند.

تمام این امکانات و خدمات با بهترین کیفیت و زیر نظر افراد حرفه‌ای در یک مجموعه و در کنار هم در هتل برج‌ها در یک قدمی ساکنین قرار دارند. سلامتی، زیبایی و آرامش رویایی در همین نزدیکی است.



با خوانندگان

این چهارمین فصل است که «باران» ، با «خانه نو» مهمان شماست. مخاطبان فصل نامه های گروه مهندسی باران در این مسیر با نقد و تشویق همراهی مان کردند.

در این میان اما برخی از خوانندگان به بیان دیدگاه های خود پرداخته و با پرسش هایی مطرح کرده اند که ضرورت پاسخ گویی به آن ها ما را مصمم کرد تا این صفحه را به طرح این موضوعات اختصاص دهیم و آنجا که لازم باشد پاسخی به فراخور بضاعت خود به این پرسش ها ارائه کنیم.

سوال: چرا برج های باران فقط در محدوده کوهسنگی و وکیل آباد ساخته شده اند؟

خانه نو در مکان یابی هتل برج های مسکونی باران ، با توجه به خواست مشتریان ، بیش از هر چیز مرغوبیت و اصالت بافت شهری مد نظر قرار می گیرد. در پنجاه سال اخیر در شهر مشهد به ترتیب محدوده های کوهسنگی و احمدآباد، ملک آباد و بلوار سجاد و نهایتا برخی خیابان ها در بلوار وکیل آباد، به عنوان بهترین بافت های شهری مشهد مطرح بوده اند. اما از دیگر سو در این مناطق تعداد زمین هایی با متر اژ بالای ۲۰۰۰ متر که هم ابعاد مناسبی داشته و هم در خیابان هایی با عرض قابل قبول واقع شده باشند، محدود است. علاوه بر آنکه ضوابط بلندمرتبه سازی تنها با برخی از خیابان های شهر قابل انطباق است. با در نظر داشتن تمامی این جوانب و همچنین حساسیت گروه باران در زمینه مکان یابی پروژه ها در نقاط خاص و متمایز شهر، دایره انتخاب محدود تر می شود. در همین پیوند از مالکان محترمی که در مناطق یاد شده و با شرایط مورد اشاره، املاک قابل فروش یا پلاک های قابل جمع دارند، دعوت می کنیم تا پیشنهادات خود را با سازمان فروش گروه مهندسی باران از طریق تلفن ۸۱۸۱ در میان بگذارند.

سوال: معماری سبز که در مورد پروژه باران ۳ در تبلیغات خود بیان کرده اید، به چه معناست؟ آیا صرف اینکه در یک بنای ساختمانی فضای

سبز وجود داشته باشد به معنی معماری سبز است؟

خانه نو معماری سبز و پایدار مفاهیم نوینی در معماری هستند که در فصل نامه تابستان در صفحات ۶ تا ۹ و ۱۸ تا ۲۵ در مورد آنها صحبت به میان آمده است. مسلما اطلاق معماری سبز به یک پروژه تنها به استفاده از فضای سبز در آن محدود نمی شود، بلکه عوامل مختلفی مانند استفاده از مواد و مصالح پایدار در ساخت، رعایت استانداردهای جهانی برای حفاظت محیط زیست، به کارگیری تکنیک هایی برای کمترین تاثیر مخرب بر طبیعت، استفاده از انرژی های پاک در طراحی تاسیسات و کاهش اتکا به انرژی های تجدید ناپذیر بخشی از صفات معماری پایدار و معماری سبز محسوب می شوند. ضمنا جنبه هایی از این عوامل که در هتل برج مسکونی باران ۳ به آن ها توجه شده است در مطلبی با عنوان «پاسخ به نیازهای واقعی مشتری» در صفحات ۲۸ تا ۳۱ فصل نامه تابستان گروه مهندسی باران مورد اشاره قرار گرفته است. همچنین در ویژه نامه پاییز ۹۲ هم، در خصوص تاثیر معماری پایدار بر طراحی داخلی اطلاعات کامل تری به علاقه مندان ارائه شده است.

سوال: نحوه خرید یا اشتراک مجله به چه صورت است؟

خانه نو ویژه نامه ای که اکنون در اختیار شماست، فصل نامه ای اختصاصی است که با همکاری گروه مهندسی باران و ماهنامه خانه

«با خوانندگان» نام صفحه شماست، منتظر تان هستیم.

نو منتشر می شود. این ویژه نامه ها صرفاً به آدرس های موجود در سامانه ارتباط با مشتریان گروه باران از طریق سرویس اختصاصی پست هوایی و فعلا به صورت رایگان ارسال می شود و خرید یا اشتراک آن خارج از این سامانه امکان پذیر نیست. برای اطلاعات بیشتر با تلفن ۵۱۸۱۸۱+ تماس بگیرید. سایر علاقمندان می توانند نسخه الکترونیک این ویژه نامه ها را به فاصله یک هفته پس از انتشار از بخش دانلود در سایت باران به آدرس: www.baran.ir دریافت و مطالعه نمایند.

سوال: چرا برخی عکس ها یا مطالب هیچ ارتباطی با پروژه های باران ندارند؟

خانه نو آنچه با تلاش فراوان برای شما مهیا کرده ایم، کتابچه تبلیغاتی، کاتالوگ یا راهنمای خرید نیست. عمیقاً بر این باوریم که راهی را در پیش رو گرفته ایم که بدون اطلاع رسانی، فرهنگ سازی و گفتگوی دو جانبه با مخاطبانش توفیقی نخواهد داشت. به همین دلیل سعی ما بر آن است تا با یک دسته بندی دقیق، از طریق رسانه های خود، موضوعاتی که می تواند پیرامون یک سبک زندگی خاص مطرح شود را به مخاطبان ارائه کنیم. سبکی خاص که در آن انسان، ارزشمند و قابل احترام است. صحبت از کسب و کاری است که در آن رضایت مشتری حرف اول و آخر را می زند. پس با چنین رویکردی، در این ویژه نامه ها نباید مطالب صرفاً در مورد گروه باران یا برند خاص دیگری باشد و می توان درباره دایره گسترده ای از عناوین و موضوعات با شما به گفتگو نشست.

شما خوانندگان ارجمند می توانید دیدگاه، نقد، پیشنهاد و یا هر گونه پرسش را از طریق

راه های ارتباطی زیر با ویژه نامه اختصاصی خود در میان بگذارید:

تلفن و نمابر: ۸۱۸۱-۵۱۱۰ ایمیل: info@baran.ir سامانه پیامک: ۸۱۸۱-۱۰۰۰۰



تاریخچه نوروز و آداب و رسوم آن

نرم نرمک می رسد اینک بهار

صحبت در مورد نوروز و آداب و رسوم آن، موضوع تازه و غریبه‌ای نیست. جشن باستانی نوروز، قرن‌هاست که با زندگی ایرانیان گره خورده و آداب و رسوم هم نسل به نسل منتقل شده‌است. جشن آغاز سال نو با همه نمادها و نشانه‌هایش آنقدر تکرار شده که شاید چرایی این رسم و رسوم برای کسی سوال نباشد. اما جشن نوروز و تمام متعلقاتش همه و همه ریشه‌های عمیقی در تاریخ و افسانه‌های ایرانی دارند. واقعیت‌ها و افسانه‌هایی که دانستن آن‌ها شاید باعث شود تا نوروز این بار، اندکی متفاوت‌تر برگزار شود.



همانطور که پیدایش نوروز را به جمشید نسبت داده اند، سیزده به در هم روزی بوده که جمشید در دشتی سرسبز بار عام می‌دهد و مردم را به سفره خود دعوت می‌کند.



با اینکه قدمت نوروز و وجود این جشن را شاید به درستی نتوان تخمین زد، اما به نظر می‌رسد جشن گرفتن آغاز سال نو و شروع بهار، به زمان‌های پیش از هخامنشیان و مادها برمی‌گردد. وقتی تابستان ۷ ماه و زمستان ۵ ماه داشت و در آغاز هر کدام از این دو فصل، جشنی برگزار می‌شد که هر دو آغاز سالی نو بود. آنچه که امروز از جشن‌های نوروز و مهرگان بر جای مانده، میراثی است از دو جشنی که قرن‌ها پیش در شروع فصل‌های سرد و گرم برگزار می‌شده است.

با مرور زمان و تحول تدریجی اوضاع جشن نوروز تنها از شکل گاه‌شناسی و زمان‌بندی شروع فصل خارج شد و بعدها جنبه‌های متعدد دینی و سیاسی پیدا کرد

هفت سین، دید و بازدید و مراسم سیزده به در است. شناخت بهتر نوروز شاید، مستلزم شناخت معنی و مفهوم این آداب و رسوم باشد. جشن آشنای چهارشنبه‌سوری، هرچند که از نظر زمانی در بازه مراسم رسمی نوروز قرار ندارد، اما ذاتا متعلق به مراسم استقبال از بهار است. آخرین چهارشنبه سال همیشه با آتش خروشانی که نشانه قوت، سلامت و روشنی است شناخته می‌شود. مرور اسطوره‌های پیرامون این جشن حکایت از این دارد که روشن کردن آتش به عنوان طلب کمک از این عنصر مقدس زرتشتی انجام می‌شده است. عنصری قدرتمند و سوزاننده تا بدی‌ها را در خود غرق کند و گرمی و روشنی به ارمغان بیاورد. چهارشنبه‌سوری به جز آتش، رسوم دیگری هم دارد که کم‌کم رو به فراموشی می‌روند. شکستن کوزه که در بعضی شهرها همچنان پایدار است، یکی از این رسوم رو به فراموشی است. کوزه‌های کهنه که نماد

بخت بد و بیماری بودند از پشت بام به زمین پرتاب می‌شدند تا با شکسته شدن، قضای تاریک را هم از صاحب کوزه دور کنند. فال گوش ایستادن هم که به نیت فال گرفتن انجام می‌شود یکی دیگر از آداب چهارشنبه‌سوری است. کسی که فال گوش می‌ایستد نیت و سوالش را در حرف‌های رهگذران تفسیر می‌کند.

فردوسی در بخشی از شاهنامه، پیدایش نوروز را متعلق به سلسله پیشدادیان و پادشاهی جمشید دانسته است. بنابه گفته فردوسی، جمشید با آغاز سلطنتش به تختی زرین نشست و با رسیدن اشعه‌های آفتاب به تخت، روز به سلطنت رسیدنش را نوروز نامیده است. ابوریحان و خیام هم در کتاب‌هایی دیگر پیدایش نوروز را مربوط به پادشاهی جمشید می‌دانند. اگر چه از شکل برگزاری نوروز در قرن‌های پیشین اطلاعی در دست نیست، اما به نظر می‌رسد این جشن باستانی

در دوره هخامنشی و ساسانی از همیشه پررنگ‌تر بوده است. در زمان هخامنشیان، نماینده‌های ملل دیگر در تخت جمشید به دیدار شاه می‌رفتند و در جشن ایرانی شرکت می‌کردند. در دوران ساسانی نوروز از جشن مذهبی زرتشتیان به جشنی ملی تبدیل می‌شود و تمام قومیت‌های ایرانی در آن شرکت می‌کردند. رسومی مثل هدیه دادن هم احتمالا از همین دوران وارد نوروز شده است. در این دوره بزرگان و فرماندهان هر کدام بنا به استطاعت خود هدیه‌ای به دربار می‌بردند و باقی مردم نوروز را با هدیه دادن شیرینی جشن می‌گرفتند. زیباترین و نمادین‌ترین بخش نوروز اما، به شکل فعلی قدمت چندانی ندارد. رد هفت‌سین را با این شکل و نمادها شاید نتوان در گذشته‌ای باستانی جستجو کرد. اما ریشه‌های آن در اعتقادات باستانی پیدا است. به اعتقاد ایرانیان، ارواح در گذشتگان در ایام نوروز به خانه‌های نزدیکان خود برمی‌گشتند.

بازماندگان برای پذیرایی از آنها سفره‌های رنگین و پر از خوراکی و نوشیدنی تهیه می‌کردند تا دعای خیر ارواح در گذشته نصیب آنها شود. به نظر می‌رسد این رسم، پایه‌ای بر سفره هفت‌سین امروزی باشد. ورود خود هفت‌سین به نوروز مبهم است و به نظر می‌رسد خوان گسترده نوروزی به تدریج و در طول سال‌ها جایش را به هفت‌سین امروزی داده باشد. اما عناصر سفره همگی ریشه در باورهای باستانی ایرانی دارند. عدد هفت که خود سمبلی از هفت امشاسپندان زرتشتی بوده، واضح‌ترین نماد این سفره است. سبزه نشانه‌ای از وفور نعمت و رویندگی است. آب و ماهی قرمز نمادی از آناهیتا، الهه آب است و سکه نشانه برکت، سمنو و سیب نشانه‌های سفره پرو و پیمان و سلامتی هستند. در افسانه‌ها آمده که سرکه و سیر به علت بوی تندشان اهریمنان را دور می‌کند. سنبل هم گلی کمیاب و معروف به گل بهشت بوده است.

فردوسی در بخشی از شاهنامه، پیدایش نوروز را متعلق به سلسله پیشدادیان و پادشاهی جمشید دانسته است

سفره پررنگ و نشان هفت‌سین، این روزها تنها یکی از اعضایش را تا پایان نوروز به همراه خود می‌برد؛ سبزه‌ای که معمولا در روز سیزده به در، به رودخانه انداخته می‌شود. سبزه به در هم مانند خود نوروز پیشینه‌ای بسیار قدیمی دارد. همانطور که پیدایش نوروز را به جمشید نسبت داده‌اند، سبزه به در هم روزی بوده که جمشید در دشتی سرسبز بار عام می‌دهد و مردم را به سفره خود دعوت می‌کند. سبزه به در امروزی هم با استراحت در طبیعت تعریف شده است. سبزه‌دم نوروز که در هر محلی بومی شده و آداب آن نقطه را پذیرفته، در همه جا چند فصل مشترک دارد. فصول مشترکی مثل انداختن سبزه به آب رودخانه و گره زدن آن به نیت باز شدن بخت، یکی از معروف‌ترین رسوم این روز است. سبزه به در آخرین روز نوروز و اختتام این جشن بهاری است.

نوروز ۱۳۹۳ مبارک

باران
BARAN GROUP





- It's show time! -

آغاز بازدید از واحدهای نمونه برج مسکونی باران ۲

— دفتر فروش گروه باران: مشهد، بلوار خیام،

بین خیام ۱۰ و ۱۲، پلاک ۷۶

App Store



baran.ir



Google play



0511-8181