

خاندان

ماهنامه اجتماعی، اقتصادی؛ شماره پاییز؛ ۴۰؛ قیمت: ۱۵/۰۰۰ تومان



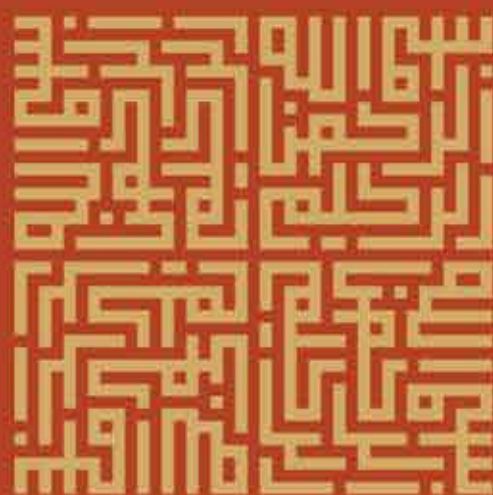
پادشاه فصل ها، پاییز



ویژه نامه اختصاصی گروه مهندسی باران

Fall 2014

پاییز ۱۳۹۳



برترین کار با دوام ترین آنهاست، هر چند که اندک باشد
پیامبر اکرم (ص) / تنبيه الخواطر / ۶۳





شگفتابی سرو سامانی عشق
به روی نیزه سرگردانی عشق

۱۰ محرم ۱۴۳۶

یک هزار و سیصد و هفتاد و پنجمین عاشورای حسین علیه السلام



بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ



آینده روشن یک خانه

گارانتی و خدمات پس از فروش مسکن، موضوع بسیار بحث‌برانگیزی در کل جهان است. به همین دلیل سالانه برایش کنفرانس جهانی برگزار می‌شود، سازمان جهانی دارد و ارزش‌یابی‌های استاندارد مخصوص به خودش را اجرا می‌کند



دایره‌المعارفی برای زندگی بارانی

یادتان می‌آید از همان نخستین شماره ویژه نامه های باران خانه نو، چه وعده‌ای داده بودیم؟ به خاطر دارید گروه مهندسی باران، باچه منطق واستدلالی انتشاراین ویژه نامه هاراآغاز کرد؟

شعاراصلی ما همیشه این بود که باران، مبلغ یک سبک زندگی است. درست که شاید در نگاه اول، کاراصلی ماساخت وعرضه ساختمانهایی استاندارد و متفاوت باشد اما این فقط بخشی از کار باران است. وقتی سخن از سبک زندگی می‌گوییم یعنی به تمام جنبه های مختلف گونه ای از زندگی نظر داریم که "خانه" تنها بخشی از آن است. ما مبلغ شیوه جدیدی از زیستن بودیم. مابه دنبال این بودیم که نشان دهیم، شمالایق بهترین انتخابهایید. تلاش کردیم ثابت کنیم با کمی تدبیر و مدیریت می‌توانیم شرایطی رامهیا کنیم که خریداران باران احساس کنند با خرید هر کدام از محصولات باران، شیوه نوینی از زندگی را برمی‌گزینند و آینده‌ای متفاوت را برای خودشان رقم می‌زنند.

اینجا بود که احساس کردیم این سبک زندگی خاص، نیازمند رسانه‌ای خاص است. ویژه نامه های باران خانه نو، حاصل همین اندیشه بود. حالا اگر نیم نگاهی به این راه طی شده بیفکنید، می‌توانید قضاوت کنید که آیا توانسته ایم به مقصدی نزدیک شویم که به شما وعده داده بودیم یانه.

بررسی ویژه نامه های منتشر شده، نشان می‌دهد که تا همین جای کار هم، دایره‌المعارف ارزشمندی از مطالبی مرتبط با سبک زندگی بارانی پدید آمده است. حالا اگر کسی بپرسد باران چیست، شما می‌توانید به انبوه نوشته هایی ارجاعش بدهید که در این مدت پدید آمده و منتشر شده است. این اتفاق، در عرصه رسانه های سرزمین ما، اتفاق بزرگی است. به همین خاطر صمیمانه از شما تقاضای کنیم همانطور که حامی همیشگی محصولات گروه مهندسی باران بودید، همراه رسانه باران بمانید و با پیشنهادها و انتقادهایتان ما را در این مسیر پرپیچ و تاب یاری کنید که بی شما، نه باران به جای می‌ماند نه بهار.

خبر	۱۱-۶
عشق پارسی	۱۵-۱۲
سرمايه گذاري به سبک باران	۲۱-۱۸
همنشینی بارنگ ها	۲۵-۲۲
هنر در خدمت تمايز	۲۹-۲۶
زمان در قاب طلایی	۳۱-۳۰
جادوی مدوسا	۲۳-۳۲
ده فرمان خرید آرزوها	۳۷-۳۴
برهای آشیانه فاخته	۳۹-۳۸
آینده روشن یک خانه	۴۴-۴۰
گارانتی در خانه ایرانی	۴۹-۴۵
متروپولیس های میلیونر نشین	۵۵-۵۲
فصل شور انگیز شوالیه ها	۵۹-۵۶
دنیای باشکوه پرده نقره ای	۶۱-۶۰
قوانین یک زندگی پنج ستاره	۶۳-۶۲
لذت آشپزی	۶۷-۶۴
برنده مارا تن بازار	۷۳-۷۰
تفریح با طعم استوایی	۷۷-۷۴
پدر خوانده شیشه ها	۷۹-۷۸
خوشی در ناخوشی	۸۵-۸۲
بازی بزرگان	۸۹-۸۶
سبک هوشمند زندگی	۹۱-۹۰
ضیافت سرعت وزیبایی	۹۵-۹۲



ماهنامه خانه نو

ماهنامه اجتماعی،اقتصادی

شماره پیاپی:۴۷

قیمت:۱۵۰۰۰۰ تومان

صاحب امتیاز: محمد امین خسروی

مدیر مسئول: محمد امین خسروی

سر دبیر: حمیدرضا ایک

ویژه نامه اختصاصی گروه مهندسی باران

پاییز ۹۳

تحریریه: روابط عمومی گروه مهندسی باران

گرافیک و صفحه آرایی: کارگاه طراحی باران

همکاران:

سولیا چالاک، احسان خزاعی، وجیهه دانا، شهره شکوهمند، الهام شمسایی، ناهید صدیقی، سمانه فخرلی، رضا نوربانی

سازمان آگهی ویژه نامه باران:

۸۱۸۱- ۰۵۱۳ داخلی ۱۲۱۵

نشانی ماهنامه خانه نو:

تهران، میدان شیخ بهایی، برج صدف، واحد ۷۶

تلفن: ۸۸۰۵۹۰۰۲

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



QR Code در خانه نو

اگر تبلت یا گوشی هوشمند دارید از طریق این بارکد که در برخی صفحات می بینید می‌توانید با یک اشاره مستقیم به آدرس اینترنتی مورد نظر رفته و ویدئویی مرتبط با مطلب را مشاهده کنید.

«QR Code Reader» یکی از رایج ترین نرم افزارهای کاربردی در این زمینه است. شما می‌توانید این نرم افزار را برای اندروید از بازار Google Play، برای محصولات ابل از iTunes و برای ویندوز فون ها از Windows store دریافت کنید.

از مخاطبان گرامی دعوت می‌کنیم در صورت علاقمندی به پیگیری دیدگاه‌ها و پروژه‌های گروه مهندسی باران و دریافت رایگان ویژه‌نامه‌ها و انتشارات این گروه، مشخصات خود یا افراد دیگر را به یکی از روش‌های زیر ارسال کنند:

۱- مراجعه به سایت www.baran.ir و تکمیل اطلاعات در بخش «مرا مطلع نگهدار».

۲- تماس در ساعات اداری با سازمان فروش گروه مهندسی باران با شماره ۰۵۱-۳۸۱۸۱

جهت اطلاع از نحوه اشتراک ماهنامه خانه نو می‌توانید با تلفن ۸۸۰۵۹۰۰۲ تماس بگیرید.



تور جهانگردی کیف غول آسا

طراحی یک کیف دستی غول آساريسک بزرگی است که «رالف لورن» آن را پذیرفته و به شاهکار زندگی خود تبدیل کرده است. این قطعه عظیم از چرم لوکس با ۶ فوت ارتفاع، طرحی از پوست گوساله ناپا دارد که توسط صنعتگران ایتالیا تهیه شده و قرار است در تور دور دنیای رالف لورن برای سال جدید در نیویورک، لس آنجلس، پاریس، توکیو، واشنگتن و در نهایت گالری تایسون به نمایش درآید.



«شلبی» اتومبیل نمادین قرن بیستم

«شلبی کبرا» یکی از نمادین ترین اتومبیل های قرن بیستم است. خودرویی متولد ۱۹۵۸، که حالا با توجه به ارزش کلکسیونی بالا، همچنان نگاه ها را به سمت خود جلب می کند. کبرا یک ماشین واقعی است با یک موتور شش سیلندر که قدرت این اتومبیل کوچک را به رخ می کشد. طراحی بی عیب



عطر خوش «بنتلی»

لالیک تولید کننده عطر و کریستال فرانسوی در همکاری با نام معتبر ماشینهای لوکس انگلیسی، «بنتلی»، تعدادی محدود از عطری شگفت انگیز و گران قیمت را عرضه میکند. عطری لوکس و گرانبه که با نام و نشان بنتلی به بازار عرضه خواهد شد. نسخه کریستالی از عطری تند با عصاره فلفل صورتی، عصاره سدر سفید، نعناعی هندی و پاپیروسی کمیاب که برای شخصیت های لوکس و منحصر به فرد طراحی شده است.



مبلمان سحرآمیز «VG»

"VG" یک نام تجاری است که بخشی از بازاریبین المللی را با نوآوری ها و جزئیات محصولاتش در زمینه طراحی داخلی قبضه کرده است. ویژگی های این برند توانسته در ایتالیا و خارج از آن مشتری های مخصوص خود را از افراد مشهور تا بوتیک های مد داشته باشد. این بار برند VG مجموعه اولیه و زیبایی را برای زمستان و پاییز



درخشش ظریف سواروسکی

درخشش ظریف زنانه در دست بند های کلیدی با سبک «سواروسکی». هر فصل سواروسکی ویژگی های جدیدی را در محصولاتش ارائه می دهد و قطعات نفیسی که بر اساس این ایده ها و خلاقیت ها طراحی میکند، جذاب و منحصر به فردند. این بار سواروسکی دست بند کلیدداری را طراحی کرده که میتواند از صبح تا شب در دستان شما باشد و سنگینی اش را حس نکنید. این محصول با رنگ های مختلف و سایه های زیبا و ظریف از پالت رنگ کاملی برخوردار است و با خطوط انعطاف پذیر و بیش از ۷۳۰ کریستال، درخشش و شفافیت خاص محصولات سواروسکی دارد.



ستاره اقیانوس پیما

شد. «ستاره» نام این پروژه است که می تواند با سرعت بالای ۱۸ گره دریایی حرکت کند. بیش از ۳۵۰۰ فوت مکعب فضای داخلی دارد و با ۴ آسانسور دسترسی به ۸ عرشه فراهم میکند. روی عرشه هشتم این کشتی می توانید از منظره خیره کننده اقیانوس لذت ببرید.

مثل بسیاری از ایده های بزرگ، پروژه «سوپریاک» "superyacht" ابتدا از طراحی روی یک دستمال سفره آغاز شد و در حال حاضر مفهومی است که به سرعت در حال تبدیل شدن به واقعیت است. یک کشتی تفریحی عظیم با ۱۳۲ متر طول و ۹۰ متر ارتفاع که ستاره محافل میلیاردرها در دریا خواهد



بهشت کفش های لندن

لندن، گشایش فروشگاه «بهشت کفش» با طراحی های منحصر به فرد طراحان معروف دنیا از جمله «والتینو» و «لویوتین» را جشن گرفت. در شب آخر در هفته مد لندن و در مراسم افتتاحیه این فروشگاه، نسخه های محدودی از سبکی خاص به نام «پوشش نقره ای» با ۳۷ کفش نمادین در رنگ نقره ای متالیک روشن در معرض دید بازدید کنندگان قرار گرفت. طراحانی مانند «والتینو» «شارلوت المپیا» و «کریستین لوباتین»، مدل هایی از کفش های مجلسی را که با برش های لیزری طرح اندازی شده بود، ارائه کردند که ۹۹۰ پوند قیمت گذاری و فروخته شد.



عمارتی سبز در کانادای سرد

و آتشپز خانه بزرگ و زیبای خانه میرسد. فضای سرگرمی، سینمای خانگی، استخر سرپوشیده و باغ زیبای این عمارت تعجب شما را برمی انگیزد. این عمارت منحصر به فرد ۲۱ میلیون و ۸۰۰ هزار دلار کانادا، معادل ۱۹ میلیون و ۳۰۰ هزار دلار آمریکا قیمت گذاری شده است.

عمارتی در محله بلموت ونکوور در نقطه خیره کننده ای از تماس کوه، اقیانوس و دشت های ونکوور وجود دارد که سبکی کاملاً سبز را در فضای سرد و خاکستری شمال کانادا به نمایش می گذارد. خانه ای با شش اتاق خواب و حمام و یک سالن انتظار بزرگ با سقف باز که به ناهار خوری مجاور



رایحه دل انگیز فرانسوی

شرکت فرانسوی “Baccarat” به مناسبت دویست و پنجاهمین سالگرد تأسیس این برند، عطر جدیدی را در تعدادی محدود عرضه کرده است. این عطر با ترکیبی از عنبر و مرکبات، ۵۵۰ درجه سانتیگراد دما داده شده تا به قرمزی مد نظر شرکت برسد و «جورج شوالیه» مدیر هنری شرکت نیز طراحی شیشه آن را انجام داده است. از آنجا که این عطر به منظور جشن ۲۵۰ سالگی این شرکت تولید شده، تنها در ۲۵۰ بطری ۱۰۰ میلی و در فروشگاه های محدودی به قیمت ۳۰۰۰ پوند یا ۴۸۰۰ دلار عرضه خواهد شد.



نینجایی با سرعت موشک

کاوازاکی اعلام کرده تولید موتور کلاس سوپراسپرت خود را به نام «H2R نینجا» در سال ۲۰۱۵ آغاز می کند. به لحاظ قدرت، نینجا باور نکردنی است. ۳۰۰ اسب بخار و دور موتوری ۵۰ درصد بیشتر از نزدیک ترین رقیبش که به آن اجازه می دهد تا رکورد سرعت فعلی ۱۹۴ مایل در ساعت توسط سوزوکی



دنیا از نگاه «فراری»

عینک آفتابی چیزی نیست که فقط در روزهای آفتابی تابستان به آن احتیاج داشته باشید. فارغ از این واقعیت که عینک از لوازم مد و نشان دهنده سبک است، برای محافظت از باد زمستان و نورهای منعکس شده و اضافی شهرها هم کارساز است. فراری مدل جدیدی از عینک های فرمول یک خود را رونمایی کرده که ساخته شده از فیبر کربن و «Kevlar» است. این عینک ها که با نام تجاری «Maranello» ارائه شده، عینکی است با لنز خاکستری و دسته تیتانیومی که لوگوی فراری روی آن لیزر شده و از چرم سیاه و سفید در آن استفاده شده است. قیمت آن با جعبه فرمز لاک و لوازم جانبی با آرم فراری ۲۳۰۰ دلار است.



«رومنو» چهره جدید «بوربری»

چهره «رومنو بکهام» فرزند دوم «ویکتوریا» و «دیوید بکهام» همین روزها دوباره به عنوان چهره جوان برند «بوربری» روی جلد مجله ها خواهد رفت. رومنوی ۱۲ ساله امسال دومین سالی است که به عنوان چهره بوربری انتخاب و در کنار دیگر مدل های این برند، برای کمپین بهار و تابستان ۲۰۱۵ بوربری مقابل دوربین «مارियो تسینو» عکاس کمپین بوربری خواهد رفت. اولین بار وقتی رومنو ۱۰ ساله بود، برای کمپین بهار و تابستان ۲۰۱۳ از او دعوت شده بود.



ظرافت ۲.۶ میلیون دلاری «پاته فیلیپ»

ماهر و بادست تولید شده و یک نسخه نیز در مجموعه اختصاصی این کمپانی درژنو نگهداری خواهد شد. «تری استرن» مدیر عامل خلاق کمپانی گفت: این ساعت برای هر کسی نیست. خریدار باید از علاقه مندان پروپاقرص ساعت باشد تا از ظرافت و ارزشمندی هنر و صنعت در کنار هم بر روی این قطعه ارزشمند لذت ببرد.

«پاته فیلیپ» برای صد و هفتاد و پنجمین سالگرد تأسیس اولین کارگاهش یک ساعت فوق العاده و ۲٫۶ میلیون دلاری را رونمایی کرد. این ساعت با ۱۸ قیراط طلای سرخ و کریستال شفاف به عنوان گرانتزین ساعت ساخته شده در این برند شناخته شد. تنها هفت نسخه از این ساعت منحصر به فرد در کارگاه مرکزی پاته فیلیپ توسط صنعتگران



الماس شناور

خالص مانند برف در زمستان و درخشنده مثل الماس. هدیه ای منحصر به فرد از فستیوال نور و رنگ در ساعت های "GRISOGONO" این برند باشکستن رکورد در ارائه اشیا ی خلاق و منحصر به فرد توانسته مجموعه ای از ساعت ها و جواهرات را با ترکیبات الماس سفید، زمرد، یاقوت کبود و نارنجی و آبی طراحی و تولید کند که چشم ها را خیره کرده است. این خلق آزادانه به سنگ ها اجازه داده تا از ریزترین ریزه ها به صف شوند و تنظیم دقیق و کارشناسانه آنها طوری است که انگار به طرزی جادویی در هوا شناور شده اند.



پرواز زنبورهای «بوربری»

مجموعه زنبورهای «بوربری» در سراسر جهان قرار است عطر جهان مد را پراکنده کنند. خانه مد انگلیسی بوربری مجموعه کیف های زنبور عسل خود را به عنوان بخشی از مجموعه بهار و تابستان ۲۰۱۵ در لندن پرده برداری کرد. این مجموعه را «کریستوفر بیلی» برای مجموعه بهار از موتیف های مختلفی مانند عسل و نقوشی با فونت های تیره و روشن طراحی کرده و از چرم های دست دوز، با



گرامافون مدرن آیفون

بلند گوهایی کاملاً خلا قانه که شما را به نوستالژی های دوران گرامافون می برد. همنشینی ایده های قدیمی با تکنولوژی جدید در بلند گوهای چوبی گرامافونی برای اپل. این ایده بی نظیر بدون استفاده از برق و کاملاً با شارژ خود گوشی آیفون کار می کند. این گرامافون مدرن با بسیاری از مدل های آیفون ساز کار بوده و تجربه شنیدن موسیقی آرامش بخش را برایتان به همراه خواهد داشت.



هتل خاص شهر فرشتگان

هتل «پتی آر میتاژ» در لس آنجلس یکی از عاشقانه ترین نقاط این شهر است. بسیاری از میهمانان اینجا از تجربه منحصر به فرد و جادویی آن می گویند. ترکیبی از آتش بخاری و کتاب خوب و یا لذت فضایی رویایی



ارتباط لوکس

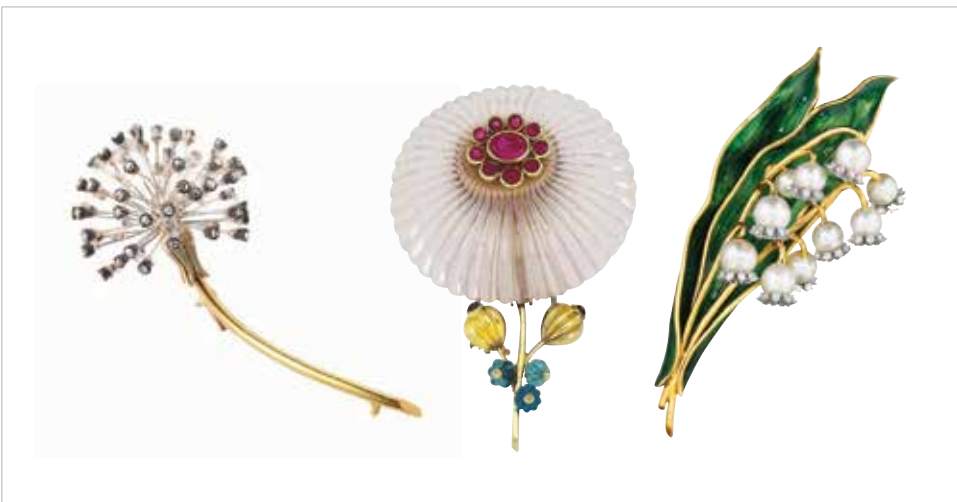
داخلی و دوربین ۱۳ مگاپیکسلی که از بهترین چرم گوساله و شتر مرغ و آلیاژ تیتانیوم تهیه شده است. همه این ویژگی ها سبب شده تا گوشی های لوکس و منحصر به فرد "VertuAster" با قیمت ۴۲۰۰ پوند معادل ۶۷۸۵ دلار در بریتانیا به فروش برسد.

گوشی اندروید کیت کت ۴,۴ این روزها یک انتخاب عالی است همراه با آپشن هایی مثل صفحه نمایش کریستال یاقوت بارزولوشن ۱۰۸۰ در ۱۹۲۰ پیکسل، بلندگوهای استریو دالبی دیجیتال به همراه چهار هسته ای ۲,۳ گیگاهرتز و ۲ گیگ حافظه



هدفونی به سبک «شانل»

«شانل» با هدف بالا بردن رضایت مشتریان و البته ارائه محصولات متناسب با نیاز مشتری، این بار هدفون هایی از طراح معروف این برند «کارل لاجرفیلد» و همکار جوانش «سونیس بیتز» را به بازار عرضه کرده است. رینگ های لوکس با پیشانی بند چرم و نوار دوخته که از طراحی های قدیمی و دوباره جان گرفته این برند است در این هدفون ها به کار رفته است. این هدفون ها که امضای شانل را به همراه داشته و با کیف مخصوص شانل قابل ست کردن است، همراه با محصولات پاییز و زمستان این برند به بازار عرضه خواهد شد.



کتابی برای گلهای جواهر

آنها از طبیعت الگو گرفته شده، پرداخته است. آثار طراحان مشهوری چون «رنه لالیک»، «پیتسر فابریژ» و «کو کو شانل» در این کتاب عرضه شده است. این کتاب با ۲۰۰ عکس زیبا، تصاویر و طرح هایی برجسته و در ۱۷۲ صفحه برای علاقه مندان تاریخ و جواهرات ظریف و زیبا، منبع جالب توجهی خواهد بود.

«کارول ولتون» سردبیر طلا و جواهرات مجله «وگ» یک مقام برجسته در جواهرات عتیقه و معاصر است که با توجه به تخصص و علاقه اش به هنر و صنعت، کتابی با شرح تاریخی از طراحی کل در جواهرات با عنوان «سدادگی گلهای جواهر» منتشر کرده است. این کتاب در چهار فصل به تاریخ طلا و جواهر با تمرکز بر روی طراحان برجسته دنیا و جواهراتی که در طراحی



قاب جادویی بی انتها

مجموعه قاب بی انتها محصول جدیدی از نام تجاری "Egizia" است که فقط میتوان با یک کلمه آن را توصیف کرد: عالی. محصولاتی دست ساز که با دقت در مفهوم اصلی هنر تشکیل شده و سبکی بسیار لطیف و ظریف را ایجاد کرده است. گلدان ها و ظروفی که شبیه عتیقه هایی طلا کاری شده، تصویری جادویی و خیره کننده را ارائه می دهند. این مجموعه شامل گلدان، بشقاب، سینی، ظرف یک، بطری های زیبا و لیوان های شیشه ای است که می توانید نوشیدنی های مورد علاقه خود را در آن سرو کنید.

«بوگاتی» در دستان شما

ده سال از همکاری بین «بوگاتی» و "Parmigiani" برند معتبر ساعت سوئیس می گذرد. مجموعه ای از ساعت های منحصر به فرد نتیجه این همکاری بود که به «اسطوره بوگاتی» معروف شد. برای دهمین سال همکاری، طراحی جدیدی از ساعت های اسطوره بوگاتی ارائه شده که صفحه جالب توجهی دارد و به نزدیک به ۴۳۰ هزار دلار در بر خواهد داشت.



روایت جواهر نشان «ون کلیف و آریل» از داستان های پریان

عشق پاریسی

پرنده ای زیبا با بال هایی گشوده از لانه اش بیرون آمده و از شاخه انگوری آویزان است تا به پرنده کوچک تر دانه بدهد؛ نمادی از جنبش و سرزندگی. حرکت رقصان پری کوچک قصه های شبانه، قلعه سفید برفی و داستان هفت کوتوله اش، سیندرلا و شاهزاده سوار بر اسب، در کنار پرنده های بهشتی و داستان های پریان همگی تداعی گر زیبایی و روایت افسانه های مصور مجموعه های حیرت انگیزی شده اند؛ نه در نقاشی و طرح یا قصه های شبانه بلکه در میان الماس، یاقوت، طلا و در «افسانه سنگ»

Captivating *Alhambra Vintage*
Long necklace,
yellow gold and onyx.



در این روش ساخت پیچیده، هر سنگ وجهی است که بر روی یک ریل طلای نازک تر از دو دهم میلیمتری قرار داده می شود و پس از کامل شدن سنگ ها به نظر می رسد که کاملاً آزاد از بیست خود ایستاده اند.

در اواخر قرن ۱۹ و قتی دختر جوان یک فروشنده دوره گرد سنگ های قیمتی به نام «استل» با پسریک برشکار سنگ ملاقات کرد، نمیدانست که این عشق ماجراجویی های بزرگتر و فراتر از انتظاری برایش در سر دارد. «آلفرد» و «استل» سال ۱۸۹۵ ازدواج کردند اما مشترکات آن ها جز عشق چیزی دیگر هم بود؛ روح پیشگام همبستگی خانوادگی و یک علاقه و شور و شوق ذاتی به سنگ های قیمتی که در خانواده هر دو ارثی بود. همین باعث شد تا خانه «ون کلیف و آرپل» شکل بگیرد. سال ۱۹۰۶ آلفرد با همکاری چارلز برادر استل که یک فروشنده با استعداد در یوتیک های پاریس بود، اولین مغازه خود را باز کرد. و دو سال بعد دیگر اعضای خانواده آرپل نیز به آن ها پیوستند و تا سال ۱۹۱۲ ون کلیف و آرپل، تبدیل به یکی از نام های شناخته شده جواهر در پاریس تبدیل شده بود.

بر جای مانده از روز های خوب و ید

این روز ها اولین مغازه ون کلیف و آرپل در خیابان وندوم پاریس، یک محل استثنایی است. جایی که بعد از باز گشایی اش در ۱۹۰۶ روز های بد و خوب زیادی در فرانسه دیده و همچنان در یکی از لا کچری ترین خیابان های پاریس که مرکز مهمترین جواهر فروشی های دنیاست، به کار خود ادامه میدهد.

مهمترین تخصص ون کلیف طراحی و ساخت محصولات سفارشی و جعبه های جواهر در کنار ساخت سرویس های جواهر بود. اما همین سفارش هانیز در سطحی کاملاً عالی و با متریال مناسب ساخته می شد. کشتی و ارونا یا قفس طلایی و یا محصولاتی مانند جعبه سیگار از محصولاتی بود که خانه ون کلیف به صورت شخصی روی آن کار کرد. سال های بعد سال های شکوفایی این خانه بود. خاندان های سلطنتی بریتانیا، اسپانیا، موناکو، مصر و ژاپن از مهمترین سفارش دهند گان جواهرات ون کلیف بودند. جواهراتی که نه تنها زیبایی خیره کننده سنگ های بی نظیرش، بلکه منحصر به فرد بودن طراحی آن ها همچنان بر سر زبان هاست.

اسرار سنگ های معلق

داستان ون کلیف و راز پشت پرده ساخت جواهرات اش کمی متفاوت است. «رمز چیدمان» روش منحصر به فرد خانه طراحی جواهرات ون کلیف است که در سال ۱۹۶۶ به ثبت رسیده است. در این روش هیچکدام از شاخه هایی که سنگ جواهرانگاه می دارد، به هیچ وجه قابل تشخیص نیست و دیده نمی شود. سطح تخصص مورد نیاز برای این روش راز آمیز منحصر اد و قلمرو تعداد بسیار کمی از جواهر فروشان و جواهر سازان در سطح پیشرفته است. در این روش ساخت پیچیده، هر سنگ وجهی است که بر روی یک ریل طلای نازک تر از دو دهم میلیمتری قرار داده می شود و پس از کامل شدن سنگ ها به نظر می رسد که کاملاً آزاد از بیست خود ایستاده اند. به دلیل همین تنظیم بسیار پیچیده و روند طولانی ساخت، جواهراتی که به این روش در خانه ون کلیف و آرپل ساخته می شوند بسیار نادر و محدود است. جذابیت جواهرات خانه ون کلیف و آرپل، علاوه بر منحصر به فرد بودن طراحی و نحوه ساخت، داستانی است که پشت هر کدام از این قطعات است. داستانی که هر جواهر را به افسانه ای در نوع خود بدل کرده است. از افسانه دختر شاه پریان تا داستان گوشواره های دوشس کمبریج.



B3 Tower

همنشینی با طبیعت را تجربه کنیم



نگهداشت آب

- منابع آب خاکستری
- بازیافت آب برای مصارف خاص



نگهداشت انرژی

- استفاده از انرژی های تجدید پذیر
- سلول های خورشیدی و توربین های بادی



نگهداشت سوخت

- کمترین اتکا به مصرف سوخت های فسیلی
- حداکثر استفاده از نور طبیعی در طراحی معماری
- کمک به تهویه طبیعی هوا با نمای دو پوسته



نگهداشت طبیعت

- هدایت فضای سبز به محیط سکونت
- تراس های سبز، فضای سبز بام، لابی و نمای برج
- حداکثر استفاده از مواد و مصالح ارگانیک





الگوی نوین سرمایه گذاری در برج های باران

سرمایه گذاری به سبک باران

در یادداشت های اقتصادی فصل های پیشین درباره نحوه سرمایه گذاری در صنعت ساختمان مطالبی بیان شد. اکنون و در یادداشتی که پیش رو دارید قصد داریم تا شما را با یکی از خلا قانه ترین الگوهای ابتکاری سرمایه گذاری در بخش مسکن آشنا کنیم؛ سرمایه گذاری به سبک باران.

مسکن و ساختمان در کشور ما همواره به عنوان یکی از امن ترین و پربازده ترین بازارهای سرمایه گذاری مطرح بوده است. در برخی نقاط دنیا ملک و مسکن بر اثر مرور زمان شامل ارزش افزوده نمی شوند و بالعکس استهلاك بنا به طور طبیعی از ارزش آن می کاهد. اما در ایران زمینه فرهنگی و رفتار اقتصادی به گونه ای است که به مسکن بادی سرمایه گذارانه نگاه می شود و خرید خانه در میان مدت و بلندمدت علاوه بر کاربرد اصلی سکونت، سود سرشاری را عاید خریدار می کند. دست کم می توان گفت حتی اگر جهش پلکانی محسوسی در بازار مسکن اتفاق نیفتد همواره رشد قیمت آن در طول بازه های زمانی، از تورم عمومی عقب نمانده و افت ارزش پول خریدار را تا حدود قابل توجهی جبران می کند.

در بازار مسکن، تکلیف بنای ساخته شده روشن است و به مثابه یک مال غیر منقول مورد خرید و فروش قرار می گیرد و به طور طبیعی در نوسانات تورمی بازار دستخوش افزایش قیمت می شود. اما بحث درباره قراردادهایی است که در هنگام انعقاد، مورد معامله ساختار فیزیکی معینی ندارد و بیشتر تعهد دو طرف نسبت به یکدیگر در انجام کاری مشخص، در زمانی مشخص است. به عبارت دیگر سخن از سرمایه گذاری در ساختمان هایی است که هنوز ساخته نشده و قابل تحویل نیست. همین نوع سرمایه گذاری هاست که علاوه بر افزایش سطح عمومی قیمت ها، سود ناشی از فرایند تولید را هم نصیب سرمایه گذار می کند.



دوروش عمده در این سرمایه گذاری قابل تشخیص است. نخست پیش خرید و دوم ورود به ساخت در نقش یک سازنده است. همانگونه که قبلا نیز گفته ایم (ص ۵۶ فصلنامه زمستان ۱۳۹۲) پیش خرید مرسوم ترین روش سرمایه گذاری در این بازار است و خوانند گان با فرصت ها و آسیب های احتمالی این روش آشنايید. روش دوم اما، همانگونه که شاید برخی تجربه اش کرده باشند سرمایه گذاری مستقیم یا اشتغال به حرفه ساخت و ساز است. زمین یا خانه ای کلنگی خریداری می شود، بر اساس الگوی معمول بازار نقشه هایی تهیه شده و پروانه اخذ می شود و با یک یا چند پیمانکار و استاد کار مراحل تخریب، فونداسیون، اسکلت، سقف، دیوار چینی و... را پشت سر می گذارد و بعد از آن هم عوامل مختلف نازک کاری می آیند و می روند تا بالاخره و طی زمانی نامشخص کار به اتمام برسد و پس از فروش و واگذاری، اصل سرمایه و سود به سرمایه گذار (بخوانید سازنده) باز گردد. اما به باور

اکثر آنان که این وادی را آزمودند این روش از جمله سخت ترین و جانفرساسترین روش های سرمایه گذاری در ساختمان است. حتی اگر بپذیریم که افراد غیر متخصص بتوانند سازه ای با کیفیت و اصولی هم بسازند، باز هم در گیر شدن جمع کثیری پزشک، استاد دانشگاه، مدیر، بازرگان، ملاک، کشاورز، وکیل یا هر حرفه دیگری در کار ساخت و ساز، آسیب های جدی در دیگر عرصه های اجتماعی و اقتصادی و اختلال در زندگی شخصی آن ها ایجاد می نماید.

معایب این روش هاتقدر جدی هست که گروه های پیشرو در بازار را وادار کند روش هایی امن تر و جذاب تر به بازار سرمایه گذاری ارائه نمایند تا علاوه بر جلوگیری از بروز این موارد، سود بیشتری رانیز عاید هر دو طرف بنماید و یک بازی برد-برد باشد. خیلی ساده! اگر شما به عنوان سرمایه گذار بتوانید فرد یا مجموعه ای را بیابید که با اطمینان خاطر از ابتدا تا انتهای یک پروژه راه او بسپارید (از طراحی و ساخت تا بهره برداری و فروش) می توانید با

این الگو با تعبیر سرمایه گذاری به سبک باران، یکی از جلوه های مشتری مداری و تعامل شفاف و اصولی با مشتریان است که برای توسعه افق های پیش رویه جامعه مخاطبان ارائه شده است

کمترین دغدغه، بیشترین سود حاصل از تولید در صنعت ساختمان را از آن خود کنید. روش مشارکت به شیوه ابداعی گروه مهندسی باران با نگاه به رفع اشکالات و اختلافات ناشی از ابهام یا فقدان ضمانت اجرا در قراردادها و یا عدم وجود سازوکار نظارت بر روال کار و اجرای تعهدات و همچنین با هدف افزایش جذابیت در سرمایه گذاری طراحی و به اجرا درآمده است. در سرمایه گذاری به سبک باران دیگر سرمایه گذار صرفا به عنوان یک پیش خریدار مطرح نیست. سرمایه گذاران خود تشکیل دهنده یک شرکت سهامی هستند که به قیمت تمام شده، مالک آپارتمان خود در یک برج لوکس مسکونی می شوند و گروه سازنده تنها هزینه مدیریت پیمان را مطابق نرخ مرسوم بازار دریافت می کند و براساس روال عادی در بیشتر کشورهای پیشرفته، از محل تولید دانش و تخصص خود منتفع می شود. اما امتیاز وجود گروهی مانند باران در ظرفیت این قرارداد، آن است که علاوه بر توان و



پیش فروش، امتیاز دوم این روش محسوب می شود. برخی آفت ها که سرمایه گذاران به روش پیش خرید دچار آن می شوند ابهام در واگذاری واحدها به اشخاص ثالث؛ غش در معامله و کاستن از کیفیت در ساخت و نظارت، فروش همزمان یک واحد به دو یا چند نفر و اشکالاتی از این دست می باشد که در این شیوه سرمایه گذاری زمینه بروز آن به کلی از میان می رود.

سومین امتیاز

ایجاد امکان نظارت بر کلیه مراحل طراحی و اجرا، هزینه ها، رویه های مالی و زمان اجرای پروژه، امتیاز و نکته منحصر به فرد این روش است.

چهارمین امتیاز

از بین رفتن احتمال صدمه به سرمایه گذاری ناشی از ورشکستگی و فوت و... طرف قرارداد است چرا که بر این اساس تنها در صورت پیشرفت پروژه، وجوه به طرف قرارداد پرداخت می شود و مبالغ در حساب مشترک مالکان سپرده گذاری شده است.

پنجمین امتیاز

نکته قابل توجه در این روش، وجود ضمانت اجرایی بسیار کارآمدتر و قدرتمندتر از سایر روش هاست که در اختیار سرمایه گذار می باشد. در قرارداد های پیش خرید اخذ و

وصول جرائم ناشی از تاخیر احتمالی یا نقص در پروژه و یا جبران خسارت سرمایه گذار، نیازمند طی مسیر طولانی و طاقت فرسای قضایی از طریق طرح دعوی حقوقی است. حال آنکه در این الگو سرمایه گذاران در طول قرارداد از بهترین ضمانت های اجرایی برخوردارند.

آخرین امتیاز

آن است که در طی ساخت پروژه امکان انتقال قانونی، فروش واحد و انتقال سهام بصورت همزمان فراهم شده و سرمایه گذاران می توانند بصورت کاملا شفاف و قانونی در هر مرحله که بخواهند سرمایه و سود متعلقه تا آن زمان را دریافت و سهم خود را به فرد دیگری واگذار نمایند.

در نهایت این الگو زمینه ای را فراهم می نماید که بعد از اتمام پروژه، امکان ادامه فعالیت و شکل گیری یک کسب و کار جدید بوجود آید تا سرمایه گذاران، همچنان در چرخه ایجاد ارزش با گروه باران شریک بمانند.

این الگو با تعبیر سرمایه گذاری به سبک باران، یکی از جلوه های مشتری مداری و تعامل شفاف و اصولی با مشتریان است که برای توسعه افق های پیش رو به جامعه مخاطبان ارائه شده است. جالب است بدانید که در خلال انتشار این فصلنامه و از تابستان گذشته تا کنون پروژه برج مسکونی باران ۴ با همین روش نوین سرمایه گذاری معرفی شده و همزمان با آغاز فعالیت های طراحی و اجرای پروژه، این برج مسکونی، قسمت اعظم مالکان خود را شناخته است.



چگونه با چیدمانی مناسب به استقبال پاییز برویم

همنشینی بارنگ‌ها

رویایی از رنگ‌های زرد و قرمز در کنار هوای خاکستری و ابری عصر هایش. درخت خرمالویی که میوه‌هایش را سرخ‌تر و نارنجی‌تر به رخ می‌کشد و فصل آفتاب‌هایی که باید از هر روزی به آن‌ها سلام داد. اتاق خانه‌مان هم گرم‌تر می‌شود و دل انگیزتر وقتی پاییز از پشت پنجره، درخت‌هایش را نقاشی می‌کند. فصل تغییرات رنگی بیرون خانه؛ طبیعت در کار تغییر است و درون خانه، ما نیز می‌توانیم دست به تغییر بزنیم. پاییز است دیگر...



ایده‌های روشن

شمع عنصر تأثیر گذار برای هر خانه و در هر تزئینی است شمع علاوه بر زیبایی روح گرما و راحتی را به همه جا سرایت می‌دهد. می‌توانید شمع‌هایتان را با، آجیل یا فندق تزئین کنید و روی شومینه یا کنار پنجره بگذارید. ایجاد فضایی دلنشین و بصری با شمع‌های تزئینی و کاج و برگ‌های زرد و انارهای خشک زیبایی خاصی دارد.

هیچ چیز را فراموش نکنید.

همه چیز درون خانه نیست، برای بیرون از خانه، مثلاً برای روی در منزلتان نیز می‌توانید از حلقه‌هایی که با برگ‌ها و یا شاه‌بلوط‌ها و کاج‌ها و انارها درست کرده‌اید استفاده کنید. شمع هم کاربرد زیادی دارد اگر حیاظ دارید و می‌توانید برای شب‌های نه‌چندان سرد پاییزی عصرانه‌ای را در حیاظ ترتیب دهید.

از شمع‌هایی که درون سینی یا فانوس‌های شیشه‌ای است استفاده کنید. از گل‌ها و میوه‌های خشک شده و ظرف‌های قدیمی هم می‌توانید برای تزئین استفاده کنید.

مهم این است که در هوای خنک و دل انگیز پاییزی بتوانید لحظات زیبایی را در کنار خانواده سپری کنید.

پتوی پشمی نرم و گرم با چند بالش که با استفاده از طرح‌هایی از برگ‌های پاییزی یا فرم‌های زیبا ترکیب شده می‌تواند ایده خوبی برای اتاق شما باشد. البته باید به یاد داشته باشید این فصل بهترین موقعیت برای استفاده از آفتاب است. پس با کمی جابجایی می‌توانید تخت را جایی بگذارید که بیشترین استفاده از نور را داشته باشید.

سبد میوه‌های رنگی

میوه چیزی است که فصل به فصل تغییر می‌کند انتخاب یک سبد از میوه‌های زیبا و خوش رنگ فصل داخل یک ظرف چوبی، حصیری یا فلزی زیبا می‌تواند هم به اتاق نشیمن روح بدمد هم روی میز آشپزخانه جلوه گری کند. سیب تازه، گلابی، انواع توت و آجیل که با چند میوه کاج یا برگ‌های سبز تزئین کرده‌اید حتی برای کنار شومینه نیز جلوه خاصی خواهد داشت. تزئین خانه برای پاییز کمی خلاقیت می‌خواهد همین.

به یاد داشته باشید این فصل بهترین موقعیت برای استفاده از آفتاب است. پس با کمی جابجایی می‌توانید تخت را جایی بگذارید که بیشترین استفاده از نور را داشته باشید.

توجه کنید که فقط تونالیت‌رنگ‌ها، پاییزی باشند. در اتاق نشیمن از فرم و بافت کنید. دیداری این بافت‌ها هم احساس گرما را ایجاد می‌کند. این مهم بر عهده فرش‌هایی است که انتخاب می‌کنید. به قاب‌های کلاسیک مرخصی بدهید و بگذارید خلاقیت و فانتزی وارد خانه شود. پاییز را می‌توانید قاب کنید و ایده‌پردازی کنید. نقش‌های ملموس و آشنا مانند برگ درخت، گل‌های خشک یا انار که می‌توانید قاب کنید و یادرد کور قرار دهید.

زمانی برای استراحت

سعی کنید اتاق خوابتان را نرم‌تر و گرم‌تر کنید. این کار را با رنگ هم می‌توانید انجام دهید. قرار گذاشتیم تا تغییر اساسی انجام ندهیم. کافی است از یک ملافه سفید تمیز با نقش‌های گرم یا بافت دار استفاده کنید و برای روی آن نیز از پتو‌هایی با رنگ نارنجی یا تونالیت‌های از این رنگ استفاده کنید. یک احساس پاییزی از رنگ‌ها و الگوها در تخت خواب. یک

خانه از فصلی به فصل دیگر به خلاقیت شما احتیاج دارد. نیازی نیست تغییرات بزرگی بدهید. فقط کافی است بگذارید رنگ‌ها کار خودشان را بکنند. حضور نارنجی، قرمز و رنگ‌های پاییزی را در هر جای خانه‌تان ملموس کنید. بگذارید نشانه‌ای از حضور هر فصل در خانه شما نمایان شود تا شما هم برای تغییر آماده‌تر باشید. نتیجه اینکه وقتی پای این رنگ‌ها به خانه شما باز شد حال و هوای شما هم رنگی می‌شود. فانتزی اما شاد.

همنشینی بافت و رنگ

برای اتاق نشیمن همیشه نیازی نیست تا ایده‌های کلاسیک را اجرا کنید. کافی است ذهنتان را برای کمی تغییر آماده کنید. مثلاً قرار نیست شما را به صرافت عوض کردن مبلمان بیاوریم. می‌توانید کوسن‌ها را عوض کنید یا روکش‌هایی با رنگ‌های قرمز و نارنجی پاییزی برای آن‌ها آماده کنید که با ترکیب رنگ‌های سبز و زرد و قهوه‌ای کنار هم بسیار زیبا دیده می‌شوند.

جستاری در باب معماری لاچپری

هنر در خدمت تمایز

تاریخ را که ورق بزنیم همواره بخشی از مردم را می‌یابیم که ظاهر زندگیشان نسبت به عامهٔ هم عصر ایشان متفاوت بوده و به مدد دانش یا تلاش خود تولید ثروت کرده‌اند تا بتوانند از زندگی راحت تری برخوردار شوند. فرهنگ و آداب مردمان برخوردار، سال‌ها در طراز پیرهن زرکش یا طارم و سرسرای با شکوه سکونت گاه‌هایشان نمود می‌یافت. هنوز هم این قاعده پابرجاست. می‌خواهیم ببینیم این روز‌ها در خانه، شکوه و زیبایی چگونه تعریف می‌شود.

پیشینه تولید و استفاده از کالاهای فاخرو لوکس (Luxury) را اگر به عقب برگردانیم همیشه رد پای از میل به تمایز یا بهتر زند گی کردن را می‌یابیم. متفاوت بودن از نظرتبه اجتماعی و یا برخورداری مالی، همیشه گروهی را ترغیب کرده تا باتنوع در رنگرش به احتیاجات زند گی، نیازهای متفاوتی نیز داشته باشند.

کمال طلبی و برتری جویی، از غرایز خاص آدمی و استفادهٔ صحیح از آن عامل بیشترین پیشرفت‌هاست، اما میل به متمایز زیستن، خود باعث شده در پوشش، معماری و سبک زند گی، موازی با زند گی اغلب مردم، شیوه‌ای متفاوت شکل بگیرد که امروزه به آن سبک زند گی لوکس (Luxury Lifestyle) می‌گوییم. این سبک زند گی در فرهنگ‌های مختلف غرب و شرق ریشه دارد، اما به ویژه هم‌زمان با پیشرفت‌های غرب صنعتی، ظهور و بروز پررنگ تری یافته است. سبک زند گی شهر وندان مرفه علا و ه بر زند گی



حجم سبک زندگی و ابعاد زندگی مدرن

نزدیک شدن به طبقات مرفه و همسان پنداشته شدن با آن‌ها بودند و بهترین نمود آن را در معماری یافتند.

معماری در زمره اولین هنرهایی بوده که انسان به آن اهمیت داده است. بعد از تقسیم بندی هنرها توسط اندیشمندان نیز همیشه معماری جزو هنرهای تجسمی «visual art» و یا «fine art» بوده است. در طول قرن‌های گذشته اسلوب معماری، نماینده نگاه به تفاوت‌ها بوده است. این نگاه به تفاوت‌ها به طور فزاینده‌ای در دست نخبگان اروپا و طبقه مرفه امریکا تبدیل به یک امتیاز شده و در حال حاضر به صورت سبکی از معماری لوکس درآمده که تجربه‌ای از زیبایی و مهارت را در کنار زرق و برق‌های دنیای لوکس، همزمان بدست آورده است. تمرکز بر روی سلیقه غربی و اروپایی باعث شده تا مجموعه‌ای از فضاهای داخلی و نماهای خارجی شکل بگیرد که علا و ه بر اینکه لوکس و چشم گیر است، کاملاً بر اساس استانداردهای مدرنیسم شکل گرفته و علا و ه بر اینکه از اصولی یکسان تبعیت می‌کند توانسته سبکی را نیز خلق کند که به سبک معماری لاچپری معروف شود. سبکی در معماری که معمولاً نمودهای بارزش را می‌توان در ویلا ها و یا آپارتمان‌های لوکس بعد از دهه ۸۰ میلادی سراغ گرفت. ردپایی که حتی در کشورهای درحال توسعه مانند ایران نیز کاملاً قابل پیگیری است.

امکاناتی برای زندگی بهتر

هر چند به نظر می‌رسد تعریف صریح و مشخصی از معماری لاچپری به عنوان یک سبک معماری در دسترس نباشد اما می‌توان با کمی اغماض این مفهوم را بر یک اصل اساسی استوار دانست: طراحی فضای زند گی بر اساس نیازهایی متفاوت و استانداردهایی فراتر از حد معمول برای رسیدن به حداکثر آسایش و آرامش.

اینکه با وجود توان و امکان انتخاب بهترین‌ها، رضایت بدهیم در خانه‌ای که بساز و بفروش‌ها بر ایمان ساخته‌اند زند گی کنیم در مثل، مانند آن حکایت سعدی در گلستان است که: «بوریا باف اگر چه بافنده است، نبردش به کار گاه حریر». یا اگر فکر کنیم خودمان می‌توانیم بر اساس سلیقه و سفارش، در طراحی معماری محیط زند گی دست ببریم با اصول معماری (به عنوان یک هنر) در تناقض است و اطمینانی وجود ندارد که بتوان از این مسیر هم به حداکثر آسایش و آرامش رسید. پس چاره چیست؟ و یک معماری لاچپری چگونه محقق می‌شود؟

استفاده از امکانات یک زند گی خوب به تناسب توان و خواست مصرف کننده کاهش یا افزایش می‌یابد. این استاندارد‌ها بر اساس توان مالی مصرف کننده قابل ارتقا و کیفیت بخشی است. وقتی سبک زند گی لاچپری را انتخاب می‌کنید اگر چه مفهوم‌ها و نیازها ثابت است اما معیارها تغییر می‌کند. پذیرایی، آشپزخانه و تراس در ظاهر همان کارایی را دارند، اما با معیارهای متفاوت و ارتقا، یافته‌ای اجرا می‌شوند. فضاهادر معماری لاچپری تعریف‌های خاص خود را دارند. هال و پذیرایی بزرگ

و بدون ستون با سقف بلند، توجه به فرهنگ سکونتی باتفکیک محیط‌های خصوصی و عمومی خانه، پیش‌بینی و جداسازی فضاهای نشیمن، آشپزی، استراحت، مطالعه و ورزش و... تا برای یکدیگر مزاحمتی ایجاد نکنند، بهره گیری از چشم انداز و زوایای تابش نور و همچنین استفاده از نورپردازی مناسب و مبلمان و اکسسوری هماهنگ با این فضاست که یک آپارتمان لوکس را از یک آپارتمان معمولی متمایز می‌کند.

گذا فیه نیست اگر بگوییم آشپزخانه قلب تپنده هر خانه است. یکی از زیباترین جلوه‌های زند گی، و عده‌های غذایی است که یک خانواده در کنار یکدیگرند. تهیه غذا و نوشیدنی‌هایی که در یک خانواده صرف می‌شود، ناگزیر از حضور طولانی در این محیط است. جانمایی آشپزخانه، نسبت آن با نورگیری طبیعی و مجاورت با تراس صبحانه‌خسوری، پیش‌بینی نحوه تهویه مناسب هوادر طراحی آن، وجود مطبخ (آشپزخانه کثیف) برای انجام پخت و پز و شستشوی ظروف، کابینت‌های بزرگ و جادار و البته زیبا، همگی مواردی هستند که توجه به آن یک آشپزخانه را از سطح معمول به لوکس ارتقا می‌دهد. آن طرف‌تر اتاق‌های خواب در نقطه‌ای مناسب به دور از هیاهوی پذیرایی، کاملاً شخصی شده با تفاوت در اتاق والدین و اتاق فرزندان و حتی متمایز از اتاق میهمان است. و جود سرویس‌های بهداشتی و حمام درون اتاق و یا در نزدیک‌ترین محل دسترسی به آن، وجود وان و جکوزی در اتاق خواب والدین، پیش‌بینی کلوزت‌های استاندارد و بزرگ (اتاق‌های لباس درون اتاق اصلی) طراحی اتاق خواب با مواجهه متفاوت با نور طبیعی برای سسلا یق متفاوت، وجود کتابخانه، اتاق کار، اتاق ورزش در مجاورت سونا، اتاق سرایداریا پرستارمقیم در خانه و حتی تفکیک اتاق بازی کودکان همگی ویژگی‌هایی بر نامه ریزی شده برای اتاق‌های یک خانه است که وصف لاچپری دارد.

از سوی دیگر هر یک از محیط‌های مرتبط با فضای بیرونی در یک خانه لوکس، هویت مشخص و متمایزی دارند. تراس‌های وسیع با چشم انداز زیبا از شهر یا طبیعت، پیش‌بینی باربیکیو برای طبخ غذا و یا دورهمی‌های خانواد گی، آشتنی با طبیعت سبز از طریق استفاده از گل و گیاهان مناسب با اقلیم در نما و تراس‌ها و در ادامه حتی هدایت فضای سبز به درون معماری داخلی باتعبیه دیواره‌های گیاهی در فضاهای سکونت همگی ایده‌هایی جذاب برای کسانی است که می‌خواهند لذت زند گی خوب را از خود دریغ نکنند.

وجود امکانات رفاهی، تفریحی و ورزشی که به طور معمول بخش مشاعات به حساب می‌آیند، فصل مهم دیگری است که پیش‌بینی نیازهای متنوع ساکنان را در یک معماری لوکس در بر می‌گیرد. امکاناتی از قبیل مجموعه آبی، مجموعه ورزشی، فضاهای بازی و سرگرمی، لابی، خانه داری، خشکشویی، کارواش، کافی شاپ و رستوران، مهد کودک و سالن زیبایی و ده‌ها مورد دیگر وجه تمایز بناهای معمولی و لوکس هستند. هر یک از این امکانات سبب می‌شوند تا آسایش ساکنان به

بهترین وجه و در نزدیک ترین سطح در محل سکونتشان مهیا شود و معماری لاکچری بدون آن‌ها معنا ندارد. در این یادداشت امانمی توان به تک تک آن‌ها پرداخت و مجالی دیگر می‌طلبد پس ترجیح دادیم بحث خود را بیشتر به محدوده فضای داخلی خانه معطوف کنیم.

حوزه بسیار مهم دیگری که می‌تواند شکوه یک معماری لوکس را به خانه بدهد مباحث مربوط به تزئینات و دکوراسیون داخلی است که بازنمایی دقیق آن هم نیازمند مطلبی مجزا است. اما به طور خلاصه، شناخت و استفاده از مواد و مصالح خاص و متمایز برای پوشش برخی فضاها مانند پارچه‌های طرح دار، چوب، چرم یا نقاشی در کنار استفاده از سنگ و کاغذ دیواری می‌تواند تنوعی از جذابیت و زیبایی بافت و فرم را پیش روی شما بگذارد. گاهی فرفرز و طراحی‌های آرت نسو و گاهی چوب و کارهای هنری به عنوان اکسسوری به تنهایی باریک طراحی داخلی لوکس را به دوش می‌کشند.

کلام آخر

در گذشته معماری همواره بنا به ضروریات روز تغییرات محسوسی را تجربه کرده است. از حضور گنبد در معماری‌های مجلل تا خط‌های ساده در معماری مدرن. از فضاهای وسیع و بازی بانور در معماری پلازاهای «لو کوربوزیه» تا حضور فضاهای کاربردی و کم حجم در معماری ویلاهای خلاقانه «لویس رایت»، مبانی معماری دست خوش تغییرات اساسی بوده است. دیگر معمار به عنوان یک ابژه به معماری نگاه نمی‌کرد. هر جزء از معماری و بنا می‌توانست سوژه‌ای برای تغییر و تحول باشد. معمار آزاد بود تا با زمین، بازی کند. با فضا وارد تعامل شود، عناصر فضا و معماری را به چالش بگیرد و تعاریف را تغییر دهد؛ اولویت‌ها تغییر کرده بود.

حجم سه بعدی اتاق خواب باران ۳

در معماری برای بناهای لوکس و ویلایی این بازی با تعاریف خود را بیشتر و بهتر نشان داد. معمار و حتی طراح داخلی خود را محدود به تعاریف نمی‌دید. معماری پست مدرن هم به یاری هنرمند معمار آمد تا تعاریف جدیدی را وارد مبانی معماری کند. حضور این تعاریف و ایده‌های جدید برای مبانی کلاسیک معماری مانند نحوه خطوط اصلی در جداسازی فضاها، قرارگیری و فضاسازی برای پذیرایی یا اتاق خواب، ایجاد فضایی جدید به نام

سرسرا با حضور پله‌ها در میانه ساختمان به جای عمق یا کناره و تعریف زیبایی شناسانه برای پله، یا تعریف فضاهایی برای بازی و ورزش در محیط ویلا یا ساختمان و نوآوری‌هایی این چنینی بود که دست طراح معماری را باز گذاشت تا خلاقیت را وارد کارش کند. طراحی‌های متفاوت فضاهای درونی و بیرونی، استفاده از بهترین مواد و مصالح برای تزئینات ساختمان نیز به لوکس بودن بنا افزود. برندهای

معتبری در این زمینه سر بر آوردند تا در خدمت مشتری و خواست‌های او باشند. از سنگ‌های خاراو مرمر سبز تا دیوارکوب‌های طلا، از فرفرزهای نقره کوب تا شیرآلات آب طلا داده شده و بسیاری دیگر از عناصر که قبلاً در اختیار خانواده‌های اشرافی بود، دیگر در دسترس کسانی بود که برای یک زندگی مرفه و لوکس حاضر بودند هزینه بپردازند. در شماره‌های آتی درباره جنبه‌های متنوع این تعریف و سبک معماری با شما سخن خواهیم گفت.

LUXURY

L I F E S T Y L E



حجم سه بعدی واحد ۵۰ متر مربعی باران ۳



حجم سه بعدی اتاق خواب باران ۳

BVLGARI

برندی ساعت بخریم هم می تواند سوال مهمی باشد. اگر شما به دنبال یک ساعت هستید که به عنوان یک بانوی خوش پوش و البته دقیق شناخته شوید محافظه کارترین انتخاب می تواند "TAG Heuer" باشد. قیمت مناسب، سبک کار متنوع، زیبایی متعادل و رنگ بندی های شاخص و البته بندهایی متناسب با انتخاب شما.

ساعت های «کارتیه» نیز همیشه از نظر زیبایی و استفاده از جواهرات و طلای مرغوب مورد اعتماد بوده است. طراحی های مدرن و البته خاص خود کارتیه هم این برند را خاص و منحصر به فرد نگاه داشته است. اما قیمتی که شما برای کارتیه می دهید قیمت فقط یک ساعت نیست قیمت برند و آینده ای است که به شما داده می شود و در دست شما قرار می گیرد.

«واج رون»، «پیازه» یا «هرمس» فرقی نمی کند. این برندها اگرچه بیشتر در ایران برای طلا و جواهراتشان شناخته شده اند اما سرلیست برندهایی هستند که برای بانوان ساعت طراحی می کنند و مانند برند «مایکل کورس» در بازار جهانی از اقبال خوبی برخوردارند. هم لاکچری بازها دوستشان دارند و هم قیمت مناسب تری نسبت به برندهای لوکس جواهر نشان دارند. از نظر کیفیت هم قابل مقایسه با «بولگاری» و «بورژ» است.

هر برندی را برای خرید ساعتان انتخاب کنید، محصولی خریداید منحصر به فرد. ساعتی که هر چند نمی تواند زمان را برایتان متوقف کرده یا شمارا به خاطره ای شیرین بازگرداند اما تصویری زیبا و دقیقی از گذر زمان را برایتان تداعی خواهد کرد. زمانی که بی وقفه در گذراست.

هاست. باید ویژگی های دیگری مانند زیبایی، جواهر داشتن یا نداشته، کیفیت همراه با قیمت معقول و مهم ترین مسئله رنگ خود ساعت و بند آن را هم در نظر گرفت. اینجا چند راهکار و پیشنهاد برای خرید ساعت برای شما داریم تا بتوانید محصول بهتر و البته مورد پسند و قابل استفاده تری را با توجه به واقعیت های موجود انتخاب کنید

طلا یا چرم مسئله این است

سوال اول را در مورد جنس ساعت از خودتان پرسید. می خواهید از چه جنس ساعتی داشته باشید. از کسانی هستید که به دستبند های فلزی علاقه دارید؟ یا اصلا به هر گونه فلز حساسیت دارید؟ طلا را ترجیح می دهید یا فولاد ضد زنگ؟ اگر طلا مد نظر شماست آیا تمایل دارید که از سنگ ها و جواهرات هم استفاده شده باشد؟ الماس را ترجیح می دهید یا کار ساده را می پسندید؟ اگر چرم گزینه شماست رنگ و طرح آن چگونه باشد؟

این ها سوالاتی است که قبل از رفتن به خرید باید جواب هایش را بدانید و حداقل به دو سوال کلی در مورد رنگ و بند آن به صورت جدی فکر کنید و پاسخ دهید. باید بدانید که اگر جواهر نشان را انتخاب می کنید مجلل و زرق و برق دار می شود و خودنمایی بیشتری دارد. ساعت طلا اگر چه لوکس است اما یک انتخاب سنتی است و رسمی و بند چرم یک انتخاب مدرن تر و اسپرت تر خواهد بود.

پیشنهاد ویژه

در مورد اینکه چه ساعتی را انتخاب کنید گفتیم اما از چه



یک ساعت جدید راه بسیار خوبی است برای نشان دادن اینکه شما چقدر به خودتان اهمیت می دهید. حتی می تواند هدیه ای مناسب باشد. اما به هر دلیلی که می خواهید ساعت بخرید، بهتر است نکاتی را در نظر بگیرید. مواردی که کمک می کنند تا انتخاب بهتری داشته باشید.

سلیقه زنانه

هنگام خرید برای ساعت زنانه چیزهای زیادی برای بررسی وجود دارد. راستش را بخواهید در زندگی هر زنی کمتر از سه ساعت مچی وجود ندارد. این حقیقتی است که بسیاری

نکاتی برای خرید ساعت زنانه

زمان در قاب طلایی

زمان بی وقفه می گذرد؛ گاه آنقدر سریع که از قافله اش جا می مانیم و تنها حسرت ایام از دست رفته برایمان می ماند و زمانی که همچنان و با سرعت، به سوی بی نهایت می تازد. اما این زمان سرکش، روی خوشی هم دارد. آنجا که بر وفق مراد ماست و آنجا که در قاب ساعتی زیبا، جلوه گری می کند. زمانی که تن پوشی لوکس بر تن کرده است.



versace young collection



رنگارنگ که جهان کودکان را به مجموعه‌ای مجلل تبدیل کرده است. نشستن رنگ‌های براق و لوکس بر زمینه‌هایی بارنگ‌های تیره به این مجموعه شکل کامل‌تری داده است.

شاهزادگان و رساچه

اینک وقت آن است که بگوییم ورساچه امپراطوری خود را در زمین بازی بچه‌ها گسترده و سال ۲۰۱۴ را در کمپین تبلیغاتی خود، با مراسم تحلیف شاهزادگان ورساچه آغاز کرده است. مجموعه امسال ورساچه سبک ناب و خطی است، که با پیچ و تاب‌های طرح مدوسا هماهنگ شده تا جنب و جوش جوانی را در کنار شادابی چهره معصوم کودکان تداعی کند. جهانی غنی از رنگ و طرح را بر روی شما بگشاید تا دنیایی غیر متعارف را در مجموعه‌ای کودکانه تجربه کنید تا تجربه‌ای باشد برای لذت بردن از رنگ‌هایی که با آن‌ها آفتاب را درخشان‌تر و گرم‌تر از رنگ‌های تیره و برق و

ورساچه از سال ۱۹۹۰ کار خود را به صورت یک امپراطوری لوکس ایتالیایی تثبیت کرد و توانست با استفاده از طراحان برجسته و مطرحی که دارد، چشم‌هاریه سمت خود خیره کند. علاوه بر طراحی خوب استفاده از بهترین مواد اولیه و پارچه‌های مرغوب نیز در این محبوبیت تأثیر گذار بوده است. مدوسای اساطیری اش اکنون توانسته در کم‌دلیاس اکثر خانم‌ها جایی برای خود باز کند و همین خانم‌ها مادرانی اند که برای کودکانشان نیز به دنبال برندی هستند که هم زیبایی طراحی داشته باشد و هم بتواند از نظر رنگ و جنس خواست‌هایشان را برآورده کند. این بار جیانی ورساچه در دوخت تمامی مجموعه تجاری کودک و نوجوان خود، از چاپ و ترکیب‌های جالب و پر جنب و جوش فرم‌ها و رنگ‌ها استفاده کرده است. ترکیبی از پیچ و خم‌های یونانی و نقوش اصلی برند ورساچه یا همان مدوسا در رنگ‌های شاد و جذاب بر زمینه‌های تیره و گاه روشن برای فصل زمستان و پاییز. مجموعه‌ای پر زرق و برق و



نگاهی به مجموعه کودکان ورساچه برای پاییز و زمستان ۲۰۱۵

جادوی مدوسا



همیشه انتخاب مجموعه‌ای برای بچه‌ها کار سختی است. اینکه بدانید چه لباسی به کودکان می‌آید، چه رنگی باید انتخاب کنید و برای دختر یا پسرتان چه طرح‌هایی مناسب است. مشکل جایی بیشتر می‌شود که بخواهید رنگ سال را هم بدانید و طرح ساده یا چهارخانه را هم به این مجموعه اضافه کنید. اینجاست که باید کار را به دست کاردان بسپارید.



رازهای سرمایه‌گذاری در پروژه‌های فاخر

ده فرمان خرید آرزوها

خرید خانه لوکس متفاوت از خرید واحد مسکونی معمولی، نیازمند آداب و مقررات خاصی است که اگر از سوی خریداران رعایت نشود، تبعات جبران‌ناپذیری را برای سرمایه‌گذاران به همراه خواهد داشت. این یادداشت ده نکته حائز اهمیت در این زمینه را مرور می‌کند.



افرادی که اقدام به خرید خانه‌های گران‌قیمت می‌کنند، در شرایط کنونی و با توجه به وضعیت قیمت‌ها، حداقل یک میلیارد تومان در این بازار سرمایه‌گذاری انجام می‌دهند. هر چند این میزان سرمایه‌گذاری در مقایسه با ارزش سایر دارایی‌های این گروه، ممکن است رقم قابل توجهی نباشد اما قیمت این نوع خانه‌ها به نوبه خودش، آنچنان است که می‌تلبید، خریداران با چشم باز و آگاهانه در این مسیر قدم بردارند.

از میان آنچه اتحادیه‌های مشاوران املاک، کارشناسان اقتصاد مسکن، صاحب‌نظران و همچنین متخصصین امور بازاریابی و خرید تاکنون درباره‌شیوه‌های خرید و سرمایه‌گذاری در بازار مسکن مطرح کرده‌اند، می‌توان مجموعه‌رموز ۱۰ گانه‌ای را برای خرید یک آپارتمان لوکس و مجهز به سرمایه‌گذاران اعلام و تشریح کرد.

۱- با چشم باز خرید کنید

کارشناسان بازار مسکن و حقوق‌دانان، اولین توصیه‌ای که به متقاضیان خرید مسکن دارند، خرید آگاهانه‌است. متقاضیان باید با اطلاع همه‌جانبه از بازار، وارد شوند و از کانال‌های متنوعی همچون سازمان‌های فروش شرکت‌های معتبر ساختمانی، مشاوران املاک مورد اعتماد، سایت‌های

قابل اطمینان تر هستند به این علت که همه ویژگی‌های ساختمان ساخته‌شده‌رادر معرض دید و قضاوت عمومی قرار می‌دهند. اما توجه کنید که گفتیم «تبلیغات درباره محصول موجود»؟ پس در برخورد با آنها که کارنامه مشخصی نداشته یا تابه‌حال پروژه موقفی به بازار ارائه نداده‌اند، بیشتر دقت کنید.

۳- دنبال مشخصات متفاوت باشید

امروزه عرضه یک آپارتمان لوکس، هنر سازنده به حساب نمی‌آید بلکه عرضه یک آپارتمان متفاوت در یک برج مجهز، کار سخت و منحصر به فردی است که کمتر شرکت ساختمانی قادر به ارایه آن است. برای خرید این نوع خانه‌ها باید «تفاوت» را احساس کنید.

۴- سراغ برج‌های مجهز بروید

امکانات و خدمات برج‌های مسکونی مجهز همان تفاوتی است که اگر مد نظر خریداران قرار بگیرد، بازدهی سرمایه‌گذاری را به حداکثر می‌رساند. برج مسکونی مجهز و متفاوت، ساختمانی است که علاوه بر امکانات خاص و زیرساخت‌های رفاهی، ساکنان آن ساختمان را از احتیاجات روزمره بی‌نیاز می‌کند. در این برج‌ها، امکاناتی همچون رستوران، فضاهای ورزشی، خشک‌شویی،

خانه‌داری، نگهبانی و... سرویس‌های روزانه به ساکنان ارائه می‌شود. هزینه و شرایط زندگی در این ساختمان‌ها به مراتب اقتصادی‌تر از سایر ساختمان‌های مسکونی است.

۵- اصل مهم نظارت و نگهداری

در خرید خانه تنها داشتن استخر، سونا، لابی، تاسیسات مجهز و دهها آپشن دیگر، ملاک نیست. به این فکر کنید که در طول سکونت شما چه کسانی و با چه هزینه‌ای قادر به گرداندن و بهره‌برداری اصولی از این امکانات هستند. اگر تعمیر و نگهداری به موقع و مدیریت یکدست و صحیح بر ساختمان حاکم نباشد، خانه لوکس شما با خانه‌ای معمولی فرقی نخواهد داشت و به زودی دچار فرسودگی و افت قیمت می‌شود.

۶- محله و چشم‌انداز را ملاک عمل قرار دهید

برای خرید یک خانه فاخر، صرفاً به شرایط فیزیکی همان ساختمان بسنده نکنید. یک ساختمان مطلوب ساختمانی است که در یک محله شیک و مجهز واقع شده‌باشد. نمای بیرونی ساختمان‌های



۸- نمای بیرونی

به همان اندازه که نمای داخلی خانه‌های متمایز برای سرمایه‌گذاران اهمیت دارد باید نمای بیرونی نیز مهم باشد. نمای بیرونی چنین ساختمانی باید در آن محله و حتی شهر، منحصر به فرد باشد. بسیاری از بناهایی که تبدیل به نمادهای شهری و منطقه‌ای می‌شوند، شهرتشان مدیون تمایز و زیبایی منحصر به فرد نمای آن‌هاست.

۹- مصالح ساختمانی، باید استاندارد باشد

«از کوزه همان برون‌تراود که در اوست»؛ این اصطلاحی است که برای خرید یک برج مسکونی لوکس مصداق پیدا می‌کند. در این برج‌ها، از ظاهر ساختمان می‌توان پی‌برد، در باطن آن چه خبر است. هر چند در ساختمان‌های معمولی، بسازو بفروش‌ها با بکاربردن مصالح شیک، سعی می‌کنند کم‌فروشی در باطن ساختمان را تحت‌الشعاع قرار دهند اما این موضوع در سازه‌های مرتفع و پیچیده‌ای که توسط شرکت‌های معتبر ساخته می‌شود هرگز اتفاق نمی‌افتد. در این ساختمان‌ها هر چقدر مصالح ساختمانی بکاررفته در سطح ساختمان، شیک باشد، مشخص است در اسکلت ساختمان نیز از بهترین مصالح استفاده‌شده‌است.

۱۰- در تهران نخريد؛ در کدام شهر بخریم؟ همگان بر این باورند، آستانه تحمل سکونتی شهر تهران به دلیل انبوه مشکلات زیست‌محیطی، کامل شده‌است! آلودگی‌ها، ترافیک و تراکم جمعیتی به عنوان سه عامل مخرب در تهران، ظرفیت سرمایه‌گذاری در بازار مسکن را برای سرمایه‌گذاران به محدوده‌قرمز رسانده‌است به این معنی که آینده سرمایه‌گذاری در بازار مسکن این کلان‌شهر، آنچنان روشن و قابل اتکا نیست.

کارشناسان اقتصاد مسکن معتقدند سایر کلان‌شهرها محل مناسبی برای این نوع سرمایه‌گذاری هستند. در این میان، باید ویژگی‌های اقتصادی، توسعه‌ای و اجتماعی ۸ کلان‌شهر موجود کشور مورد قضاوت قرار گیرد و بهترین محل انتخاب شود. مسلماً شهرهایی که جاذبه‌های توریستی، سیاحتی و زیارتی دارند، در اولویت هستند. اما قطعاً تهران باید در رتبه‌آخر انتخاب قرار بگیرد. در برخی کلان‌شهرها همچون مشهد یا اصفهان، شرکت‌های ساختمانی صاحب‌نامی فعالیت می‌کنند که برج‌های مسکونی مجهز آنها، از برج‌های گران‌قیمت شمال تهران گوی رقابت رابوده‌اند.

امروزه عرضه یک آپارتمان لوکس، هنر سازنده به حساب نمی‌آید بلکه عرضه یک آپارتمان متفاوت در یک برج مجهز، کار سخت و منحصر به فردی است که کمتر شرکت ساختمانی قادر به ارایه آن است

مجاور و همچنین خدمات شهری آن محله باید در سطح مطلوبی باشد. همچنین درباره شرایط بیرونی برج‌های مسکونی لوکس اگر از واژگانی تحت عنوان «دید ابدی» یا «چشم‌انداز سبز» استفاده می‌شود، باید دید به اطراف کاملاً باز باشد. به این معنی که در جلوی این برج‌ها ساختمان دیگری قرار نداشته و شرایط آینده منطقه نیز به شکلی باشد که ارتفاع بناهای مجاور، چشم‌انداز اطراف را مسدود و مخدوش نکند. علاوه بر این قرار گرفتن در محلاتی که همجوار عرصه‌های طبیعی، فضاهای سبز شهری یا باغات قرار دارند امکان اشراف و داشتن مناظر سبز روبرو را امکانپذیر می‌کند. بهتر است این دو ویژگی هم در خرید خانه‌های لوکس رعایت شود.

۷- نقشه و معماری داخلی ساختمان

در ساختمان‌های ممتاز، باید دگوراسیون و طراحی داخلی، متفاوت از طراحی و چیدمان یک ساختمان معمولی باشد. شرکت‌های معتبر و متخصص، برای طراحی داخلی، از ترکیب هنر و معماری بهره می‌برند؛ فرمولی که هرگز بسازو بفروش‌ها از آن به دلیل هزینه‌بر بودنش، استفاده نمی‌کنند.

Coach . Fall & Winter 2014

شیوه زندگی، دردهای مختلف برای بانوان، آقایان و کودکان دسته بندی های خاص دارد و در حال اعمال نفوذ سبک خود بر محصولات مرتبط با چرم است.

سفری سبک بال

امسال محصولات کوچ علاوه بر لباس ها و کت های دست دوز و چرم با رنگ های زیبای قرمز و نارنجی از نماد «پر» برای اکسسوری ها و جواهراتش استفاده کرده است. پر نمادی از پرواز و آزادی و شکوه است. این نماد برای زیر مجموعه اختصاصی این برند یعنی «سفر» هم به کار رفته است. این زیر مجموعه اختصاصی برند کوچ است که محصولاتی مناسب برای سفر و کم حجم طراحی می کند. کلاه دستمال گردن، کیف های مدارک و کیف های دستی کوچک و محصولات متنوع دیگر زیر مجموعه «سفر» است.

پرهای نمادین

محصولات دیگر پاییز و زمستان کوچ کیف های سرشانه ای و کفش های ساق دار مناسب با فصل است که با اکسسوری های متنوعی مانند «پر» تزئین شده است. کیف های مجموعه پاییز و زمستان کوچ که با انواع چرم های رنگی و طرح دار می خواهد علاوه بر سادگی به کارایی هم نزدیک تر باشد. کیف های این مجموعه با طراحی طراح معروف کوچ «Victor Luis» شکلی پر انرژی و فعال گرفته است. تکه های مختلف با استفاده از دانه های پانچ شده شکل مستطیلی کیف را کامل می کند. دسته های کوتاه و بلند آن برای انواع حالت های استفاده مناسب است و رنگ بندی متنوع آن یکی از غنی ترین رنگ بندی ها را پیش روی شما گذاشته است. استفاده از انواع چرم، از چرم گاوی با کیفیت عالی تا چرم مار بویا در این مجموعه وجود دارد. چرم های نرم و قابل انعطاف که لذت دست گرفتن یک کیف راحت و زیبا را به شما یادآوری خواهد کرد.

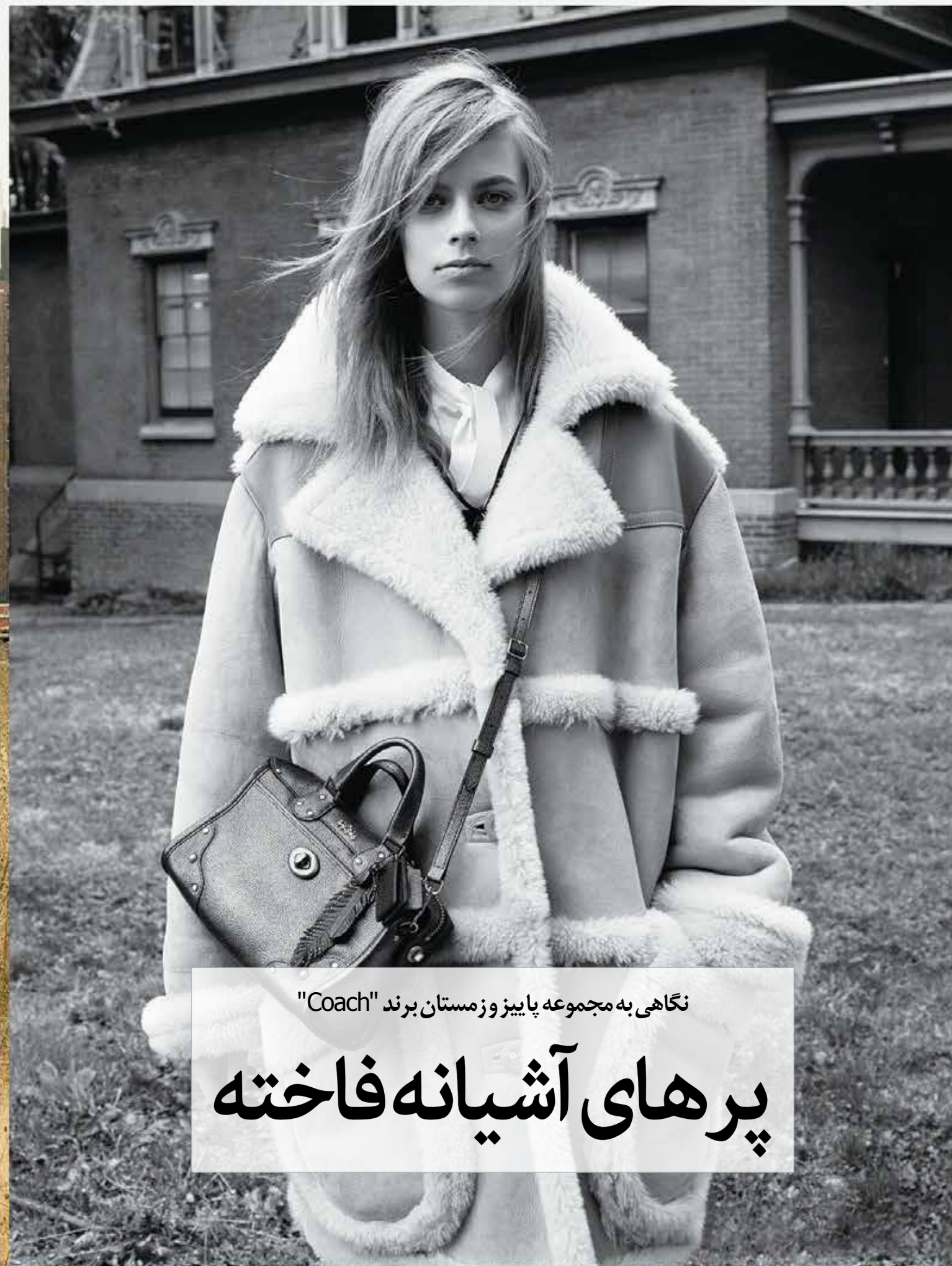


سبک مورد نیاز نیویورک

کوچ طیف گسترده ای از محصولات را عرضه می کند. لوازم جانبی متنوع و زیبا که هم برای هدیه دادن خوب اند و هم برای هدیه گرفتن. انواع کیف های دستی، انواع لباسهای چرم، کفش، ساعت، لوازم سفر، روسری، عطر، جواهرات و انواع واقسام اکسسوری ها که به سبک کوچ امضا شده و هویت این نام تجاری شده اند. زیبایی کار کوچ هم در همین است. استفاده از خلاقیت آمریکایی برای محصولات با کیفیت.

کوچ یک سبک جهانی و ایدئوپرداز در انواع کیف های دستی و سرشانه ای زنانه و مردانه دارد. این برند در روند تبدیل شدن به یک نام تجاری و

اغلب برندها از یک کسب و کار کوچک شروع کرده و بعد پیشرفت کرده اند. این اصل مهم تمام برندهای دیرپاست که وقتی از کم و محدود شروع کرده اند، خود را محدود ندیده و به روزهای بهتر امیدوار بوده اند. داستان برند «کوچ» «Coach» هم از یک کارگاه خانوادگی آموزشی در یک انبار در منهتن شروع شد. شش صنعتگر مجموعه ای از کالاهای چرمی را با استفاده از مهارت هایی که از نسل های گذشته برایشان به جا مانده بود، عرضه کردند و برای نسل بعد نیز به یادگار گذاشتند تا این شرکت به نام برجسته ای تبدیل شود که علاوه بر محصولات چرمی، ترکیبی از چرم و پارچه های سفارشی را نیز به مشتریانش عرضه کند.



نگاهی به مجموعه پاییز و زمستان برند "Coach"

پرهای آشیانه فاخته



تجربه چهار کشور در گارانتی ساختمان

آینده روشن یک خانه

خرید یا ساخت خانه، پرهزینه ترین و گران ترین کار و سرمایه گذاری است که هر فردی در زندگی اش انجام می دهد. به همین خاطر این موضوع برای مردم در هر نقطه از جهان، موضوع مهم و بحث برانگیزی است. حال اگر این سرمایه گذاری گران و سرنوشت ساز دچار نقصانی شود، زندگی فرد آسیب و خسارت جبران ناپذیری می بیند. به همین دلیل مصرف کنندگان و خریداران مسکن، این روزها به دنبال خانه هایی هستند که گارانتی و خدمات پس از فروش طولانی مدت داشته باشد. حتی خریداران حاضرند پول بیشتری برای خرید یا ساخت مسکن بپردازند به این شرط که با داشتن گارانتی و خدمات پس از فروش، ریسک کمتری در خرید مسکن متحمل شوند.



چین

با توجه به مقدمه‌ای که گفته‌شده، به بررسی تجربه چند کشور در ارتباط به گارانتی و خدمات پس از فروش مسکن می‌پردازیم. مقایسه کشورها در ارتباط با این موضوع، مانند هر موضوع دیگری، می‌تواند محدودیت‌هایی داشته باشد چرا که شرایط اجتماعی، اقتصادی و حتی حقوقی کشورها با هم متفاوت است و به نسبت همین تفاوت، مقوله گارانتی و خدمات پس از فروش هم در کشورهای مختلف جهان، با هم فرق می‌کند. با این حال نگاهی به تجربه کشورهایی از قاره‌های مختلف، می‌تواند نمایی جهانی از این موضوع را پیش چشم ما قرار دهد.

ژاپن

در کشور ژاپن، بخش عمده گارانتی و خدمات پس از فروش مسکن، روی مسئله بروز نقص فنی متمرکز است. این مسئله در قوانین مدنی ژاپن هم آمده‌است. این نقص علاوه بر ساختمان، شامل زمین محل ساخت هم می‌شود. یعنی اگر نقص فنی در ساختمان به دلیل مشکل زمینی باشد که ساختمان در آن واقع شده، این موضوع هم به عهده سازنده است و باید خسارت آن و همچنین بر طرف کردن آن نقص را به عهده بگیرد. مدت زمان این گارانتی به طور متوسط، ۵ سال بعد از ساخت و تحویل است. برای بعضی ساختمان‌ها این زمان تا ۱۰ سال هم می‌رسد. در قراردادهای گارانتی و خدمات پس از فروش مسکن در ژاپن، معمولاً نقص فنی به طور دقیق توضیح داده نمی‌شود و شرایط آن کلمه به کلمه مشخص نمی‌شود. در قراردادهای فروش، حق

ادعای خسارت در صورت بروز نقص فنی در ساختمان و حتی حق فسخ قرارداد برای نقص‌های فنی خطرناک، برای خریدار محفوظ است. بر اساس قوانین مدنی ژاپن، فروشنده یا سازنده یک سال برای پرداخت خسارت نقص فنی، زمان دارد.

در قراردادهای فروش مسکن در ژاپن، دو نوع مسئولیت و گارانتی بلندمدت و کوتاه مدت برای سازنده یا فروشنده در نظر گرفته شده‌است. مسئولیت بلندمدت شامل نقص فنی ساختاری ساختمان است و مسئولیت کوتاه مدت به دیگر نواقص مربوط می‌شود. در این کشور قانونی به نام قانون بیمه کیفیت مسکن وجود دارد که در سال ۱۹۹۹ تصویب شده‌است. این قانون با سه هدف ارتقاء کیفیت مسکن، حفاظت از حقوق خریدار و یافتن راه‌حل‌های مفید و سریع برای اختلافات مسکن، تدوین شده‌است. قانونگذاران ژاپنی می‌گویند که در تدوین این قانون، به قوانین مدنی فرانسه نگاه شده‌است.

استرالیا

در استرالیا، سازندگان مسکن تابع قوانینی هستند که ارائه گارانتی و خدمات بعد از فروش، در آن گنجانده شده‌است. سازندگان قبل از ورود به بازار کار، باید مدرک و مجوز ساخت بگیرند و بخشی از مجوز ساخت، ارائه گارانتی است. در برخی ایالت‌ها و مناطق استرالیا، شعیاتی از داد گاهیها مختص حل اختلافات مسکن است. هزینه اضافی که تحت عنوان خدمات بعد از فروش مسکن در استرالیا هنگام خرید

خانه وجود دارد برای یک خانه ۲۰۰ هزار دلاری، بین ۱۰۰۰ تا ۱۵۰۰ دلار است. به طور کلی، متوسط هزینه گارانتی در شهرهای بزرگ استرالیا، بین ۲ تا ۱۲ هزار دلار و مدت زمان این گارانتی هم به طور متوسط ۶ سال است.

چین

در چین، مسکن یکی از مهمترین بخش‌های انقلاب اقتصادی این کشور بود که در دهه ۱۹۷۰ آغاز شد. در این دوره جدید، بهبود کیفیت مسکن در دستور کار قرار گرفت. خدمات بعد از فروش، یکی از بخش‌های مهم سیاست بهبود کیفیت مسکن در چین است. قانون آن، در سال ۲۰۰۰ تحت عنوان مدیریت کیفیت مسکن به تصویب رسید و یک سال بعد، سازندگان و فروشنندگان مسکن ملزم شدند، در همه قراردادهای خود، گارانتی و خدمات پس از فروش را بگنجانند. سازندگان باید در گواهی خدمات پس از فروش ملک، موارد تحت پوشش و مدت زمان خدمات را مشخصاً ذکر کنند و مسئولیت هر گونه نقص را در این مدت بپذیرند. به طور کلی متوسط خدمات بعد از فروش مسکن در چین، برای تاسیسات و دکوراسیون داخلی دو سال است. اما برای موارد ساختاری ساختمان، این زمان بیشتر است و معمولاً به ۱۰ سال می‌رسد. هزینه گارانتی و خدمات پس از فروش در چین، به طور متوسط ۵ درصد کل قرارداد خرید است. اما بسته به شرایط قرارداد، این رقم می‌تواند تا ۲۰ درصد افزایش یابد. دولت چین برای تضمین کیفیت ساختمان و مسکن، قانونی به نام بیمه خدمات پس از فروش ساخت و ساز



سیدنی

در کشور ژاپن، بخش عمده گارانتی و خدمات پس از فروش مسکن، روی مسئله بروز نقص فنی متمرکز است. این مسئله در قوانین مدنی ژاپن هم آمده‌است

که به کیفیت طراحی، نظارت و مصالح بکاررفته در ساختمان باز می‌گردد. دوم نقض قرارداد است یا عدم پایبندی سازنده به آنچه تعهد می‌کند و سوم فقدان شرایط جایگزین است به این معنی که خریدار حق انتخاب دیگری به جز آنچه توسط طرف مقابل اعمال می‌شود نداشته باشد. به عنوان مثال وقتی کار ساخت طول بکشد و چاره‌ای جز ادامه قرارداد به اختیار سازنده نباشد یا وقتی خانه تحویل داده می‌شود اما مطابق میل خریدار نیست. در اکثر کشورها، تنها برای مورد اول یعنی نقص فنی ساختمان، گارانتی و خدمات پس از فروش وجود دارد و برای موارد دوم و سوم قانون و تضمین مشخصی نیست. بر اساس تحقیقی که سازمان بین‌المللی گارانتی مسکن در سال ۲۰۱۰ منتشر کرده، تنها دو کشور فرانسه و ژاپن برای موارد دوم و سوم یعنی نقض قرارداد و نبود انتخاب برای مصرف‌کننده، قانون گارانتی و خدمات بعد از فروش دارند.

یک خانه دست کم در نگاه اول، تا حد زیادی به جنبه‌های صوری مانند ظاهر و نمای بیرونی وابسته است. خریدار در نگاه اول نمی‌تواند تشخیص دهد که خانه با مصالح ساختمانی مورد نظرش که در قرارداد ذکر شده ساخته شده یا نه. از سوی دیگر، در گذشته محصولات و مصالح ساختمانی و تکنولوژی ساخت، سستی بودند و خریدار و مصرف‌کننده، از بسیاری از محصولات و روندها اطلاع داشت و می‌توانست خانه‌ای را که تحویل گرفته، ارزیابی کند. اکنون اما با پیشرفت صنعت، اطلاعات مصرف‌کنندگان از نوع محصولات و تکنولوژی‌های ساخت، کافی نیست و به دلیل همین کمبود اطلاعات، ارزیابی محصول نهایی، کار دشواری است. جالب آنکه همین موضوع، اهمیت گارانتی و خدمات بعد از فروش را در مقوله مسکن و ساخت و ساز افزایش می‌دهد. خریدار هنگام خرید خانه ممکن است با سه نوع ریسک رو به رو شود. نخست نقص و کمبود در ساخت

گارانتی و خدمات پس از فروش مسکن، موضوع بسیار بحث‌برانگیزی در کل جهان است. به همین دلیل سالانه برایش کنفرانس جهانی برگزار می‌شود، سازمان جهانی دارد و ارزیابی‌های استاندارد مخصوص به خودش را اجرامی کند. علاوه بر سازمان جهانی، در هر منطقه هم سازمانی برای ارزیابی مسئله گارانتی و خدمات پس از فروش مسکن وجود دارد. یکی از فعال‌ترین سازمان‌های منطقه‌ای در این حوزه، سازمان خدمات پس از فروش مسکن در اروپاست. دلیل بحث‌برانگیز بودن این موضوع آن است که عبارات و قوانین و ارزیابی‌های آن به سادگی گارانتی و خدمات پس از فروش کالاها و خدمات دیگر نیست. از نظر فنی، کیفیت یک خانه، محصول ترکیبی از عوامل مانند عوامل انسانی، محیط زیست و خود ساختمان است. به عبارت دیگر، ارزیابی کیفیت یک خانه کار آسانی نیست و امری محسوس به نظر نمی‌رسد. ارزیابی کیفیت



هنگامی که

تدوین کرده است. قبل از شروع ساخت، سازنده باید قرارداد بیمه خدمات پس از فروش را امضا کرده و به آن متعهد باشد. بر اساس این قانون، خرید و فروش خانه‌هایی که چنین بیمه‌ای ندارند، غیرقانونی است. این قانون از سال ۲۰۰۵ در چین اجرایی شود.

انگلستان

در انگلستان، ساخت و ساز تابع قوانین کیفیتی سختی است. همچنین برخی سازندگان، به جای آنکه خودشان ارائه خدمات پس از فروش را به خریدار و مصرف‌کننده ارائه کنند، این خدمات را از یک شرکت ثالث خریداری می‌کنند. از سوی دیگر بعضی خریداران مسکن در این کشور، برای محکم کاری، با وجود گارانتی و تضمین خدمات بعد از فروش در قرارداد، یک گارانتی اضافه هم از شرکتی دیگر برای خانه خود خریداری می‌کنند. شورای ملی ساخت مسکن که به اختصار NHBC خوانده می‌شود، اصلی‌ترین و قدیمی‌ترین ارائه‌کننده خدمات گارانتی و خدمات بعد از فروش مسکن در بریتانیا است. این شورا قدمتی ۷۸ ساله دارد و در ابتدا به عنوان یک شرکت غیرانتفاعی

با هدف کمک به ارتقای استانداردهای صنعت ساخت و ساز و حفاظت از حقوق مصرف‌کنندگان ایجاد شد. سازندگان که تابع قوانین و مقررات و استانداردهای این شرکت باشند، مجوز مخصوص آن را دریافت می‌کنند و قیمت خانه‌هایی که شرکت‌هایی با چنین مجوزی به بازار عرضه می‌کنند، از خانه‌های دیگر بالاتر است. این شرکت همچنین خدمات مدیریت ریسک را هم به سازندگان ارائه می‌کند. نزدیک به نیمی از خانه‌های تازه‌ساز در بریتانیا، تحت پوشش این شرکت است. این شرکت، گارانتی و خدمات بعد از فروش ۱۰ ساله برای خانه‌ها ارائه می‌کند که «بیلد مارک» خوانده می‌شود. کار این شرکت، در واقع نوعی میانجیگری میان سازنده و خریدار است و در صورت بروز اختلاف در قرارداد و عمل به تعهدات، قضاوت بر عهده این شرکت است.

در دهه ۱۹۸۰، دولت بریتانیا به این شرکت اجازه داد تا کار نظارت بر چگونگی ساخت و دادن مجوز تایید نهایی را به عهده بگیرد. در واقع اکنون دو نهاد چنین مجوزی دارند، یکی همین شرکت NHBC و دیگری ناظران شوراهای شهری. این شرکت در واقع مستقل از دولت و سازندگان عمل

به طور کلی، متوسط هزینه گارانتی در شهرهای بزرگ استرالیا، بین ۳ تا ۱۲ هزار دلار و مدت زمان این گارانتی هم به طور متوسط ۶ سال است

می‌کند. در هیات مدیره این شرکت نمایندگان از شرکت‌ها و بانک‌های وام‌دهنده، شوراهای شهری، سازمان حمایت از مصرف‌کننده، انجمن و کلا، انجمن معماران و انجمن بازرسان شهری شرکت دارند. مجموعه قوانین و مقررات و استانداردهای این شرکت، هر سال تغییر می‌کند. خدمات این شرکت شامل ۴ بخش است. تضمین تکمیل ساخت در زمان مشخص شده در قرارداد، گارانتی ۱ تا ۲ ساله، گارانتی ۲ تا ۱۰ ساله و گارانتی موارد خاص ساختمان طی ۱۰ سال. هزینه گارانتی و خدمات بعد از فروش این شرکت، معمولاً ۱۰ درصد قیمت فروش را شامل می‌شود. اما این شرکت مقررات سختی هم دارد. مثلاً اینکه مصرف‌کننده باید طی دو سال بعد از تحویل گرفتن خانه، نواقص و مشکلات آن را بیابد. مصرف‌کننده می‌تواند برای این کاریک شرکت را استخدام کند تا نواقص ساختمان را بیابد. به غیر از برخی نواقص فنی ساختاری و بزرگ، برای نواقص کوچکتر بعد از دو سال، مسئولیتی در گارانتی و خدمات پس از فروش پذیرفته نمی‌شود. در بریتانیا معمولاً نیمی از هزینه گارانتی و خدمات بعد از فروش با خریدار و نیمی با فروشنده است.

نگاهی به تضمین کیفیت در صنعت ساختمان ایران

گارانتی در خانه ایرانی

خریداران در بازار مسکن، از ضروری‌ترین و در عین حال پیش‌پاافتاده‌ترین خدمتی که در هنگام فروش، به طرف مقابل ارائه می‌شود، محروم هستند. «تضمین کیفیت» به عنوان جزیی جدایی‌ناپذیر در عرضه انواع کالا در همه بازارهای فروش اجناس در گروه‌های مختلف کالایی از سوی تولیدکننده یا فروشنده، در قالب «گارانتی» تحویل مشتریان می‌شود اما در بازار فروش آپارتمان و ساختمان در کشور ما، به جز در مواردی محدود، ارائه این سرویس معلق است.





خرابی‌های احتمالی، بیمه می کند.

مسعود فیاض آذرطراح «بیمه پیش خرید مسکن» می گوید: بررسی های انجام شده در مراحل تدوین طرح نشان داد بازار ساخت وسازهای مسکونی و تجاری، تنها در تهران به ترتیب قابلیت پیش فروش ۳۰ هزار میلیارد تومان واحد مسکونی و ۵ هزار میلیارد تومان واحد تجاری در سال را دارد که اگر شرکت های بیمه،پیش خرید آتی آن ها را تضمین کنند،سرعت و حجم ورود نقدینگی به بازار ساخت و ساز تا حدی که اثرات مخرب پول های سرگردان در سایر بازارها خنثی شود،افزایش می یابد. این طرح ۵ مزیت برای بازار مسکن به همراه دارد اول اینکه با تحریک نقدینگی در مسیرپیش خرید، قیمت مسکن را متعادل می کند. دوم اینکه با سرعت بخشیدن به ساخت وسازها از طریق تامین مالی سریع، قیمت تمام شده واحدها را کاهش می دهد، سوم اینکه خدمات پس از فروش برای خریداران ایجاد می کند تا عیب ها و نقص های گسترده در واحدهای نوساز به هزینه بیمه یا سازنده تکمیل شود، چهارم اینکه نگرانی ها از عدم ایفای تعهدات پیش فروشنده بابت قیمت یا زمان تحویل،برای پیش خریدار از بین می رود و در نهایت مبالغ قابل پرداخت از طرف پیش خریدار فقط با اجازه شرکت بیمه و متناسب با پیشرفت فیزیکی ساخت،به حساب پیش فروشنده واریز خواهد شد.

از سوی دیگر، در قانون پیش فروش ساختمان نیز که تابستان گذشته آیین نامه اجرایی آن از سوی هیات دولت، تصویب و ابلاغ شد، سازنده ها مکلف شده اند، پروژه خود را قبل از پیش فروش ،بیمه کنند.

گارانتی در انحصار برنده‌های معتبر

هم‌اکنون فقط بعضی از برنده ها و شرکت های ساختمانی سازنده برج های لوکس و بلند مرتبه،پروژه هایشان را ر گارانتی می کنند. این شرکت ها،بهترین نوع مصالح ساختمانی را توسط معرجب‌ترین تکنسین ها و کارگران ساختمانی،برای احداث یک ساختمان مدرن بکار می گیرند و چون به کاری که انجام می دهند اطمینان دارند، براحتی حاضر می شوند محصول خود را نزد مصرف کننده برای مدتی مشخص تضمین کنند.

یکی از این شرکت های فعال در عرصه گارانتی ساختمان معتقد است تمامی ساختمان ها باید ضمانت خرید داشته باشند و به عنوان یک کالای گران قیمت می بایست برای خریدار از لحاظ کیفی اطمینان خاطر ایجاد کنند. این مقوله به قدری می تواند وسیع باشد که مشکلات بسیار بزرگ تر از اشکالات فنی سازه و تأسیسات رانیز در بر بگیرد. به عنوان مثال گارانتی ساختمان در قبال مواردی همچون اتفاقات طبیعی نیز متعهد باشند. با این تفاسیر بطور قطع، مردم رغبت بسیاری خواهند داشت تا با پرداخت هزینه ای ناچیز ساختمان خود را از هر حیث گارانتی و ضمانت نمایند. بدیهی است اگر این خدمات در خورشان مصرف کنند گان و با رعایت و احترام به حقوق مشتریان باشد

ساختمان نسبت به کوتاهی عوامل ساخت را فراهم بیاورد.

شناسنامه فنی ساختمان دفترچای است که مراحل مختلف احداث ساختمان به همراه مصالحی که در هر مرحله بکار گرفته می شود،در داخل آن، فهرست شده است. مهندس ناظر ساختمان و مجری ساخت موظفند در هر مرحله از ساخت، گزارش فنی پروژه را در شناسنامه فنی،مکتوب کنند و با امضاء پای بر گه های دفترچه،صحت و سلامت عملیات ساخت را تایید نمایند. شناسنامه فنی فعلاً برای ساختمان های با زیربنای بالای یک هزار متر مربع اجباری است. البته در تهران شناسنامه فنی به دلیل اختلاف شهرداری و نظام مهندسی صادر نمی شود.

علاوه بر شناسنامه فنی، میان بر دیگری که برای گارانتی ساختمان از طرف مسولان پیش بینی شده،بحث بیمه کیفیت ساختمان است. در قوانین برنامه پنجم توسعه، وزارت راه و شهر سازی موظف شده بیمه کیفیت را برای ساخت و ساز اجباری کند. هر چند هنوز این مقررات از طرف دولت اجباری نشده اما در ساخت وسازهای بزرگ مقیاس، سازنده از ابتدای پروژه، کل ساختمان را به لحاظ انواع مشکلات و

مستقیم گریبان مصرف کننده ساختمان را می گیرد.

در بلند مدت نیز ساختمانی که از طرف سازنده گارانتی نشده و یا برنامه مشخصی برای تعمیر و نگهداری ندارد،زودتر فرسوده شده و به مرور به خانه کلنگی تبدیل می شود چرا که اینگونه تعمیرات ثانویه، تنها هنگام بروز یک مشکل و توسط تکنسین هایی انجام می شود که جزئیات و نقشه های اجرایی بدو ساخت را در اختیار ندارند که خود باعث بروز آسیب های جدی به ساختمان می شود.

رسیدن به گارانتی از میان بر

۷ هزاران بوساز و شرکت ساختمانی در بازار ساخت و ساز کشور فعال هستند و سالانه یک میلیون واحد مسکونی و حدود ۴۰۰ هزار واحد تجاری احداث می کنند. از بین این شرکت ها، شاید به تعداد انگشتان دست، سازه های خود را گارانتی می کنند. با این حال، سازمان نظام مهندسی ساختمان کشور از سال ۸۹ مقررات صدور «شناسنامه فنی» ساختمان را در ساخت و ساز اجباری کرد تا در غیاب گارانتی، این دفترچه در حکم تضمین مسولیت سازنده عمل کند و امکان پیگیری حقوقی خریداران

همچنین سرویس های بهداشتی،مشکلاتی هستند که در اکثر مجتمع های مسکونی نوساز بروز می کنند. در این ساختمان ها، نشت آب از کف به دلیل نقص در عایق بندی و همچنین اشکال در اتصالات لوله ها، ساختمان را در مراحل ابتدایی مصرف، مشمول صرف هزینه های سنگین از طرف خریداران می کند؛ هزینه هایی که اگر ساختمان دارای گارانتی باشد، باید توسط سازنده و مالک اولیه،انجام شود و حتی در مدت تعمیر خرابی، محل سکونت موقت برای خریداران ساختمان،اجاره شود.

یکی دیگر از معایب و تبعات عدم ضمانت فروش ساختمان، کم فروشی آشکار بساز و بفروش ها در قسمت های پنهان ساختمان است. به عنوان مثال، شیوه دیوار کشی در ساختمان های مسکونی با تغییر شکل قرار گیری آجرها، به گونه ای انجام می شود که مصرف آجر را برای سازنده به حداقل می رساند اما کاهش ضخامت دیوار از این طریق،باعث می شود عایق صوتی واحدهای آپارتمانی از بین برود و آسایش و امنیت سکونت در آپارتمان های مجاور بواسطه انتقال راحت صداهایی با کمترین فرکانس صوتی، به خطر بیفتد. این ها فقط قسمت هایی از تبعات «عدم ضمانت» ساختمان است که

بساز و بفروش ها، بدون نگرانی از فرجام آنچه در پایان تکمیل ساختمان، به خریداران عرضه می کنند، از رعایت حداکثر استانداردها و مقررات فنی شانه خالی کرده و آپارتمان ها را با انواع اشکالات پیدا و پنهان،در بازار مصرف بفروش برسانند. این در حالی است که در بیشتر خانوارهای ایرانی، مسکن گران ترین دارایی به حساب می آید.اما به رغم این میزان اهمیت، کیفیت آپارتمان ها از سوی سازنده ها گارانتی نمی شود.

بررسی ها نشان می دهد در ایران حداکثر ۱۰درصد ساختمان های مسکونی موجود از طرف سازنده ساختمان، گارانتی شده و با ضمانت فروش عرضه می شود. این سهم اندک مربوط به سازه های جدید طی دو سه سال اخیر است که ۸درصد آن را برج های مسکونی لوکس تشکیل می دهد. به این ترتیب، گارانتی ساختمان فعلاً در انحصار آپارتمان های لوکس قرار دارد.

در غیاب «گارانتی ساختمان»،خریداران مجتمع های مسکونی نوساز با تنبوه ایرادات اساسی در لحظه ورود به منزل جدید روبرو می شوند. تحقیقات میدانی نشان می دهد در شهر تهران، اختلال عملکرد در تأسیسات ساختمان،سیستم برق کشی و

گارانتی را قولی لازم از ناحیه شخص فروشنده به شخص خریدار عنوان می کنند که در شرایط خاصی،به اجرا درمی آید. گارانتی انواع مختلفی دارد که بسته به نوع کالا و شیوه مصرف آن و همچنین قیمت و ارزش معاملاتی آن کالا،به اشکال متنوعی از طرف فروشنده به مصرف کننده ارایه می شود. گارانتی در واقع نوعی پشت گرمی است که تولید کننده در مدت زمان خاص برای محصول خود به مصرف کننده می دهد تا اطمینان حاصل کند محصول خریداری شده همانی است که مشخصاتش در تبلیغات آمده و اگر مصرف کننده راضی نبود، حاضر است آن را پس گرفته یا تعویض کند.

به زبانی ساده گارانتی یا ضمانت فروش کالا عبارت است از تضمین کیفیت استفاده آن کالا به طوریکه در صورت بروز هر نوع نقص،ایراد،اختلال یا خارج شدن کالا از حیز انتفاع،فروشنده کالای ضمانت شده،موظف است نسبت به رفع نقص،پرداخت خسارت جبرانی و در صورت نیاز،تعویض کالای مخروب با کالای جدید،اقدام کند.

در بازار فروش آپارتمان و ساختمان های مسکونی و غیر مسکونی، نبود گارانتی فروش، باعث شده سازنده ها و

مردم به‌استفاده‌از آن ترغیب خواهند شد.

در برج‌های لوکس مسکونی، آپارتمان‌ها در شرایطی گارانتی می‌شوند که منافع درازمدت این تضمین، عایدی به مراتب بیشتری در مقایسه با بهای گارانتی، به خریداران منتقل می‌کند. متأسفانه فرهنگ غلط در بازار مسکن، گارانتی را به عنوان یک خدمت تزیینی می‌پندارد حال اینکه، مزایای گارانتی خیلی بیشتر از هزینه‌ص‌دور آن است.

مسئولان دفتر مقررات ملی ساختمان معتقدند گارانتی یا ضمانت کیفیت ساختمان، تکلیفی است که طبق مبحث ۲۲ مقررات ملی ساختمان باید از طرف سازنده‌ها انجام شود. اما نه مبحث ۲۲ و نه گارانتی از طرف بسازویفروش‌ها و اکثریت انبوه‌سازان رعایت نمی‌شود. بیشتر فعالان در عرصه ساخت و س‌ساز به دنبال درآمدزایی هستند و به علت ضعف در قوانین اجرایی و نبود نهاد‌های ناظر بر قوانین، حقوق مصرف‌کننده در ساخت‌وساز رعایت نمی‌شود.

مبحث ۲۲ مقررات ملی ساختمان، شرایط مراقبت و نگهداری از ساختمان‌ها را برای ارایه خدمات بهتر و جلب رضایت ساکنان ساختمان، تعیین کرده است. بر این اساس، واژه گارانتی به مجموعه تعهداتی گفته می‌شود که سازنده در قبال وقوع هر گونه ایراد ناشی از کیفیت نامطلوب مصالح و یا فرآیند نامناسب ساخت محصول خود، تحت شرایط زمانی خاص، برای رفع، چه از طریق تعمیر و چه از طریق تعویض قطعات بر عهده می‌گیرد. در این حالت هزینه‌های تحمیل شده بر عهده تولیدکننده محصول می‌باشد.

در قالب گارانتی، کارکرد بخش‌های مختلف ساختمان شامل درب و پنجره‌ها، آسانسور، نما، کلبه سطوح مفروش داخل و خارج واحدها شامل کف و دیوارها، سرویس‌های بهداشتی، کف پوش‌ها، تجهیزات آشپزخانه، سیم کشی برق و تلفن، کلید و پریزها، سیستم‌های هوشمند ساختمان، لوله‌کشی‌های آب و گاز و فاضلاب و بالاخره تاسیسات گرمایش و سرمایش از طرف سازنده ساختمان ضمانت می‌شود.

میان‌بر به گارانتی می‌رسد؟

درباره اثر گذاری شناسنامه فنی ساختمان بر ضمانت مسئولیت سازنده نسبت به مصرف‌کننده سازه، دو دید گاه وجود دارد. دید گاه اول، این تاثیر گذاری را مورد تایید قرار می‌دهد. مهندس اکبر ترکان رئیس سازمان نظام مهندسی ساختمان کشور در این باره معتقد است: مردم هنگام خرید آپارتمان باید ابتدا شناسنامه فنی آن ساختمان را مطالعه کنند و اگر ساز فاقد شناسنامه فنی بود، از خرید آن خودداری کنند. وی اعتقاد دارد، در ساختمان‌های دارای شناسنامه فنی، کیفیت ساخت در حداکثر سطح ممکن رعایت شده است و در صورت بروز خرابی، مهندس ناظر و مالک ساختمان بواسطه اعضا‌هایی که پای شناسنامه زده‌اند، مسئول پاسخگویی خواهند بود.

همچنین مهدی هاشمی رئیس کمیسیون عمران مجلس

شورای اسلامی نیز با تایید تاثیر مثبت شناسنامه فنی، طرحی را پیشنهاد کرده که در صورت تصویب، ارایه شناسنامه فنی از طرف مالک ساختمان در هنگام فروش ملک، در کنار سند محضری مالکیت، اجباری می‌شود به این معنی که ساختمان‌ها علاوه بر سند رسمی اثبات‌کننده مالکیت، به سند رسمی دیگری که کیفیت سازه را تایید می‌کند، مجهز خواهند شد و نقل و انتقال ساختمان‌ها بدون شناسنامه فنی، ممنوع می‌شود.

امادید گاه دوم نسبت به شناسنامه فنی، این دفتر چه را ضامن نهایی کیفیت ساخت نمی‌داند. مهندس عباس آخوندی وزیر راه و شهر سازی درباره اشکالات شناسنامه فنی می‌گوید: «ساختمان کالایی است که همواره در معرض فرسایش است. نکته مهم در اینجا این است که آیا ده سال بعد این شناسنامه صادر شده اعتبار امروز را دارد؟ آیا مشخصات این ساختمان با مشخصات ۱۰ سال بعد برابر است؟ در این شرایط، فروشنده و خریدار به شدت دچار مشکل و اختلاف می‌شوند. این شناسنامه تنها موضوع و محل دعو است و سندی است که به تعداد آن در داد گستری، ظرفیت ایجاد دعو وجود دارد. این شناسنامه در بهترین حالت منعکس‌کننده کیفیت آن در زمان ساخت است و هیچ دلیلی بر کیفیت خوب آن در وضعیت حال نیست. حال اگر ملکی با شناسنامه خوب به خریداری منتقل گشت و بعد‌ها مشکلاتی



باران یکی از اولین ساختمان‌های گارانتی در ایران



برج باران ۲، نمونه کامل یک ساختمان گارانتی در ایران

در ملک پیدا شد چه کسی مسوول است؟
ملکی که چند دست گشته است در صورت مشاهده فساد در آن، خریدار باید بر علیه کدام فروشنده اقدام کند؟
شاید بگویید مهندسان دست‌اندر کار باید پاسخگو باشند. سوال این است که چگونه می‌توان بر علیه آنان اقدام دعو کرد در حالی که آنان به استناد همین شناسنامه ساختمان می‌توانند ادعا کنند که در زمان طراحی و ساخت، مسوولیت‌های خود را به خوبی انجام داده‌اند. تازه اگر قابل دسترس باشند. واقعیت این است که اینگونه ایده‌ها بسیار خام هستند و چون عده‌ای اصرار دارند که چرخ چاه را مجدداً اختراع کنند، بر اجرای آن‌ها اصرار می‌شود.».

وزیر راه و شهر سازی اخیراً از انبوه‌سازان خواست مطابق نظام رایج در بسیاری از کشورها، مبحث گارانتی فروش را در بازار آپارتمان‌های نوساز رعایت کنند. وی دوازدهم مهر ماه امسال در نشستی که به میزبانی وزارتخانه با حضور روسای تشکل‌های انبوه‌سازی برگزار شد، از انبوه‌سازان خواست باتشکیل صندوق تضمین کیفیت ساختمان، همچون سایر کشورها، آپارتمان‌های در حال احداث را در برابر آسیب‌ها و نواقص احتمالی ضمانت کنند. مهندس عباس آخوندی با اشاره به تفاوت‌های بیمه مسئولیت و تضمین کیفیت ساختمان تصریح کرد: یکی از کارهایی که انبوه‌سازان در سراسر جهان انجام می‌دهند ایجاد صندوق کیفیت ساختمان است. وزیر راه و شهر سازی یادآور شد صندوق

کیفیت ساختمان توسط انبوه‌سازان برای تضمین عملکردهای اساسی ساختمان می‌تواند راه‌اندازی شود. همچنین بیمه مسئولیت موضوع دیگری به غیر از صندوق کیفیت ساختمان است که باید توسط شرکت‌های بیمه‌ای صورت گیرد.

نگاهی دیگر

به نظر می‌رسد اجباری کردن گارانتی، علاوه بر صرف زمان و انرژی زیاد از جانب نهاد‌های اجرایی و نظارتی، آنقدر موثر نباشد که فرهنگسازی در این زمینه می‌تواند ایفای نقش کند. مراد از فرهنگسازی، ترویج این باور عمومی در میان متقاضیان خرید مسکن است که همچون کالا‌ها و محصولات دیگر، ساختمان بدون گارانتی نیز نخردند. این باور در صورت تبدیل به یک جریان در بازار مسکن خود بخود باعث به حاشیه رانده شدن سازندگان غیر متعهدی می‌شود که در قبال مسئولیت خود نسبت به خریداری‌ی توجهند. از طرفی شرکت‌های معتبر ساختمانی بخش خصوصی هم که باور عملی به جلب رضایت مشتری دارند و برای برند خود و اعتماد خریداران، ارزش و اعتبار قائلند، بهترین الگو در این زمینه خواهند شد.

چاره‌ای نیست جز آنکه مانند کشورهایی که تجربه موفق‌ی در این موضوع دارند، بخش خصوصی واقعی در یک بازار سالم رقابتی، با ارائه گارانتی و تضمین کیفیت پس از ساخت، آنچنان ارزش افزوده‌ای برای محصولات ساختمانی ایجاد کند که بطور طبیعی، ساختمان‌های غیر استاندارد و بدون ضمانت توسط مردم خریداری نشود. آنگاه می‌توان امیدوار بود که برای حفظ حقوق مصرف‌کنندگان، کمتر نیازمند نظارت قهری نهاد‌های قانونی باشیم و رعایت اصول کیفی در ساخت و ساز و ضمانت آن تبدیل به قانون نانوشته بازار شود.

قیمت گارانتی

خریداران یک ساختمان گارانتی شده، برنده نهایی در چرخه صدور گارانتی هستند. خریداران یک ساختمان حاوی ضمانت مصرف و کیفیت، اگر چه در ظاهر بهای بیشتری نسبت به سایر ساختمان‌ها پرداخت می‌کنند، اما ارزش افزوده ناشی از الصاق گارانتی به پیشانی نامریی آن ساختمان باعث انتفاع مالی و رفاهی ساکنان آن ساختمان در آینده می‌شود. خانه‌های دارای گارانتی بین ۱۰ تا ۱۵ درصد گران‌تر از ساختمان‌های مشابه، البته تشابه کاملاً ظاهری، و فروش می‌رسند اما در مراحل بعدی فروش توسط خریداران، چون ساختمان از موارد مشابهش بهتر حفظ و نگهداری شده و یک برند معتبر آن را تضمین کرده و تبلیغات محلی هم درباره گارانتی آن ساختمان وجود دارد باعث می‌شود ارزش معاملات آن سازه تا ۲۵ درصد افزایش پیدا کند. کارشناسان اقتصاد مسکن معتقدند یکبار هزینه برای خرید آپارتمانی بدون عیب و نقص هر چند گران، بهتر از پرداخت هزینه‌های دفعی در طول سکونت در یک آپارتمان معمولی فاقد ضمانت است.



فرش شجاعی
مبلمان کلاسیک

Classic Furniture | Shojae Carpet

مبلمان کلاسیک: اول جاده شاندریز تلفن: ۳۷۶۷۳۱۳۱-۲۶۷۲۶۷۹
فرش شجاعی شعبه ۱: کوی دکتر انبیش پاستور- تلفن: ۳۸۴۱۷۸۲۲
شعبه ۲: لابی هتل همای خیام - تلفن: ۳۷۶۱۱۰۰۱

TOP 5 Millionaire's City

نگاهی به آخرین لیست از شهرهای میلیونر نشین دنیا

متروپولیس های میلیونر نشین

تصویر ترسیم شده از تجربه شهر توسط نویسندگانی مانند «چارلز دیکنز» و «فرانتس کافکا»، تصویری مغشوش و حیرت آور از شهرهای مدرن به ویژه شهرهای صنعتی ارائه می دهد. خوانندگان این دست رمان ها ممکن است نتیجه بگیرند، شهرهای مدرن پر از فقر، جرم و جنایت، ازدحام و بدون تعاملات انسانی معتادار هستند. اما این تمام واقعیت نیست. از نگاهی دیگر شهرهایی پر نشاط و پر طراوتی است که زندگی به بهترین شکل و بالاترین امکانات در آن جریان دارد. شهرهایی که میلیونر ها دوستشان دارند.

اهمیت شهرهای بزرگ در توسعه ملی و هم چنین در توسعه جهانی یکی از موضوعات مورد بحث در بسیاری از محافل دانشگاهی و تخصصی تایید شده است. در دوره تاریخی بازرگانی و سوداگری، رشد اقتصادی شهر ها با تجارت و بازرگانی بین المللی پیوند شدیدی داشت از این رو در این دوره شهرهای بندری در تقاطع مسیرهای تجاری سودآور بارشد بسیار بالایی رو برو شدند بعد از انقلاب صنعتی مراکز تولیدی و کارخانجات، جمعیت بسیار بالایی را با سرعت به خود جذب کرده و به دنبال آن خود را در جبهه پیشگام تغییرات اقتصادی اجتماعی یافتند. مراکز شهری همیشه در تولید ثروت ملی پیشرو بوده اند. شهرهایی که به مانند هتل هایی بزرگ با دادن خدمات و امکانات بسیار

سعی در جلب ثروتمندان به شهر خود چه برای سرمایه گذاری و چه برای اقامت دارند. شهرهای زیر با توجه به ارائه بهترین امکانات و خدمات برای مشارکت های اقتصادی مانند پایین بودن تعرفه های مالیاتی، دسترسی به بانک های پیشرو در صدور و ارائه وام های بلند مدت بابه رهای معقول و بسیاری خدمات دیگر، بالاترین ارزش افزوده اقتصادی را دارند و از طرف دیگر با جلب سرمایه های خارجی توانسته اند بهترین بازار برای ورود توریست و همچنین ایده آل ترین مکان برای زندگی قشر مرفه و میلیونر ها را ایجاد کنند. مجله "Global Financial Centres Index" با همکاری "WealthInsight" در سال ۲۰۱۳-۲۰۱۴ لیستی از بهترین مکان ها برای زندگی میلیونر ها را تهیه کرده است.



موناکو

TOP 5 Millionaire's City

پادشاه نشین میلیونی

موناکو، شاهزاده نشین کوچکی در جنوب فرانسه است که بهشت پولدارهای روی زمین نام گرفته. بدون شک داشتن بزرگ‌ترین و بهترین هتل‌ها و سرگرمی‌های مرتبط با آن باعث شده یکی از شادترین و پولدارترین شهرها باشد. با این حال آن‌ها کسانی نیستند که از این آب و صاف و آبی ماهی بگیرند. با سه میلیونر برای هر ده نفر بعلاوه یک بنتلی یا خودروی گران قیمت به ازای هر دو نفر در این شهر، شمار سمار خانواده متوسط نخواهید دید.



زوریخ شهر ساعت‌های طلایی

جای تعجب نیست اگر بگوییم زوریخ رتبه‌ای بالاتر از فهرست تراکم میلیونرها را دارد. شهری با نزدیک به ۲۰۰۰ سال قدمت که بهترین ساعت‌های طلایی جهان را دارد. پس چندان دور از ذهن نیست که در این شهر زمان به اندازه ساعت‌های طلایی باشد. بزرگ‌ترین شهر سوئیس، یک مرکز مالی جهانی است و مکانی مورد علاقه برای میلیونرها



پایتخت گشتگوها

از هر شش نفر ساکن ژنو، دومین شهر بزرگ سوئیس، یک نفر میلیونر است و همین کافی است تا در جایگاه سوم این لیست باشد. حضور قوی بانک‌های بخش خصوصی در این شهر، عاملی تعیین کننده در میزان علاقمندی میلیونرها به اقامت در آن است.



مرکز مالی جهان

یکی از هر ۲۵ ساکن شهر نیویورک میلیونر است و از این حیث، بالاترین آمار حضور میلیونرها در آمریکا را دارد. به گفته «البور ویلیامز» تحلیلگر «WealthInsight»، در حال حاضر مهم‌ترین مرکز مالی جهان، نیویورک است و احتمالا اشاره‌اش به وال استریت است که قلب اقتصاد دنیا در آن می‌تپد.



قدمت در پیرامور مدرن نیز م

نمی‌شود از شهرهای اقتصادی و میلیونر نشین با بیشترین بازده اقتصادی نام برد و از آلمان چیزی نگفت. نفوذ آلمان در امور اقتصادی اروپا، تا حد زیادی به دلیل اهمیت فرانکفورت است که آن را به عنوان یک مرکز مالی قاره اروپا مطرح کرده است و بسیاری از بانک‌های بین‌المللی شعبه‌ای در این شهر دارند.



ایده جسورانہ «دولچہ و گابانا» در طراحی کمپین پاییز و زمستان

فصل شور انگیز شوالیه‌ها



ایده استفاده از یک فاکتور با سربرگ دولچه و گابانا زاییده افکار یک حسابدار میلانی بود.» این را استفانو بعد از موفقیت اولین کمپین دولچه و گابانا در سال ۱۹۹۵ می گوید

سال ۱۹۸۳ بعد از یک سال جدایی این دو به خاطر خدمت سربازی استفانو، دیگر کاری در مجموعه آرمانی وجود نداشت. دنیای مد به مانند همه اقتصادهای روبه رشد جایی برای ایست و نفس کشیدن ندارد. پس دومنیکو هم از کارش استعفا می دهد و با استفانو همکاری صمیمانه شان را در یک اتاق کوچک در میلان شروع می کنند. «همان سال بعد از چند طراحی برای مشتری های متفاوت، حسابدار ما آمد و گفت چرا از دو سربرگ متفاوت برای مشتری هایتان استفاده می کنید و ایده استفاده از یک فاکتور با سربرگ دولچه و گابانا زاییده افکار یک حسابدار میلانی بود.» این را استفانو بعد از موفقیت اولین کمپین دولچه و گابانا در سال ۱۹۹۵ می گوید. همکاری با سلبریتی ها و افراد مشهور باعث شد تا بیش از پیش نام این دو طراح بر سر زبان ها افتد. از طراحی برای نقش اول های دنیای مشاهیر مانند «مدونا»، «جولیا رابرتز» و «نیکول کیدمن» گرفته تا «اسکارت جو هانسون» و یسا طراحی لباس برای کارگردانانی چون «راب مارشال» و «جوزپه تورناتوره» و فیلم های مشهوری چون «رومنو و ژولیت»، توانست نام دولچه و گابانا را از برند طراح لباس صرف، به یک خانه طراحی آوانگارد موفق و کاملا هنرمندانه تبدیل کند.

بازگشت به قرون وسطی

امسال هم این رفقای قدیمی ایده ای نو و جسورانه را مطرح کرده اند و شما، رد پای قرون وسطی را در دنیای استفانو و دومنیک خواهید دید. دنیایی که



یادآور شور شوالیه های میادین رزم است. جایی که ریشه اش را میتوان در فرهنگ اروپای غربی و بخصوص ایتالیا جستجو کرد. ایده ای که به خوبی طنین انداز پارادوکس ایده و اجراست؛ ایده دنیای رزم و بزم دنیای قرون وسطی و اجرای لباس هایی که به خوبی در این چیدمان نشسته است. در کنار این شما می توانید نگاه روستایی و نابی که برای تاکید بر رنگ و جنس پارچه ها شده است را ببینید. اگر فیلم این کمپین بر قرون وسطی تاکید دارد، عکاسی مدلینگ بر دنیای روستایی فوکوس کرده و بر اصل و ریشه تاکید دارد. جنس های پنبه ای و مدل های لباس کاموا و کشمیر برای پاییز و زمستان ۲۰۱۴-۲۰۱۵ در این کمپین، زیبایی خارق العاده، سادگی و صمیمیت را القای کنند. در کمپین لباس های کودکان و بانوان نیز این فضای صمیمی به فضایی جادویی تبدیل می شود. داستان سرایی بسیار قدرتمند و جذاب نکته ای است که اگر چه مورد استفاده قرار گرفته اما مدل ها، صحنه آرایی، میمیک چهره ها و همه عناصر صحنه در خدمت نشان دادن هر چه بهتر ایده و خلاقیت دولچه و گابانا در ارائه کمپین های عجیب و البته منحصر به فرد است. بر نندی که امروز تبدیل به نامی کاملا تاثیر گذار بر دنیای مد و فشن شده است.

امسال هم شما رد پای جسورانه قرون وسطی و دنیای شوالیه ها را در دنیای استفانو و دومنیک خواهید دید



تجربه تماشای فیلم در سینماهای لوکس

دنیای باشکوه پرده نقره‌ای

سینما جایی است که شما را از دنیای واقعی کمی دور می‌کند و فرصتی است تا بنشینید و دور از دنیای روزمره وارد دنیایی شوید فانتزی و زیبا با عشق‌های آتشین. تصوراتان از سینماهای قدیمی با صندلی‌های قرمز رنگ و رو رفته و ردیف‌های تنگ و باریک را فراموش کنید. می‌خواهیم درباره سینمایی حرف بزنیم که همه چیزش متفاوت است. اینجا دنیای شماس‌ت؛ دنیایی که حتی می‌توانید صندلی‌های سینمایتان را خودتان طراحی کنید. به دنیای سینماهای لوکس خوش آمدید.

سینمایی می‌خواهید که صندلی‌های درجه یک داشته باشد؟ دوست دارید دراز بکشید و فیلم ببینید و کسی هم باشد که با فشار یک دکمه برایتان تخمه، پفک یا پاپ کورن بیاورد؟ پس باید برای تماشای فیلم، سینمایی لاکچری را انتخاب کنید. جایی که اگر فیلم طول کشید و خواستید غذا یا نوشیدنی مورد علاقه‌تان را سفارش دهید، پیشخدمتی با لباس رسمی آن‌ها را برایتان سرو کند. جایی برای بهترین‌ها با هدف رضایت میهمانانی که به دنبال لذت هر چه بیشتر در تماشای یک فیلم هستند.

جایی برای نمایش خصوصی تجربه سینماهای لوکس از سال‌ها قبل آغاز شد. وقتی شرکت‌های بزرگ سینمایی برای میهمانان ویژه خود به فضایی جدای از سینماهای معمول نیاز داشتند تا فیلم را به صورت خصوصی برایشان نمایش دهند. در این مورد آنها ترجیح دادند تا فضایی همیشگی برای این کار تدارک ببینند. علاوه بر این، مساله میهمانان ثروتمند و مرفه هم به میان آمد که دوست داشتند تا در صندلی‌های بهتر و البته در محیطی مرفه‌تر به دیدن فیلم بنشینند. این‌ها و موارد بسیار دیگری باعث شد تا شرکت‌های سینمایی به ساخت سینماهایی با تم لوکس و لاکچری روی بیاورند.

انتخاب در محیطی گرم

لندمارک تیاتر، سینه پولیس و بسیاری دیگر از برندهایی که در آمریکاینگونه خدمات را ارائه می‌دهند، در کشورهایی مانند فرانسه، انگلستان و استرالیا نیز شعبه دارند. لندمارک تنها در آمریکا با داشتن نزدیک به یکصد سالن در ۱۸ ایالت، یکی از موفق‌ترین برندها در زمینه سینماهای لوکس است. لندمارک نیز مانند سینه پولیس به عنوان مرکزی کاملاً مجهز به صندلی‌های متفاوت و محیطی گرم و راحت به شما حق انتخاب فیلم از میان بیش از یکصد سال تاریخ فیلم سازی را نیز می‌دهد. حق انتخابی بی‌نهایت از فیلم‌ها، ژانرها، تاریخ‌ها و کشورهای مختلف. در فضاهای خصوصی تر حتی می‌توانید فیلم را نگه دارید و از جایی که دوست دارید دوباره نگاه کنید. در نهایت نیز منویی کامل از انواع غذاهایی که دوست دارید از دسر گرفته تا غذای اصلی، که ترکیبی از طعم‌های سرزمین‌های مختلف را در بر می‌گیرد، برایتان سرو می‌شود.

سینما باران

حالا تصور کنید تمام این امکانات و لذت بردن از تماشای یک فیلم را در خانه خودتان تجربه کنید. اگر ساکن هتل برج مسکونی باران ۲ باشید، شما مالک سینمایی اختصاصی با امکانات پیشرفته و به روز خواهید بود. سینمایی با قابلیت پخش فیلم‌های سه بعدی و صدای دالبی دیجیتال که می‌توانید با خانواده و آشنایان خود، تجربه‌ای لذت بخش و دوستانه را در آن تجربه کنید. تجربه حضور در سینمایی لوکس و اختصاصی، لذت تماشای تصویری زیباتر و فانتزی تر از عشق‌ها، ترس‌ها و آرزوهایست که بر پرده جریان دارد. اینجا دیگر فقط یک سالن سینما نیست؛ دنیایی متفاوت است برای خودش در خانه‌ای متفاوت که در آن زندگی می‌کنید.

شرکت‌های بزرگ سینمایی برای میهمانان ویژه خود به فضایی جدای از سینماهای معمول نیاز داشتند تا فیلم را به صورت خصوصی برایشان نمایش دهند





منشور زندگی در باران و تداوم کیفیتی ایده آل

قوانین یک زندگی پنج ستاره

اگر از آن دسته افراد خوش اقبال باشید که فرصت دیدار از موزه لوور پاریس نصیبتان شده است بی تردید در بخش تمدن‌های خاورمیانه و بین النهرین لوح قوانین حمورابی پادشاه باستانی بابل را دیده‌اید. سنگ نوشته‌ای که از آن به عنوان نخستین تلاش بشر برای تدوین قانون یاد می‌کنند. این سنگ نماد قانون گرایی انسان از حدود ۱۸ قرن پیش از میلاد مسیح است. گسترش سطح زندگی اجتماعی در قرن ۲۱ بی‌تردید نیاز انسان به قواعد و قوانین را بیش از پیش می‌کند. ما امروز در سطوح مختلفی با یکدیگر تعامل داشته و این سطح متنوع ارتباطات نیازمند وجود قوانینی است تا در پناه آن نظم این گستردگی حفظ شده و آسایش را بر ایمان به ارمغان آورد.



۳۸ قرن پس از نخستین تلاش‌های بشر برای نگاشتن قوانین به جهت تداوم زندگی اجتماعی خویش، جوامع وسیع و روابط گسترده اجازه نمی‌دهد که کل قوانین را بر ستونی سنگی در میدان اصلی شهرها نوشته و با تمکین به آن سعادتمند شویم. حالا هر بخش از زندگی مالوحه سنگی جداگانه‌ای می‌خواهد.

زندگی جدید، قوانین جدید

عرضه مفاهیم جدید در سبک زندگی بخشی از همین گستردگی سطح روابط اجتماعی است. زندگی نوین مبتنی بر تکنولوژی‌های پیشرفته و البته پر مشغله امروزی، نیازمند تعریف مفاهیمی جدید در زندگی است. روشی که بتواند با عهده‌دار شدن مدیریت بخشی از این مشغله‌ها فرصت بیشتر و بهتر زندگی کردن را در اختیار افراد قرار دهد. به ویژه برای افراد خاص و نخبگان جامعه؛ کسانی که شغلشان تولید علم یا ثروت است و چرخ دانش و اقتصاد هر اجتماعی به همت

و تلاش آنان می‌گردد، ارائه سبک نوینی از زندگی ضروری و حائز اهمیت است. این بخش از جامعه هر چه کمتر در گیر روزمره گی‌های زندگی باشند فرصت بیشتری برای آرامش، تولید اندیشه و ثروت دارند و البته لازم به گفتن نیست که از حاصل تلاش این قشر، اجتماع بهره برده و منتفع می‌شوند. زندگی به سبک باران روش نوینی است که این موهبت را برای جامعه به ارمغان می‌آورد.

سر سختی دلنشین

کسب امکاناتی بهتر برای زندگی، مستلزم پرداخت هزینه‌ای متفاوت و پذیرش قوانین و مقرراتی خاص است. فردی را در نظر بگیرید که تصمیم دارد در کشوری پیشرفته اقامت کند. همه می‌دانیم که چنین کشورهایی چه شرایط و ضوابط سخت گیرانه و گاه پیچیده‌ای برای پذیرش شهروندان جدید وضع کرده‌اند و می‌بینیم که بسیاری، باتلاش فراوان شرایط مد نظر را

مهیا کرده و موفق به اخذ اقامت می‌شوند؛ چرا که زندگی در آن کشور و بهره‌مندی از امکانات و سطح بالای زندگی در آنجا را ایده‌آل می‌دانند. باین توصیف پذیرفتن شرایط سخت اقامت، نه تنها برایشان سخت و ناگوار نیست بلکه با علم به اینکه وجود همین ضوابط سرسخت ضامن حفظ و تداوم آن سطح از زندگی است، با کمال میل به آن تن می‌دهند. این بهای زندگی به سبکی دیگر است.

مقررات ۵ ستاره

زندگی در هتل برجهای مسکونی باران که تجربه زندگی دائمی در هتلی ۵ ستاره را به همراه دارد مانند هر مفهوم جدید دیگری نیازمند تدوین قواعد خاص خود است. وقتی قرار است در خانه‌ای زندگی کنیم که خاص و متفاوت است و این تفاوت علاوه بر تاثیر در بهبود شرایط زندگی، به لحاظ وجود ارزشهای برند و داشتن گارانتی و ارائه خدمات پس از فروش بر میزان رشد و ارزش افزوده خانه نیز اثر گذار است، لازم است ساکنان به میثاق مشتری پایبند باشند که آسایش خودشان را تضمین کرده و در نهایت منجر به حفظ این ارزش‌ها و ویژگی‌ها در محل سکونتشان شود. منشور زندگی در باران میثاقی است که، بر اساس تجربه گرانبهای گروه در راهبری و خدمات پس از فروش در هتل برج‌های مسکونی به دست آمده و در بر گیرنده همین مجموعه قوانینی است که حفظ و تداوم ویژگی‌های زندگی به سبک باران را تضمین می‌کند.

منشوری به سبک باران

در نگاه اول شاید منشور زندگی در باران مجموعه قوانین سخت گیرانه و محدود کننده به نظر برسد مقرراتی که جزئیات بسیاری را در بر گرفته و پایبندی به حقوق دیگران را از مالکان خواستار می‌شود. از نحوه تامین هزینه‌ها با مبلغ و دیعه شارژ گرفته تا پیش بینی تعمیر و نگهداری سازه و تاسیسات و بسیاری موارد دیگر در این پیمان مشترک، پیش بینی شده است. منشور زندگی در باران را تلاش قانون مدارانه‌ای است برای حفظ تمام آنچه که سکونت در باران را متفاوت از زندگی در سایر خانه‌های لوکس می‌کند. یک سبک زندگی در برج‌های باران که علاوه بر آرامش و ایجاد فرصت‌های بیشتر برای بهتر زندگی کردن حفظ ارزش سرمایه گذاری ساکنان را نیز تضمین خواهد کرد.

بدون تردید بر جی که پس از اسال‌ها، همچنان در بهترین شرایط بهره برداری و سکونت قرار داشته باشد و کماکان خدمات یک هتل ۵ ستاره به صورت شبانه‌روزی با بالاترین کیفیت ممکن به ساکنان خود ارائه دهد، نه تنها با کاهش قیمت مواجه نشده بلکه همواره در مسیر صعودی قرار خواهد داشت، این مهم میسر نخواهد شد مگر با تدوین قوانینی جامع و در عین حال دقیق و تعهد به اجرای بی‌کم و کاست آن. با این نگاه منشور زندگی در باران تنها راهی است که سکونت مستمر در زندگی به سبک باران را امکان پذیر می‌سازد.



نگاهی به طراحی نوین آشپزخانه های باران

لذت آشپزی

دنیای مادر بزرگ هایمان با غذاهای رنگارنگ و لذیذ، دنیای زیبایی بود. میهمانش که می شدی، همواره بهترین غذا را در پیش رو داشتی بی آنکه بدانی چگونه طبخ شده اند. داستانی نهفته بود در پس آن سفره رنگین که باید از زبان «مطبخ» مادر بزرگ می شنیدی. مطبخی که در گرمای تابستان و سرمای زمستان همیشه اجاقش روشن و غذایش گرم و بوی مطبوعش نوازشگر بود. جایی که برای ما کمتر از مطبخ همایونی نداشت که در قصه ها شنیده بودیم. فضایی سنتی که امروز و از پی گذشت سال ها، دوباره کارآمد شده است.



معماری مدرن که شاید بشود در دلیل طراحی، تفاوت هایی میان خانه های معمولی و لوکس برایش قائل شد، اما در نتیجه با فضایی برای پخت و پز مواجهیم که بی هیچ حصاری درست در جوار همان خانه قرار گرفته است. پیچیدن بوی حاصل از آشپزی در فضای خانه به همراه منظره ای نازیبازانبوه طرف های نشسته، چیزی نیست که خانم یک خانه لوکس به راحتی بآن کنار بیاید.

طراحی نوین فضایی سنتی

با نگاهی به این مساله و با توجه به اینکه گروه باران، تمام تلاش خود را به کار بسته تا برج هایش علاوه بر لوکس بودن، کارآمدی هر چه بیشتری در راستای برآورده کردن نیازهای ساکنان خود داشته باشد، ایده ای طراحی و اجرا شد تا این معضل را برطرف سازد. آشپزخانه در هتل برج های مسکونی باران، علاوه بر حفظ فضای اوپن با طراحی زیبا و چشم نواز، یک فضای خانگی ویژه پخت و پز دارد که در معرض دید دیگران قرار نگرفته و روشن، تمیز، دارای تزئینات و نیز سیستم تهویه هوای مناسب است. در داخل این فضا علاوه بر پخت غذا، امکان نگهداری ظروف و مواد غذایی، آماده سازی غذا و شستن ظرف های کثیف فراهم شده است؛ بدن آنکه بوی حاصل از این پخت و پز فضای خانه را آکنده کرده یا منظره انبوه ظرف های کثیف، خاطری را آزرده سازد. فضایی کارآمد و در عین حال دور از دیدرس مهمانان، که مناسب خانه ای لوکس و سلیقه ساکنان آن است. گروه باران با نگاهی به این ویژگی ها به طراحی فضای متفاوتی برای آشپزخانه لوکس خانواده ایرانی اندیشیده است. فضایی به نام «مطبخ» که کارآمد است و در عین حال زیبایی طراحی آشپزخانه را دو چندان می کند. جایی که اجاقش همیشه گرم است.



در برابر مهمان

حاصل انقلاب صنعتی از اواخر قرن نوزدهم تا امروز، منجر به شکل گیری طبقه جدیدی از ثروتمندان شد که می خواستند تفاوت سطح اقتصادیشان با سایر جامعه، در امکاناتی که استفاده می کنند نیز به چشم بیاید و برای اینکار چه چیزی بهتر از در اختیار داشتن خانه هایی لوکس. منازلی با ویژگی هایی بسیار متفاوت از خانه های معمولی در استفاده از مصالح با کیفیت و گران قیمت و طراحی خاص و منحصر به فرد. اما این خانه ها نیز با وجود تمام تفاوت ها، ناگزیر در مواردی مشابهت هایی با هر خانه معمولی دیگر داشتند. از جمله آن ها می توان به همان آشپزخانه های اوپن اشاره کرد. خصلتی در

حضور زنان در عرصه اجتماع پررنگ تر شده و حضورشان در مشاغلی که تا پیش از آن مردانه به نظر می رسید، بیشتر شد. این تغییر در نظام ارزشی و ذهنی و نیز الگوهای تقسیم کار جنسیتی سنتی، تغییراتی را نیز بر فضاهای خانه اعمال کرد. مهم ترین این فضاها آشپزخانه های سنتی بودند که به سرعت چهره ای متفاوت پیدا کردند. ابزارها و ماشین های متعددی برای انجام سریع تر و راحت تر کارهای خانگی ساخته و وارد این فضاها شدند، تا زنان شاغل بتوانند زمان بیشتری از روز خود را صرف رونق صنعت و فعالیت های خارج از خانه کنند. بدین ترتیب بود که آشپزخانه های مدرن شکل گرفت؛ آشپزخانه هایی که دیگر کارایی مطبخ های قدیم را نداشتند.

برخی شرایط اجتماعی از قبیل رشد جمعیت و به تبع آن کاهش فضای خانه ها رخ داد باعث شد فضای خانه بزرگ تر به نظر بیاید و یکدستی بیشتری به فضای داخلی خانه ها داد.

فرصت کوتاه آشپزی

تغییر وارد شده به فضایی که همواره از بعد جنسیتی قلمرو بانوان بود نگاهی به مراتب متفاوت را به بانوان و خصوصیات به مراتب متفاوت تری را در مورد ویژگی های بنیادی قلمرو آنان متصور شد. این تغییر در فضای سنتی پخت و پز، مختص ایران نبوده و کلا پدیده ایست که پیش از همه به اروپا و انقلاب صنعتی نسبت داده می شود. با انقلاب صنعتی

قدیم ها خانه ها مطبخ داشت. مطبخ یا همان آشپزخانه، یک فضای خانگی ویژه پخت غذا بود که بیرون از ساختمان اصلی و در فضایی به دور از دید دیگران قرار گرفته و معمولا مکانی تاریک، دودآلود، فاقد تزئینات و نیز فاقد سیستم تهویه هوای مناسب بود. در این فضا تنها کار پخت غذا صورت گرفته و سرو غذا، خوردن آن و شستن ظرف های کثیف در فضاهای جداگانه ای خارج از آن صورت می گرفتند. از حدود بیست سال پیش اما اتفاق جالبی در معماری خانه های ایرانیان رخ داد. اتفاقی که از رویکردی جهانی تبعیت می کرد: دیوار بین آشپزخانه و باقی قسمت های خانه برداشته شد و به اصطلاح آشپزخانه ها اوپن شدند. این اتفاق که احتمالا به دلیل تغییر



عکسز نو



- بلوار خیام، هتل هما ۲ - تلفن: ۳۷۶۷۶۶۶۹
- بلوار سجاده، بین سجاده ۲ و ۴ - تلفن: ۳۷۶۸۷۰۸۰
- خیابان امام رضا، هتل مجلل درویشی - تلفن: ۳۸۷۶۴۰۳۰
- بلوار ملک آباد، بین گویا و مرجان، شماره ۲/۳۸۵ - تلفن: ۳۶۰۶۰۶۶۶
- مشهد، بلوار پیروزی، بین پیروزی ۷ و ۹، شماره ۱۳۱ - تلفن: ۳۸۷۹۰۵۵۵-۳۸۷۹۰۱۱۱
- مشهد، میدان امام رضا، ابتدای خیابان چمران - تلفن: ۳۸۵۴۲۸۸۶



تهران

تحلیل سوددهی آتی بازارهای مالی ایران

برنده ماراتن بازار

تحلیل بازدهی پنج بازار اقتصادی در ایران طی نیمه اول سال ۹۳ و بررسی چشم انداز بازارها در نیمه دوم سال مشخص می کند که در ماه های پایانی سال جاری، جذابیت خرید آپارتمان های متمایز افزایش می یابد و بار دیگر بازار مسکن لوکس سودآورترین سرمایه گذاری خواهد بود. سودی که هر يك از پنج بازار اقتصادی ایران در نیمه اول امسال نصیب سرمایه گذاران خود کردند، نکات جالبی را درباره آینده کوتاه مدت و میان مدت سرمایه گذاری های اقتصادی مشخص می کند. در حال حاضر بواسطه گشایش اقتصادی و سیاسی در کشور شرایط بازارها کاملاً عوض شده است. بازارهایی همچون طلا و دلار که در دو سه سال گذشته معدن سفته بازی ها و خرید و فروش های سوداگرانه شده بود، حالا به محلی ناامن برای سفته بازی مبدل شده است.

تغییر شرایط اقتصادی و سیاسی کشور، اولین اثر را بر فعالیت های اقتصادی می گذارد. ثبات کنونی در اقتصاد، مهار رشد فزاینده نرخ تورم و همچنین پیشرفت نسبی در مذاکرات بین المللی دیپلمات های ایرانی، باعث شده بازارهایی که نقد شوندگی در آنها سریع نیست، در صدر توجه سرمایه گذاران قرار بگیرد.

بازار مسکن رتبه اول در نقد شوندگی را در بین سایر بازارها دارد. به این معنی که ملک در مقایسه با سکه یا ارز، به زمان بسیار طولانی تری برای خرید و فروش و معامله نیاز دارد. در زمان هایی که شرایط اقتصادی یا سیاسی مناسب نیست، به دلیل چشم انداز منفی اوضاع، بازارهایی که نقد شوندگی در آنها سریع است، جذاب می شوند و همین جذابیت به تحریک قیمت در آن بازارها منتج می شود. در حقیقت علت افزایش قیمت سکه و ارزی طی دو سال قبل، بخاطر افزایش میل به سرمایه گذاری در این دو بازار بود.

رتبه بازدهی بازارها

با این حال در نقشه جدید فعالیت های اقتصادی در کشور، هم اکنون، جذابیت در بازارهایی که خصلت سفته بازی دارند، از بین رفته و در بازارهای دیگر متمرکز شده است. بررسی هانشان می دهد در سال ۹۳، قسمتی از بازار مسکن، سود قابل توجهی به خریداران و سرمایه گذاران خود ارایه کرد که در مقایسه با سود کل بازار ملک و همچنین سایر بازارها، مناسب بوده است.

نیمه اول امسال در شرایطی که سود خرید مسکن در کل بازار ملک مسکونی منفی ۰/۷ درصد بود و عملاً خریداران واحدهای مسکونی معادل ۰/۷ درصد زیان کردند اما خریداران آپارتمان های لوکس و واحدهای مستقر در برج های گران قیمت از محل سرمایه ملکی خود معادل ۸/۴ درصد سود بردند. سود خرید مسکن لوکس در شش ماه اول سال ۹۳، این قسمت از بازار مسکن را در ردیف دومین بازار پربازده قرار داد.

بازار مسکن رتبه اول در نقد شوندگی را در بین سایر بازارها دارد. به این معنی که ملک در مقایسه با سکه یا ارز، به زمان بسیار طولانی تری برای خرید و فروش و معامله نیاز دارد





تحلیل بازدهی سرمایه گذاری در بازارهای مسکن، طلا، ارز، بورس و بانک نشان می دهد کسانی که ابتدای امسال در بازار مسکن با خرید واحد مسکونی، سرمایه گذاری کردند، در پایان نیمه اول سال معادل ۰/۷ درصد زیان کردند. در بازار مسکن، متوسط قیمت ها در پایان شهریور به متری ۴ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان رسید که در مقایسه با ابتدای فروردین ۹۳ معادل ۰/۷ درصد کاهش پیدا کرد. در بازار طلا نیز قیمت سکه در پایان شهریور ۳/۵ درصد نسبت به ابتدای سال جاری کاهش پیدا کرد و خریداران سکه در این شش ماه معادل ۳/۵ درصد زیان دیدند. در بازار ارز، قیمت دلار در نیمه اول امسال ۴/۵ درصد افزایش یافت که این میزان نرخ رشد در مقایسه با رشد سال های گذشته، چندان بزرگ نبود. بازدهی سرمایه گذاری در بازار سهام نیز طی همین مدت رقم منفی ۹ درصد بود به این معنی که شاخص بورس در شش ماه اول سال ۹۳ معادل ۹ درصد کاهش یافت.

لوکس ها دوم شدند

در نیمه اول سال جاری، فقط سپرده گذاران بانکی، برنده بیشترین بازدهی در سرمایه گذاری بودند چرا که در این مدت، نرخ سود بانکی ۱۰/۵ درصد شد که در مقایسه با سود ۴ بازار دیگر، بیشترین بود. بعد از سرمایه گذاری در بانک ها، سرمایه گذاری در بازار خرید آپارتمان های لوکس، با بیشترین سوددهی روبرو شد. متوسط قیمت آپارتمان های لوکس در نیمه اول امسال ۸/۴ درصد افزایش پیدا کرد. در تهران متوسط قیمت این آپارتمان ها به مترمربعی ۹ میلیون تومان رسیده است که در مقایسه با ابتدای سال ۹۳ نزدیک به ۹ درصد افزایش پیدا کرده است. قیمت آپارتمان لوکس در برج های مجهز مناطق شمالی تهران بالای متری ۱۵ میلیون است و حتی در پنت هاوس ها این رقم از مترمربعی ۲۵ میلیون تومان هم فراتر می رود. این رقم، بیشترین افزایش قیمت در بازار ملک

بازار مسکن لوکس همیشه یک قدم جلوتر از بازار آپارتمان های معمولی بوده است. به این معنی که سوددهی در لوکس ها بیشتر از سایر املاک است

طی سال جاری به حساب می آمد که مستقیم به طبقه لوکس ها رسیده است. ارزش هر مترمربع املاک مسکونی لوکس در حال حاضر دو برابر املاک مسکونی معمولی است. آنچه در این مقطع باعث شده املاک لوکس با بیشترین بازدهی سرمایه گذاری روبرو شوند آن هم در حالی که بازار مسکن در رکود به سر می برد، ناشی از تغییر شرایط اقتصادی و سیاسی است. با بهبود اوضاع، جذابیت سرمایه گذاری در این قسمت از بازار مسکن افزایش پیدا کرده است و در نتیجه، رشد قیمت در این قسمت، زیاده تر از سایر طبقات بازار ملک شده است. کارشناسان اقتصاد مسکن و متخصصان بازار ملک می گویند: افرادی که در سال ۹۳ به عنوان سال اوج رکود مسکن، در بازار املاک لوکس سرمایه گذاری کنند طرف دو تا سه سال آینده که قیمت ها دوباره شیب افزایشی به خود می گیرد و دوره جدید رونق شروع می شود، با دامنه حداکثری سود مثبت روبرو می شوند.

تجربه دوره های رکود و رونق در بازار مسکن ایران نشان می دهد بعد از دو سال رکود و کاهش شدید قیمت، دوره حداقل دو ساله رونق آغاز می شود طوری که قیمت ها در سال آخر رونق به بیشترین سطح هم به لحاظ نرخ رشد و هم به لحاظ میزان قیمت خواهد رسید. در سال ۸۶ به عنوان سال آخر یک دوره رونق، متوسط قیمت مسکن ۸۸ درصد افزایش پیدا کرد. در سال ۹۱ نیز متوسط قیمت مسکن ۵۰ درصد رشد کرد و در بهار ۹۲ نقطه اوج قیمت مسکن با ثبت نرخ رشد ۷۷ درصد، به قله رسید و سپس شروع به نزول کرد. در حال حاضر بازار مسکن مسیرهای باقی مانده رکود را طی می کند و حداکثر از اوایل سال ۹۴ بازار وارد دور جدیدی از رونق مسکن می شود.

چرا خرید خانه لوکس مزیت اقتصادی دارد؟

بنابراین خرید و سرمایه گذاری در بازار آپارتمان های لوکس در شرایط کنونی، بهترین انتخاب می تواند باشد. در این بازار، عرضه برج های مسکونی مجهز نیز در حجمی که بتواند به تقاضا پاسخ دهد، قرار دارد. علی چگینی مدیر کل دفتر برنامه ریزی و اقتصاد مسکن درباره چشم انداز بازار مسکن تا پایان امسال می گوید: معاملات مسکن و خرید و فروش ها در ماه های آینده با حجم بیشتری نسبت به نیمه اول امسال انجام می شود و قیمت مسکن همپای تورم تغییر می کند.

همچنین حسین عبده تبریزی مشاور مالی وزیر راه و شهرسازی نیز معتقد است: بازگشت رونق به معاملات مسکن بستگی زیادی به تسهیلات بانکی دارد. اگر تسهیلات خرید مسکن تا ۵۰ درصد قیمت مسکن افزایش پیدا کند، معاملات حتماً رونق خواهد گرفت. از سوی دیگر رئیس اتحادیه مشاوران املاک نیز با رد فرضیه جهش قیمت مسکن تا پایان امسال، تأکید می کند: معاملات مسکن هم اکنون رونق نسبی به خود گرفته و تا پایان امسال میل به خرید مسکن بیشتر می شود. همه این پیش بینی ها و اظهار نظرهای کارشناسی درباره کل بازار مسکن است. با این حال، بازار مسکن لوکس همیشه یک قدم جلوتر از بازار آپارتمان های معمولی بوده است. به این معنی که سوددهی در لوکس ها بیشتر از سایر املاک است. بازار املاک لوکس با «رکود» بیگانه هستند. چرا که رکود در نتیجه ناتوانی قدرت خرید مسکن اتفاق می افتد در حالیکه در طبقه لوکس ها، مشتریان جزو دو دهک آخر هستند. این افراد همواره قدرت خرید بالایی

دارند و تغییرات تورمی، آنچنان نمی تواند به توان مالی آنها آسیب بزند و باعث تضعیف شان شود. به بیان ساده تر، منحنی نوسانات قیمت مسکن و همینطور نوسان میزان معاملات در بازار خانه های لوکس، روند بدون تلاطم و بدون افت و خیزهای ناگهانی را طی می کند اما این دو منحنی در کل بازار مسکن حالت سینوسی دارند و در برخی مواقع صعود تند و سپس نزول سنگین را تجربه می کنند. متقاضیان سرمایه گذاری در بازار خانه های لوکس در این مقطع ممکن است با تردید نسبت به مزیت اقتصادی حداکثری این بازار در مقایسه با سایر بازارها روبرو شوند و تصور کنند اگر مثلاً در بازار سهام یا حتی بازارهای دیگری همچون طلا و ارز سرمایه گذاری کنند، سود بیشتری عاید شان می شود. درباره این تردید ابتدا لازم است تأکید شود، آینده سرمایه گذاری در بازارها، تابعی از چندین متغیر درون بازاری و بیرون بازاری است که تغییر شرایط هر کدام از متغیرها، سود و زیان بازار را نیز تغییر می دهد. اما در حال حاضر پیش بینی کارشناسان خبره بازارها حکایت از آن دارد که بازدهی و سود سرمایه گذاری در بازارهای ارز و طلا و حتی سهام چندان قابل توجه نخواهد بود. شروین شهریاری کارشناس ارشد بازار سهام درباره

آینده بازار سهام می گوید: سطوح فعلی قیمت سهام کمتر از هدف های مطلوب خود از منظر ارزش گذاری قرار گرفته و افت حداقل ۹ درصدی شاخص موجب ارزنده شدن سهام از منظر متغیرهای تحلیلی شده است. بنابراین احتمالاً فاز نزولی در بورس تهران دارد به اواخر خود نزدیک می شود. اما بازگشت فاز رونق منوط به پارامترهایی همچون نرخ ارز، توافق هسته ای و... دارد. در بازار ارز و سکه نیز پیش بینی ها حکایت از تداوم شرایط فعلی به معنای کاهش قیمت دارد و جهش های مقطعی سال های گذشته که سود ناگهانی چند برابری به سرمایه گذاران ارایه می کرد در این دو بازار ظرف ماه های آینده قابل تصور نیست. از طرفی در بازار سپرده های بانکی نیز اخیراً زمزمه هایی مبنی بر ضرورت کاهش نرخ سود بانکی متناسب با نرخ تورم مطرح شده که در صورت این اتفاق، رتبه اول بیشترین بازدهی این بازار در نیمه اول، دیگر برای نیمه دوم سال ۹۳ تکرار نخواهد شد. در این میان، تنها بازاری که چشم انداز مثبتی به لحاظ سوددهی دارد، بازار خانه های لوکس است. نیمه دوم سال گذشته در برخی کلان شهرها همچون مشهد، متوسط قیمت مسکن ۱۳ درصد رشد کرد و قیمت لوکس ها نیز حداقل رشد ۲۰ درصدی را تجربه کرد.

در این میان، تنها بازاری که چشم انداز مثبتی به لحاظ سوددهی دارد، بازار خانه های لوکس است. قیمت خانه های لوکس حداقل رشد ۲۰ درصدی را تجربه کرد





سفری هیجان انگیز به باغ های معلق «اوبود»

تفریح باطعم استوایی

روزگاری که بخت النصر برای همسر ایرانی اش، آمیتیس، باغ های معلق بابل را می ساخت که جنگلی از درختان به ارتفاع ۲۰۰ متر بود شاید فکرش را نمی کرد که در گوشه ای دیگر از دنیا جنگل هایی طبیعی به همین شکل وجود دارد که باغ دست ساز او درمقابلش، مثل قطره ای در برابر دریاست. جایی مانند اندونزی که به خاطر نزدیکی به خط استوا، جنگل های پرباران و متراکمی دارد.

در اندونزی و در میان درختان متراکم و کوه های سربه فلک کشیده که پوشیده از درختان چند صد ساله است، روستای کوچکی قرار دارد که این سالها میزبان مدلی دیگر از باغ های معلق باستانی است. بهشتی پنهان در میان زمین هایی با شیب ۴۵ درجه و وسعتی بیش از ۳ هکتار که این بهشت را با درختان کهنسالش دربر گرفته است. در روستای کوچک "Buahan" هتلی چند طبقه و چند لایه ساخته شده است. این هتل که کاملاً با سبک معماری سنتی بالی و باستون های چوبی و سقف های کاهگلی ساخته شده، نمایشی از نوآوری های معماری در کنار سنت های منطقه ای است. «باغ های معلق اوبود» که استراحتگاهی لوکس و کاملاً مدرن است مفهوم بهشت پنهان را برایتان تداعی میکند. برای کسانی که از استراحتگاه های دیوانه وار شلوغ خسته شده اند، این استراحتگاه به معنای واقعی کلمه تنهایی همراه با مسرت در محیطی گرمسیری، زیبا و طبیعی را برایتان به ارمغان می آورد.

این هتل با همکاری بیش از ۷۰۰ صنعتگر و هنرمند محلی ساخته شده است. کسانی که برای ساخت این باغ های معلق دست به طبیعت نبرند و با همان مواد و منابعی که طبیعت در اختیارشان گذاشته بود این هتل را ساختند.

صاحبان هتل با استخدام یک آرشیکت محلی دیدگاه های خود

را کمی به واقعیت نزدیک کردند. طراحی هتل بر اساس خطوط زمین و کوه، ایده ای بود که به اندازه همان منطقه و جنگل، بکر و دست نخورده بود. ترکیبی که در آن از پوشش گیاهی کاملاً مترکمی متشکل از بامبو، موز، درختان نخسل و دیگر گیاهان استوایی استفاده شده است. همچنین پایه های هتل برای حفاظت بیشتر، سه برابر عمیق تر حفر شده تا در برابر طوفان های گرمسیری و اتفاقات غیر مترقبه تحمل و ثبات بیشتری داشته باشد. این مسئله باعث شده تا معمار بتواند یک ساختمان شناور در محیط با پلت فرم کاملاً یکسان را تا طبقات بالاتر طراحی کند.

از زیبایی های این ساختمان استفاده از سنگ رودخانه ای برش داده شده برای سنگ چین تراس های آن و همچنین استفاده از برگ درختان سرخس محلی است که به صورت کاملاً جداگانه درون هر کاشی قرار داده شده تا ترکیب طبیعی از محیط مطابق با طبیعت همجواری باشد.

تمام طراحی های داخلی از رستوران تالابی بر اساس ۸۸ اصل فنگ شویی است تا فراوانی و ثبات را تداعی و انرژی جوانی را جذب کند. از کوه آتش فشانی بالی سنگ هایی با برش های ۴۵ درجه به خدمت گرفته شده تا استخر شگفت انگیز هتل ساخته شود. چشم اندازی که با محیط اطرافش کاملاً در هماهنگی به سر می برد.

ماه عسل در بالکن عشاق

تصور کنید صبح در یک منطقه استوایی و جنگلی و در هتلی زیبا از خواب بیدار شوید. معمولاً اولین چیزی که به ذهن می رسد یک پیاده روی صبح گاهی قبل از صبحانه است تا از زیبایی محیط در طلوع خورشید استفاده کنید. میانه روز هم اگر خواستید تور دوچرخه سواری و یا کوهنوردی و بازدید از مناطق طبیعی منطقه را می توانید انتخاب کنید. سوارکاری در ساحل اقیانوس و قایقرانی هم از آن دست تفریحاتی است که می تواند جذاب و خاص باشد. اگر هم برای ماه عسل اوبود را انتخاب کرده اید، برنامه های خاصی برای شما تدارک دیده اند: بالکن مخصوص عشاق نزدیک رودخانه

و سوئیت ماه عسل با انواع غذاها و نوشیدنی ها. بخش مهم این هتل هم ارائه امکانات اسپا، آب درمانی و ماساژ است که با انواع ماساژ با روغن های مختلف آسیایی همراه بادم کرده های مختلف گیاهی از شما پذیرایی می شود. پارچه های دستباف، تخت هایی دست ساز، حمام های طبیعی و تراس هایی بادوش در هوای باز، استخر با چشم انداز نفس گیری از جاوا و جلوه سنگ های آتش فشانی که آرامش محیط را درونشان منعکس می کنند از دیگر ویژگی های این هتل است. اینجا همه چیز بازتابی از فرهنگ، سنت و طبیعت بالی است. به باغ های معلق بالی خوش آمدید.

طراحی هتل بر اساس خطوط زمین و کوه، ایده ای بکر و دست نخورده بود. ترکیبی که در آن از پوشش گیاهی کاملاً متراکمی متشکل از بامبو، موز، درختان نخل و دیگر گیاهان استوایی استفاده شده است





seguso
viro

«SEGUSO»، برندی با ۸۰۰ سال تاریخ

پدرخوانده شیشه ها

سابقه ساخت شیشه اروپا از ونیز آغاز می شود. شهری غنی از هنر و صنعت؛ مخصوصا زمانی که اروپا درگیر جنگ بود، ونیز و ایتالیا برای خود در تدارک تاریخی منحصر به فرد از دانشمندان و هنرمندان و طبقه ای مرفه و هنر دوست بود. ونیز شهری است که به خاطر بنا شدن بر روی دریای آدریاتیک و بنادر مختلف و مشهورش که مرکز تجارت های بی المللی قرون وسطی بود و به خاطر جمهوری مقتدر و خاندان های ریشه داری مانند مدیچی ها شناخته می شود.

ریشه در تاریخ

در سال ۱۳۹۷ میلادی خانواده نجیب زاده Seguso که از خانواده های قدیمی شناخته شده و مهم در صنعت شیشه سازی بود، در اوج افتخارات جمهوری با حمایت نجیب زادگان مورانو، نام خود را به عنوان خاندان Seguso ثبت کرد و شیشه سازی را نیز در این خانواده موروثی اعلام کرد و بدین سان برندی در صنعت شیشه و کریستال شکل گرفت که تا امروز همچنان نامدار و پابرجاست .

یک روح ماندگار

۲۲ نسل از صنعتگران و کارآفرینان و استادان شیشه، با طیف گسترده ای از مهارت ها که نسل اندر نسل به اشتراک گذاشته

شده، همچنان با شور و شوق بسیار برای طراحی و تولید در Seguso کار می کنند و هنر شان را به سراسر دنیا ارائه می کنند .

«جیان پائولو سچوسو»، پدر خانواده، روح خلاق این شرکت است که به عنوان یک هنرمند و فیلسوف توانسته با ارائه بهتر و طراحی های مدرن تر، این برند را به تمام دنیا صادر کند .

تعهد Seguso به هنر و صنعت دست ساز باعث شده تا بر سفره خانواده های سلطنتی، واتیکان و بسیاری از موسسات بزرگ و یاد ر خانه های اشراف و گالری های هنری نشسته باشد . همکاری با بسیاری از نام های آشنا در صنعت طراحی مانند Donghia, Swarovski, Armani, Frette, Fendi, Blumarine, Rolex برای ساخت و طراحی قطعات سفارشی برای فضاهای مسکونی و تجاری و یا مد و فشن باعث شده تا به عنوان پدر خوانده صنعت شیشه شناخته شود. صنایع دستی زیبا و منحصر به فردی که در بسیاری از خرده فروشی های معروف دنیا مانند بلومینگ دیل، مارکوس و بارنی نیز دیده می شود. با شعاری که می گوید هر محصول سفارشی است از نیاز مشتری . محصولات از قبیل لوستر، محصولات حمام، اتاق خواب و اکسسوری هایی برای هتل های معروف بعلاوه طراحی های زیبایی برای جام ها و لوازم آشپزخانه و بسیاری مجسمه و حجم که در زمره کارهای کاملا هنری و محصول دست هنرمندان Seguso است .

رفتن روی جلد بسیاری از مجلات معروف طراحی داخلی و لوازم خانه و مجلات محصولات لاکچری نشان از اهمیت و توجه جامعه صنعت و هنر است به برندهایی که هم متعهدند و هم خلاق و پیشرو.

تعهد Seguso به هنر و صنعت دست ساز باعث شده تا بر سفره خانواده های سلطنتی، واتیکان و بسیاری از موسسات بزرگ و یاد ر خانه های اشراف و گالری های هنری نشسته باشد



مؤسسه خیریه حمایت از
کودکان مبتلا به سرطان

mahak-charity.org

درمان

بیمارستان فوق تخصصی سرطان کودکان محک که از سال ۱۳۸۶ فعالیت خود را آغاز نموده است، امروز عهده دار تشخیص و درمان سرطان کودکان برای گروه بزرگی از کودکان مبتلا به سرطان است. این بیمارستان که یک مرکز فوق تخصصی سرطان کودکان در منطقه خاورمیانه است علاوه بر کودکان ایرانی، پذیرای کودکان کشورهای منطقه مانند آذربایجان، عراق، افغانستان و... می باشد که هزینه درمان کودکان عراقی و افغانی توسط کمیساریای عالی سازمان ملل درامور پناهندگان (UNHCR) تامین می شود، این بیمارستان مجهز به آخرین تکنولوژی و دانش روز دنیا جهت تشخیص و درمان بیماری سرطان و همچنین مجهز به یک بخش پیوند مغز سلول های بنیادی با ظرفیت ۱۵ تخت می باشد.

تحقیقات

فعالیت های تحقیقاتی محک هم به صورت مستقل و هم به صورت همکاری با سایر سازمان های مرتبط داخلی و بین المللی و مؤسسات و سازمان های مشابه، دانشگاه ها و مراکز تحقیقاتی در داخل و خارج ایران انجام می شود. هدف از فعالیت در حوزه تحقیقات به منظور پیشرفت تشخیص و دانش مقابله با سرطان و نیز استفاده از آخرین دستاوردها در این زمینه می باشد. با آغاز فعالیت یک بیمارستان فوق تخصصی، داده های علمی تولید می شوند که می توانند زیربنای تحقیقات علمی برای ارتقای اثربخشی درمان باشند. محک نیز با داده های علمی حاصل از فعالیت بیمارستان، پروژه های تحقیقاتی مشترکی را با مراکز تحقیقاتی معتبر داخلی و بین المللی در دست انجام دارد. انستیتو گوستاواروسی در پاریس، پژوهشگاه ابن سینا در دانشگاه شهید بهشتی و پژوهشگاه رویان عمده ترین همکاران تحقیقاتی مؤسسه محک در تحقیقات سرطان اطفال هستند.

کودکان مبتلا به سرطان به واسطه بیماری فرزندش صورت گرفت. از همان ابتدا با گردهم آمدن گروهی از خیران داوطلب فعالیت محک در بیمارستان های دولتی دانشگاهی انجام می گرفت. همزمان با فعالیت های مددکاری در بیمارستان های دولتی و دانشگاهی مقدمات ثبت محک از سال ۶۸ آغاز شد. بنیانگذاران اولیه براین باور بودند که یک مؤسسه نمی تواند تنها با اتکا به شخص و یا گروه محدودی از یساواران این راه را طی کند بنابراین در سال ۱۳۷۰ محک به ثبت رسید تا از امکانات خیرخواهانه گروه وسیع تری برای حمایت همه جانبه از کودکان مبتلا به سرطان بهره گیرد و دامنه حمایت های خود را در سطح ایران گسترش دهد. مؤسسه خیریه محک در سه حوزه خیریه، درمان و تحقیقات فعالیت می کند.

خیریه

مؤسسه خیریه محک با کمک های مردمی اداره می شود و تنها با اتکا به این نوع مشارکت ها، موفق به حمایت همه جانبه از ۲۲۰۰۰ کودک مبتلا به سرطان از سراسر ایران زمین و تأسیس تنها بیمارستان فوق تخصصی سرطان کودک در خاورمیانه شده است. این بیمارستان که در شمال شرق تهران بنا نهاده شده، حاصل فعالیت این موسسه برای گسترش ارایه خدمات حمایتی و درمانی با بالاترین سطح کیفی به کودکان مبتلا به سرطان می باشد. بخش خیریه محک در دو حوزه خدمات حمایتی و جلب کمک های مردمی فعالیت می کند. بخش خدمات حمایتی محک به توزیع خدمات حمایتی در بیمارستان های دیگر توسط مددکاران داوطلب مستقر در سایر بیمارستان ها می پردازد. بخش جلب کمک های مردمی به کسب عواید می پردازد. در بخش خیریه عواید حاصل از مشارکت های مردمی تبدیل به خدمات حمایتی و درمانی برای کودکان مبتلا به سرطان می شود.

مؤسسه خیریه حمایت از کودکان مبتلا به

سرطان «محک»

مؤسسه خیریه حمایت از کودکان مبتلا به سرطان با نام اختصاری محک از سال ۱۳۷۰ و با شماره ثبت ۶۵۶۷ در قالب یک سازمان غیر انتفاعی - غیر دولتی با انگیزه والای کمک به همنوع فعالیت همه جانبه خود را جهت حمایت از کودکان مبتلا به سرطان و خانواده های آنان آغاز کرده است. در طول دو دهه فعالیت، محک با بهره گیری از کمک های انسان دوستانه مردم نیکوکار و همراهی مدیران نیک اندیش و تلاش پیگیر نیروهای داوطلب و موظف خود به موفقیت های چشمگیری در حوزه های امور خیریه، درمان و تحقیقات دست یافته و به یکی از قطب های درمان در خاورمیانه تبدیل شده است.

محک تا کنون بیش از ۲۲۰۰۰ کودک مبتلا به سرطان راتحت حمایت همه جانبه قرار داده است. دریافت مقام مشورتی از شورای اقتصادی، اجتماعی سازمان ملل متحد (ECOSOC)، عضویت در سازمان های معتبر بین المللی مرتبط با سرطان کودکان، احداث تنها بیمارستان فوق تخصصی سرطان کودکان در خاورمیانه با زیربنای ۱۸۰۰۰ متر مربع و امکانات کامل کلینیکی و پاراکلینیکی در سال ۱۳۸۶، دریافت تندیس نقره ای کیفیت (GIC) از مؤسسه بین المللی استاندارد جی. آی. سی، اخذ استاندارد NGO Benchmarking از شرکت SGS به عنوان اولین سازمان غیردولتی در منطقه خاورمیانه، دریافت نشان طلای انجمن بین المللی مدیریت پروژه (IPMA)، انجام پروژه های تحقیقاتی - کاربردی با همکاری معتبرترین مؤسسات تحقیقات داخلی و خارجی نشان دهنده فعالیت مؤثر این مؤسسه خیریه در سطوح پیشرفته ملی و بین المللی است.

تاریخچه و نحوه تأسیس

ایسده اولیه تأسیس محک توسط سعیده قدس (بنیانگذار محک) با آگاهی از مشکلات

بهترین فرصت برای کمک به
کودکانی که تمنای زندگی دارند.

با ما تماس بگیرید: ۰۲۱-۲۳۵۴۰

گروه مهندسی باران حامی کودکان محک





بیمارستان جان هاکینز - مریلند

نگاهی به مسئله کیفیت در خدمات درمانی

خوشی در ناخوشی

سالیان سال داستان‌ها، حال پادشاه یا اشراف زاده‌ای را روایت می‌کردند که حاضر بود مُلک و ثروت خود را به پای طبیبی بریزد که درد خود یا عزیز دلیندش را مداوا کند. سالهای زیادی از آن زمان گذشته که عموم مردم به دلیل نبود امکانات، باید با درد هایشان می‌ساختند یا جان به جان آفرین می‌سپردند. این روزها به کمک پیشرفت برق آسای دانش و فناوری، مانند بسیاری دیگر از مشکلات آدمی، درمان بیماری‌ها نیز بسیار بهتر از گذشته چاره‌سازی می‌شود. بسیاری از عوامل بیماری‌زا که در قدیم باعث مرگ و میر میلیون‌ها انسان می‌شد، اکنون در کنترل دانشمندان و پزشکان قرار گرفته و در بسیاری از کشورها خدمات رفاهی و درمانی تا حدی گسترش یافته که کمتر کسی به دلیل فقر دانش یا امکانات، درمان نشود.

جهان جدید، نیاز جدید

آنچه اکنون بیشتر از گذشته مورد توجه قرار گرفته، کیفیت خدمات سلامت و درمان است. مانند هر کسب و کار دیگر، اگر از زاویه اقتصاد و مدیریت به موضوع نگاه کنیم، در درمان نیز دو سوی عرضه و تقاضا قابل تشخیص است. عرضه کنندگان این خدمات، پزشکان، کارشناسان علوم پزشکی و در سطحی بالاتر دولت‌ها هستند و متقاضیان نیز تمامی شهروندانی که برای حفظ سلامت یا درمان بیماری‌ها یا نارسایی‌ها به این گروه‌ها مراجعه می‌کنند. پس گزاره نیست اگر بگوییم نبض کیفیت در عرضه خدمات درمانی تنها در دستان ارائه دهندگان خدمات پزشکی است. چرا

که برخلاف دیگر کالاها یا خدمات، متقاضی در صورت نارضایتی از کیفیت، چندان حق انتخاب یا انصراف از دریافت خدمت راندارد. در کسب و کار درمان و سلامت، کسی به دنبال افزایش تقاضا نیست و برعکس، کاهش بیماری و نیاز به درمان، ایده آل محسوب می‌شود. نکته دیگر هم آنکه نوسان تقاضا به خدمات درمانی، وابسته به متغیرهای متفاوتیست و به جز برنامه‌های آموزشی و بهداشتی که اغلب توسط دولت‌ها اجرا می‌شود، ابزار موثر دیگری برای کاهش آن وجود ندارد. پس به عبارتی تقاضای درمان بطور طبیعی رو به افزایش است و از معدود نیازهای بشری است که شرایط موثر بر

دیگر بازارها، تاثیری بر کاهش تقاضا در آن ندارد. شاید به همین دلیل است که بحث جلب رضایت مشتری و توسعه کسب و کار، مسئله نو ظهوری در این زمینه است. البته افزایش سطح کیفیت فرایندهای درمانی موضوع جدیدی نیست اما جالب آنکه بیشتر این تلاش‌ها برای رفع چالش‌های علمی و تکنیکی بوده و در نهایت، توجه به کیفیت در حوزه سلامت و درمان، همواره بر عنصر متقاضی یعنی «بیمار» متمرکز بوده است. توجه به درمان سریع و موثر و رهایی از بند بیماری و کسالت، بزرگ‌ترین هدف تیم‌های درمانی است و در این میان، بازیگران دیگر در این عرصه، کمتر مورد توجه قرار می‌گیرند.

روشن است که کیفیت خدمات در زمینه درمان و سلامت وابسته به توجه خاص و ویژه به عناصر مرتبط با آن یعنی «بیمار»، «پزشک» و «همراه بیمار» است.

طبابت در آرامش به‌خوبی می‌دانیم یک خدمت درمانی موفق، علاوه بر دانش و تجربه پزشکان و کادر درمانی، رابطه مستقیمی با سطح کمی و کیفی ابزار، تجهیزات و عوامل سخت افزاری درمان دارد و از سویی پیاده‌سازی موثر دانش و تجربه متخصصان نیز در گرو آرامش، تمرکز و آسودگی خاطرشان است. این بدان معناست که علاوه بر خود بیمار باید به کیفیت ابزار و خدماتی که در اختیار عنصر درمانگر قرار دارد هم توجه ویژه شود. مسئله اساسی آن است که در ساخت و اداره بیشتر فضاهای درمانی، تشخیصی، مطب‌ها و بیمارستان‌ها به کیفیت خدمات ارائه شده به کادر پزشکی و افزایش کارایی و رضایت شغلی آن‌ها توجه کافی نشده است.

تابه حال برایتان این سوال پیش آمده که یک متخصص و پزشک با سال ها تلاش در کسب مدارج علمی و تجربه، آیا در محیط کار خود ابزار، زیرساخت و امکانات رفاهی متناسب با رتبه علمی و اجتماعی اش دارد؟ یا حتی در قیاس با متخصصان دیگر رشته ها، تا چه میزان از رضایت شغلی برخوردار است؟

پزشکی را در نظر بگیرید که در یک روز کاری و در محیط کار خود با چالش هایی مختلف روبروست. حتی با فرض آنکه او توانسته باشد دغدغه های روزمره زندگی شخصی خود را مدیریت کند، پس از اتلاف وقت و انرژی فراوان در ترافیک کلان شهرهای امروزی برای تردد میان فضاهای کاری و مسکونی، اکنون به مطب یا بیمارستان رسیده و تازه با انبوهی از مشکلات ریز و درشت مواجه است که امکانات و زیر ساخت لازم برای حل و فصل آن ها در اختیارش نیست.

در این اوضاع تنها بیمار نیست که از راه دور و نزدیک آمده و پس از انتظاری طولانی در پیچ و خم یک سیستم ناکارآمد درگیر است، بلکه در آن سو پزشکی قرار دارد که خستگی و فرسایش حاصل از معضلات حل نشده محیط کار، بهره وری او را تا سطح قابل توجهی دچار خدشه کرده است. نبود امکانات لازم و پاسخ به موقع و متناسب به نیازها، نبود خدماتی برای رفع خستگی و تجدید قوای کاری، نداشتن امکان مطالعه و تحقیق در حین کار، علاوه بر آشفتگی پذیرش و هدایت بیماران به متخصصان، در کنار پراکندگی تجهیزات تشخیصی

یا عدم تمرکز پلی کلینیک های مرتبط با تخصص، سردرگمی و مراجعات بی برنامه بیماران به پزشک، همه و همه عواملی است که در بهره وری و آسایش کادر درمانی و در نتیجه در کیفیت درمان، تأثیری به سزا دارند.

مطب های غیر استاندارد در هسته های مترکم و شلوغ شهرها، بیمارستان هایی با امکاناتی کمتر از میزان تقاضا، ساختمان های درمانی که بدون توجه به نیاز حال و آینده خدمت گیرندگان ساخته شده و «کج دار و مریز» مدیریت و نگهداری می شوند و یا در دسترس نبودن تجهیزات لازم، هریک سهم عمده ای در کاهش رضایتمندی بیمار و درمانگر دارند. چگونه می توان از کیفیت در بخش خدمات درمانی سخن گفت در حالیکه به اساسی ترین نیازها توجهی نشده است؟

خانواده ای رنجور

البته ماجرا به همین جا ختم نمی شود. عنصر دیگری که علاوه بر بیمار و پزشک در شرایطی اینچنین، در گیر پیچیدگی های خاص خود می شود، خانواده ای است که بیمار به آن تعلق دارد. رنج بیماری و مراقبت از یک بیمار نیازمند توجه در خانواده از یک سو و مشکلاتی که همراهان بیمار در محیط های درمانی با آن مواجهند از دیگر سو، باعث مشقت و نارضایتی های فراوان در خانواده ها می شود. متأسفانه در فضاهای مرتبط با درمان در کشور ما، همراهان بیماران کمترین سطح توجه برخوردارند. می توان گفت در اکثر

معادلات، خانواده بیمار عنصری تعیین کننده به حساب نمی آید. در گوشه و کنار بافت های مسکونی و تجاری شهر که به محل تجمع مطب ها و ساختمان های پزشکان تبدیل شده یا در حاشیه خیابان های منتهی به بیمارستان ها و در راهرو درمانگاه های کشورمان، دیدن خانواده های مستاصل که برای درمان بیمار خود مجبور به تحمل شرایطی دشوار و طاقت فرسا هستند، صحنه هایی آشنا برای همگان است. در حالی که حضور موثر و مفید بستگان و نزدیکان بیمار در طول دوره درمان یا نقاحت، به گواه بسیاری از پژوهش های علمی، تأثیر مستقیم و به سزایی در تسریع بهبودی و بازیابی بیمار و کاهش حاشیه آسیب های درمانی دارد.

به این ترتیب روشن است که کیفیت خدمات در زمینه درمان و سلامت وابسته به توجه خاص و

ویژه به عناصر مرتبط با آن یعنی «بیمار»، «پزشک» و «همراه بیمار» است.

طرحی نو در اندازیم

رویکرد کیفیت بخشی به زندگی همگام با پیشرفت های علوم مهندسی، تبدیل به مفهومی برای تولید یک سبک زندگی متفاوت در سرتاسر دنیا شده است. تأمین حداکثر رضایت و آرامش در زمینه های گوناگون زندگی و رفع دغدغه های روزمره با هدف جلب رضایت مشتریان، اصلی ترین مأموریت شرکت ها و برندهای صاحب نام شده است. شرکت های معتبر این روزها توجه خود را فراتر از استانداردها و الزامات فنی و تخصصی، به افزایش کیفیت ها معطوف داشته اند. درمان و سلامت نیز به عنوان بخشی از زندگی روزمره از

این چرخه خارج نیست.

گروه مهندسی باران مانند دیگر برندهای پیشرو در این عرصه، در سال های اخیر بخش قابل توجهی از نیروی مطالعاتی خود را صرف کنکاش و پژوهش در زمینه ارتقای کیفیت خدمات درمانی و ساخت پروژه های ممتاز در حوزه پزشکی نموده است. بر این اساس، افزایش رضایتمندی پزشک، بیمار و همراه بیمار، تنها در گرو ترکیب هوشمندانه «علوم پزشکی»، «مهندسی» و «هتلداری» است. تجربه کشور های توسعه یافته در ارائه خدمات ویژه و VIP در بیمارستان های مجهز و پیشرفته نشان می دهد که با مطالعه و طراحی اصولی بر اساس نیازها، نظارت دقیق در ساخت پروژه و ارائه خدمات بهره برداری و نگهداری در طول دوره پس از ساخت، مجموعه هایی موفق خلق شده که توانسته اند

کیفیت فرایندهای مرتبط با خدمات درمانی را به طرز چشمگیری ارتقا دهند. در این الگوهای موفق خدمات هتلی با خدمات پزشکی ترکیب شده و حلقه واسط آن هولدینگ های معتبری هستند که بر پایه مهندسی بنا شده و برای بهره برداری کارآمد از مجموعه های پزشکی برنامه ریزی کرده اند. تجربه ساخت و مدیریت برج های مسکونی با خدمات یک هتل پنج ستاره، ارائه خدمات پس از فروش و گارانتی در صنعت ساختمان، سبب شده تا در گروه باران افق هایی وسیع فرا روی طراحی و ساخت این مفهوم پیچیده و ارزش آفرین ایجاد شود. پس از این طرح مسئله و در ادامه این یادداشت هادر شماره های بعدی، با نمونه هایی موفق و معتبر از این الگو در کشورهای مختلف دنیا و جزئیات بیشتری از پروژه عظیم شهر سلامت باران آشنا خواهید شد.





نگاهی به گلف و بهترین زمین‌های آن

بازی بزرگان

وقتی ۷۰۰ سال پیش از میلاد، شورای شهر آتن تصمیم به برگزاری بازی‌های المپیک گرفت قرار بود ورزش‌های معمول مردم یونان به رقابت گذاشته شود تا مردم راز ناحیه‌ها، فرهنگ‌ها و طبقه‌های مختلف به هم نزدیک‌تر کنند. ارايه سواری و پرتاب دیسک، ورزش نجیب‌زاده‌ها بود و دو، پرتاب چکش و کشتی‌بازی‌های مردم عادی. اینکه سرگرمی اشراف و نجیب‌زادگان با بازی‌های مردم کوچه و بازار تفاوت کند مسأله جدید و عجیبی نیست. در هر دوره‌ای از تاریخ و تمدن بعضی بازی‌ها «بازی بزرگان» بوده است. گلف نیز چنین داستانی دارد. در اسناد آمده است که انگلیسی‌ها این بازی را از چوگان ایرانی اقتباس کرده و به بریتانیا بردند. این بازی از قرن ۱۶ برای اولین بار در اسکاتلند شکل رسمی به خود گرفت و بازی محبوب نخبگان شد و هر ساله بازیکنان بیشتری را از سراسر جهان به خود جلب کرد.



ساحل رنگی در کالیفرنیا

بازی گران قیمت

از بین ۲۰ زمین برتر گلف دنیا کشورهای امریکا با ۱۲، اسکاتلند با ۴ و ایرلند با ۳ زمین در صدر بهترین زمین های گلف قرار دارند. آمریکا با داشتن بیشترین زمین گلف یکی از بهترین مکان ها برای یاد گیری و بازی گلف است و تورنمنتهای زیادی نیز در این قاره انجام می شود. گلف با وجودیکه وسایل کمی برای بازی نیاز دارد، اما یکی از گران ترین بازی های دنیا است و هر کس که می خواهد گلف بازی کند در ابتدا باید عضو کلوب یا گروهی باشد که بتواند از امکانات کلوب استفاده کند. بسیاری از هتل ها با تبدیل دشت های اطراف خود به زمین گلف توانسته اند میهمانان بسیاری را با این روش جذب کنند.

بهترین ها در دره کاج ها

در شهر کلمنتون نیو جرسی کلوب گلفی قرار دارد که سالهاست در لیست بهترین زمین های گلف در صدر جدول نشسته است. کلوبی که عضویت در آن به همین سادگی ها نیست. کلوب دره کاج یا Pine Valley در سال ۱۹۱۸ تأسیس شد و از خصوصیاتش از همان ابتدا مساله عضویت در آن بود. کلوبی به شدت شخصی و مرموز که ثروتمندان ناحیه نیو جرسی آن را بنیان گذاشتند. آن ها در سال ۱۹۱۳ با خرید ۷۵ هکتار از زمین های منطقه شروع به کار کردند و بعد از آن ۱۶۸ هکتار از جنگل های بکر و مناطق زیبای منطقه را نیز به زمین گلف خود اضافه کردند. بعد از ثبت کلوب دره کاج این کلوب ورزشی با ارائه خدمات و نحوه عضو گیری اش که بسیار سخت گیرانه است توانسته به یکی از بهترین کلوب های ورزش گلف در دنیا تبدیل شود. و در لیست های مختلف به عنوان اولین و بهترین زمین گلف جهان شناخته شده است.

چمن های رنگین

دومین زمین در لیست بهترین ها در کالیفرنیا و ساحل Pebble Beach با ساحل رنگی است. این زمین گلف در ۱۹۲۹ و در کنار سواحل زیبای اقیانوس آرام و با منظره فوق العاده ای که دارد یکی از بهترین زمین های گلف دنیا است. این کلوب خصوصی توسط دکتر آلستر مکنزی معمار باشگاه آگوستا، باشگاه ملی گلف، طراحی و بنیان گذاشته شده. زمینی که بخش شنی و ساحلی آن محبوب بسیاری از گلف بازان دنیا است.

کلوبی از قرن هجدهم

قدیمی ترین زمین گلف جهان که به خانه گلف نیز معروف است جایی است که داستان ها می گویند گلف از اینجا به دنیا صادر شده. در گالان اسکاتلند که تاریخش به ۱۷۴۴ می رسد اما با گشایش آن در ۱۸۸۹ و توسط سر توماس مورس انجام شد. به نظر بیشتر گلف بازان، بازی در این زمین به توانایی ویژه ای نیاز دارد. زمینی با بیش از ۷۰۰ هکتار و چشم اندازی از کوه و جنگل که زیبایی کلاسیک این بازی را به شما یاد آوری می کند. در لیست بهترین زمین ها مقام سوم را دارد.

توفان شمالی

اسکاتلند به خاطر مهد گلف بودن و زمین های مرتفع و دشت های هموار و طبیعت زیبایش کشوری است که هم گلف بازان دوستش دارند و هم بازی در آنجا لطف دیگری دارد. هر گلف باز ارزش خودش را در باشگاه گلفی که بازی می کند می سنجد و کسی که در زمین های سخت و البته با قوانین سنتی اسکاتلند بازی کند حتما گلف باز خوبی از کار در می آید. زمین سنت اندروزیکی از بهترین این باشگاه ها و زمین هاست. این زمین های تپه های شمالی محصور با دریا که گاه توفانی است و گاه آرام، بهترین چالش برای گلف بازان است تا مهارتشان را به اثبات برسانند. در تمام لیست های بهترین زمین های گلف، سنت اندروز همیشه جزو ۵ زمین صدر جدول است.

قدیمی ترین زمین گلف جهان که به خانه گلف نیز معروف است جایی است که داستان ها می گویند گلف از اینجا به دنیا صادر شده. در گالان اسکاتلند که تاریخش به ۱۷۴۴ می رسد



سنت اندروز در اسکاتلند



دره کاج در کلمنتون نیو جرسی

مفهوم خانه‌های هوشمند و پیاده سازی آن در هتل برج‌های باران

سبک هوشمند زندگی

چند سالی است که خانه‌های هوشمند و سیستم‌های مدیریت جامع ساختمان یا همان BMS مورد توجه واقع شده‌اند. خانه‌های هوشمند با هدف ایجاد آسایش و امنیت برای کاربران به سرعت در حال توسعه‌اند. امروزه تکنیک‌های مختلفی برای اتوماسیون ساختمان‌های بزرگ بکار گرفته می‌شود که عبارتند از کنترل نور، کنترل دما، کنترل درها و پنجره‌ها و پرده‌ها و یا سیستم‌های امنیتی و مدار بسته و غیره. علاوه بر موارد یادشده، در خانه‌های هوشمند، کاربردهای دیگری نیز از قبیل آبیاری گیاهان نیز قابل تعریف است. این روش‌ها باعث می‌شوند که زندگی برای ساکنان خانه مناسب‌تر و راحت‌تر شود.

گروه مهندسی باران با هدف توسعه سبک زندگی و همگام با استانداردهای روز دنیا از سامانه‌های هوشمند در هتل برج‌های باران استفاده می‌کند. سیستمی که بسیاری از مشکلات ساکنان را برطرف کرده است.

IPTV، تلویزیون قرن ۲۱

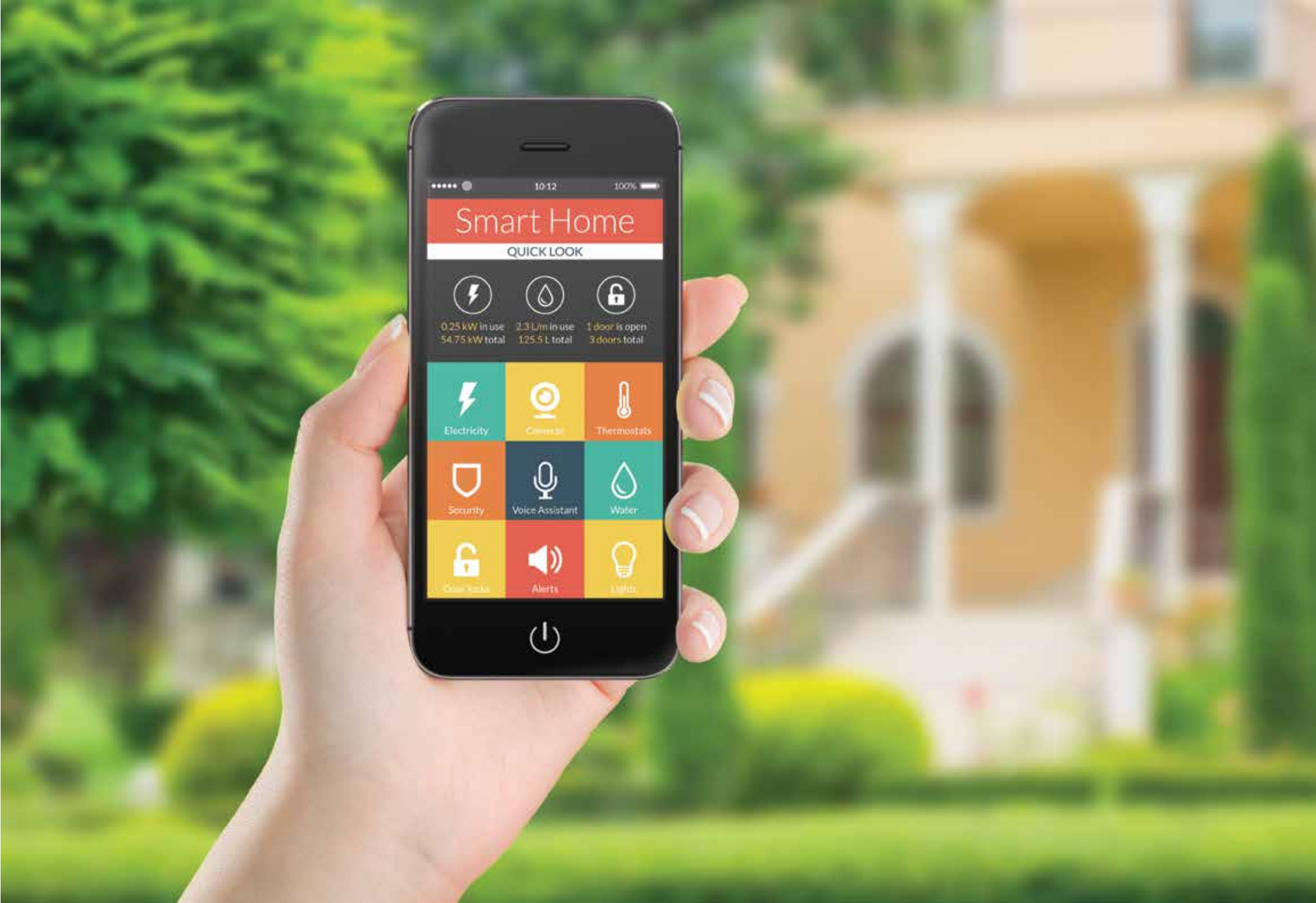
IPTV، تلویزیون قرن بیست و یک است. تلویزیونی که برنامه‌های آن از طریق پروتکل‌های اینترنتی به وسیله فیبر نوری به خانه‌ها می‌رسند.

ساکنان هتل برج‌های باران با نصب یک جعبه تنظیمات در واحد خود می‌توانند از امکانات گسترده سیستم IPTV بهره‌برند. بزرگ‌ترین امکانی که این سیستم دارد استفاده از تلویزیون، بدون محدودیت‌های رایج آن است. ساکنان می‌توانند مجموعه‌ای از فیلم‌ها، شبکه‌های تلویزیونی و برنامه‌های مختلف را در شکل و زمان دلخواه خود ببینند. از طرفی سیستم IPTV این امکان را به بیننده می‌دهد تا هر وقت خواست دکمه کنترل تلویزیون را فشار داده و ادامه آن را در ساعتی دیگر ببیند. و یا اگر برنامه‌ای را از دست داد می‌تواند هر گاه که مایل بود به تماشای آن برنامه بنشیند.

از دیگر مزایای سیستم IPTV در هتل برج‌های باران امکان رزور خدمات است. تمامی امکانات موجود در هتل برج‌های باران که قابلیت رزرو شدن را دارا هستند، از این سازوکار بهره‌می‌برند. برای مثال سفارش گذاری و رزرو سالن‌های ورزشی، سالن‌های زیبایی، رستوران و کافی شاپ، مشاور، پزشک هتل برج و غیره همگی از طریق سیستم IPTV و به سادگی قابل انجام هستند. همچنین ساکنان هتل برج‌های باران می‌توانند اگر دچار مشکلی در خانه شدند و یا قسمتی از خانه احتیاج به تعمیر داشت، از این طریق به رفع مشکل خود بپردازند. از دیگر خدمات سیستم IPTV امکان دیدن تعدادی از دوربین‌های امنیتی هتل برج با هماهنگی مدیریت است. برای مثال دوربین‌هایی که در محوطه پارک خودرو در پارکینگ قرار دارند و یا هر دوربین دیگری را میتوان به صورت آنلاین تماشا کرد. این موضوع بستر مناسبی را برای امنیت و احساس آرامش و آسایش خانواده‌ها در هتل برج باران فراهم می‌کند. از دیگر امکانات این سیستم می‌توان به امکان استفاده از آرشیو فیلم‌های هتل برج، مشاهده آخرین اخبار و اطلاعات مربوط به هتل برج، امکان مشاهده صورت حساب‌ها، مشاهده ترافیک راه‌های شهری و غیره اشاره کرد.

همه چیز در گوشی هوشمند شما

شما می‌توانید با استفاده از دستگاهای دیجیتال شخصی مانند موبایل‌های هوشمند و یا تبلت کلیه تجهیزات الکترونیکی آپارتمان خود را در باران ۲ کنترل کنید. روشیایی واحدها، پرده‌ها، سیستم‌های گرمایشی و سرمایشی از جمله مواردی هستند که می‌توان از این طریق آن‌ها را کنترل نمود. علاوه بر این سناریوهایی به صورت پیش فرض برای این موضوع طراحی شده که شما می‌توانید با استفاده



می‌شود تا از ورود دود به این مسیر جلوگیری کرده و عملیات خروج ساکنان بدون مشکل انجام شود.

آبیاری جنگل عمودی

در برج باران ۳، علاوه بر استفاده از این سیستم‌های هوشمند، با توجه به ورود طبیعت سبز به عرصه مسکونی، چیدمان گیاهان در نمای بیرونی ساختمان و در فضاهایی که خارج از دسترس ساکنان است، پیش بینی شده است. از این رورسیدگی مداوم به این گیاهان اعم از آبیاری آنهم به بلندای یک برج نیازمند طراحی سیستمی هوشمند است که در این پروژه پیش بینی شده و گیاهان در زمان‌های معینی توسط سیستمی هوشمند آبیاری شده و در صورت نیاز کود دریافت می‌کنند. سیستمی کم نظیر که برای نخستین بار در کشورمان و در ساختمانی با این وسعت به کار گرفته می‌شود.

بصورت دقیق اعلام گزارش و آدرس دهی نماید. سیستم آتش نشانی این هتل برج منطق بر استاندارد NFPA طراحی و اجراشده و تمامی فضاهای در معرض خطر ساختمان تحت پوشش شبکه خود کار بارنده (اسپرینکلر) است. این سیستم همچنین می‌تواند 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. همچنین در باران ۲ سیستم تأمین فشار مثبت هوا برای پله فرار به عنوان یک سازوکار مکمل سیستم آتش نشانی تعبیه شده است که در زمان وقوع حریق در ساختمان‌های مرتفع عمل می‌کند. نحوه کارکرد آن به گونه‌ای است که در زمان حریق احتمالی، فن‌های فشار مثبت با فرمان گرفتن از سیستم اعلان حریق شروع به کار کرده و هوای بیرون از طریق سیستم کانال کشی به سرویس پله که به عنوان مسیر فرار مورد استفاده قرار می‌گیرد، تزریق

ارتباط هستند. که این امکان در واحدهای پنت هاوس که دو در ورودی به داخل آپارتمان دارند، کاربرد بیشتری هم خواهد داشت. یعنی یک آیفون با تمام این ورودی‌ها در ارتباط بوده و به صورت هوشمند تشخیص می‌دهد که مهمان از پشت کدام در زنگ را به صدا درآورده و با فشردن دکمه همان در را باز می‌کند. علاوه بر این از طریق این آیفون‌ها می‌توان به برخی از دوربین‌های امنیتی مجتمع از قبیل پارکینگ آشپزخانه و محل بازی کودکان دسترسی داشت تا از این طریق مالکان احساس آرامش و امنیت بیشتری داشته باشند.

وقتی آتش بی خطر می‌شود

سیستم اعلام حریق هوشمند و بسیار حساسی که در باران ۲ پیش بینی شده با جانمایی بسیار دقیق این امکان را می‌دهد تا در صورت بروز حادثه‌ای از این دست مراحل حریق را

هیچ دری بسته نمی‌ماند

در هر ساختمانی آیفون تنها با در ورودی اصلی در ارتباط است و کنترل ورود آن را بر عهده دارد. اما در باران ۲ شما با داستان متفاوتی روبرو خواهید بود. در این برج مسکونی آیفون‌ها نه تنها با ورودی اصلی مجتمع بلکه با در ورودی ساختمان در



«رگال» ۲۰۱۵، لوکس‌ترین خودروی بیوک

ضیافت سرعت و زیبایی

فرمانروایی شما بر جاده‌ها درست از لحظه‌ای آغاز می‌شود که پشت فرمان این اتومبیل بنشینید. خودرویی هوشمند که اطلاعات مسیر را در اختیارتان می‌گذارد تا با خیالی آسوده رانندگی کنید. طراحی کم‌نظیر و امکانات فراوان، آن را در زمره بهترین‌ها قرار می‌دهد. بیوک «رگال» ۲۰۱۵ همراهی مطمئن برای شماست؛ حتی در طولانی‌ترین مسیرها...



این اتومبیل با هدف آرامش و تسلط بر جاده، بعد از نسل پنجم سری اتومبیل های رگال بیوک به بازار اتومبیل های لوکس معرفی شده و طراحی امکانات آن به گونه ای است که چنانچه شما یک راننده حرفه ای هم نباشید، در این اتومبیل احساس آرامش و تسلط کامل خواهید کرد.

بیوک رگال ۲۰۱۵ یادآور هیجان انگیزترین رانندگی هایی خواهد بود که تا کنون دیده اید و این موهن طراحی بیرونی این خودرو و خطوطی است که رسیدن به حداکثر سرعت ممکن در زمانی کوتاه را برای شما ممکن می کند. با این اوصاف بیوک برای سال پیش رو، شما را به مهمانی سرعت و زیبایی دعوت می کند تا لذت سرعت را در نهایت آرامش تجربه کنید.

بیوک رگال ۲۰۱۵ یادآور هیجان انگیزترین رانندگی هایی خواهد بود که تا کنون انجام داده اید و این موهن طراحی بیرونی این خودرو و خطوطی است که رسیدن به حداکثر سرعت را ممکن می کند

زنگ ساخته شده و هریک از پنج صندلی آن نیز از همین جنس می باشد. از سایر ویژگی های استاندارد این اتومبیل لوکس، می توان به رادیو ماهواره ای، سیستم های صوتی به همراه هفت بلندگو، گرم کن صندلی های جلو، دوربین عقب، پوشش چرمی لوازم داخلی، سیستم سرگرمی بیوک «Buick IntelliLink» شامل یک صفحه نمایش لمسی رنگی ۸ اینچی و بلوتوث، نویگیشن، بلندگو سیستم صوتی، مون روف و دکمه گرمکن فرمان اشاره کرد. همچنین آپشن های اختیاری افزایش ضریب اعتماد رانندگی، شامل هشدار خروج از خط کشی های جاده، هشدار منطقه کور، هشدار برخورد به جلو، تشخیص موانع پیش از رسیدن به آن ها و هشدار ترافیک در این اتومبیل پیش بینی شده است.

۹۱۵۵۷ دستگاه فروخته شد و رکورد فروش بیوک را از سال ۱۹۵۵ شکست. از آن به بعد پنج نسل از خودروهای سری رگال تولید شده و امسال بیوک، اقدام به معرفی جدیدترین خودروی خود از این سری کرده است: "Regal GS 2015"

تسلط بر جاده ها

بیوک رگال ۲۰۱۵ یک اتومبیل مجلل با سباز متوسط است. این اتومبیل مجهز به یک توربو شارژ ۰.۲ لیتری و یک موتور چهار سیلندر با قدرت ۲۵۹ اسب بخار است. منبع انتقال قدرت رگال ۲۰۱۵ شامل یک موتور چهار سیلندر ۴.۲ لیتری و یک موتور الکتریکی کوچک با توان تولید ۱۸۲ اسب بخار می باشد. بدنه این خودرو از کروم و فولاد ضد

از وقتی «دیوید دانبار بیوک» «David Dunbar Buick»، موسس اسکاتلندی تبار شرکت خودرو سازی بیوک، نخستین محصولش که خودرویی ۲ سیلندر بود را در سال ۱۹۰۴ میلادی روانه بازار کرد، این برند خودرو سازی آمریکایی همواره در مسیر پیشرفت قرار داشته است. از «رودمس تر» و «اسکای لارک» گرفته تا «ریویرا» و «گرند نشنال»، بیوک تلاش کرده تا در زمره بهترین ها باشد و همین باعث شده تا نام قدیمی ترین برند خودرو سازی آمریکا، در میان نام های برترین صنعت قرار گیرد. ۴۱ سال پیش بیوک نخستین خودرو از سری «رگال» را به بازار عرضه کرد. در ۱۹۷۳ «سنچوری رگال» به عنوان اولین تولید از سری خودروهای لوکس بیوک، روانه بازار شد. این اتومبیل به تعداد



قرارداد

این قرارداد با استعانت از خدایتعالی و با تمجید ماده 10 قانون مدنی که عبارتست از:
ماده 10 قانون مدنی:
قراردادهای خصوصی نسبت به کسانی که آن را منعقد نموده اند، در صورتی که مخالف
مبادی قانون نباشد نافذ است.
بنابه توافق و تفاهم کامل بین طرفین به شرح ذیل منعقد گردیده و طرفین، متعهد و ملتزم
به اجرای فاسی مفاد آن گردیده و می نمایند.
طرف اول قرارداد: گروه مهندسی بلوق از یک سو و طرف دوم قرارداد: خاتم امارت / شرکت
که در این قرارداد طرف دوم تألیف می شود از سوی دیگر.
نسخه یک: در چهارچوب اجرای این قرارداد برای مکاتبات و ابلاغ های طرفین یا سایر
اشخاص که به صورت مستقیم یا غیرمستقیم با طرفین قرارداد مرتبط هستند، صرفاً نشانی های
فوق الذکر معتبر است. فاسی ابلاغات و مکاتبات نیز از طریق پست سفارشی خواهد بود.
نسخه دوم: در صورت تغییر نشانی هر یک از طرفین در طول مدت اجرای قرارداد، طرف
مزبور موظف است حداکثر تا 15 روز بعد از تغییر مراتب را کتباً از طریق پست سفارشی
به اطلاع طرف مقابل برساند. در غیر این صورت اوراق ارسالی به نشانی فوق الذکر ابلاغ
شده محسوب می شود.

نسخه یک

BARAN GROUP
HOLDING CORPORATION



آسایش شماست!
هنگام کار ما،





iOS
application



Android
application

شنیده می شوید همواره در دسترس شما هستیم

we are here to hear you



اطلاع رسانی و پاسخگویی شبانه روزی به مشتریان گروه مهندسی باران
تلفن: ۰۵۱-۳۸۱۸۱
سامانه پیامک: ۱۰۰۰۰۸۱۸۱
www.baran.ir
instagram.com/barangroup
fb.com/baranlifestyle

