خانه

ماهنامه اجتماعی،اقتصادی؛ شماره پیاپی: ۵۶؛ قیمت: ۱۵/۰۰۰ تومان



خوب زندگی کنید

Baran Residential Tower No.2
View of Lobby

BARAN GROUP

Summer 2015 . تابستان ۱۳۹۴

ویژه نامه اختصاصی گروه مهندسی باران



BARAN GROUP



شایسته ستایش اند
دستانی که زندگی می بخشند

یکم شهریور، روز پزشک
زادروز حکیم و پزشک ایرانی ابوعلی سینا

BARAN GROUP

WWW.KHANEH-NO.COM

بسم الله الرحمن الرحیم

زندگی در سایه امید

تابستان امسال با خبرهایی خوب برای مردم ایران آغاز شد. در ده سال پیش از این، هرروز مؤلفه‌های اقتصادی افول می کردند و رشد تورم بالاترین نرخ خود را تجربه کرد. بسیاری از واحدهای تولیدی فعال کشور به سبب بالا بودن هزینه‌های تولید و آینده مبهم صنعت، غیرفعال یا نیمه فعال شده بودند و از این بابت تولید کشور بشدت افت کرده بود. به دنبال آن شاهد معضل‌های دیگری نظیر کاهش نرخ رشد اقتصادی، افزایش نرخ بیکاری و سخت شدن معیشت مردم بودیم که تمام آنها جز ناامیدی از آینده، رهاورد دیگری در بر نداشتند.

در این وضعیت و با سرلوحه قرار دادن خواست ملت ایران، دولت قدم به ما را تن نفس گیر مذاکره با قدرت‌های جهانی گذاشت. عرصه‌ای که علیرغم تمام فراز و نشیب‌ها، سرانجامی خوش داشت و منجر به توافق شد. توافقی که افزون بر با اهمیت بودن در تاریخ سیاسی جهان، برای مردم ایران هم، روزنه‌ای به آینده‌ای بهتر گشود. آینده‌ای که تحریم‌ها در آن لغو شده و فشار اقتصادی ناشی از تحریم به مرور کاسته خواهد شد.

بی‌شک هنوز در ابتدای راهی هستیم که سرانجامش سربلندی مردم است و طی کردن این مسیر مقدور نیست، مگر به همت والا و زندگی در ســـایه امید به آینده. ملتی که حتی در سایه سنگین تحریم‌ها، به‌سختی اما امیدوارانه چرخ زندگی خویش را گردانده‌اند، حالا شایسته برخورداری از شرایط اقتصادی بهتری هستند. رفع تحریم‌ها بی‌تردید فضای بهتری برای احیا و گسترش کسب و کارهای از رونق افتاده ایجاد خواهد کرد و مجالی خواهد بود برای راه‌اندازی مشاغل جدید و این، نویدبخش روزهای شیرین تری خواهد بود. روزهایی شاد برای ملتی که از پس سختی سالهای جنگ و تحریم، لختی آسایش می خواهد و آسودگی، تا به زندگی لبخند بزند.

تضمینی برای تمایز	۱۵-۱۲
دنیای پرنسس های کوچک	۲۱-۱۸
ارتباط به سبک باران	۲۳-۲۲
سال سرعت	۲۵-۲۴
هوای تازه زندگی	۲۹-۲۶
پابوش های قهرمان	۳۳-۳۰
به آسمان نزدیکتر باش	۳۷-۳۴
راهی به رنگین کمان	۳۹-۳۸
فانوس های دریایی	۴۳-۴۰
سفر به شهر گمشده	۴۷-۴۴
این خانه چند	۵۳-۵۰
کیمیای خاک	۵۷-۵۴
زیبایی، یک برند جهانی	۵۹-۵۸
از سرزمین های شمالی	۶۳-۶۰
تمیز برانید	۶۵-۶۴
جادوگر سرخ پوش	۶۹-۶۶
روزگار خوش همسایگی	۷۳-۷۰
مهمانی نور و سنگ	۷۵-۷۴
سایه امن آرامش	۷۹-۷۶
آخرین ساموایی	۸۵-۸۲
طعم خوش اقیانوس	۸۷-۸۶
آنچه باید بدانیم	۸۹-۸۸
جنجال زیر پوست شهر	۹۱-۹۰
ایده‌ای برای آیده آل شدن	۹۵-۹۲









تضمینی برای تمایز

وقتی بسیاری از کارهای معمولی و وقت گیر که انرژی و زمان زیادی از زندگی شما را به خود اختصاص داده اند توسط یک گروه حرفه ای و قابل اعتماد انجام شود، گویی راحتی و آسایش شما گارانتی شده است













ماهنامه خانه نو
ماهنامه اجتماعی، اقتصادی
شماره پیاپی: ۵۸
قیمت: ۱۵/۰۰۰ تومان
صاحب امتیاز و مدیر مسئول: محمدامین خسروی
سردبیر: حمیدرضا ابک

ویژه نامه اختصاصی گروه مهندسی باران
تابستان ۹۴
تحریریه: روابط عمومی گروه مهندسی باران
گرافیک و صفحه آرایی: کارگاه طراحی باران
چاپ: گروه آیین چاپ
عکس جلد: میلاد فراهانی
عکس پروژه های باران: داوود بهگام، ناهید صدیقی

همکاران:
رضانوربانی، احسان خزاعی، الهام شمسایی، ناهید صدیقی، سمانه فخلعی، شهره شکوهمند، سونیا چالاک وجیهه بزرگوار

سازمان آگهی ویژه نامه باران:
۳۸۱۸۱ - ۰۵۱ 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 متون 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 می توانید 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 می توانید این نرم افزار را برای اندروید از بازار یا Google Play، برای محصولات اپل از iTunes و برای ویندوزفون ها از Windows store دریافت کنید.

از مخاطبان گرامی دعوت می کنیم در صورت علاقمندی به پیگیری دیدگاه‌ها و پروژه‌های گروه مهندســـی باران و در یافت رایگان ویژه‌نامه‌ها و انتشارات این گروه، مشخصات خود یا افراد دیگر را به یکی از روش‌های زیر ارسال کنند:
۱- مراجعه به ســـایت www.baran.ir و تکمیل اطلاعات در بخـــش «مرا مطلع نگهدار».
۲- تماس در ساعات اداری با سازمان فروش گروه مهندسی باران با شماره ۳۸۱۸۱-۰۵۱ جهت اطلاع از نحوه اشتراک ماهنامه خانه نو می توانید با تلفن ۸۸۰۵۹۰۰۲ تماس بگیرید.



روبات های هتلدار

ژاپن قراراست اولین هتل خود کاررباتیک جهان راافتتاح کند. در این هتل برای رزور اتاق از ربات ها و برای دربان از یک دایناسور استفاده خواهد شد. همچنین تمامی خدمات در هتل «هن نا» یا هتل عجیب، با حضور ربات ها انجام می شـود. تکنولوژی استفاده از ربات و تاکید بر خدمات خود کار رباتیک بخشی از یک مفهوم بزرگ تر برای کاهش هزینه نیروی کار و صرفه جویی در انرژی و کاهش ضایعات است. انرژی خورشیدی منبع اصلی این هتل ۱۴۴ اتاقه است. هزینه هر اتاق از ۹ هزارین معادل ۷۳ دلار شروع می شود. اولین شعبه در ناکازاکی افتتاح خواهد شد و قرار است در سراسر ژاپن گسترش یابد.



مارشالی برای موزیک

بـرای اولین بـار «مارشـال» از گوشـی های هوشـمند خود برای دوسـتداران موسـیقی پرده‌برداری کرد. این گوشی که ازسیستم‌عامل اندروید برای یکپارچه سازی گجت ها استفاده می کند، مجهز به جک اسـتریوی قوی و تبدیـل کننده حجم صدا است. دوستداران موسـیقی می توانند از اپلیکیشن های اختصاصی تبدیل، ضبط و پخش قدرتمند این گوشـی لذت ببرند. مارشال مختص کسـانی است که می خواهند علاوه بر گوش کردن به موسیقی به ساخت آن نیز بپردازند.



«تسلا»، این بار با موتورسیکلت

«تسلا موتورز» مدل موتورلیتیومی خود را رونمایی کرد. بعد از تولید اولین اتومبیل که با باتری لیتیومی کار می کرد، حالا تسلا موتورمدل خیره‌کننده ابتکاری موتورسیکلتی را رونمایی کرد که مطمئن است آینده را قبضه خواهد کرد. «Model M» تسلا با الهام از تاریخ این برند نامگذاری شده و با موتورالکترونیکی و ۲۰۱ اسب بخار و باتری قابل شارژ ماند گار طراحی شده است. قاب آلومینیومی دور موتور را اگرچه کمی افراطی است اما محفظه‌ای برای کلاه و موتورالکترونیکی و البته گاز برای مواقع اضطراری است. این موتورسـیکلت که تمامی بدنه و قاب های آن از فیبر کربن ساخته شده، ایده آل سفرهای درون شهری است.



وقتی پورشه سرآشپز می شود

«پورشه» اولین رستوران خود را در آتلانتا افتتاح کرد. «رستوران ۳۵۶» در جورجیـای آتلانتا واقع شـده و فضایی کاملاً معاصر و مدرن دارد. غذاهـای محلی و غذاهای جدیـد بین المللی انتخاب گسترده‌ای را در این رستوران ایجاد کرده است. پورشه با استفاده از سرآشپزهای باتجربه و قابلی مانند «کایل فورسون» و با داشتن تجربه‌ای پربار از گذشته، تصمیم به افتتاح رستوران‌های زنجیره‌ای گرفته اسـت. بودجه‌ای نزدیک به ۱۰۰ میلیون دلار برای این پروژه که قرار است جهانی شود در نظر گرفته شده است.

الهه بولگاری

«بولگاری» عطر جدیـد و قوی خود را با نـام "Goldea" به بازار عرضه کرد. ساخت این عطر با الهام از نور و طلا و با نامی به معنای «الهه طلا» در اکتبر امسـال آغاز خواهد شد. گلدآی بولگاری در واقع نقطه شروع مجموعه‌ای است که توسط «آلبرتو موریلا» از ۱۰ سال پیش آغاز شد. این عطر با ترکیبی شرقی از گل های شیرین، مشک، کریستال، شـکوفه نارنج و در رنگی کهربایی تولید شده اسـت. تم دوم این عطر بعد از ماند گاری با رایحه‌ای از نعنای هندی و یاسمن مشام را نوازش می دهد.

یادبود سنگاپوری مون بلان

«مون بلان» از مجموعه یادبود خود رونمایی کرد. برند ساعت و نوشت افزار سوئیسی، با سـال ها تجربه و مهارت در تبدیل نوشت افزارهای سنتی و کلاسـیک به آثار هنری و ارزشمند، نسخه نهایی یادبود تاریخ سنگاپور را رونمایی کرد. این قطعه بی نظیر به مناسبت پنجاهمین سالگرد استقلال سنگاپور و در ۵۰۰ قطعه، اوت امسال عرضه خواهد شد. نوک طلایی با سر شیر و استفاده از طلای سـرخ و بدنه نقره در لاک سفید، این قطعه را ارزشمندتر کرده است.

رولکس جیمز باند

«رولکس» ضد آب برای اولین بار در سال ۱۹۵۴ به دنیا معرفی شد. سـاعتی محبوب و منحصربه‌فرد با ترکیبی از ظرافت و سبک ورزشـی. این بار نیز رولکس از سـاعت محافظ ابدی خود رونمایی کرد. دارای فن‌آوری بالا که تا ۳۰۰ متری عمق اقیانوس ها مقاومت دارد. این سـاعت زیر دریایی اولین بار توسط جیمز باند استفاده شد. استفاده از طلای ۱۸ عیار و قاب سرامیک باعث شده تا بسته به سفارش شما قیمت این ساعت از ۸ هزار تا ۳۰ هزار دلار متغیر باشد.



راحتی همپای گوچی

اسـلیپرهای خزدار «گوچی» از مجموعه پاییز و زمستان امسال کیف و کفش میـان فصل این برند به بازار عرضه خواهد شـد. طراحی ایـن مجموعه از اکسسـوری های پاییز را «الساندرو میچله» به عهده داشته است و گوچی اعلام کرد در ماه فوریه، آن را در اختیار فروشگاه‌هایش قرار می دهد. منتقدان معتقدند این سبک در هفته مد میلان خواهد درخشید.



جادوی شنل

«شنل» مجموعه‌ای از جواهرات کلاس الماس خود را با نام «Les Talismans de Chanel» به نمایش گذاشت. این مجموعه جواهرات با الگوهای چهار گوشـه و عجیب خود، حس مبهم و غیر قابل لمسی را تداعی می کند. سحر، جادو و هاله‌ای از ابهام باعث این نامگذاری شده است. مجموعه جدید شنل با پشتوانه گرانبهایی از لاک چند رنگ، مینا و قطعاتی از یاقوت، زمرد و مروارید سـیاه غلیظ، انرژی پنهان طبیعت و سنگ را به خوبی به نمایش گذاشته است.



کیف های متفاوت بانو لیبر

هزینه کردن برای یک کیف دستی شیک زنانه بین ۲ تا ۳ هزار دلار معامله بزرگی برای یک خانم واقعی است. اما «جودیت لیبر» با ساز و برگ جدید و کامل آمده تا نگاه به کیف های دستی را تغییر دهد. خلاقیت منحصربه‌فرد در این کیف‌ها توسط طراح مجارستانی‌اش برای این مجموعه بی نظیر، سبک جدیدی از کیف های دستی را به دنیای مد عرضه کرده است. کیف های کاملاً پر زرق و برق و در شکل حیوانات، غذاها و اشیای روزمره که برای مهمانی های شب مناسب است.



قدرت زنانه تام فورد

مجموعه زنانه پاییز و زمستان ۲۰۱۵ «تام فورد» با نگاهی به مدهای دهه هفتاد به روی صحنه رفت. با چشم اندازی غیر متعارف و سرشار از اعتماد به نفس بانوی شهرنشین و نگاهی مینیمالیستی به پوشش های بانوان کالیفرنیایی اواسط دهه هفتاد. استفاده مجلل از پارچه‌های چرم و جین با برش های منحنی قوی و تاب دار، در کنار پانل هایی از خزهای پلنگی و راه راه آمریکایی ترکیب ویژه‌ای را از این لباس ها ایجاد کرده است. لباس ها با ترکیبی از دامن، بلوز، پیراهن و جلیقه طراحی شده‌اند.



تابستانه های فابرژه

مجموعه جواهرات «تابستان در پروانس» فابرژه، نور و گرمای تابستانی جنوب فرانسه را تداعی می کند. سنگ های قیمتی و گران بهای پیچیده در نواری از گل، مجموعه جدید فابرژه را چشم نوازتر کرده است. این مجموعه که با الهام از فرهنگ عامه روسیه و شادی تابستانه پروانس طراحی شده ترکیبی از گل ها و رنگ های متضاد را با خود دارد. مینا، الماس، زمرد و کهربای اصل در کنار مهره‌های فیروزه‌ای و طلایی، ادامه سبک فابرژه در تزئین تخم مرغ های معروفش است. تخم مرغ هایی که فابرژه برای کاترین ملکه روسیه در قرن ۱۸ طراحی کرده بود.



راز کیف های پرادا

پرادا از کیف های دوقلوی خود رونمایی کرد. این برند با نگاهی به مفهوم آیکونیک «راز» که در کمپین های ۲۰۱۵ خود از آن استفاده کرده بود، این بار به سراغ طراحی کیف هایی دو بخشی و ابهام آمیز رفته است. کیف هایی که با ظرافت درون یکدیگر قرار داده شده‌اند تا مفهوم بازی راز را کامل کنند. کیف اول که در طراحی آن از چرم تمساح و یا چرم شترمرغ استفاده شده، زیپ دار است تا هنگام گشوده شدن، کیف دوم نمایان شود. کیف کوچک تر هم از چرم ناپا و با رنگی متضاد طراحی شده است تا راز کیف به خوبی نمایان شود. کیف های طراحی شده با پوست تمساح این مجموعه، گران قیمت بوده و نزدیک به ۴۰ هزار دلار قیمت خواهد داشت.



هدفون خود را سفارش دهید

دوستداران موسیقی خود را آماده کنند چون قرار است بهترین صدای موسیقی را با کوچک ترین بلندگوها بشنوند. یک شرکت مستقر در کالیفرنیا خط تولید طیف وسیعی از بلندگوهای بی سیم را طراحی کرده که سطح جدیدی از کیفیت را ارائه می دهد.
هدفون جدید این شرکت با نام UE کاملاً اندازه گوش طراحی شده و شبیه گوشی هایی است که نوازندگان در گذشته از آن‌ها استفاده می کردند. UE می تواند به صورت بی سیم و یا به دلخواه شما با کابلی به طول انتخابی ارائه شود و می توانید با ۱۳۵۰ دلار آن را سفارش بدهید.



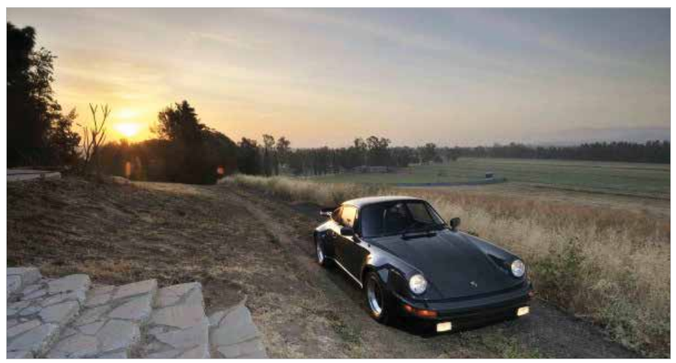
پیروزی پاییزی لویی ویتون

«لویی ویتون» عصاره‌ای از طرح های بانشان خود را، این بار در مجموعه کفش ها و صندل های پاییز ۲۰۱۵ به معرض نمایش خواهد گذاشت. مجموعه جواهرات «وی» امسال اگرچه در دنیای جواهر سروصدای زیادی به پا نکرد، اما روی صندل های زیبا و مجموعه کفش های چرم و ترکیب چرم و جیر به کار رفته است. استفاده از «V» بعلاوه حلقه‌ای طلایی در میان چرم بز که با فرمی گرافیکی تزئین شده، برای پاییز و زمستان ۲۰۱۵ لویی ویتون تبدیل به نماد یکپارچگی و قدرت شده است. V تکرار شده روی قسمت ساق این صندل، با نگاهی به مجموعه جواهرات امسال برند لویی ویتون طراحی و استفاده شده است.



سفر به آرامش

هر کس در زندگی به لحظه‌ای استراحت و دور شدن از زندگی و شلوغی معمول همیشگی اش نیاز دارد. این دلیلی است که اردوگاه «تسوالا»، کمپی در تانزانیا، بر اساس آن طراحی و ساخته شده است. در دشت های نیآسایی و پارک ملی تارانگرین بالاترین استاندارد های زیست محیطی رعایت شده تا تجربه اکتشافی در آفریقای وحشی و درون خود داشته باشید. با بیش از ۵۵۰ گونه حیوان، پرنده و جاذبه‌های هیجان انگیز سرگرمی شما تدارک دیده شده است. با هکتارها سرزمین پهناور و آسمان درخشان و پاک از ساعت های استراحت خود لذت خواهید برد. سفر به آفریقا را از دست ندهید.



چه کسی ماشین مک کوئین را می خرد؟

اوت امسال در بزرگ ترین حراج ماشین های شخصی در دنیا، مجموعه ماشین های «استیو مک کوین» به حراج گذاشته می شود. حراجی مکام در مونتری با اعلام این خبر گفت: این مجموعه خودروهای منحصربه‌فردی دارد که جزو دارایی های شخصی استیو مک کوین بازیگر سرشناس هالیوودی بوده است. «پورشه ۹۳۰ توربو کاررا» محصول ۱۹۷۶ یکی از قدیمی ترین های این مجموعه است. چادمک کوین که مجموعه پدرش را به معرض دید گذاشته معتقد است برخی از این اتومبیل ها خود شان تاریخ و شخصیتی دارند که منحصربه‌فرد شان کرده است. مانند این پورشه که با آویز داشبوردش در فیلم جاده مالهالند از آن استفاده شد. برای پورشه مک کوین رقمی در حدود ۱.۵ میلیون دلار قیمت گذاری شده است.



محافظت از پوست با خاویار

برند زیبایی سوئیس « La Prairie » با همکاری برند باراکات کرم جدید خاویار را در نسخه‌های محدود طراحی و ارائه کرد. کرم لوکس خاویار ارائه شده در کریستال های باراکات بخشی از مجموعه پاییز و زمستان ۲۰۱۵ این برند است. این کرم برای چین و چروک و شیارهای پوست دارویی معجزه‌آسا توصیف شده و با داشتن پروتئین منحصربه‌فرد خاویار، آلاستیسته پوست را بهبود می بخشد و صافی و نرمی پوست و درخشندگی اش را دو برابر می کند. این کرم تنها در ۱۵۰۰ شیشه ۷۵ میلی لیتری که از کبالت آبی تهیه شده با قیمت ۲۰۰۰ دلار در دسترس خواهد بود.



کیف گالیور

کیف «گالیور» به بازار آمد. ایده‌ای بسیار جذاب و گیرا که توسط برند فرانسوی اجرا شده است. وقتی صحبت از کیف‌های مردانه می‌آید، طراحان معمولاً رویکرد مشخصی ندارند. به همین دلیل این بار برند برلوتی با استفاده از کوچک کردن همه ساختار کیف و با چرم خالص کیف دستی منحصربه‌فرد خود را عرضه کرد. کیف گالیور در چهار رنگ و در مدل دستی و سرشانه اجازه می‌دهد تا اندازه‌اش را خودتان تعیین کنید.



زمستان رنگی پرادا

کمپین هیجان‌انگیز فصل جدید «پراداِ» کلید خورد. این کمپین عکاسی نگاهی به لباس، کفش و اکسسوری های زنانه پرادا برای فصل پاییز و زمستان دارد و شکلی مدرن از مفهوم رنگ و استعاره رنگی است. «استیون میسل» عکاس این مجموعه با آرایش و طرح‌های غیرمعمول، شرح‌های گسترده‌ای برای عکس هایش در نظر گرفته است.
قدرت رنگ و سبک میزانسن میسل در این کمپین، مناسب زبان‌های خاموش و دست و بدن‌های بازیگوش است.



عطر صورتی ریحانا

«ریحانا» خواننده معروف سبک پاپ در حساب تونیتر خود اعلام کرد که خط تولید عطر جدیدی با نام «RiRi» راه‌اندازی کرده است. این عطر که به‌زودی قرار است به بازار عرضه شود با تبلیغی کاملاً صورتی از خود وی همراه شده است. عطر قبلی ریحانا با نام عشق سرکش یا روگ لا و در زمان تعطیلات، در فروشگاه‌ها عرضه شد و با استقبال طرفداران ریحانا جزو عطرهای پرفروش لقب گرفت.



مشتری مداری به شیوه فراری

«فراری» در تماس با ۲۶۰۰ خریدار خود اعتراف کرد که کیسه‌های هوای نصب شده بر روی خودروهایش ممکن است مشکل فنی داشته باشد. مسئله نقض فنی این خودروها از آنجا مطرح شد که فراری، به بیش از ۲۶۰۰ مشتری خود فراخوان داد تا برای برطرف کردن مشکلی که در مونتاژ روی داده به شرکت های تابعه مراجعه کنند. در گذشته نیز این مسئله باعث دردسرهایی برای فراری و حتی دیگر برندهای خودروساز شده بود. فقط در آمریکا بیش از ۸۰۰ اتومبیل فراری اعلام بازگشت به کارخانه کردند.



پنجره ای رو به مد

گروه فروشگاه‌های «Printemps» صد و پنجاهمین سالگرد تأسیس خود را جشن گرفت. برای ادای احترام به ۱۵۰ سال فعالیت در حوزه مد، لباس و زیبایی و سبک زندگی، پرینتمز از ۱۶ ژوئیه تا ۲۲ اوت ویترینش را برای کشف جهان مد، غرق در نمایش و چیدمان خواهد کرد. پرینتمز از چهار هتل بزرگ افسانه‌ای پاریس هم برای این کار دعوت کرده تا نمایشی از جهان مد طی این ۱۵۰ سال داشته باشد. هتل بریستول، پلازا، رویال و رافلز پاریس نمایش جسورانه و چیدمان‌های طراحان معتبری چون کاوالی، آلبرتا کی، بربری، الی ساب، همراه با برندهای معتبر دنیای مد خواهند داشت. عکاس مشهور بریتانیایی استیو هیث قرار است از این رویداد نمایشگاهی را برپا کند.



کلاسیک های جیسون وو

برند لاکچری « جیسون وو» برای کمپین پاییز و زمستان ۲۰۱۵ خود از مدل مشهور لهستانی «Malgosia Bela» استفاده کرده است. این کمپین روح جدیدی از پیچ‌وتاب های کلاسیک را در خود دارد. در این کمپین که در هتل منهتن عکاسی شده، آخرین مجموعه از محصولات کیف و کفش و اکسسوری به طراحی «جیسون وو» رونمایی شده است. پالتی از رنگ های خنثی و قهوه‌ای، پس زمینه کلاسیک این مجموعه را دوچندان کرده است.



محافظان قطب شمال

بانو «ویوین وست وود» میزبان چهره‌های معروفی مانند «جورج کلونی» شده تا از محیط زیست دفاع کند. این طرح معروف دنیای مد با دعوت از چهره هایی مانند «استلا مک کارتنی»، «جودی دنچ» و «نانومی کمپل» به لندن، از آنها برای کمپین حفظ قطب شمال تقاضای همکاری کرد. در این پروژه از ۶۰ چهره تأثیر گذار دعوت شد تا با پوشیدن تیشرت هایی با طرح «قطب شمال را حفظ کنیم» در حالت های مختلف مقابل دوربین عکاسی قرار بگیرند. این عکس ها قرار است در نمایشگاهی در لندن به دید عموم گذاشته شود.



کسب و کار خانم بازیگر

«تیلور سویفت» کمپانی خود را با نام «Heritage666» راه‌اندازی کرد. این کمپانی قرار است خط جدیدی از فروشگاه‌های زنجیره‌ای را راه‌اندازی کند که روی بازارهای چین تمرکز خواهد داشت. «JD.com» اعلام کرد که محصولات فشن و مدهای جدید لباس با کیفیت بالا و منحصربه‌فرد بازار چین قرار است با این خط به بازارهای آمریکا متصل شوند. ایالات متحده همیشه بزرگ‌ترین بازار مد و لباس چین در سال‌های اخیر بوده است. تیلور سویفت، پلت فرم جدیدی هم برای فروش آنلاین این مجموعه‌ها طراحی و اجرا کرده است.



«روزاتو» تغییر می کند

خانه طراحی «روزاتو» آخرین اثر خود را به بازار عرضه کرد. طراحی مدلی از صندلی قابل تنظیم که با شکلی هندسی نظرها را در هفته طراحی صنعتی میلان جلب کرده بود. هر قطعه از این صندلی قابلیت تغییر از چوب به فلز، چرم یا سنگ را بنا به درخواست مشتری دارد. «السا ندرو آدوسو» رئیس خانه طراحی روزاتو معتقد است اینکه بتوانید مواد مختلف را بر اساس توانایی ها و ویژگی هایشان باهم در یک طرح و یک اثر بکار ببرید، کار فوق العاده‌ای است و اجازه می دهد طرح هایی بلندپروازانه متناسب با خواست و نیاز مشتری را عملی کنید.



وقتی سبک زندگی گارانتی می شود

تضمینی برای تمایز

هر چند زندگی در ذات خود قابل پیش بینی نیست و حیات آدمی آمیخته با عناصری غیرمنتظره است، اما وقتی قرار است زندگی کنیم، باید بدانیم «چگونه» زندگی کنیم تا هر مسئله ریز و درشتی آرامش ما را برنیاشوبد؟ پدیدآورندگان مفهوم «زندگی به سبک باران» مدعی اند شیوه ای از زندگی را برای مشتریان خود فراهم آورده اند که آسایش و رفاه آن ها را ضمانت می کند.

به ضمانت باران

بخش عمده زندگی روزمره یک انسان بهنجار، به حل مسئله های مختلف زندگی اختصاص می یابد. از آموزش و کار و تفریح گرفته تا خانواده، طبیعت و همزیستی با دیگر انسان ها، هریک در طول روز مسائلی را بوجود می آورند که ناشی از نیازهای مادی و معنوی انسان است. حال اگر ساز و کارهایی بیابیم که بخشی از این نیازها را برآورده کند، بی شک فرصت و انرژی بیشتری خواهیم داشت تا به سایر مسائل مهم زندگی بپردازیم. گروه باران چیزی شبیه به همین پیشنهاد را به مخاطبانش ارائه می نماید: «دغدغه های روزمره زندگی خود را به ما بسپارید، ما تضمین می دهیم که خدماتی در بالاترین سطح ممکن به شما ارائه کنیم تا بتوانید با خیالی آسوده به سایر اولویت هایتان بپردازید. ما مناسب ترین خانه را برایتان طراحی کرده و می سازیم، آن را گارانتی می کنیم، درخانه به شما خدمات پس از فروش ارائه داده و همهٔ آنچه یک هتل پنج ستاره دارد را برایتان فراهم می آوریم.»

ادعای گزافی است که ارائه کامل ترین خدمات هم بتواند آرامشی مطلق یا رفاهی بی نقص را به ارمغان آورد اما همانگونه که بیشتر مفاهیم انسانی نسبی هستند، شاید اینجا هم بتوان فهرستی کوتاه فراهم آورد از امتیازاتی که این شیوه نسبت به یک سبک زندگی معمولی دارد و نتیجه اش رفع دغدغه و ره آوردش امنیت، آرامش و رفاه است.

تضمین ایمنی و امنیت

خانه ای با رعایت دقیق ترین استاندارد های مهندسی و اصول ایمنی ساخته می شود. زلزله، توفان، آتش سوزی و سایر بلایای طبیعی راهی به این خانه ندارد و حتی در صورت وقوع حادثه، بهترین پیش بینی ها برای مهار آن انجام شده است. سازه ای که یک سر و گردن بالاتر از همنوعان خود ساخته شده و دست کم تا سه برابر دیگر بناهای شهر عمر مفید دارد. تکنسین های کارآزموده بصورت شبانه روزی تاسیسات آن را رصد می کنند و نگهبانان حرفه ای و سیستم مانیتورینگ سراسری، چشمان همیشه بیدار این خانه هستند. در این خانه ایمنی و امنیت ساکنان تضمین شده است و نقص و عیبی وجود ندارد که راحتی و احساس امنیت ساکنان را خدشه دار کند.

امنیت اقتصادی، ضمانت سرمایه گذاری

هرچند در کشور ما ملک و مسکن به خودی خود جنبه سرمایه ای دارد، اما تحلیل ساده ای نشان می دهد سرمایه گذاران و خریداران هتل برج های مسکونی باران با فاصله ای معنادار نسبت به دیگر املاک و حتی سایر بازارها، از سرمایه گذاری خود سود برده اند. این دستاورد کمی نیست که مجموعه رفتار حرفه ای یک گروه ساختمانی در طول زمان باعث شود اعتماد مصرف کنندگان بصورت مداوم به این برند ادامه یابد. با این وصف افزایش ارزش افزوده در پروژه ها، مطلوبیت سرمایه گذاری را در بلند مدت حفظ می نماید. تعهد گروه باران به حفظ اعتبار برند و افزایش مرغوبیت محصول از پروژه ای تا پروژه دیگر، سبب شده در سالیان گذشته، اولین افرادی که در سرمایه گذاری پیشقدم شده اند، سود سرشاری عایدشان شود.

گارانتی رفاه و آسودگی

بخشی از بهترین تجربه ما از آرامش و رفاه می تواند خاطره یک اقامت لذت بخش در هتلی پنج ستاره باشد. چرا هتل برای اغلب مردم، یادآور آسایش و خوشی است؟ خیلی ساده؛ چون در هتل برای همه نیازهای میهمانان از قبل فکر و برنامه ریزی شده و پاسخی موجود است. حال اگر بطور دائم در یک هتل پنج ستاره زندگی کنید چه تاثیری در شیوهٔ زندگیتان خواهد داشت؟

وقتی بسیاری از کارهای معمولی و وقت گیر که انرژی و زمان زیادی از زندگی شما را به خود اختصاص داده اند توسط یک گروه حرفه ای و

دغدغه های روزمره زندگی خود را به ما بسپارید، ما تضمین می دهیم که خدماتی در بالاترین سطح ممکن به شما ارائه کنیم تا بتوانید با خیالی آسوده به سایر اولویت هایتان بپردازید





هتل برج سکونتی باران ۲ - واحد ۶۵۰ متری طبقه ۱۹

قابل اعتماد انجام شود، گویی راحتی و آسایش شما گارانتی شده است. با فراغت از این دغدغه های حاشیه ای، متن زند گیتان نیز تغییر خواهد کرد و فرصت بیشتری خواهید داشت تا به کار، تفریح، مطالعه، در کنار خانواده بودن یا اولویت های دیگر خود بپردازید.

ضمانت نامه اجتماعی

همیشه برای ما ایرانی ها که روابط گروهی پررنگی داریم، مهم بوده است که با چه افرادی نشست و برخاست کنیم. مراوداتی از قبیل همسایگی یا تعلق به یک گروه شغلی یا خانوادگی همواره در جامعه ایرانی، دارای قوانین نانوشته ای دارد. مهم است که با چه کسانی مجاوریم و یا خانواده ها و کودکانمان در تماس با چه محیط و افرادی رشد و تحصیل می کنند. بدون آنکه قصد داوری درباره طبقات اجتماعی را داشته باشیم، بر همه روشن است که هم تراز بودن و تعلق داشتن افراد به یک طبقه اجتماعی تا چه حد می تواند به همزیستی مسالمت آمیز بینجامد، همانگونه که اگر در محیط

خیلی از مردم که زندگی در خانه های ویلایی منفرد را به سکونت در مجتمع های آپارتمانی ترجیح می دهند چون از یک هم جواری بی تناسب آسیب دیده اند

سکونت خانواده هایی ناهمگون در کنار هم قرار گیرند بدلیل تضادهای فرهنگی و اجتماعی نخواهند توانست تجربه دلچسبی از ارتباط خود داشته باشند.

شاید خیلی از مردم که زند گی در خانه های ویلایی منفرد را به سکونت در مجتمع های آپارتمانی ترجیح می دهند بدلیل آن استکه از هم جواری های بی تناسب آسیب دیده اند یادست کم به آن خوش بین نیستند. اما در هتل برج های باران همواره تلاش شده است تا حد امکان تناسبات فرهنگی و اجتماعی مد نظر قرار گیرد و تا آنجا که ممکن است، افرادی که تشخیص داده می شود فاقد صلاحیتند یا از نظر آداب و رسوم توان هماهنگ شدن با چارچوب های زند گی در هتل برج را ندارند، از مرحله فروش و واگذاری غربال شوند تا در آینده نابهنجاری رفتاری یا اجتماعی ایشان باعث ایجاد اشکال در میان همسایگان نشود. از طرفی تدوین میثاق مشترکی با نام «منشور سکونت در برج باران» و قبول و امضای آن توسط افراد قبل از سکونت، کمک می کند تا

تدوین میثاق مشترکی با نام «منشور سکونت در برج باران»، کمک می کند تا ساکنان و مالکان، حدود تکالیف و وظایف خود نسبت به یکدیگر را بدانند

ساکنان و مالکان، حدود تکالیف و وظایف خود نسبت به یکدیگر را بدانند و زمینه یک هم جواری مسالمت آمیز و محترمانه فراهم شود.

تجربه سکونت در برج های مسکونی باران در سالیان اخیر نشان می دهد با رعایت این ظرافت ها، خوشبختانه جمعی صمیمی از افراد برجسته و خوشنام از نظر اجتماعی در مجموعه ای با نام هتل برج باران گرد هم آمده اند و با توجه به آنچه گفته شد بستری موثر فراهم آمده تا دوستی ها و همنشینی ها، زیبایی همسایگی را که از قدیم در فرهنگ ایرانیان حضوری پر رنگ داشته دوباره جلوه ای تازه ببخشد.

این ها و دهها دلیل کوچک و بزرگ دیگر سبب شده است تا شیوه ای متمایز از زند گی رقم بخورد و گروه مهندسی باران بیش از آنکه به عنوان یک فعال اقتصادی یا مجموعه ای ساختمانی مطرح باشد خود را در شاکله مبتکر سبکی نوین از زند گی معرفی کرده است. شاید گزاف نباشد اگر بگوییم این سبک زند گی یعنی خریدن یک خانه به قیمت تضمین یک عمر آسایش، رفاه و امنیت.

برندی که به قصه های کودکانه رنگ واقعیت بخشید

دنیای پرنسس های کوچک

رسیدن به یک هدف جهانی و یا شروع با قدم های کوچک و برداشتن گام هایی بلند، اغلب داستان مشترک برند های بزرگ است. کمتر برندی است که داستان شروعش به نام عزیزی و یا برای تعلق خاطری باشد. داستان مادری که بهترین‌ها را برای فرزندش می‌خواهد و پدری که برای بی عیب و نقص بودن این خواست، هر کاری می‌کند؛ حتی خلق یک برند.





نیمه های سال ۲۰۰۸ میلادی، نامی بر سر زبان ها افتاد که تا آن زمان کمتر کسی آن را شنیده بود؛ "Mischka Aoki". برندی استرالیایی که کار تخصصی اش لباس کودک بود. لباس هایی کاملاً اختصاصی و طراحی شده برای میهمانی های پر زرق و برق. طراحی های زیبا با متد روز دنیا و پارچه هایی زریفت و بسیار گران بها که قصد نهایی اش این است که کودک شما را به پرنسسی زیبا و یا شاهزاده ای باوقار تبدیل کند.

حضور قدرتمند و رشد فوق العاده «میشکاآوکی» از هفته مد شهر «پرت» در استرالیا آغاز شد و به راحتی راه خود را به دنیای مد و فروشگاه های سراسر دنیا باز کرد. نام تجاری گمنامی از استرالیا که توانسته بود چشم ها را در نمایشگاه ها و هفته های مد اروپا و آمریکا با کارهای اختصاصی اش برای کودکان خیره کند. در عرض چند سال این میشکاآوکی بود که پاسخ قاطع و کوتاهی شده بود برای این سؤال در میهمانی های بزرگ که لباس کودکتان را از کدام برند تهیه کرده اید؟

شروع یک نام

این روزها میشکا نامی معتبر است که سراز مجموعه های معتبر و فروشگاه های بزرگی در آورده است. مانند هارود زلندن یا گودمن نیویورک، شعبه در خیابان پنجم ساکس دبی، هاروی نیکولز کویت و TSUM روسیه. علاوه بر اینها، دفتر جدیدی هم در میلان تأسیس کرده است.

داستان این برند اما از آن جا شروع شد که وینی دختری زیبا از اندونزی بعد از مهاجرت به استرالیا با مرد رویاهایش ملاقات کرد. وینی در استرالیا هم به دنبال علاقه همیشگی اش به دنیای مد و سبک زندگی لوکس بود. تلاش بی وقفه از او فردی را ساخته بود که بتواند برای استعداد هایش ارزش قائل شود. طراحی های او برای مزون های استرالیایی کاملاً نشان از استعداد بی نظیر او در طراحی داشت. اما بعد از به دنیا آمدن دخترش بود که "وینی" به این فکر افتاد که به صورت اختصاصی به طراحی لباس کودک روی بیاورد. خود وینی در خاطراتش می گوید که اشتیاق برای طراحی و دوخت بهترین لباس برای فرزندش، باعث شد به این فکر کند که چرا به صورت انحصاری روی کار کودک متمرکز نباشد. پس به همراه همسرش برندی را خلق کرد که علاوه بر طراحی های خلاقانه و نو در زمینه لباس شب و لباس مجلسی کودکانه، زمینه ای را هم برای تجربه منحصر به فرد طراحی برای فرش قرمز داشته باشند. این ها همه باعث شد تا برندی شکل بگیرد که از نام دختر این زوج بر گرفته شد: میشکاآوکی.

حضور قدرتمند و رشد فوق العاده «میشکا آوکی» از هفته مد شهر «پرت» در استرالیا آغاز شد و به راحتی راه خود را به دنیای مد و فروشگاه های سراسر دنیا باز کرد

روزهای اوج

میشکاآوکی این روزها نامی لوکس و پر زرق و برق در دنیای لباس کودکانه و مجلسی برای این گروه سنی است. طراحی شده تا هر کودکی بتواند در هر مجلسی بدرخشد و حسی از شاهزادگی را تجربه کند. در مدل کاری این برند، هر لباس به طور انحصاری از ابتدا برای کودک شما طراحی شده، با مناسب ترین پارچه و با بهترین متد روز لباس فرزندتان را برش زده و با دست می دوزند. خدماتی که منحصر به شماست و بهترین تجربه زندگی شما خواهد شد.

BARAN GROUP

B4

Be closest
to sky with us

به آسمان
نزدیک تر باش

یک پنجره برای دیدن

خانه یعنی زندگی؛
و تماشای مهتاب و آفتاب از پنجره های مهربانی.

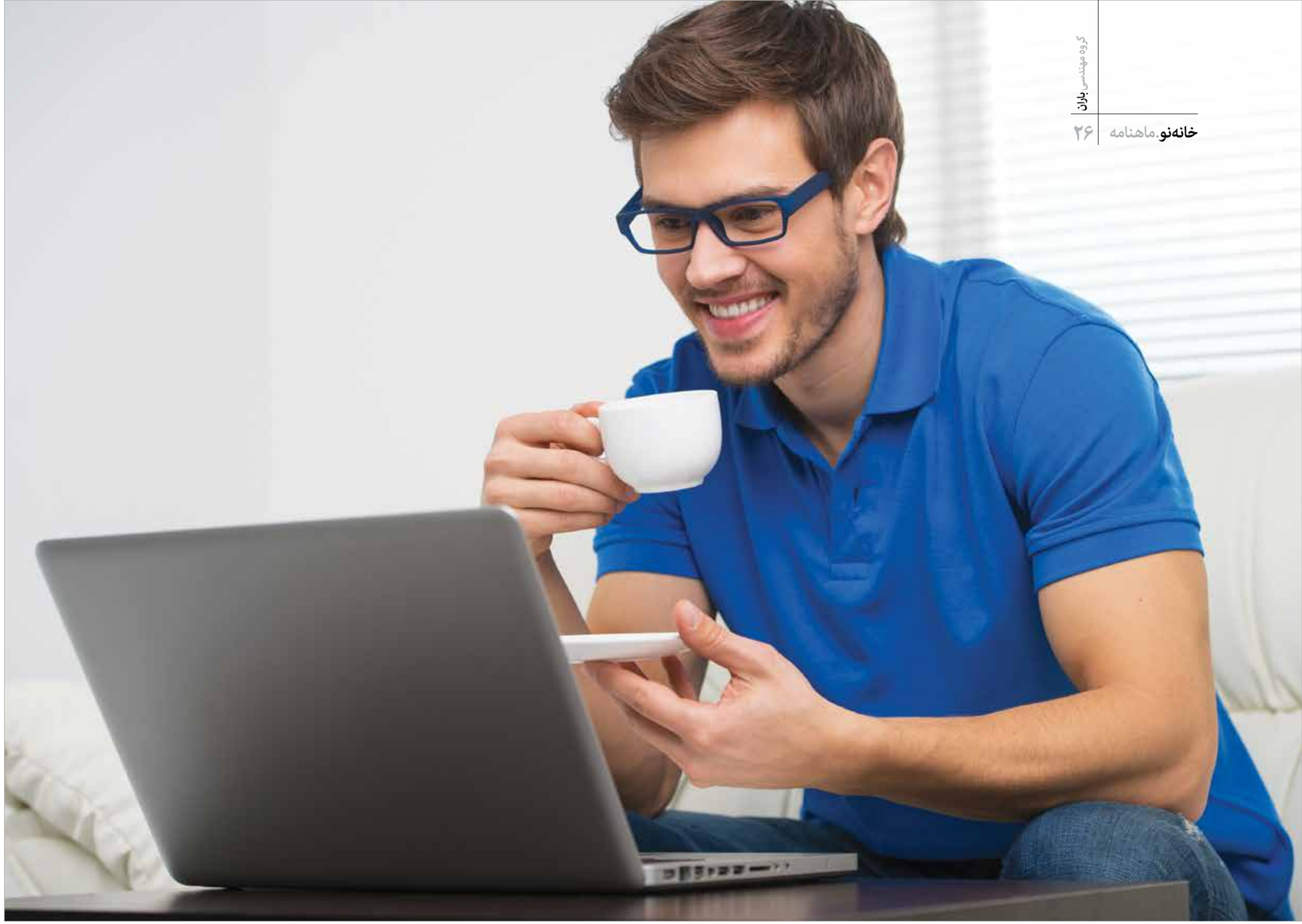
روزها و شب ها می گذرند و آنچه زندگی را معنا می بخشد،
«ما» هستیم و «جا» یی که در آن زندگی می کنیم
و «کسانی» که بودنشان، بهترین احساس را به ما می بخشد.

باران خلاصه همه خوبی هاست
و بهترین نشان از بخشایش پروردگار.

«باران» هم می خواهد جایی باشد
برای بهتر زندگی کردن.

این چهارمین فصل بارانی است،
برای آنها که همراهمان شوند.

تمایی از نشیمن خصوصی واحد ۲۳۰ متری / برج مسکونی باران ۲



وقتی زیر ساخت انحصاری به ارتباطات قدرت می بخشد

نِت به سبک باران

کلید اینتر را می‌زنی و فایل دانلود می‌شود؛ در کسری از ثانیه، در حالیکه همزمان در حال ارسال فایل حجیمی از داده‌ها توسط ایمیل هستی و به تماشای آنلاین فیلمی نیز نشسته ای. همه اینها تنها در چند ثانیه انجام می‌شود، بدون اینکه خللی در اینترنت ایجاد شده یا سرعت آن کم شود. به رؤیا بیشتر شبیه است اما رؤیایی که در گوشه ای از این شهر، به واقعیت تبدیل شده است.

همیشه درباره سرعت ارائه اینترنت در ایران بحث وجود داشته و کاربران ایرانی همیشه نسبت به پایین بودن آن اعتراض داشته‌اند. خبر گزاری ها به تازگی اعلام کردند که ایران در بین ۲۰۰ کشور، جایگاه ۱۴۷ را از نظر سرعت دانلود اینترنت پهن باند و و جایگاه ۹۸ از میان ۱۱۴ کشور جهان از نظر سرعت دانلود اینترنت موبایل در اختیار دارد. آماری که از سوی سایت «نت اینند کس»، معروف ترین مرجع ارائه آمار از سرعت و قیمت اینترنت در جهان، منتشر شده و توسط وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات اعلام شده است. طبق این آمار سرعت دانلود پهن باند به‌طور متوسط در جهان، ۲۳ مگابیت بر ثانیه است و این در حالی است که نت اینند کس سرعت متوسط دانلود کاربران خانگی اینترنت در ایران را ۵،۶ مگابیت بر ثانیه اعلام کرده است که این آمار، براساس اطلاعات دریافتی از یک میلیون و ۵۲۹ هزار و ۴۵۷ آی پی به دست آمده که از ۲۳ مارس ۲۰۱۵ تا ۲۱ آوریل ۲۰۱۵ با استفاده از سایت «او کلا اسپید تست» سرعت اینترنت خود را چک کرده‌اند. نگاه ساده ای به این آمار، اختلاف فاحشی را بین ایران و سایر کشورها در کیفیت ارائه اینترنت پر سرعت نشان می دهد.

زیر ساخت اختصاصی و خدمات بینظیر

گروه مهندسی باران، با رویکرد همیشگی خود در ارائه با کیفیت تمام خدمات و تولیداتی که در حوزه های کاری خویش دارد، در زمینه فراهم آوردن زیر ساخت های مناسب برای ارائه اینترنت با کیفیتی در حد برترین کشورهای جهان در این زمینه، اقدامی بینظیر در سطح کشور را رقم زده است. این گروه با پیگیری و رایزنی با شرکت مخابرات خراسان رضوی، فیبر نوری اختصاصی را برای هتل برج مسکونی باران ۲ در نظر گرفت تا گامی مهم در فراهم آوردن زیرساخت مناسب برای ارائه گسترده دیتا در این برج مسکونی برداشته باشد.

باران ۲ نخستین برج مسکونی در ایران است که از چنین امتیازی بهره مند شده و با استفاده از فیبر نوری اختصاصی خود، پیشرفته ترین سیستم مخابراتی حال حاضر، Multi Service Access را در اختیار دارد. برخورداری از این سیستم پیشرفته مزایای بینظیری را برای ساکنان این هتل برج مسکونی به ارمغان آورده است. به طور مثال قابلیت های بالای این زیر ساخت، این امکان را در اختیار باران ۲ قرار داده تا از تکنولوژی های مخابراتی سالهای آینده نیز پشتیبانی کرده و مشکلی برای ساکنان در استفاده از آنها به وجود نیاید. اما گذشته از آینده نگر بودن استفاده از چنین زیرساختی، این سیستم مزایایی مانند امکان استفاده از اینترنت تا سرعت ۱ ترابیت بر ثانیه، ایجاد دیتا سنتر مستقل، امکان انتقال دیتای حجیم و امکان نصب آنتهای اختصاصی اینترنت های موبایلی نسل سه و چهار را نیز در اختیار ساکنان می گذارد.

کیفیتی با استانداردهای جهانی

برای آنکه میزان ارزش اتفاقی که در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات در باران ۲ رخ داده است را مشخص کنیم، لازم است به ذکر دو مورد بپردازیم. نخست اینکه تا کنون در ایران تنها یکبار به طور رسمی از اینترنت با سرعت دانلود ۲۵ مگابیت در ثانیه استفاده شده که آن هم در جریان برگزاری کنفرانس سران کشورهای عضو جنبش عدم تعهد در تهران بوده و مربوط به سه سال پیش است. نکته دیگر اینکه طبق دستورالعمل «کمیسیون ارتباطات فدرال آمریکا»، شرکت های ارائه دهنده سرویس های اینترنتی در این کشور برای دریافت عبارت "advanced broadband"، موظف شده‌اند تا پایان سال جاری میلادی، امکان دانلود با سرعت ۲۵ مگابیت در ثانیه را برای کاربران خود فراهم کنند.

هتل برج مسکونی باران ۲ با در اختیار داشتن زیر ساختی که پیش تر به آن اشاره شد، علاوه بر امکان ارائه خدماتی که ذکر شد، در حال حاضر اینترنت با سرعت دانلود ۲۵ مگابیت بر ثانیه را در اختیار ساکنان خود گذاشته است. بالاترین سرعت ارائه اینترنت در ایران که نه تنها در کشور بینظیر است، بلکه با استاندارد های کشورهای پیشرفته در حوزه ارائه اینترنت پر سرعت نیز برابری می کند. اتفاقی که نشان می دهد در زندگی به سبک باران، می توانید در هر زمینه‌ای کیفیتی در بالاترین سطح استانداردهای جهانی را تجربه کنید.

BARAN GROUP

baran residential tower 2

باران ۲ نخستین برج مسکونی در ایران است که از چنین امتیازی بهره مند شده و با استفاده از فیبر نوری اختصاصی خود، پیشرفته ترین سیستم مخابراتی حال حاضر را در اختیار دارد

porsche design

«پورش دیزاین» گـروه طراحی بیـن المللی اسـت از زیر مجموعه های برند پورش، که فعالیت خود را از سال ۲۰۰۳ در اشتوتگارت آلمان آغاز کرد. اگرچه خود پورش نامی آشنا و برندی معتبر در دنیای ماشین است، اما از ابتدای قرن ۲۱ با تقسیم کار و فعالیت هایش به دو گروه طراحی و اکسسوری، توانست جایگاه خود را در میان برندهای صاحب نام قوی تر و مستحکم تر کند.

سال ۲۰۱۵ پورش دیزاین وارد مرحله جدیدی از حضور خود در بازارهای جهانی شد. علاوه بر لباس و مجموعه های مربوط به دنیای رانندگان، مجموعه های متنوع و خلاقانه دیگری هم از اتاق طراحی پورش دیزاین بیرون می آید. از ساعت و اکسسوری منزل تا محصولات بهداشتی و عطر. سال هاست که مجموعه های مردانه این برند یکی از بهترین و پرفـروش ترین ها در دنیای مد است. کمپین های پورش دیزاین در سال ۲۰۱۵ برای مجموعه مردانه اش امسال سروصدای زیادی به پا کرده است.

روی خط فرمول ۱

«مارک وبر» نیازی به معرفی ندارد. او در حال حاضر یکی از معروف ترین و سریع ترین راننده های فرمول یک دنیاست که قرار است چهره سال ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ پورش دیزاین باشد. او با بیش از چندین عنوان در دنیای فرمول یک، چهره تأثیر گذار دنیای سرعت شناخته می شـود. پورش دیزاین وبر را برای کمپین عطر و محصولات بهداشتی مردانه اش انتخاب کرده اسـت. "Titan" نام این مجموعه مردانه است که قرار است وقار، مردانگی و در عین حال سـبک ورزشـی این برند را با حضور چهره سرعت سـال به نمایش بگذارد. عطر تایتان با رایحه ای از چوب سدر و گریپ فروت مشام را نوازش داده و قدرت رایحه اش شما را میخکوب می کند. محصولات بعد از اصلاح نیز با تم خنک و تلخ در این مجموعه گنجانده شده که طراحی اش کاملاً منطبق با اسـتانداردهای پورش دیزاین، برای نشان دادن قدرت و سرعت است. تلفیقی از تکنولوژی و فناوری با سبک شخصی شده محصولات بهداشتی این برند.





ارمغان پورش دیزاین برای آقایان

سـال سرعـت

«پورش دیزاین» گروه طراحی بین المللی اسـت از زیر مجموعه های برند پورشه، که فعالیت خود را از سال ۲۰۰۳ در اشتوتگارت آلمان آغاز کرد. پورشه نامی آشنا و برندی معتبر در دنیای ماشین است، اما چهره دیگری هم دارد.



هتل برج مسکونی یاران ۲ -تاسیسات مستقر در بام

سرمایش، گرمایش و تهویه هوا در باران ۲

هـوای تـازه زن

باید هوای خانه را داشت. جایی که زندگی می‌کنید اگر هوایش تازه باشد، زندگی تازه خواهد شد. تأمین هوای تازه و وجود سیستم مناسب سرمایش و گرمایش، با کمترین هزینه و بهترین کارآیی، از فاکتورهایی است که خانه های مدرن باید از آن بهره مند باشند. خانه ای به سبک باران اینگونه است.



هتل برج مسکونی باران ۱ - تأسیسات

هتل برج مسکونی باران ۲ - تأسیسات مستقر در بام

برج نیز پیش بینی شـده تا در هنگام ضرورت از آن اسـتفاده شـود. به طور مثال می توان از آن به عنوان مکمل سیستم آتش نشانی در زمان وقوع حریق در ساختمان های بلند استفاده کرد. نحوه عمل سیستم به گونه ایست که در زمان حریق احتمالی، فن های فشار مثبت با فرمان گرفتن از سیستم اعلان حریق شـروع به کار کرده و هوای بیرون، از طریق سیستم کانال کشـی به سـرویس پله که در مواقع حریق به عنوان مسیر فرار ساکنین از آن استفاده می شود، تزریق می گردد تا از ورود دود به این مسیر جلوگیری کند و عملیات خروج ساکنین بدون مشکل انجام شود.

زندگی بدون هوای نامطبوع

تخلیه هوای نامطبوع امکانی است که هر برج مدرن و پیشـرفته ای باید از آن بهره مند باشـد. عملکرد نامناسب سیستم اگزاست هوای نامطبوع، به ویژه در فضاهایی مانند سرویس بهداشتی و آشپزخانه در داخل واحد مسکونی یا پارکینگ در فضای مشاعی برج ها، یکی از مشـکلات رایج در ساختمان های بلند می باشـد. دقت نظر در طراحی سیستم های تاسیساتی باران ۲، سبب شـده تا در این حوزه نیز تاسیسات مناسـبی پیش بینی شود. بدین منظور ۵۵ «اگزاست فن» در برج تعبیه شده و در طراحی سیسـتم آنها نیز به گونه ای عمل شـده که برج به صورت ارتفاعی، به زون های چند گانه تقسیم شده و برای هر زون یک دستگاه اگزاست فن در نظر گرفته شده است تا عملیات تخلیه هوای نامطبوع محیط های مختلف برج، به شکلی کامل و ایده آل صورت بگیرد. این اگزاست فن ها می تواند به صورت دائم کار بوده و یا بنا بـه ضرورت و برنامه ریزی تیم بهره بردار، در ساعات خاصی خاموش گردد.

زندگی هوشمند

شما می توانید با اسـتفاده از دستگاه های دیجیتال شـخصی مانند موبایل های هوشـمند و یا تبلت کلیه تجهیزات الکترونیکی واحد خود را در باران ۲ کنترل کنید. روشنایی واحدها، پرده ها، سیستم های گرمایشی و سرمایشی از جمله مواردی هستند که می توان از این طریق آنهـا را کنترل نمود. علاوه بر این سـناریوهایی به صورت پیش فرض برای این موضوع طراحی شده که شما می توانید با استفاده از آنها در موقعیت های مختلف استفاده ی ویژه ای از هریک از این تجهیزات داشته باشید. به طور مثال در سناریو مهمان میزان روشنایی و نوع تهویه لازم در بخش هایی از خانه که مهمان ها در آن حضور دارند از پیش تعریف شده است و تنها با انتخاب این سناریو این موارد به صورت خـود کار عمل خواهند کرد. چنین سناریویی در زمان خواب می تواند تعریف شود. بدین شکل که ضمن خاموش کردن نورهای اضافی میزان دمای خانه را نیز کنترل کرده و به جهت کاهش مصرف انرژی دمای بخشهای غیر ضروری را کاهش می دهد.

همچنین یکی دیگراز فاکتورهای مهم آسایش در فضاهای مسکونی، تأمین هوای تازه و فیلتر شده است. بدیهی است تأمین هوای تازه، اکسیژن مورد نیاز برای سوخت و ساز بدن را تأمین نموده و به کنترل رطوبت فضای داخلی نیز کمک شایانی نموده



هتل برج مسکونی باران ۲ - تابلوهای کنترل تأسیسات

سـرمایش و گرمایش فضاهای مسـکونی هتل برج مسـکونی باران ۲ به وسـیله فن کویل تأمین می شـود. فن کویل های کار شـده در این برج از نوع دو لوله به شـمار می روند. آب گرم مورد نیاز این فن کویل ها، به صـورت متمرکز در دو دیگ آب گرم نصب شده در موتورخانه مرکزی واقع در طبقه منهای پنج و آب سرد مورد نیاز در چیلرهای هوای خنک نصب شده روی بام تأمین شده و از این نقاط به وسیله مدارهای اولیه و ثانویه که با استفاده از مبدل های صفحه ای و به منظور تقسیم برج به چند زون ارتفاعی تأمین شـده اند، به فن کویل طبقات مختلف سرویس دهی می شود.

همچنین یکی دیگراز فاکتورهای مهم آسایش در فضاهای مسـکونی، تأمین هوای تازه و فیلتر شده اسـت. بدیهی اسـت تأمین هوای تازه، اکسـیژن مورد نیاز برای سـوخت و ساز بدن را تأمین نموده و به کنتـرل رطوبت فضـای داخلـی نیز کمک شـایانی نموده و به عنوان هوای جایگزین خارج شده از ساختمان به وسـیله سیستم اگزاست عمل می نمایـد. اگر این مهم به صورت کنترل شـده و توسط دستگاه هواساز صورت پذیرد احتیاجی به باز کردن پنجره برای عوض شدن هوای داخل و اتلاف انرژی وجود ندارد. علاوه بر این به دلیل ارتفاع زیاد ساختمان و سـرعت زیاد باد در ارتفاع بالا، در این گونه ساختمان ها امکان باز گذاشتن پنجره به راحتی وجود ندارد. از همین رو، پنج برج هواساز در هتل برج مسکونی باران ۲ تعبیه شده تا به بهترین شکل ممکن، هوای تازه همیشـه و به صورتی فیلتر شده در تمام فضاهای مسـکونی و مشاعات برج وجود داشته باشد. سیستم تأمین هوای تازه در راه پله های





نگاهی به بازار قدرتمند پوشاک ورزشی

پاپوش های قهرمان

صنعت پوشـاک به دلیل سـهم بالای خود در گردش اقتصادی و مالی، جزو پنج صنعت اول پول‌سـاز دنیاست. همنشینی دو صنعت پوشـاک و ورزش اما، بازار قدرتمندتری را به وجود آورده اسـت. تلفیقی که تضمین فـروش بالایی در بازارهای بین المللی را به همـراه دارد.

ecco . denmark . 1980

وارد شدن ورزش به عرصه تجارت جهانی و دنیای تبلیغات، برندهای مختلف ورزشی رابه‌تدریج وارد میدان کرد. اکثر نام‌ها در تجارت ورزشی شانه به شانه با هم رقابت می کنند تا بتوانند بازار خود را گسترش دهند و بر آن حاکم شوند. بخش های مختلف مردانه، زنانه، بچه گانه و طراحی های مختص به این گروه‌ها، در فروش و بازاریابی بسیار تاثیر گذار هستند. کفش نمونه بارز این حضور مؤثر و حداکثری در دنیای رقابت بین برندهاست. اکنون برندهای مختلف دنیای ورزش رقابت سرسختانه‌ای را با یکدیگر آغاز کرده‌اند. رقابت بر سر زنده ماندن یا برنده بودن. در این گزارش سه برند معتبر را که در رقابت دنیای ورزش زنده مانده و برنده بوده‌اند، معرفی می کنیم.

بالانس جدید قیمت و کیفیت

کمپانی «نیوبالانس» یکی از تولید کنندگان عمده کفش ورزشی در جهان است که در سال ۱۹۰۶ در آمریکا تاسیس شد. شعار «تعامل جدید برای ورزش» از جمله شعارهای این برند است. تخصص اصلی نیوبالانس در تولید کفش های مخصوص رشته‌های دومیدانی، آمادگی جسمانی و یوگاست اما در کنار آن، تولید کفش های دوچرخه‌سواری، تنیس و بیس بال در کنار البسه ورزشی توانسته درآمدهای این کمپانی را پس از سال ۲۰۰۹ به بالای چهار میلیارد دلار افزایش دهد. از تفاوت های نیوبالانس قیمت بالای آن نسبت به محصولات مشابه است. این برند برای بالانس این مسئله و جبران اختلاف قیمت، ویژگی های فنی مانند تزریق ژل، قدم شمار، استفاده از فن‌آوری نانو در لایه‌های داخلی کفش و کیفیت برتر مواد مورد استفاده در محصولاتش را نام می برد.

حمایت از برخی تیم‌های ورزشی دومیدانی، بیس بال و تعدادی از دوچرخه‌سواران و تنیسورهای مشهور دنیا، این برند را به نامی فعال در حوزه اسپانسرینگ بدل کرده است. سال ۲۰۱۵ نیوبالانس برای اولین بار اسپانسر فوتبال شد و برای تبلیغاتش از بازیکنان فوتبال بهره برد.

کدز و اسنیکرزهای دوست‌داشتنی

"sneakers" در تمام دنیا اسنیکرز است و دوست داشتنی. کفش هایی شاد و سبک که راه رفتن با آن‌ها هم راحت است و هم به خاطر رنگ های متنوع و زیبایش انرژی بخش است. "Keds" کمپانی تولید کننده اسنیکرز است که اولین بار تحت این نام کفش هایی با تخت لاستیکی تولید کرد. کفش های ورزشی سبک و راحتی که از کتان و لاستیک تولید شده بود و کاملا مناسب برای پیاده‌روی بود. بعدها کدز به کمپانی تولید کننده کفش های اختصاصی بسکتبال تبدیل شد و اسنیکرزهایش به نمادی از راحتی و خلاقیت آمریکایی.

این روزها طرح ها و نقش های گوناگونی از انواع اسنیکرز در گوشه کنار دنیا و توسط برندهای مختلف عرضه می شود. اما کدز با راه‌اندازی استودیوی اختصاصی مشتریانش در سال ۲۰۱۰ به هر کدام از آن‌ها این امکان را داد تا اسنیکرز مورد علاقه خود را با طرح ها و نقش هایی که دوست دارند، داشته باشند.

«اکو»؛ شیرینی دانمارکی

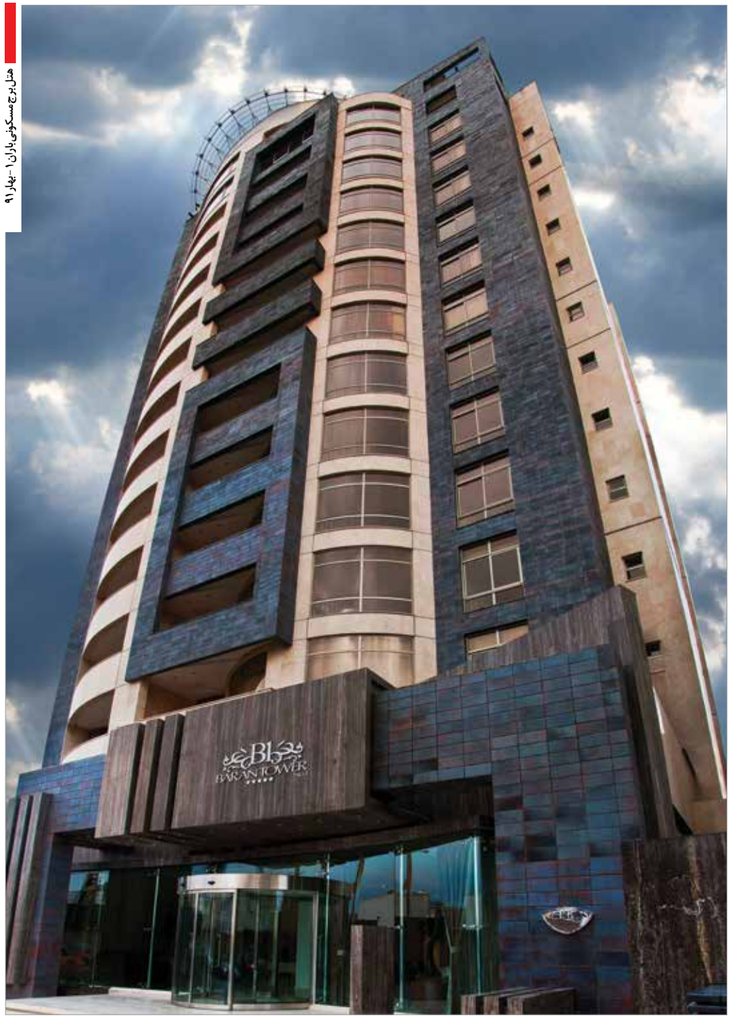
این برند دانمارکی وقتی کارش را در ۱۹۶۳ شروع کرد هدفش تولید کفش هایی بود که علاوه بر دوام، برای قلب دوم بدن یعنی پا مناسب باشد. استفاده از تکنولوژی های نوآوری شده در کنار روش های دست‌ساز قدیمی، نشان از فهم کامل و دقیق از کارآیی پای انسان بود. چند سال بعد فروش حیرت‌انگیز کفش های مدل "joke"، برند اکو را بر سر زبان‌ها انداخت. مجموعه‌های رسمی و بچه گانه اکو با تکنولوژی تولید بالا و استفاده از آستر گورتکس برای تنفس پذیری بیشتر، توانست بازار کفش های ورزشی و راحتی را تحت تأثیر قرار دهد. این





روزها اکو در بیشتر از ۲۰ کشور دنیا نمایندگی دارد و تخصصش در تولید کفش های گلف است. اگر اکو با کارخانه‌ای کوچک در یک روستا شروع به کار کرد، این روزها کارخانه‌اش در بردبروی دانمارک نامی است که کل دنیا را تحت تأثیر خود دارد. کفش های چرم و ورزشی های سبک با بهترین مواد مصرفی بعلاوه مجموعه‌های مختلفش از اکو برندی جذاب ساخته است. مجموعه تابستان ۲۰۱۵ که ترکیبی از صندل و طرح های راحتی است، مخصوص سفر و با شعار «به جنوب بروید» طراحی شده است. این کفش ها با ظاهر کلاسیک اسکاندیناوی، که دوباره مد شده و آراسته به جزئیات طراحی مدرن است، راحتی فوق‌العاده‌ای را برای پاهای شما تضمین می کنند.




هتل برج مسکونی باران۱ - بهار ۹۱

تا پیش از قرن ۱۹ میلادی، بناهای مرتفع منحصر بودند به عبادتگاه ها، اهرام، قلعه‌ها و آمفی تئاترها، که مظهر ایمان و قدرت هر تمدنی به شمار می‌رفتند. اما با گسترش روزافزون جمعیت و رشد آن در سراسر جهان که تقاضای روزافزون مسکن را به دنبال داشته است، انسان نیز با شیوه‌های گوناگون سعی کرده تا این نیاز را برآورده سازد. در این زمان کاربری ساختمان‌های بلند به بالاترین حد خود رسید و تمایل به برج سازی با کاربری مسکونی شکل گرفت. این پدیده را می توان یک پدیده اساسی در شهرسازی کنونی به شمار آورد. مقتضیات امروز، به‌ویژه افزایش جمعیت و رشد شهرنشینی، دست اندرکاران را واداشته است تا برای استقرار جمعیتی افزون تر در محدوده‌های شهری، ایجاد ساختمان‌های بلندمرتبه و یا به‌عبارت دیگر، رشد عمودی شهرها را، در تمامی کاربری‌های شهری مسکونی، اداری، تجاری و...، ترویج دهند.

زندگی در نزدیکی آسمان

ساختمان‌های مسکونی مرتفع، موثرترین و متمایزترین نقش ها را در قیاس با سایر عناصر و اجزاء تشکیل دهنده ساختار فضایی کالبدی شهرها دارند چرا که علاوه بر ایجاد جلوه‌های بصری و لندمارک های مدرن شهری، نقش بسزایی در کاهش ترافیک و ازدحام‌های شهری ایفا می کنند. این تمایز و تنوع در قدرت تأثیر بصری بناهای مرتفع، ناشی از دارا بودن مشخصات و قابلیت های متفاوت است، نماهای کشیده و بلند، تکرار پنجره‌ها و بازشوهای یک اندازه، خطوط عمودی و کشیده و... که در مقیاس های شهری خطوط آسمان را متمایز می سازند. ساختمان‌های مرتفع محصول پیشرفت تکنولوژی است که به واسطه تجهیز بالابرهای سرعتی، به یاری انسان‌ها و جوامع شهری آمده است. درصورتی که متراکم‌سازی اتفاق بیفتد، از زمین و منابع به بهترین نحو ممکن استفاده می شود، ارائه خدمات شهری راحت تر صورت می گیرد و حتی می توان گفت شهری ایمن پدید می آید؛ شهری فشرده که خانه‌ها در آن به‌صورت متراکم ساخته‌شده، باعث کاهش فاصله‌ها، کوتاه‌ترشدن مسیرهای حمل ونقل، کاهش مصرف انرژی و تأسیسات زیرزمینی و... می شود. در حالی که در شهری با بافت سنتی، سرویس ها و خدمات شهری با هزینه و صرف زمان زیادی ارائه می شوند. ساختن ساختمان‌های بلند با مطالعات کامل و امکان‌سنجی صحیح می تواند با دربرگرفتن بسیاری از نیازهای ساکنان شهرهای بزرگ، اتلاف وقت و سرمایه را به حداقل رسانده و حداکثر استفاده از تکنولوژی را در ساخت و سازها به همراه داشته باشد.

موافقان بلندمرتبه سازی، فارغ از اینکه به چه مکتب و سبکی در معماری گرایش دارند، پیرامون یکسری مزیت های بلند مرتبه سازی با یکدیگر اتفاق نظر دارند، مفاهیمی مانند امکان استفاده بیشتر از زمین خصوصاً در مراکز شهر ها و مناطق پرتراکم، راه حلی به منظور کاهش تراکم در شهرها، متمرکز نمودن مراکز اداری، تجاری و فضاهای مسکونی در نقاط مناسب، کسب نور بهتر و بیشتر، راه حل مناسب جهت اسکان مردم در شهرهای بزرگ و ایجاد نقاط تاکید در شهرها.

اکثر مطرح کنندگان این دیدگاه ضمن موافقت با احداث بناهای بلند بر این باورند که مواردی مانند کمبود اراضی شهری، کنترل توسعه شهر، نیاز به مسکن و وجود تقاضا سبب گردیده است طراحی و اجرای ساختمان های بلندمرتبه به عنوان یک ضرورت در جوامع کنونی مطرح گردد. شرایط نگران کننده محیط زیست و امکان استفاده بهتر از تکنولوژی در ساختمان های بلند را می توان از دیگر دلایل مهم موافقان بلندمرتبه سازی، برپافشاری آنها بر اعتقادشان مبنی بر گسترش عمودی شهرها دانست.

بلندی‌های باران

ایران نیز مانند سایر نقاط دنیا، به‌خصوص در شهرهای پر جمعیت‌تر، با انگیزه صرفه‌جویی در مصرف زمین به بلندمرتبه‌سازی روی آورده است و طی سالیان اخیر سعی داشته با استفاده از آخرین تکنولوژی های روز دنیا، همپای کشورهای توسعه‌یافته پیش برود.

در مشهد بلندمرتبه‌سازی از سالیان پیش آغاز شد و تا به امروز پیشرفت قابل توجهی داشته است. ابتدا آپارتمان‌های مرتفع در بلوار فردوسی و پس از آن، مجتمع زیست خاور شکل تازه‌ای از سکونت را وارد بافت سنتی مشهد کرد. این روند تا جایی به پیشرفت خود ادامه داد که امروزه ادغام هنر معماری و کیفیت زندگی، موجب پدید آمدن شکل جدیدی از بلندمرتبه سازی تحت عنوان هتل برج‌های مسکونی شده است. سبکی که تلاش می کند بخش عمده‌ای از نیازهای خانواده‌های ساکن در برج را با ارائه خدماتی منحصربه‌فرد، شبانه روزی و با کیفیت هتلی پنج ستاره برآورده سازد. شیوه‌ای نوین که گروه مهندسی باران مبدع آن در ایران است و تحولی در صنعت ساختمان و شهرسازی ایجاد کرده است. با مطالعات دقیق و بررسی نیاز جامعه هدف، به کارگیری تکنولوژی‌های جدید صنعت ساختمان و در چارچوب ضوابط شهرسازی، هتل برج‌های باران دریچه‌ای تازه به روی سکونت باز کرده‌اند؛ به نوعی که حجم کثیری از تردد‌های شهری را با تعریف خدمات کاهش داده و همچنین در مصرف انرژی نیز صرفه‌جویی زیادی اعمال شده است.


هتل برج مسکونی باران۲ - بهار ۹۴

ساکنان این هتل برج‌ها، بسیاری از خدمات شهری را تنها با یک تماس و به بهترین شکل دریافت می کنند تا برج سازی مدرن در ایران، گامی مؤثر در راستای طراحی و ساخت برج‌های مستقل و سازگار با محیط زیست بردارد.

دور از ذهن نیست که روزی شهرسازی در مقیاس های کوچک شکل گرفته و به‌طور مثال، هر برج به‌تنهایی شهری مستقل باشد. شهرهایی در ارتفاع که بیشتر نیازهایشان را خود مرتفع می کنند. شاید روزگاری برای سفر به شهری دیگر، تنها نیاز به طی کردن فاصله دو خیابان باشد.



نگاهی به مجموعه جدید پاییز و زمستان ۲۰۱۵ والنتینو

راهی به رنگین کمان

والنتینو یکی از مهم‌ترین برندهای ایتالیایی است که ایده هایش در دنیای مد همواره نو ، جسورانه و البته پرطرفدار بوده است. سال ۲۰۱۵ برای والنتینو سال رنگ های شاد و ایده های جذاب بوده است. بعد از بازنشسته شدن والنتینو کلمنته در ۲۰۰۸ ماریا چیوری با طراحی های جسورانه اش نگاهی متفاوت را در پیش گرفته است.

VALENTINO . GARAVANI

همکاری میان "Maria Grazia Chiuri" و "Pierpaolo Piccioli" امضایی شده روی کارهای جدید «والنتینو» که از دهه هفتاد میلادی توسط طراح پارچه ایتالیایی «سلیا بیرتول» با الهام از سبک پاپ طراحی شده بود. طراحی های باجسارت و هیجان انگیز به‌ویژه زمانی که قراراست مجموعه ای متفاوت عرضه شود.

طراحی با موتیف های قلب و گل همواره در کارهای ایتالیایی ها جزو تکرارپذیرترین موتیف ها بوده است. به نظر طراحان والنتینو، این موتیف ها علاوه بر زیبایی، تاریخی از طرح های متنوع را نیز در خود دارند. تاریخی از نقاشی و تجربه های ایتالیایی، از قرون میانه تا «ساندرو بوچلی» و بعدها هنرمندان سبک رکوکو. ماریا چیوری تأیید می کند که شرایط فعلی طراحی مد می تواند نقطه مثبتی برای شروع دوباره مدهای گذشته باشد. «ما می خواهیم به آینده ای فوق العاده باور داشته باشیم» این نقطه نظر ماریا درباره طرح های جدید والنتینو است. ارائه گسترده‌ای از احساسات متنوع با رنگ ها و طرح های فراوان.

جدا از موتیف، رنگ ها نیز در این مجموعه جایگاه زیبایی شناسانه ای پیدا کرده اند و تشخص دارند. مجموعه کفش های پاییز و زمستان ۲۰۱۵ والنتینو، با طیف رنگی متنوع و خط های فاصله گذار هستند که رنگ بندی های جذاب و متفاوت آنها شکلی از راه های رنگین کمان را به ذهن متبادر می کند.

با طیف رنگی متنوع و خط های فاصله گذار هستند که رنگ بندی های جذاب و متفاوت آنها شکلی از راه های رنگین کمان را به ذهن متبادر می کند

کارهای چرم والنتینو برای پاییز و زمستان از این رنگ های رنگین کمانی به بهترین وجه استفاده کرده و با تم طراحان لباس هماهنگی کامل دارد. به نظر صاحب نظران تاکید قوی بر رنگ و گل میخ های ظریف چه روی کیف ها و چه روی کفش های این مجموعه می تواند سوژه‌ای برای تکرار روی مجموعه های دیگر نیز بشود.

مجموعه پاییز و زمستان والنتینو علاوه بر کیف و کفش شامل دیگر اکسسوری ها مانند عینک، شال گردن و دستکش هم می شود که آنها نیز از همین مجموعه رنگ ها الهام گرفته‌اند. رنگ هایی گرم و قوی در کنار خاکستری های جذاب و گل میخ هایی که بنا به ضرورت، فلزی یا رنگ شده هستند.



راهنمای پیش‌بینی بازارهای مالی در ایران

فانوس‌های دریایی

دریانوردی همیشه یکی از پر مخاطره ترین شغل ها بوده است. زندگی کشتیبان ها، همواره با احتمال گم کردن راه و خطر هلاکت در توفان های مهیب دریاهای بیکران آمیخته بوده و فانوس های دریایی، در طول سالیان دراز ابزاری کارآمد و نشانه ای از ساحل نجات بوده اند. امروز اگرچه پیشرفت فناوری، کار دریانوردان را امن تر کرده اما رفتن به دریای پرتلاطم و هول آوری مانند سرمایه گذاری، هنوز نیازمند تکیه به ابزارهایی چون نقشه، نشانه، قطب نما و فانوس های دریایی است.



در یادداشت های اقتصادی با موضوع پیش بینی بازارهای مالی، می کوشیم تکنیک های سادهٔ شناخت و تحلیل اقتصاد و بازار را فراروی شما خوانندگان محترم قرار دهیم تا اگر علاقمند بودید با مطالعه، آموزش، تحلیل و برنامه‌ریزی، تصمیم های مالی درست تری بگیرید.

در علم اقتصاد بازار عبارت است از ساز و کاری که در آن خریدار و فروشنده بتوانند به معامله یکسری دارایی ها بپردازند. طبق این تعریف، بازار عبارت است از یک مکانیزم و نه یک مکان جغرافیایی. دارایی ها نیز خود به دو دسته تقسیم می شوند: دارایی های فیزیکی (مانند خودرو) و دارایی های مالی (همچون اوراق بهادار). اگر در یک بازار دارایی هایی که مورد معامله قرار می گیرند، دارایی های مالی باشند به آن بازار، بازار مالی گفته می شود. به بیان دیگر، بازار مالی یکی از انواع بازارها است که در آن خریداران و فروشندگان می توانند به معامله دارایی های مالی، همچون سهام، اوراق قرضه، ارز و ... بپردازند.

بازار اوراق بهادار را می توان بر اساس مرحله عرضه اوراق، به دو بازار اولیه و ثانویه تقسیم کرد. بازار اولیه به این معناست که شرکت های بورسی و بنگاه های اقتصادی برای تامین منابع مالی مورد نیاز خود مبالغ هنگفتی نیاز دارند که اغلب این منابع را در قبال واگذاری اوراق بهادار خود، به دست می آورند. واگذاری اوراق بهادار و تامین اعتبار برای اولین بار، در بازار دست اولیه انجام می شود. به عبارت دیگر در بازار دست اول، اوراق بهادار برای نخستین بار منتشر می شود. بر این اساس فروشنده اوراق بهادار در واقع همان ناشر اوراق است.



اما در بازار ثانویه، پس از عرضه اوراق بهادار در بازار اولیه، دارندگان اولیه اوراق می توانند چندباره، آن را معامله کنند و مورد داد و ستد قرار دهند. در بازار ثانویه، اوراق قابلیت معامله مجدد دارند. بنابراین در بازار اولیه معامله بین ناشر و سرمایه گذاران صورت می گیرد ولی در بازار ثانویه معامله بین سرمایه گذاران مختلف انجام می شود. بازارهای ثانویه را می توان بر اساس این که چه نوع سهمی و در کجا مبادله می شود به صورت زیر تقسیم بندی کرد:

بازار اول: معاملات سهم شرکت های پذیرفته شده بورسی در بازار سرمایه (بورس اوراق بهادار)

بازار دوم: معاملات سهام شرکت های غیر بورسی در بازار فرابورس

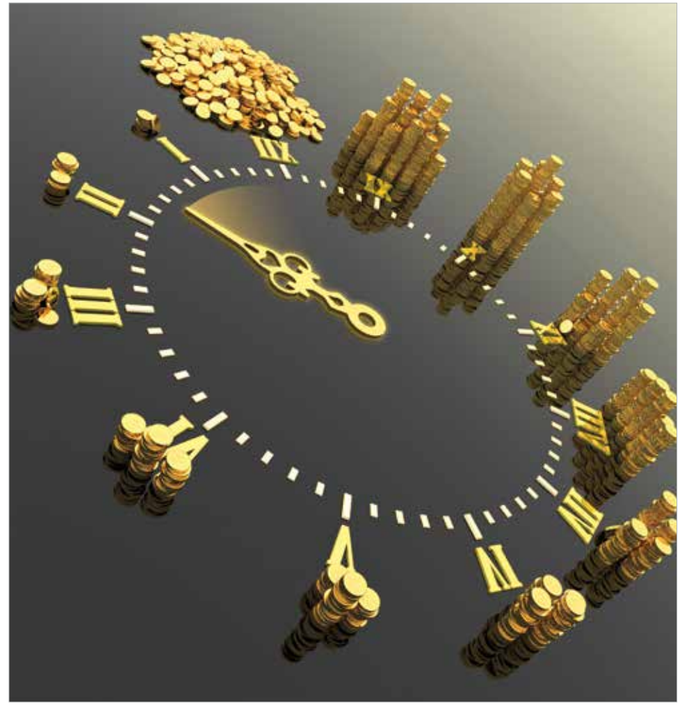
بازار سوم: معاملات سهام شرکت های پذیرفته شده بورسی در بازار فرابورس

بازار چهارم: معاملات خصوصی بین سرمایه گذاران از طریق شبکه‌های الکترونیک و بدون کارگزار و معامله گر

برای بررسی عملکرد بازارهای مالی و پیش بینی شاخص های بازارها، از روش های مختلف و پارامترهای متنوعی استفاده می شود که بطور کلی در زیر قابل تعریف است:

۱- بازده قیمتی: با محاسبه بازده قیمتی، فقط افزایش قیمت رخ داده در بازار به عنوان بازده در نظر گرفته می شود به گونه‌ای که مثلاً در بازار مسکن، میزان تغییر (کاهش یا افزایش) قیمت در یک بازه زمانی، نسبت به نرخ تورم و همچنین رشد قیمت سایر بازارها در همان بازه، سنجیده می شود و اگر میزان رشد قیمت مسکن بالاتر از همه قرار داشت، گفته می شود سرمایه گذاران ملکی در این بازه زمانی، سود کرده‌اند و اگر هم نرخ رشد قیمت پایین‌تر از تورم و سایر بازارها بود، مشخص می شود این دسته از سرمایه گذاران با زیان مواجه شده اند.

۲- شاخص کل بورس: شاخص کل بورس معیاری برای اندازه گیری بازدهی کل سهام معامله شده در بورس است که یک خط کش اقتصادی از وضعیت کلی بازارها به محاسبه گران ارایه می کند.



برای پیش بینی بازارهای مالی از دو روش تحلیل «تکنیکال» و «فاندامنتال» استفاده می شود.

روش تکنیکال بر مبنای این گزاره قدیمی بنیان نهاده شده است که گذشته، چراغ راه آینده است. به این ترتیب با الگوبرداری از روش های تغییر قیمت بازار در گذشته، می توان به فرآیندهایی برای پیش بینی الگوی های آتی قیمت، دست یافت.

در روش فاندامنتال صورت های مالی شرکت ها از جمله صورت سود و زیان و جریان وجوه نقد شرکت مورد تحلیل و ارزیابی قرار می گیرند و با توجه به سودآوری فعلی شرکت ها و عوامل کلان برون بخشی و درون بخشی تاثیر گذار بر شرکت یا بازار مربوطه، توصیه‌هایی در مورد خرید و فروش و سرمایه گذاری در آن بازار انجام می شود.

در مقایسه دو روش تکنیکال و فاندامنتال باید خاطر نشان کرد که روش فاندامنتال نشان می دهد که چه بازارهایی نامزد خرید و سرمایه گذاری هستند در حالی که با روش تکنیکال می توان فهمید چه زمانی برای ورود به سرمایه گذاری در یک بازار، مناسب است.

بطور کلی برای پیش بینی شاخص ها و متغیرهای اقتصادی بازارها در ایران، اولین ملاک عمل باید نرخ تورم عمومی باشد. در ایران چون نرخ تورم فزاینده وجود دارد و میزان نوسان آن در کوتاه مدت بسیار بزرگ و پردامنه در مقایسه با سایر کشورها است، همه فعالیت های اقتصادی در کشور خواه ناخواه، تحت الشعاع این پارامتر کلان قرار می گیرد.

دومین پارامتر مهم بعد از تورم که خود معلول پارامتر اول است، نرخ سود تسهیلات بانکی است. سرمایه گذاران خرد و کلان در بازارهای اقتصادی ایران، برحسب اینکه نرخ سود بانک ها در چه سطح و سطوحی قرار دارد، برای آینده سرمایه گذاری هایشان تصمیم گیری می کنند.

اگر بانک ها نرخ سود مناسب به سپرده گذاران پرداخت کنند و در طرف مقابل، سود تسهیلات نیز پایین باشد، قطعاً سفته بازی و خرید و فروش ارز و طلا توسط افراد کاهش پیدا می کند و منابع بانک ها و همینطور نقدینگی به سمت تولید حرکت می کند که نتیجهٔ آن می تواند افزایش شاخص بورس و آرامش قیمتی در بازارهای ارز، طلا و مسکن و ... باشد.

در سال های اخیر مطالعات بسیاری در زمینه انواع نوسانات در بازار مالی و ابزارهای مربوط به آن صورت گرفته است. نه تنها محققین دانشگاهی بصورت آکادمیک بلکه تجربه گرایان به صورت تجربی و علمی فعالیت های شایانی در زمینه پیش بینی نوسانات آتی بازارهای مالی و نرخ بازدهی سود تجاری انجام داده اند و ابزارهای استراتژیک مالی بسیاری طراحی کرده اند که بتواند پیش بینی ها را به سود تبدیل کند.

در قالب روش های کلاسیک، در دنیا بطور معمول، از نظریه تحلیل گران تکنیکی، نظریه تحلیل گران اساسی و نظریه تحلیل تصادفی برای پیش بینی بازارها استفاده می شود و روش های مدرن نیز از مدل هایی همچون شبکه عصبی برای پیش بینی های اقتصادی بهره گرفته می شود.

در شماره های بعدی شما را با روش های تحلیل، پیش بینی و تکنیک های بیشتری در این زمینه آشنا خواهیم ساخت.



پرو، کشور آفتاب و کوه‌های مقدس

سفر به شهر

هر ساله بسیاری از سایت‌های گردشگری و سردبیران «نشنال جئوگرافی»، لیستی از بهترین مکان‌های سفر و مقاصد گردشگری را انتخاب می‌کنند. در لیست همه آنها، «ماچو پیچو» جزو بهترین مقاصد تابستانی برای سفر بوده است. شهری افسانه‌ای در قلب کوه‌های آند.



بهترین قسمت سفر همیشه خاطرات و ثبت آن‌هاست. هر جا می خواهید انتخاب با شماست؛ فقط ولع ماجراجویی و زندگی در لحظه را از دست ندهید. یکی از بهترین ماجراجویی‌های زندگی‌تان می‌تواند در افسانه‌ای‌ترین نقطه کره زمین باشد. ماچوپیچو شهری باستانی در دره‌ای مقدس در کشور پرو. کشوری در آمریکای جنوبی با تاریخی چندین هزارساله.

شهر افسانه‌ای

لازم نیست ایندیانا جونز باشید یا باستان‌شناس که بتوانید از یکی از عجایب هفتگانه جدید لذت ببرید. به محض ورود به شهری که قرن‌ها پیش، به عنوان دره‌ای مقدس به خدای خورشید تقدیم شده و مکان قربانی برای خدایان اینکا نیز بوده است، سفر هیجان‌انگیز شما آغاز شده است. شهری که تنها صد سال است کشف شده و تا قرن ۲۰ در جنگل‌های «پرو» از نظرها پنهان شده بود. سال ۱۹۱۱ کوه مقدس و شهر گمشده ماچوپیچو توسط باستان‌شناسی انگلیسی به جهان ارائه شد.

شهری که در حدود سال ۱۴۵۰ میلادی ساخته شده بود و بعد از هجوم اسپانیایی‌ها و انقراض اینکاها برای صدها سال متروک مانده بود، سال ۱۹۸۱ ماچوپیچو در فهرست آثار تاریخی پرو و در سال بعد جزو میراث جهانی یونسکو به ثبت رسید. ماچوپیچو به شهر فراموش شده معروف شد؛ نامی که این روزها با توجه به گردشگران فراوانش، کمی بی معنی به نظر می‌رسد. این شهر باستانی با بازدید بیش از ۴۰۰ هزار نفر توریست در سال، عنوان یکی از جذاب‌ترین مقاصد گردشگری دنیا را دارد.

چمدانی برای سفر

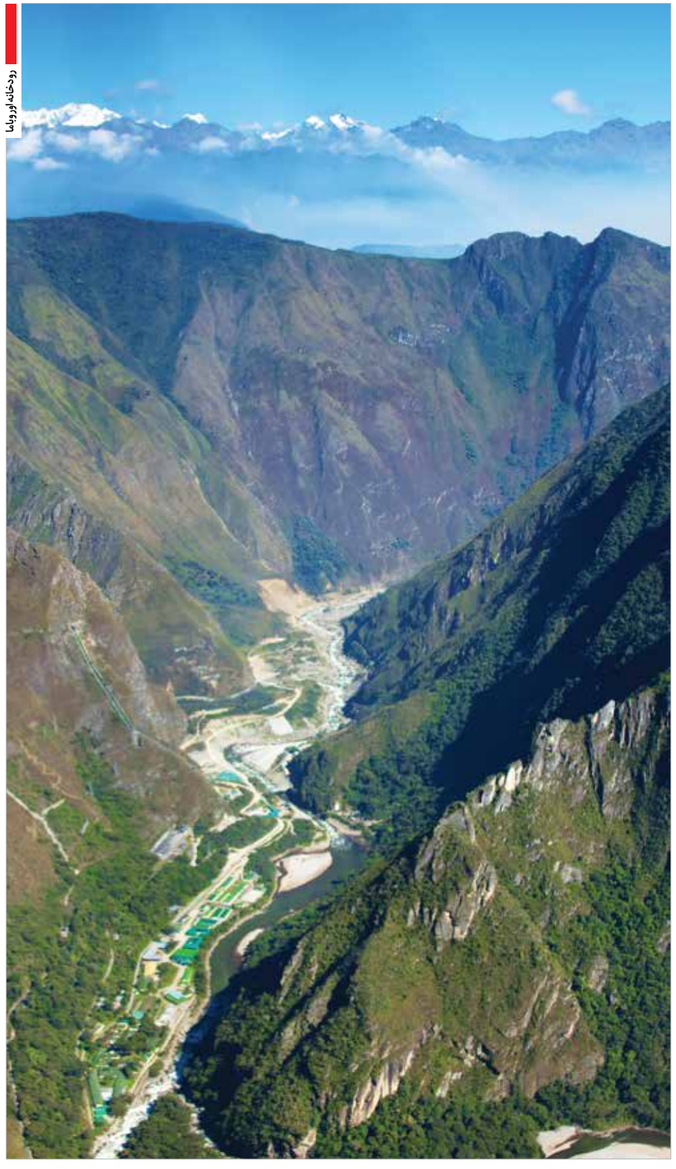
رفتن به سایت‌های باستانی و مکان‌های طبیعی همیشه آداب خاصی دارد. اینکه بدانید چقدر مسیر پیاده‌روی دارید و یا بهترین مسیر برای رسیدن به مقصد چیست، راحت‌ترین مسئله است. ماچوپیچو در بالاترین نقطه کوه است. در اهمیت و نگاه‌داری محیط زیست اطراف سایت همین بس که دولت پرو تنها ۵۰۰ مجوز برای بازدید روزانه داده است، پس باید بهترین مسیر و

شهری که تنها صد سال است کشف شده و تا قرن ۲۰ در جنگل‌های «پرو» از نظرها پنهان شده بود. سال ۱۹۱۱ کوه مقدس و شهر گمشده ماچوپیچو توسط باستان‌شناسی به انگلیسی به جهان ارائه شد

مطمئن‌ترین گروه را پیدا کنید چون مسیر رسیدن به قلعه اصلی چندان آسان نیست. به خاطر اهمیتی که این سایت باستانی برای گردشگری پرو دارد، حفاظت یکپارچه و نوینی در نظر گرفته شده است تا راز شهر فراموش شده همچنان در پرده و راز آمیز باقی بماند. اما در خلال این مسیر هیجان‌انگیز در دره مقدس، می‌توانید از برنامه‌های جایگزین مانند صخره‌نوردی، کایت سواری یا پیاده‌روی نیز بهره ببرید.

چرخی در اطراف بزنیم

اگر در زمانی که به ماچوپیچو رسیدید، بلیت‌ها فروخته شده بود، نگران نشوید. زمان را برای لذت بردن و گشت و گذار در دره مقدس از دست ندهید. مسیرهای جایگزین شامل انواع تورهای آسان و گشت و گذارهای چند ساعته در اطراف دره مقدس و مسیرهای هیجان‌انگیز در اطراف رودخانه اوروبامبا و کوه ماچوپیچو هست که می‌تواند بهترین جایگزین برای برنامه ریزی‌های شما باشد.



کجا اقامت کنیم

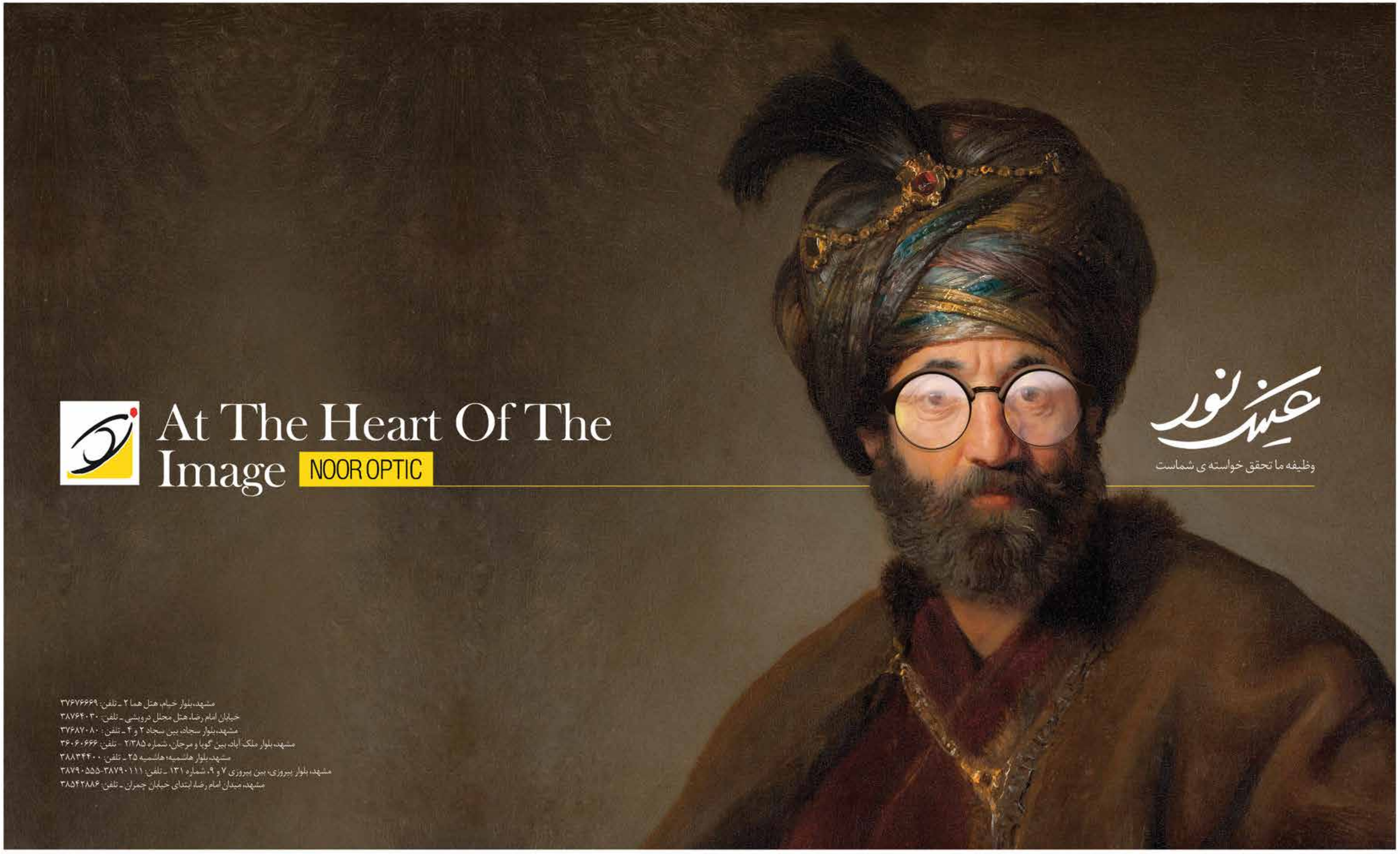
اردوگاهی متعلق به جامعه محیط زیست پرو در اطراف روستای آند در فوریه ۲۰۱۵ افتتاح شد که درواقع توسط یک بنیاد غیرانتفاعی، تدارک دیده شده تا هم با فرهنگ و آداب و رسوم مردم پرو شما را آشنا کند و هم محیطی برای استراحت توریست‌های مشتاق سفر فراهم کرده باشد. این بنیاد تورهای یک روزه یا چندروزه برای بازدید تدارک می‌بیند و سایت‌های گردشگری متنوعی را به شما معرفی می‌کند.

چه بخریم و چه بخوریم

بهترین قسمت رفتن به کشوری جدید یا فرهنگی متفاوت تجربه هیجان‌انگیز تست غذاهای مختلف است. هر جا که بروید علاوه بر غذاهای پرو، بخش مهم پول خود را صرف غذاهای محلی کنید. مطمئن باشید که ضرر نخواهید کرد. در منطقه کوسکو می‌توانید سفارش گوشت محلی سرخ شده با سیب‌زمینی و ذرت بدهید و از صرف غذا در کنار زیبایی طبیعت لذت ببرید. بعد از صرف غذا هم از بازارهای محلی صنایع دستی پرو حتماً بازدید کنید که می‌تواند پیشنهادات مناسب و متنوعی را برای سوغاتی و تحفه سفر به شما معرفی کند. از نان‌های محلی آند هم غافل نشوید که لذت سفر را دو برابر می‌کند.

سفر به آند سفر به قلب دنیای افسانه‌ای شکل گیری تمدن‌های بزرگ است. داستانی سراسر جنگ و خون‌ریزی و شکوه و پیشرفت. ترکیبی تناقض آمیز از مرگ و زندگی در کنار معماری و مهندسی شگفت‌انگیز کوه که نمادی از مرکز و محور جهان است. سفری به اعماق تاریخ و تمدن چند هزارساله.




At The Heart Of The Image
NOOR OPTIC
عینک نور
وظیفه ما تحقق خواسته ی شماست
مشهد، بلوار خیام، هتل هما ۲ ـ تلفن: ۳۷۶۷۶۶۶۹
خیابان امام رضا، هتل محلل درویشی ـ تلفن: ۳۸۷۶۴۰۳۰
مشهد، بلوار سجاد، بین سجاد ۲ و ۴ ـ تلفن: ۳۷۶۸۷۰۸۰
مشهد، بلوار ملک آباد، بین گویا و مرجان، شماره ۲/۳۸۵ ـ تلفن: ۳۶۰۶۰۶۶۶
مشهد، بلوار هاشمیه، هاشمیه ۲۵ ـ تلفن: ۳۸۸۳۴۴۰۰
مشهد، بلوار بیروزی، بین بیروزی ۷ و ۹، شماره ۱۳۱ ـ تلفن: ۳۸۷۹۰۱۱۱-۳۸۷۹۰۵۵۵
مشهد، میدان امام رضا، ابتدای خیابان چمران ـ تلفن: ۳۸۵۴۲۸۸۶



اطلاعات اداره آمار آمریکا نشـان می دهد، در سال ۲۰۱۴ خرید ملک در این کشور به پایین ترین رقم در دو دهه گذشـته رسیده‌اسـت. همچنین نتایج نظرسنجی که به عنوان بخشی از این تحقیق انجام شده نشان می دهد، از نظر دو سوم شرکت کنندگان آمریکایی در این نظرسـنجی، خرید ملک دیگر به معنای صاحب ثروت بـودن یا تولید ثروت کردن نیسـت. آمارها و تحلیل های اقتصـادی هم از این نظر مردم حمایت می کند. از سال ۱۸۹۰ تا ۱۹۹۰ قیمت ملک و مسکن در آمریکا به نسبت نرخ تورم تغییر محسوسی نکرده‌اسـت. یعنی خرید ملک در آمریـکا با تصور اینکه فروش آن سـود به همراه خواهد داشت، تصور باطلی اسـت. در دهه‌های اول قرن بیسـتم قیمت مسـکن کاهش هم یافت و این سـیر نزولی در دهه ۲۰۰۰ هـم ادامه یافت. البته قیمت مسـکن در آمریکا همواره هم‌پای نرخ تورم پیش رفتـه و این برای مردم این کشـور خبر خوبیسـت اما برای سـرمایه گذاران خارجی که به امید سود به سـمت بازار ملک و مسکن این کشور می‌روند خبر خوبی نیست چون سود چندانی به دست نمی‌آورند. قیمت مسکن برای مردم آمریکا با همه فراز و فرودهایش، از نظر اقتصادی مفید بوده اما برای سرمایه گذاری خارجی این طور نیست. به نوشته نشریه فوربس، سرمایه گذاری در بازار سهام آمریکا برای یک سـرمایه گذار خارجی، بیشـتر از سرمایه گذاری در بخش مسکن سود دارد.

یـک مثـال و محاسـبه ریاضی ایـن تحلیـل را روشـن‌تر می‌کند. فرض کنید قیمت یک خانه در آمریکا ۳۵۰ هزار دلار باشد که البته قیمت متوسط ملک در این کشور همینقدر است. در اکثر موارد ۲۰ درصد از این قیمت باید توسط خریدار به صورت نقد پرداخت شـود یعنی رقمی معـادل ۷۰ هزار دلار. به این ترتیب با یـک وام ۲۸۰ هزار دلاری با نرخ بهـره ۴/۵ درصد با مدت زمـان بازپرداخت ۳۰ ساله روبه‌رو هستید. این یعنی پرداخت ماهیانه حدود ۱۸۵۰ دلار به عنوان اقساط وام خرید ملک. وقتی پرداخت اقساط این وام تمام شود، شما بیش از ۶۶۷ هزار دلار با سود، برای این ملک پرداخته‌اید که این یعنی ۳۸۷ هزار دلار بیشتر از رقم وام. در این مدت ۱۲۶ هزار دلار هم بابـت مالیات ملک باید بپردازید که این البته با محاسـبه نرخ مالیات یک و نیم درصدی است که متوسط نرخ مالیات است. در

> قیمت مسکن در آمریکا همواره هم‌پای نرخ تورم پیش رفته و این برای مردم این کشور خبر خوبیست اما سرمایه گذاران خارجی که به امید سود به سمت بازار ملک و مسکن این کشور می‌روند سود چندانی به دست نمی‌آورند.



بعضی ایالت‌ها نرخ مالیات ملکی از این بالاتر است. همه چیز اینجا تمام نمی‌شود. سالیانه باید ۳۵۰۰ دلار برای هزینه تعمیر و نگهداری این ملک بپردازید. طبق قوانین، یک درصد قیمت خرید خانه در آمریکا هزینه تعمیر و نگهداری سالیانه می‌شود.

مشکلات حقوقی و هزینه‌های آن

خرید ملک در یک کشور خارجی اول از هر چیز باید با در نظر گرفتن و بررسی دقیق مسائل حقوقی آن صورت گیرد. مسائل و نکات ظریف حقوقی از سود آتی بسیار مهم‌تر است. موارد بسیاری از شکایت‌های حقوقی در زمینه خرید ملک در کشورهای خارجی وجود دارد. ناآشنایی با قوانین مالی و ملکی در کنار عدم توجه به تغییراتی که ممکن است در قوانین بانکی و نرخ بهره صورت گیرد، مشکلات جدی برای سرمایه‌گذاران خارجی بازار ملک ایجاد می‌کند. مشهورترین نمونه این مشکلات در سالهای گذشته در بازارهای املاک دوبی و قبرس برای سرمایه‌گذاران خارجی از سراسر دنیا پیش آمد. مثلا سرمایه‌گذاران انگلیسی در بازار ملک قبرس دچار مشکلات حقوقی شدند و اکنون پرونده‌ای با چند صد شاکی انگلیسی در قبرس در این زمینه در جریان است.

بازارهای ملک و مسکن در غرب از نظر قوانین مالیاتی، پیچیده و برای خریداران و سرمایه‌گذاران خارجی خطرناک هستند. در این کشورها مثلا در آمریکا یا استرالیا، قوانین و هزینه‌های سخت گیرانه‌ای در زمینه بیمه و هزینه تعمیر و نگهداری ملک وجود دارد که برای ساکنان بومی مفید و پرسود اما برای سرمایه‌گذاران و خریداران خارجی دردسرساز و پرهزینه است. مثلا در آمریکا درآمد حاصل از اجاره ملک شامل چند مرحله مالیات می‌شود. این کار برای جلوگیری از خرید خانه به قصد اجاره دادن و کسب درآمد از این روش صورت می‌گیرد تا بازار مسکن کنترل شود و قدرت خرید مردم و مصرف کنند گان افزایش یابد. این مالیت‌ها باعث می‌شود که سود ناشی از اجاره مسکن چندان هم قابل توجه نباشد. به همین دلیل سرمایه‌گذاران خارجی که به قصد سود کردن

خرید ملک در ترکیه مشکلاتی دارد که قوانین و مقررات حقوقی، از جمله این مشکلات است. خریداران خارجی برای خرید ملک در ترکیه محدودیت‌هایی دارند.

در آمریکا یا استرالیا ملک می‌خرند و آن را اجاره می‌دهند، گاهی برای بازپرداخت اقساط وام آن هم نمی‌توانند روی سود حاصل از اجاره آن ملک حساب کنند. مقدار این مالیات گاه به ۳۰ درصد ارزش خانه هم می‌رسد.

به همین دلیل به سرمایه‌گذاران ملکی توصیه می‌شود که پیش از هر قدمی، با وکلای حقوقی کشوری که قصد خرید ملک در آن را دارند مشورت کنند. بنابراین هزینه انجام این کار را باید به هزینه خرید ملک اضافه کرد.

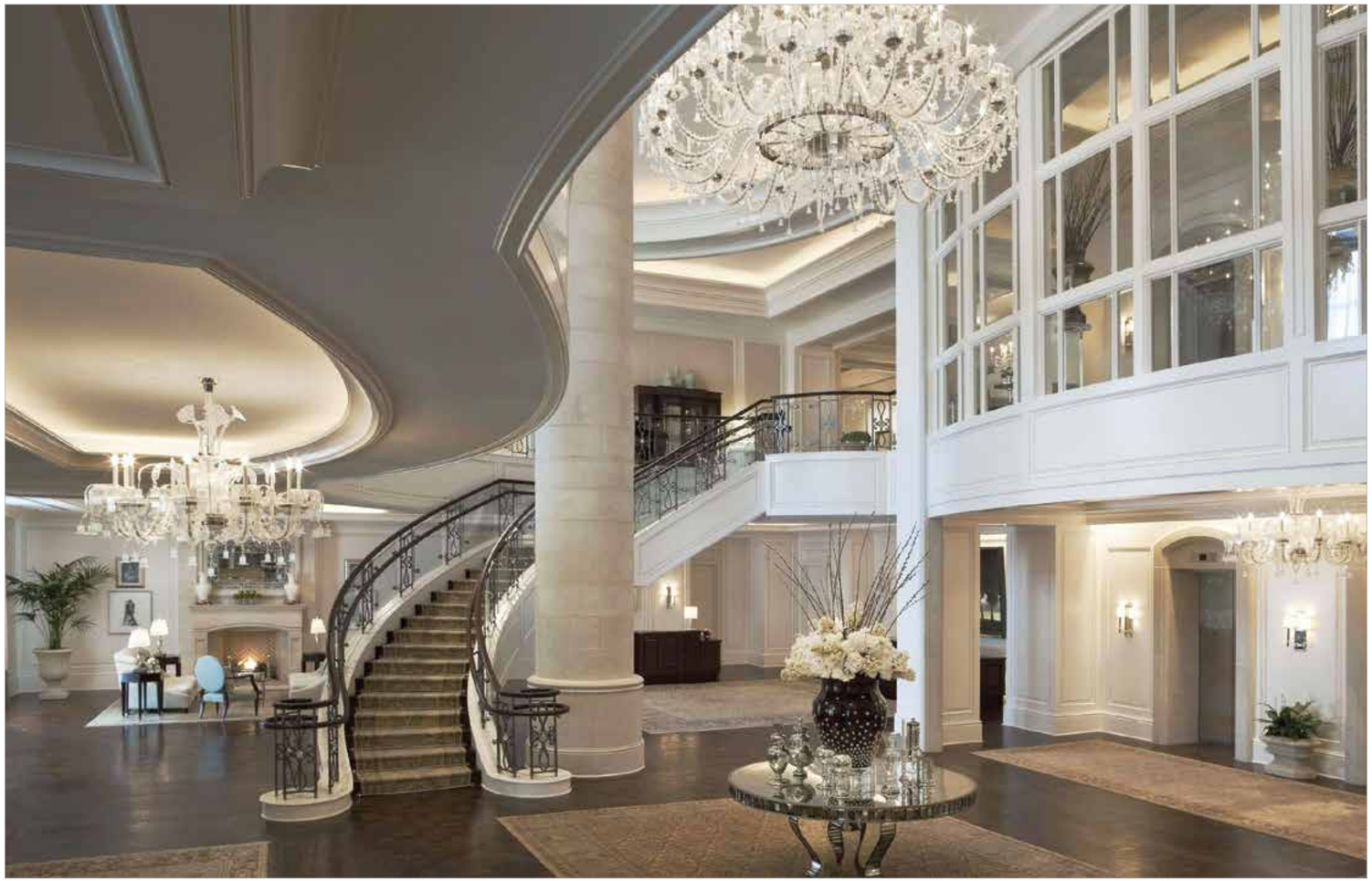
تغییرات ناگهانی در قوانین

یکی از نکاتی که سرمایه‌گذاران ملکی خارجی باید به آن توجه کنند، احتمال تغییرات ناگهانی در قوانین، از مقررات حقوقی گرفته تا نرخ‌های بهره بانکی است. این تغییرات در بازارهای ملکی خاورمیانه مانند دوبی یا ترکیه محتمل‌تر هستند تا کشورهای غربی. مثلا ترکیه در سال ۲۰۱۲ قانون موسوم به معامله پایاپای در بخش خرید مسکن را تغییر داد. این قانون تا پیش از این امکان خرید مسکن را فقط به شهروندان خارجی می‌داد که در کشورهایشان، امکان خرید ملک برای شهروندان ترکیه وجود داشت. مثلا شهروندان کشور مالزی که در آنها شهروندان ترکیه به راحتی می‌توانند ملک بخرند، می‌توانستند در ترکیه ملکی به نام خودشان خریداری کنند. شهروندان کشورهای دیگر به نام یک شرکت یا شخصیت حقوقی می‌توانستند در ترکیه ملک بخرند نه به نام خودشان. همین موضوع زمینه کلاهبرداری زیادی را فراهم کرده بود. دولت ترکیه در سال ۲۰۱۲ این قانون را تغییر داد تا سرمایه‌گذاری خارجی در بخش ملک و مسکن ترکیه را افزایش دهد. این تغییر البته موفقیت‌آمیز بود و تنها در سال ۲۰۱۳، بیش از ۵ میلیارد دلار از ناحیه همین سرمایه‌گذاری خارجی در بخش ملک و مسکن نصیب اقتصاد ترکیه شد. عمده خریداران ملک در ترکیه را شهروندان عربستان، عراق، کویت، امارات و اردن تشکیل می‌دهند. در ترکیه خرید ملک توسط سرمایه‌گذاران خارجی در نیمه اول سال ۲۰۱۳ تا ۷۸ درصد افزایش یافت. انگلیسی‌ها و عرب‌ها عمده خریداران ملک در ترکیه را تشکیل می‌دهند. قیمت متوسط یک واحد آپارتمانی تک خوابه در شهر استانبول ترکیه حدود ۱۰۰ هزار دلار است.

اما خرید ملک در ترکیه مشکلاتی هم دارد که قوانین و مقررات حقوقی، از جمله این مشکلات است. خریداران خارجی برای خرید ملک در ترکیه محدودیت‌هایی دارند. از جمله آنها این است که خارجی‌ها فقط در مناطقی می‌توانند ملک خریداری کنند که تعداد ساکنان آن کمتر از دو هزار نفر باشد. همچنین در فاصله‌ای مشخص از مناطق نظامی، خریداران حق خرید ملک ندارند. وسعت ملک خریداری شده توسط خارجی‌ها هم با محدودیت روبه‌روست که این محدودیت هر چند وقت یک بار تغییر می‌کند. همچنین برای خرید ملک باید همه مدارک خریدار برای تایید به نهادهای دولتی ارائه شود و این روند به طور متوسط دو ماه طول می‌کشد. اگر صلاحیت خریدار تایید نشود، امکان خرید ملک وجود ندارد. نهادهای نظامی یکی از نهادهای تایید کننده مدارک خریدار هستند. به این ترتیب بدون داشتن وکیل آن هم وکیلی که مسلط به زبان انگلیسی باشد، خرید ملک در ترکیه ممکن نیست. نکته دیگر این است که هر ملکی که توسط خریدار خارجی در ترکیه خریداری می‌شود باید در محضر به تایید یک نهاد دولتی رسیده باشد. برای این تایید محضری، حضور فروشنده و خریدار الزامی است. مالیات نکته دیگری است که برای خرید ملک در ترکیه اهمیت دارد. میزان مالیات بین ۴/۵ تا ۵/۵ درصد ارزش ملک است.

به سرمایه‌گذاران ملکی توصیه می‌شود که پیش از هر قدمی، با وکلای حقوقی کشوری که قصد خرید ملک در آن را دارند مشورت کنند

این تحلیل‌های اقتصادی و محدودیت‌های حقوقی سبب شده تا کارشناسان به شهروندان کشورهای دیگر که قصد سرمایه‌گذاری در املاک کشورهای خارجی را دارند توصیه کنند به تبلیغات حجیم و گسترده فروش اینگونه املاک توجه نکنند و اوضاع اقتصادی و مالی کشوری که قصد سرمایه‌گذاری ملکی در آن دارند را دقیق تر بسنجند. علاوه بر این برای اشراف به مسائل حقوقی اینگونه قراردادها تنها به گفته‌های دلالان و واسطه‌های فروش اکتفا ننموده و از مشاوره وکلای حقوقی معتبر و مجرب در این زمینه نیز بهره ببرند.



عوامل موثر بر قیمت مسکن لوکس در دنیا

کیمیای خاک

پارامترهاي اقتصادي و اجتماعي موثر بر «قیمت» و «انتخاب خریداران» در بازار خانه های لوکس در ایران چیست؟ در یادداشت پیش رو مقایسه تطبیقی بازار «مسکن چندمنظوره» و همچنین ارزیابی مقایسه ای عوامل موثر بر قیمت مسکن در چند کشور جهان را می خوانید.

بازار خانه‌های «لوکس و سوپر لوکس» در ایران فقط در دو تا سه کلان شـهر از بین ۸ کلان شهر موجود، محدود شده است. عمده این خانه‌ها در تهران، مشهد و اصفهان قرار دارد هر چند در شـیراز نیز بصورت خیلی نادر می تـوان از این نوع املاک مسـکونی پیدا کرد. آمارهای مربوط به حجم معاملات سالانه مسکن در کشور نشان می دهد در تهران که بیشترین تعداد آپارتمان‌های لوکس، برج‌های چندمنظوره و خانه‌های ویلایی سـوپر لوکس را در خود جا داده است، حدود ۴ تا ۵ درصد کل خرید و فروش‌های ملکی در سال، به این نوع املاک اختصاص دارد. در پایتخت ایران، ماهانه بین ۵۰۰ تا ۶۰۰ واحد مسکونی لوکس، به متقاضیان این املاک فروخته می شود در حالیکه کل حجم معاملات مسکن در این کلان شهر، ماهی در حدود ۱۴ تا ۱۵ هزار واحد است.

در دو کلان شهر دیگر یعنی مشهد و اصفهان، سهم این املاک از کل معاملات مسکن از ۲ درصد تجاوز نمی کند. این آمار از روی فاصله قیمت خانه‌هایی که جزئیات معاملات آنها در سامانه رهگیری املاک و مستغلات سراسر کشور، ثبت شده، بدست آمده است و مبنای آن، فاصله حداقل دو برابری بین قیمت خانه‌های فروخته‌شده با میانگین قیمت مسکن در کلان شهرهای مورد نظر، بوده‌است.

به این ترتیب در ایران، وسعت بازار خانه‌های لوکس و سوپر لوکس بین ۲ تا ۵ درصد کل املاک مسکونی اسـت. این در حالی اسـت که کارشناسان اقتصاد مسکن براساس مشاهداتشان و اطلاعاتی که درباره بازار جهانی املاک مسـکونی لوکس وجود دارد، معتقدند: در کشورهای توسعه‌یافته از جمله «آمریکا» به عنوان کشـوری کـه همـواره در مباحث بخش مسکن، محور مقایسه‌های جهانی قرار دارد، سهم فروش خانه‌های لوکس بطور متوسط بین ۱۰ تا ۱۵ درصد کل معاملات ملک آن کشور را در بر می گیرد. البته در برخی کشـورهایی که مقصد گردشگران خارجی، هـم به لحاظ توریسـتی و هـم به لحاظ سرمایه گذاری ملکی محسوب می شوند (ترکیه، امارات و مالزی) فراوانی خانه‌های لوکس به مراتب بیشتر از این رقم است. به عنوان مثال در دبی به عنوان پایتخت اقتصادی و تجاری امارات، بیش از نیمی از محل‌های مسکونی را برج‌های لوکس و ویلاهای سوپر لوکس تشکیل می دهد.

خانه لوکس کجاست؟

خانه‌های لوکس و سوپر لوکس به آن دسته از املاک مسکونی گفته می شود که به چند شاخصه و پارامتر، بصورت کامل یا تک تک، مجهز هستند. اولین ویژگی این خانه‌ها، به نوع مصالح ساختمانی بکار رفته در سازه و دکوراسیون داخلی مربوط می شود بطوری که علاوه بر استحکام بنا و استفاده از مصالح مرغوب در داخل خانه نیز از مواد، تجهیزات و اکسـسـوری درجه یک استفاده شده است.

دومین و البتـه مهمترین ویژگـی انحصاری این خانه‌ها، که امروزه در خانه‌های لوکس ایران نیز قابل مشاهده است، امکانات چندمنظوره برای تسهیل سکونت افراد است که در فضای مشاعات برج‌های لوکس و سوپر لوکس، قابل دسترس ساکنان است. کترینگ هـا و خدمات مختلـف و متنوعی که در این برج هـا وجود دارد، نیازهـای خارج از محیط شخصی خانوارهای سـاکن در خانه‌های لوکس همچون، محیط‌های بازی، ورزشـی و تفریحی، رسـتوران، کافی شـاپ، کارواش، مهد کـودک، خشک شویی و... را کاملا تامین می کند.

ویژگی سوم نیز مساحت بالای این خانه‌ها را شامل می شـود که از حداقل ۲۰۰ مترمربع شروع و گاه به بالای ۹۰۰ مترمربع در هر واحد مسکونی می رسد. تمرکز همه این ویژگی‌ها در یک مجتمع مسکونی، آنجا را به ساختمان سوپر لوکس تبدیل می کند. به عنوان مثال در تهران و مشهد، معدود برج هایی وجود دارد که می توان این نام را به آنها اطلاق کرد. به رغم تشابه حداکثری بین ویژگی‌های برج‌های مسکونی سوپر لوکس در ایران و سایر کشورها، اما تفاوت‌های فاحشی بین پارامترهای اقتصادی و اجتماعی این دو بازار ایران و جهان وجود دارد.

زمین، زمینه اولین تفاوت

در ایران بـه علت گرانی بیش از حـد و نامتعارف قیمت زمین، سازنده‌های ساختمان های ممتاز با محدودیت شدید از بابت تامین و اختصاص فضای زیاد «مشاعات» به ساختمان، روبرو هستند. علاوه بر سازنده‌ها، شهرداری‌ها نیز در طراحی‌های شهری و ایجاد معابر، ناگزیر هستند کمترین عرض گذر و کوچه را تعریف کنند بطوریکه در مناطق گران قیمت شهرها که محل قرارگیری برج‌های مسکونی است، بیشترین ترافیک و تراکم ساختمان‌ها دیده می شود! این چالش البته در تهران به مراتب بیشتر از شهرهایی همچون اصفهان و مشهد است چرا که جمعیت و ساختمان‌های این دو کلان شهر هنوز فاصله زیادی با تهران دارد. بنابراین جذابیت خرید و سکونت در سوپر لوکس های این دو نقطه، بیشتر از پایتخت | در ایران متوسـط سـهم قیمت زمین از کل هزینه ساخت مسکن، در حال حاضر رقمی معادل ۵۹/۴ درصد اسـت که در ۸ کلان شهر کشور، این عدد به ۶۶/۳ درصد می رسـد. در تهران نیز، سهم زمین از قیمت تمام شده مسکن به ۷۹ درصد می رسد. این اعداد نشان می دهد، نیمی از بهای ساخت مسکن را قیمت زمین می بلعد که البته برای ساخت مسکن

به دلیل کیفیت فوق‌العاده نازل غالب ساخت‌وسازهای مسکونی و کم‌فروشی بسازوبفروش‌ها از بابت نقص فنی ساختمان‌های نوساز، اولین معیار قشر پردرآمد برای خرید خانه لوکس را میزان شُهرت و خوش‌نامی شرکت سازنده، تشکیل می‌دهد.



لوکس، ۱۰ درصد به سهم آن افزوده می‌شود. چالشی که در بازار مسکن لوکس ایران از بابت زمین وجود دارد فقط به قیمت آن محدود نمی‌شود بلکه کمیاب بودن زمین آماده ساخت از یک سو و احتکار مالکان زمین نیز هم به تورم زمین دامن زده و هم اینکه، این گران‌ترین کالای مورد نیاز ساخت مسکن را از دسترس سازنده‌ها خارج کرده‌است.

در سایر کشورها اما، وضعیت زمین کاملاً متفاوت است. به عنوان نمونه در آمریکا و در مناطقی همچون لس آنجلس که جمعیت آن نصف تهران اما مساحت آن ۲/۶ برابر پایتخت کشورمان است، هیچ محدودیتی در تامین زمین و اختصاص مشاعات وسیع برای سازنده‌های لوکس سازو خانه‌های ویلایی وجود ندارد. در آمریکا، سهم زمین از قیمت تمام شده حدود ۱۵ درصد برآورد می‌شود. در کشورهای جنوب شرق آسیا نیز این سهم بین ۱۵ تا ۳۰ درصد است و در کشورهای اروپایی از جمله اسپانیا که خانه‌های ویلایی بیشتری در آن قرار دارد، قیمت زمین ۲۰ درصد بهای تمام شده مسکن را به خود اختصاص می‌دهد. بطور معمول، در ادبیات جهانی اقتصاد مسکن، گفته می‌شود قیمت زمین به لحاظ سهم آن از قیمت تمام شده هر متر مربع بنای مسکونی، نباید از ۴۰ درصد تجاوز نکند. بنابراین، وضعیت بازار مسکن ایران در این پارامتر، کاملاً غیر عادی است!

دومین تفاوت، به قیمت خانه‌های لوکس بین ایران و جهان مربوط می‌شود. در ایران، فاصله بین قیمت این خانه‌ها با قدرت خرید خانوارهای ثروتمند زیادتر از سایر کشورها است. بررسی‌ها از داده‌های رسمی نشان می‌دهد متوسط قیمت خانه‌های لوکس در ایران ۴/۵ برابر درآمد سالانه خانوارهای ثروتمند است اما در سایر کشورها، این نسبت ۳ برابر ارزیابی می‌شود.

در ایران، متقاضیان خانه‌های لوکس که جزو دهک دهم یعنی پردرآمدترین قشر جامعه محسوب می‌شوند، توان تملک ۳۳۵ متر مربع از این نوع خانه‌ها را دارند اما در سایر کشورها اگرچه توان تملک کمتر از این است ولیکن، خانه‌ای که با بنای مسکونی کمتر در اختیار آنها قرار می‌گیرد، مشاعات و امکانات بیشتری دارد. فضای مشاعات (مساحتی غیر از بنای مسکونی که در ساختمان‌های لوکس موجود است و از طریق آن، امکانات و خدمات چند منظوره رفاهی در اختیار ساکنان قرار می‌گیرد) در مجتمع‌های آپارتمانی ایران کمتر از ۲۰ درصد است اما در سایر کشورها گاه از ۴۰ درصد هم فراتر می‌رود. به تازگی در برخی پروژه‌های خاص کشورمان نیز چنین سطحی از زیربنا به خدمات و فضاهای مشاعی اختصاص می‌یابد که نشان از توجه برندهای معتبر ساختمانی به امکانات رفاهی ساکنان دارد.

زبان مشترک خانه های دنیا

تحقیقات از سایت‌های اینترنتی موسسات املاک و مستغلات و آژانس‌های سرمایه گذاری و مشاوره ملکی در چندین کشور جهان، یک نتیجه مشترک درباره اهداف، نیازو خواسته مشتریان خانه‌های لوکس، ارایه می‌کند و نشان می‌دهد: کسانی که متقاضی این نوع خانه‌ها هستند، ۱۳ معیار کلیدی و مشخص برای انتخاب محل سکونت خود، مدنظر قرار می‌دهند.

این نتیجه که براساس یافته‌های حاصل از تحقیق در کشورهای آمریکا، استرالیا، انگلیس، اسپانیا، کانادا، ترکیه، امارات و مالزی بدست آمده است، نشان می‌دهد: متقاضیان خرید خانه‌های لوکس به ترتیب اهمیت، موضوعات و مسایلی شامل «مساحت خالص ملک، قیمت ملک، میزان وام خرید قابل اختصاص روی ملک، موقعیت مکانی قرار گیری ملک در محل نسبت به سایر خیابان‌های شهر، نزدیکی ملک یا برج مورد نظر به مراکز تجاری و رفاهی و گردشگری، میزان فضای مشاعات و محیط‌های باز ملک، خدمات جانبی و چند منظوره داخل برج، شرکت سازنده و گارانتی ساختمان، دید طبیعی و منظر عمومی اطراف ملک، نزدیکی به مترو، نزدیکی یا دوری به مرکز شهر، میزان شارژ شهری (عوارض شهرداری و مالیات) و همچنین میزان شارژ ساختمان» را املاک عمل خود برای خرید خانه قرار می‌دهند.

پسند ایرانی

در ایران مطابق تحقیقات میدانی و اطلاعاتی که فعالان بازار مسکن و مشاوران املاک درباره سلیقه و معیارهای مشتریان خانه‌های لوکس دارند، مشخص شده است: اگر چه همه این ۱۳ معیار در کشور ما نیز مورد توجه لوکس پسندها قرار دارد اما درجه اهمیت معیارها متفاوت است.

به عنوان مثال، در ایران به دلیل کیفیت فوق‌العاده نازل غالب ساخت و سازهای مسکونی و کم‌فروشی بساز و بفروش‌ها از بابت نقص فنی ساختمان‌های نوساز، اولین معیار قشر پردرآمد برای خرید خانه لوکس را میزان شهرت و خوش نامی شرکت سازنده، تشکیل می‌دهد. این قشر چون مشکل آنچنانی از بابت پرداخت بهای مسکن مورد نظر خود ندارد، بحث قیمت را در فاز دوم اهمیت، بعد از برند سازنده و ساختمان، قرار داده است. در ایران تعداد پروژه‌ها و شرکت‌های ساختمانی معروف و خوشنامی که برج‌های مسکونی لوکس دارای گارانتی و خدمات پس از فروش ارائه می‌کنند، شاید به تعداد انگشتان یک دست هم نرسد.

برخی معیارهای جهانی برای خرید مسکن لوکس، همچون نزدیکی به مترو یا شارژ شهری، در ایران، چندان کاربرد ندارد. به این علت که طبقه مرفه در ایران، هرگز از مترو برای حمل و نقل شخصی خود استفاده نمی‌کند و این وسیله حمل و نقل عمومی، برعکس کشورهای توسعه یافته، در ایران فقط مختص کم درآمدها است. دوم اینکه، در شهرهای ایران، شهرداری‌ها عملاً شارژ شهری یا همان مالیات از مالکان مسکونی، دریافت نمی‌کنند اما در عمده کشورهای جهان، شهرداری سالانه معادل یک درصد ارزش ملک را از مالک، به عنوان شارژ شهری دریافت می‌کند. معیار سومی که در جهان برای خرید خانه لوکس، اهمیت فراوان دارد اما در ایران، پررنگ نیست، بحث وام خرید قابل پرداخت توسط موسسات مالی است.

در آمریکا، ترکیه و چند کشور دیگر که بیشترین برج مسکونی لوکس چند منظوره در آنها قرار دارد، موسسات مالی غیربانکی، معادل ۹۰ تا ۱۱۵ درصد ارزش این املاک را مشروط به خوش سابقه بودن فرد متقاضی نزد سیستم بانکی، وام خرید پرداخت می‌کنند بطوریکه بخشی از رقم تسهیلات، صرف خرید اسباب و لوازم خانه می‌شود. اما در ایران، وام خرید مسکن صرفاً به دهک‌های میانی جامعه و برای خرید آپارتمان معمولی، اختصاص می‌یابد که سقف آن حداکثر معادل ۴۰ درصد قیمت مسکن است.

در این میان، یک معیار مختص بازار مسکن لوکس ایران است که در دنیا، کاربردی ندارد. بر اساس این معیار، خریداران مسکن لوکس، همواره برای خرید خود تعجیل دارند تا از «تورم» در امان بمانند. اما در سایر کشورها چون که شتاب تورم در حد ۲ تا نهایت ۵ درصد است (به این معنی که قیمت مسکن و سایر کالاهای جذاب برای سرمایه گذاری، سالی حداکثر ۵ درصد افزایش پیدا می‌کنند) افراد عجله‌ای نیز برای خرید ملک ندارند. در ایران اما با تورم متوسط سالانه ۲۰ درصدی طی ۳۰ سال گذشته و همچنین رشد متوسط ۲۱ درصدی قیمت مسکن طی همین سال‌ها، ریسک تاخیر در خرید خانه بخصوص خانه لوکس، بالاست.

در بین تمام بخش‌های اقتصادی و در تمام جوامع، اعم از جوامع توسعه یافته یا در حال توسعه، مسکن بزرگترین سهم سرمایه گذاری را به خود اختصاص داده است. سرمایه گذاری در بخش مسکن معمولاً ۲ تا ۸ درصد تولید ناخالص داخلی ملی و ۱۰ تا ۳۰ درصد کل تشکیل سرمایه ثابت جهانی را شامل می‌شود. نتایج یک تحقیق از بازار مسکن منطقه یورو نشان می‌دهد بین قیمت خانه لوکس با سهام مسکن و درآمد قابل تصرف، ارتباط بلند مدت وجود دارد اما بین قیمت مسکن و هزینه زمین، ارتباط ضعیف برقرار است.

در ترکیه، سیستم آب، استخر، نوع خانه، تعداد اتاق‌ها، اندازه خانه و ویژگی‌های محلی و نوع ساختمان، مهمترین متغیر تاثیر گذار بر قیمت مسکن لوکس محسوب می‌شود. در کانادا، سه عامل اساسی شامل درآمد خانوار، جمعیت ثابت شهرها، مهاجرت و نرخ بیکاری، تاثیر چشمگیر بر قیمت مسکن طبقه متوسط و مرفه جامعه دارد. در کشور چین که کمترین خانه لوکس در آنجا احداث شده، میزان سفته‌بازی و خرید و فروش‌های سرمایه‌ای ملک، بر نوسانات قیمت مسکن موثر است.

در آمریکا نیز بحران مالی سال ۲۰۰۸ که منجر به ترکیدن حباب قیمت مسکن شد، هنوز هم سایه سنگین خود را بر قصد افرادی که خواهان خرید مسکن لوکس هستند، پهن کرده‌است و مانع از تصمیم قطعی آنها برای خرید مسکن شده‌است. در آمریکا، هم اکنون نرخ مالکیت مسکن ۹ واحد درصد نسبت به یک دهه گذشته کاهش پیدا کرده و به حدود ۶۰ درصد کل خانوارها در فصل اول سال ۲۰۱۵ رسیده‌است. در ایران نرخ مالکیت مسکن از ۷۲/۵ درصد در سال ۸۴ به ۶۷ درصد در سال ۹۲ نزول پیدا کرده‌است که مهمترین عامل آن، رابطه معکوس بین رشد قدرت خرید مسکن و رشد قیمت مسکن است. در آمریکا اگرچه نرخ مالکیت مسکن کاهش پیدا کرده اما عامل آن، تورم نبوده‌است.

یک معیار مختص بازار مسکن لوکس ایران آن است که خریداران مسکن لوکس، همواره برای خرید خود تعجیل دارند تا از «تورم» در امان بمانند.





نشان برتری که بر مدار تحقیق و توسعه می گردد

زیبایی؛ یک برند جهانی

لازم نیست یک نام، بزرگ باشد و یا در بازار مشتریان خاص باشد و یا حتی قیمت سرسام آوری داشته باشد تا در راسته برند های معتبر قرار بگیرد. گاهی می‌تواند در دسترس باشد و معروف و حتی در کیف هر فرد دیده شود، اما همچنان پابرجا و استوار در میان برندهای مشابه حرف آخر را در کیفیت، موج بازار و مشتری مداری بزند. «اورئال» برازنده تمامی این تعاریف است، «چون شما شایستگی بهترین‌ها را دارید.»





برای اینکه بدانید چقدر این برند و نام آن معروف و فراگیر بوده و هست، کافی است از مادربزرگ های خود بپرسید که موی خود را با چه محصولی رنگ می کرده‌اند. برند فرانسوی اورئال نامی بوده‌است که از ابتدا با رنگ مو گره خورده و اولین برندی است که توانست به فرمول رنگ موی شیمیایی دست پیدا کند. «اوژن شولر» شیمیدان جوانی بود که توانست اولین رنگ موی فرموله شده را تولید و به بازار عرضه کند. سال های ۱۹۰۷ تا ۱۹۰۹ به تنهایی و با کار شبانه روزی شروع به پیدا کردن مشتری در آرایشگاه های پاریس کرد و در نهایت، اوایل دهه ۳۰ میلادی توانست با ثبت شرکت خود به نام "L'Oréal Le Grand" این نام را بین المللی کند. برای او نوآوری و خلاقیت تمامی نداشت. شولر هنوز به شیمی علاقه داشت و توانست اولین شامپوی بدون صابون را ابداع کند. و بعدها هم کرم ضد آفتابی با خاصیت ضد لک بودن. این ها همه دست به دست هم دادند تا برند اورئال، یکی از تواناترین و خوش نام‌ترین برندهای لوازم آرایشی و بهداشتی بازار شود. از سال ۲۰۰۳ به بعد نیز اورئال علاوه بر بزرگ‌ترین و سودده‌ترین برند در میان ۲۰ برند برتر دنیا، نامش در صدر لیست برترین برندهای لوازم آرایشی دنیا می درخشد.

برای اینکه شایستگی‌اش را دارید

این شعار اورئال را سال‌هاست از زبان شخصیت های مشهور بسیاری شنیده‌ایم. شعاری که به خوبی هویت جهانی این برند را آشکار می کند. نام های مختلف و برندهای متنوعی زیر پرچم اورئال، اما به صورت جداگانه فعالیت می کنند. ولی از همه معروف تر «بادی شاپ»، خانه عطر «گای لاروش» و لوازم آرایش اورئال است که توانسته‌اند نام خود را با گذشت یک قرن، همچنان پر قدرت در بازار حفظ کنند. محصولاتی که به صورت پیگیر و مستمر سلامت و ایمنی آنها تست می‌شود. به نوشته مجله اقتصادی «بیزنس ویک»، اورئال هر ساله به طور متوسط بیش از ۳۰۰۰ فرمول جدید به محصولاتش اضافه می کند و نزدیک به سه هزار نفر در مراکز تحقیق و توسعه شرکت های وابسته به اورئال اشتغال دارند. ۳،۳ درصد از درآمد هر سال نیز به بخش تحقیق و توسعه اختصاص دارد. این نشان از هدفمندی شرکت در راستای تحقق آرزوها و اهداف اوژن شولر شیمیدان است و با احساس مسئولیتی به مراتب شدید تر، نسبت به حفظ زیبایی شما، به کار خود ادامه می دهد.

برند فرانسوی اورئال نامی بوده است که از ابتدا با رنگ مو گره خورده و اولین برندی است که توانست به فرمول رنگ موی شیمیایی دست پیدا کند







ما ایرانی ها از قدیم می دانسته ایم که به دست آوردن هر چیز ناب و ممتاز سختی های خود را دارد. در امثال و حکم ما نیز نمونه هایی از این روحیه دیده می شود. «هر که را طاووس خواهد جور هندستان کشد» از جملهٔ این مَثَل هاست. اما آیا تا به حال حاضر شده اید در یک معامله یا سرمایه گذاری، شرایطی سخت یا خاص را بپذیرید؟

اگر شما به تازگی خودرویی مانند آنودی کواترو اسپایدر یا پورشه کاین خریده باشید یعنی حاضر شده اید برای نگهداری اصولی از آن (طبق توصیه کارخانه سازنده) بابت هر بار تعویض روغن مبلغی بین ۲هزار و ۵۰۰ تا ۳هزار و ۳۰۰ دلار بپردازید. شاید به نماینده فروش خودرو تعهد داده باشید برای تعمیر یا چکاپ آن ترتیب ویژه ای را مراعات کنید و ده ها باید و نباید دیگر را هم پذیرفته اید تا اتوموبیل خاصتان به درستی نگهداری شود.

ظاهر قضیه نشان می دهد با آنکه پول بیشتری برای خرید خودرو پرداخته اید اما شرایط سخت تری را هم پذیرفته اید. این یعنی برند سازنده در برابر مشتریانش پاسخگوست اما از طرفی مشتری هم حاضر است ضوابط او را بپذیرد. این وضعیت را می توان جادوی ممتاز بودن محصول و قدرت برند نامید. مصرف کننده مایل است آن کالا را داشته باشد حتی به قیمت قبول شرایط سخت گیرانه؛ چرا که می داند در نهایت این سخت گیری به نفع خود اوست.

در کشور کانادا اگر سرمایه گذار به هر کدام از تعهداتش عمل نکند، نمی تواند از تعهداتی که فروشنده یا سازنده در قرارداد اعلام کرده بهره‌مند شود

راهی روشن و هموار

اگر بخواهیم در زمینه صنعت ساختمان مثال مشابهی بیابیم، شرکت های ساختمانی کشور کانادا بهترین نمونه ها هستند. در برخی قراردادهای پیش فروش قراردادهای ساخت و ساز در کانادا بطور معمول مبتنی بر استانداردها و قوانین و مقررات صنعتی این کشور است. در این قراردادها ابتدا توضیحی درباره مسئولیت ها و کاری که قرار است انجام شود صورت می گیرد که این شامل توضیح و توصیف دقیق سازه، قیمت، برنامه زمانی ساخت، شرایط تعویض و گارانتی، بیمه، تغییرات احتمالی، تاخیرها و چگونگی حل و فصل اختلافات می شود. با این حال و تا چندی قبل، در کانادا حق و حقوق مصرف کننده آنطور که در صنایع دیگر قانون و مقررات دارد و محفوظ است، در قراردادهای ساخت و ساز و پیش فروش مسکن مورد توجه قرار نمی گرفت و صنایع و شرکت های حقوقی هم به این مسئله اذعان دارند. به همین دلیل به تازگی قراردادهای جدیدی تحت عنوان ضمانت نامه، هنگام عقد قرارداد ساخت و ساز و مشارکت و پیش فروش، امضا می شود. این ضمانت نامه معمولا سه طرف دارد: شرکت سازنده، خریدار و شرکت ضامن. هدف از این قرارداد ضمانت نامه آن است که اگر سازنده به تعهدات خود در موعد و با شرایط مشخص در قرارداد عمل نکرد، شرکت ضامن خسارت را به خریدار بپردازد. شرکت ضامن معمولاً بعد از بررسی سوابق و موقعیت مالی و اطلاعات مدیران شرکت سازنده، دست به این کار می زند. بنابراین شرکت های کوچک شانسی برای بهره بردن از این نوع قراردادها ندارند. اما وقتی پروژه ای ساختمانی قرارداد ضمانت نامه و شرکت ضامن داشته باشد، قیمت پروژه هایش بالاتر و خریدارانش هم بیشتر هستند.

از دیگر نکات مهمی که در سال های اخیر در قراردادهای ساخت و ساز و پیش خرید ملک در کانادا لحاظ شده، اشاره مستقیم و روشن کردن وضعیت حل و فصل اختلافات احتمالی است. با توجه به وقت گیر بودن روند رسیدگی قضایی در دادگاه ها، در سال های اخیر بندی به قراردادهای ساخت و ساز اضافه شده که در آن چگونگی حل و فصل اختلافات احتمالی مشخص می شود. معمولاً در این بند به مرجع میانجی کننده و تصمیم گیر نهایی در حل و فصل اختلافات اشاره شده است تا از ارجاع به دادگاه اجتناب شود. این مرجع یا شرکت های ضامن هستند، یا شرکت های بیمه کننده طرف سوم یا مرجعی که به صورت مستقیم در قرارداد به آن اشاره می شود.

مسئولیت‌های خریدار

در کانادا در کنار قوانین سخت گیرانه‌ای که در دفاع از حق مصرف کننده در قراردادهای خرید و مشارکت در ساخت مسکن وجود دارد، مصرف کننده یا همان خریدار ملک هم مسئولیت هایی دارد که وقتی به آنها متعهد می شود و با امضای قرارداد، این مسئولیت ها را تایید می کند، درواقع بخشی از حقوق خود را از دست می دهد. این از دست دادن حقوق به این معنی است که اگر حتی بخش کوچکی از این مسئولیت ها را عمل نکند، نمی تواند از تعهدات طرف مقابل یعنی فروشنده یا سازنده بهره‌مند شود. درواقع سخت گیری در این قراردادها، سخت گیری دوجانبه است. یعنی هم از خریدار انتظار عمل به مسئولیت هایش وجود دارد و هم از فروشنده و سازنده، انتظار عمل به تعهداتش.

از جمله این مسئولیت ها برای خریدار ملک، بررسی دقیق سوابق و تجربه کاری شرکت سازنده، دریافت مشاوره حقوقی، انتخاب بیمه و گارانتی تعویض مناسب، نظارت بر هر مرحله از ساخت و اطلاع رسانی به موقع درباره میزان رضایت یا نارضایتی و اطلاع رسانی نکاتی که به نظرش می رسد در حین انجام مراحل و از همه اینها مهمتر، انجام وظیفه‌اش در حفظ و نگهداری از ساختمان در مدت زمان بیمه و گارانتی تعویض است. اگر خریدار به هر کدام از این مسئولیت ها عمل نکند و این موضوع اثبات شود، نمی تواند از تعهداتی که فروشنده یا سازنده در قرارداد اعلام کرده بهره‌مند شود.

جریمه تأخیر در پرداخت

یکی از مواردی که در قراردادهای ساخت و ساز و پیش خرید ملک در کانادا وجود دارد، اشاره مستقیم به نوع جریمه در صورت تاخیر در پرداخت وجه از سوی خریدار است. این جریمه معمولا در قراردادهای ساخت و ساز کانادا نقدی نیست. با توجه به اینکه دریافت جریمه نقدی کار دشواری است و معمولا به شکایت حقوقی کشیده می شود و شامل مرور زمان می شود، در این قراردادها صریحا اشاره شده که اگر خریدار در پرداخت های تاخیر کند، سازنده باید تا ۷ روز صبر کند و بعد از این مدت، می تواند کار را متوقف کند. توقف در کار تا زمانی که پرداخت صورت گیرد ادامه می یابد و آن وقت باید همه موارد مربوط به زمان بندی تحویل کار در قرارداد از اول مورد بازبینی قرار گیرد و تغییر کند.

هدف از این قرارداد ضمانت‌نامه آن است که اگر سازنده به تعهدات خود در موعد و با شرایط مشخص در قرارداد عمل نکرد، شرکت ضامن خسارت را به خریدار بپردازد



کارواش تمام اتوماتیک برج باران ۲



تمیز برانید

اتومبیلش را مقابل ورودی لابی برج پارک می‌کند. وارد لابی شده و سوئیچ را به پارک من می‌دهد تا ماشین را به پارکینگ برد. عجله دارد؛ باید خود را به جلسه ای مهم برساند و تنها به اندازه دوش گرفتن و لباس عوض کردنی فرصت دارد. اما ماشین نیز باید تمیز شود و فرصتی برای رفتن به کارواش نیست. کمتر از یک ساعت بعد دوباره به لابی برگشته و آماده رفتن به جلسه است. پارک من سوئیچ اتومبیل شسته شده و واکس خورده‌اش را به او می‌دهد. مساله اش بدون کوچک‌ترین نگرانی حل شده است.

در مدل زندگی در هتل برج های مسکونی، مبنای تمام برنامه ریزی‌ها به حداقل رساندن دغدغه های روزمره ساکنان است و خدمات ارائه شده در این سبک از زندگی، بر همین مبنا طراحی و اجرا می شود. خدمات خانه داری، لاندری، اسپا، فضای ورزشی و موارد متعدد دیگر تنها به این دلیل در این برج ها ارائه می شوند تا به این نیازها پاسخ گفته و ساکنان را هر چه بیشتر فارغ از این دغدغه‌ها کنند. هتل برج های مسکونی باران نیز، به عنوان نخستین نمونه از این سبک زندگی در ایران، از چنین مدلی پیروی می کنند. این برج‌ها علاوه بر معماری مدرن، طراحی و ساخت اصولی و استفاده از مواد بهترین مواد اولیه در ساخت، خدمات متنوعی را همانند یک هتل پنج ستاره به ساکنان خود ارائه می دهند. تعبیه کارواش تمام اتوماتیک در پارکینگ برج نیز یکی از همین خدمات ارائه شده است.

مدرن و سازگار با محیط زیست

کارواش تعبیه شده در پارکینگ هتل برج مسکونی باران ۲، محصولی از شرکت Carens است و در طبقه بندی کارواش های تمام اتوماتیک دروازه‌ای قرار می گیرد. این کارواش با پنج برس شستشو، شامل دو برس عمودی و یک برس افقی از جنس فوم ضد خش برای شستشوی بدنه خودرو و دو برس چرخ شور از جنس پلی اتیلن، پیشرفته‌ترین کارواش مدل دروازه‌ای موجود است. کارواش های دروازه‌ای به دلیل قابلیت حرکت در طول خودرو، فضای کمی را اشغال کرده و از این حیث مدل مناسبی برای استفاده در برج های مسکونی هستند. مضاف بر اینکه به دلیل مصرف پایین آب و قابلیت استفاده مجدد از آب مصرفی، ساز گار با طبیعت بوده و آسیب کمتری به محیط زیست وارد می کند. این کارواش تمام اتوماتیک به دلیل دارا بودن سیستم اسکن خودرو، مانع برخورد اجزای خودرو یا دستگاه و ایراد خسارت احتمالی به آن می شود. از دیگر امکانات این کارواش می توان به سیستم خشک کن سقفی، سیستم پاشش واکس، سیستم پاشش شامپو و کمک خشک کن و سیستم اعلام خطای هوشمند دستگاه اشاره کرد.

مهم‌ترین ویژگی این کارواش امکان کنترل و برنامه ریزی آسان است که توسط یک کنترل پنل لمسی و تمام رنگی قابل اجراست.

تمیزی همیشگی اتومبیل خواسته ای است که صاحبان خودرو همیشه خواهان آن هستند. همانطور که خانه ای تمیز احساس خوشایندی به همراه دارد، اتومبیل تمیز و آراسته نیز اینگونه است. وجود چنین کارواشی با این سطح از قابلیت های متنوع و مدرن در هتل برج مسکونی باران ۲، خیال ساکنان برج را از حیث داشتن خودرویی همیشه تمیز آسوده کرده و پاسخی مناسب به یکی از خواسته های آنان داده است. مدلی که زندگی به سبک باران بر اساس آن طراحی شده است.





سفری هیجان انگیز در دنیای فراری

جادوگرسرخ پوش

کافی است صفتی مثل سرعت، هیجان و لذت را کنار هم بگذارید تا نام شهر بازی و ترن هوایی به ذهن متبادر شود؛ اگر فوبیای سرعت یا ارتفاع ندارید و حتی برعکس، عاشق سرعت و هیجان هستید، پیشنهاد ما «فراری» است.





FERRARI WORLD

فراری نامی است که در دنیای اتومبیل می درخشد. نامی درخـور و منحصر به فرد کـه حضورش در پارکینگ خانه یا یک نمایشـگاه اتومبیل، کلاس کاری آن را نشـان می دهد. اما اینجا قرار نیست از فراری یا آخرین مدل ماشینی که پرده برداری کرده حرف بزنیـم. می خواهیم نگاهی کنیـم به اینکه چطور فراری هیجان سرعت را با لذت و سرگرمی در هم آمیخته است.

دنیای نو، تجربه ای متفاوت

اینکه برند هـای مختلف مکان های سـرگرمی و تبلیغی بسـازند، نه تنها معمول اسـت بلکه به صورت یک رقابت در آمده است. سرمایه گذاری هایی که هم به جـذب توریسـت کمک می کند و هم نشـان از پایه های قوی یک برند دارد. شـهر بازی دیزنی لند و شـهر بازی بنـز از نمونه های سرشناس این حوزه هسـتند؛ البته از سال ۲۰۱۰ با افتتاح بزرگ ترین شهر بازی سرپوشیده دنیا در جزیره یاس ابوظبی، فراری هم به دنیای سرگرمی و تبلیغ وارد شد. شـهر بازی فراری بعد از آغاز به کارش، ترین هـای زیادی را تجربه کرده اسـت. بزرگ ترین شهر بازی موضوعی جهان که مشخص است موضوعش چیسـت: فراری. بزرگ ترین و وسیع ترین شهر بازی سرپوشیده دنیا که بزرگ ترین سقف قرمز رنگ دنیا با مساحتی معادل ۲۰۰،۰۰۰ متر مربع را در اختیار داشته و بزرگ ترین آرم شرکت فراری در دنیا را بـر روی خود دارد. این ها همه در کنار بهترین و بیشترین سـرگرمی هایی که یکجا دیده اید ماننـد بزرگ ترین مجموعـه موزه های فراری با شبیه سازهای رانندگی، این شهر بازی را ویژه و منحصر به فرد کرده است. اما برترین ویژگی این شهر بازی، همان ویژگی اتومبیل های فراری است: سرعت.

کمربندها را سفت کنید

نام فراری بـه خودی خود مترادف با سـرعت و هیجان و کلاس کاری اسـت، اما وقتی نام شـهر بازی و هیجـان یک روز داغ می آیـد فراری جنبه ای دیگر از حقایق سـرعت را به رخ شما خواهد کشـید. ۲۴۰ کیلومتر در ساعت سـرعتی است که برای مدرن ترین و ایمن ترین ترن هوایی دنیا، یعنی ترن شـهر بازی فراری ثبت شده است. این ترن با نام «فرمولا روسـا» مسیر طولانی بیش از ۲ کیلومتری اش را در کمتـر از ۲ دقیقه طی می کند. رسیدن به سـرعت ۲۴۰ کیلومتر در ۵ ثانیه نیز از ویژگی های این ترن فوق سریع است. بد نیست این را هم بدانید فشاری که بر اثر حرکت با این سرعت بالا به شما وارد می شود، به گونه ای است که انگار چند ساعت ورزش نفس گیر را انجام داده اید.

سرخوشی های کودکی

بچه که باشـید فقط بازی است که شـما را به وجد می آورد. چه گران چه ارزان، مهم بازی کردن است. ورود به دنیـای فراری مانند هر شـهر بازی هزینه مشخصی دارد اما به خاطر شـلوغی و صف های طولانی، این فرصت فراهم شـده تا با خرید بلیط های ویژه بتوانید سـریع تر به بازی خود برسـید. اگرچه کمی گران تر از بلیط های معمولی است ولی ارزش دارد. بد نیست بدانید بردن غذا و نوشیدنی به داخل مجموعه قدغن است و فقط می توانید از رستوران های داخل مجموعه خوراکی تهیه کنید. این هم به خاطر سلامتی و امنیت خود شماست. فراری بـرای تولد کودکان شـما هـم برنامه های خاصی تدارک دیده است؛ سفری پرشور و هیجان انگیز با دسترسی به بیش از ۲۰ سواری و شبیه ساز های فراری به همراه کیک و غذای میهمان که در روز تولد کودکان، تجربه ای غیر قابل وصف را تدارک ببینید. تولدی که شبیه هیچ تولد دیگری نیست.

از سال ۲۰۱۰ با افتتاح بزرگ ترین شهر بازی سرپوشیده دنیا در جزیره یاس ابوظبی، فراری هم به دنیای سرگرمی و تبلیغ وارد شد





موزه فراری



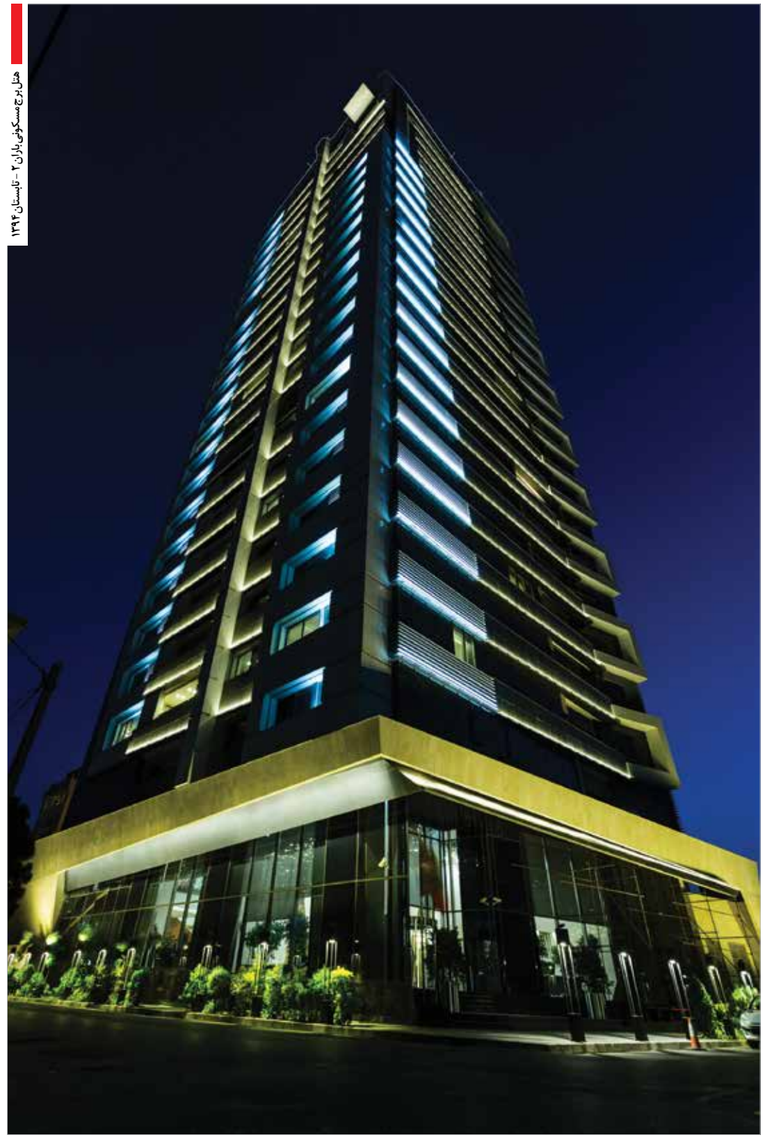
ورودی اصلی شهر بازی فراری



جایگاه اجتماعی و باز تعریف رابطه ای کهن

روزگار خوش همسایگی

قدیمی ها اعتقاد داشتند که همسایه از همسایه ارث می برد. یعنی آنقدر روابط همسایه ها با یکدیگر نزدیک و صمیمی بود که خود را فامیل می دانستند و حتی نزدیک تر. همین قدیمی ها روابط امروز همسایگان را که می بینند، تاسف روزهای گذشته را می خورند و با افسوس و حیرت به دنبال پاسخ این سوال می گردند که چگونه همسایگانی، حتی در یک ساختمان، نه تنها مراوده ای با هم ندارند بلکه حتی نام یکدیگر را نیز نمی دانند.


هتل برج مسکونی باران ۲ - تابستان ۱۳۹۴

«باری بوزان» "Barry Buzan"، استاد بازنشسته روابط بین‌الملل در دانشگاه اقتصاد لندن و نظریه پرداز نظریه مجموعه امنیتی منطقه‌ای، امنیت اجتماعی را به حفظ مجموعه ویژگی هایی ارجاع میدهد که بر مبنای آن، افراد خود را عضو یک گروه خاص اجتماعی تلقی کرده‌اند. به عبارت دیگر، امنیت اجتماعی معطوف به جنبه هایی از زندگی شخص است که هویت او را تضمین میکند. از دیدگاه او امنیت اجتماعی عبارت است از توانایی گروه های مختلف صنفی، قومی، محلی، جنسی و ... در حفظ هستی و هویت خود.

به زبان ساده تر، در اینجا با بحث جایگاه اجتماعی مواجهیم. بدین معنی که هر فرد خود را متعلق به طبقه اجتماعی خاصی می بیند و با این نگاه، نوع ارتباط خود را با جامعه تعریف و تبیین می کند و بسیار اهمیت دارد که در این نوع نگاه، مناسباتش در اجتماع با توجه به جایگاه اجتماعی او تعیین شود. هر طبقه ای در اجتماع مناسبات خاص خود را، به مانند قانونی نانوشته دارد، و وقتی در این مناسبات قرار می گیرد، احساس آرامش خاطر خواهد کرد. به طور مثال گروه های اجتماعی مردان، زنان، کارگران، فارغ‌التحصیلان دانشگاهی، بازرگانان، پزشکان، مهندسان و بسیاری گروه های دیگر را در یک اجتماع می توان متصور شد که هر فرد، بسته به شرایط خویش، خود را عضو یک یا چند گروه از آنها می داند و به طور طبیعی ترجیح می دهد مناسبات اجتماعی اش را بر اساس همین گروه ها تعریف کند. اجتماعات کوچک تر در دل یک جامعه بزرگ انسانی، مثلا یک کشور، از حیث رعایت این مناسبات وابسته به گروه و طبقه از حساسیت بیشتری برخوردارند. چرا که در محیط کوچک مراوده افراد با یکدیگر بیشتر است و بالطبع، توقع رعایت این قوانین نانوشته نیز بیشتر. جوامع کوچکی که در سال های نه چندان دور، در جایی به نام محله شکل می گرفت و امروزه و با توجه به تغییر عمده در روش شهرنشینی و تبدیل خانه های ویلایی به آپارتمان، در مجتمع های مسکونی در جریان است. رابطه ای که در این نوع از اجتماع جریان دارد، رابطه همسایگی خوانده می شود.

فرصتی برای با هم بودن

«رابرت پارک» "Robert E. Park" استاد جامعه شناسی شهری، همسایگی را «محدوده طبیعی» می نامد و آن را دارای عناصر زیر می داند:

یک منطقهٔ جغرافیایی قابل تشخیص از سایر مناطق مجاور؛ جمعیتی با ترکیب های قومی، جمعیتی و اجتماعی خاص؛ یک نظام اجتماعی با مقررات، هنجارها و الگوهای کنش متقابل پیوسته تنظیم کننده (مکانیسم کنترل اجتماعی)؛ رفتارهای موضوعی جمعی با شیوه های زندگی خاص، این تعریف دقیق از همسایگی، هم شکل سنتی تعریف همسایگی یعنی زندگی در یک محله را در بر می گیرد و هم بسیار متناسب با شرایط همسایگی مدرن و زندگی در مجتمع های مسکونی است. جالب اینکه در این تعریف به ترکیب های مختلف اجتماعی و لزوم وجود یک نظام اجتماعی با مقررات و هنجارهای مشخص اشاره می شود که مکانیسم کنترل اجتماعی نیز در آن دیده شده است. با نگاهی به این تعریف، پرسشی که در ذهن ایجاد می شود این است که چگونه می توان در شیوه نوین زندگی شهری، که انسان ها در مجتمع های بزرگ مسکونی زندگی می کنند و در عین حال روابط محدودتری نسبت به گذشته با یکدیگر دارند، این احساس امنیت و همبستگی را ایجاد کرده و تداوم بخشید. پاسخ به این پرسش را می توان در شکل گیری کلوپ هایی جستجو کرد که در عضو گیری روش خاصی داشته و مربوط به قشر خاصی از اجتماع هستند. روشی که سالهاست در بسیاری از کشورها اجرا شده و نتایج موثری در ایجاد پیوند های محکم میان اعضای گروه های خاص بوده است. به طور مثال پزشکانی را در نظر بگیرید که همگی عضو یک کلوپ هستند.

> وجود سرگرمی برای مردان و زنانی در سنین مختلف که ساکن برج هستند، موجب مراودات دوستانه و صمیمی می شود و این مساله بدون تردید سبب می شود همسایگان باران ارتباط بیشتری با یکدیگر داشته باشند

آنها اوقات فراغت خود را در این محل گذرانده و ضمن انجام فعالیت ورزشی خاص، مانند گلف، بولینگ، بیلیارد و یا تنیس، پیرامون مسائل مورد علاقه خویش تبادل نظر می کنند. حال تصور کنید که چنین باشگاهی در محله و یا مجتمعی مسکونی وجود داشته باشد تا اهالی آنجا بتوانند در آن حضور یافته و ضمن ورزش و تفریح، با یکدیگر به گفتگو و تبادل نظر بپردازند. بدون تردید چنین فضای صمیمانه ای، منجر به تحکیم روابط میان افراد چنین گروه ها و مجموعه هایی خواهد شد. از سوی دیگر، ورود اعضای جدید به این کلوپ صرفا بر اساس شاخصه ها و اشتراکاتی است که حریم خصوصی ویژه ای برای اعضا ایجاد می کند و هر کسی توان ورود به آن را ندارد و به این ترتیب، جایگاه اجتماعی افراد حفظ می شود.

همسایگی به سبک باران

زندگی به سبک باران نیز چنین رویکردی را مد نظر داشته و برج های خود را بر مبنای رفع این نیاز طراحی کرده است. در برج های باران فضاهایی برای بولینگ، بیلیارد، اسکواش، مجموعه آبی و اسپا، فوتبال دستی، سالن gym و بازیهای رایانه ای در نظر گرفته شده تا ساکنان برج این امکان را داشته باشند که اوقات فراغت خود را در کنار یکدیگر گذرانده و بیشتر همسایگی کنند. وجود تفریح، ورزش و سرگرمی برای مردان و زنانی در سنین مختلف که ساکن برج هستند، به دلیل تشابه فرهنگی و اجتماعی، موجب مراودات دوستانه و صمیمی می شود و این مساله بدون تردید سبب می شود همسایگان باران ارتباط بیشتری با یکدیگر داشته و روابط شان مستحکم تر شود.

البته روزگار تغییر کرده است اما می شود با همه گرفتاری های روزمره، از همسایه خبر داشت و با او مراوده کرد. طرحی نو باید تا دوباره آداب همسایگی برقرار شود و دوستی ها تازه، تا پدربزرگ ها و مادر بزرگ ها، بیش از این دلخور نشوند.



اکسسوری های روشنایی برند پورسلان

میهمانی نور و سنگ

لوستر، آباژور و چراغ، زینت بخش هر خانه‌ای هستند. این وسایل را در خانه باید همچون جواهر تصور کرد. این منابع نوری نظر بیننده را به خود جلب می کنند. به همین سبب، باید در انتخاب شکل، طرح، رنگ و اندازه آنها توجه بسیاری به خرج دهید و انتخاب مناسبی داشته باشید. برند های مختلف و معتبر کار شما را در این خصوص راحت کرده‌اند. طراحی و اجرای نورپردازی لوسترها و چراغ های متنوع که کاربری های مشخص شده‌ای دارند. در این میان زیبایی و شکوه این اشیای تزئینی نیز همیشه مد نظر قرار می گیرد. برند های جهانی که حضورشان در خانه شما تضمین بهترین انتخاب است. برند «پورسلان» از همین برند هاست.



Ortensia Porcella

"Le Porcellane" برندی ایتالیایی است که ریشه در شور و شوق اصالت فلورانسی دارد.

"Marco Sernesi" کارخانه داری اهل فلورانس بود که چینی جات تولیدی کارخانه‌اش، تحت نام پورسلان توانسته بود بازارهای اروپا را تحت تأثیر قرار دهد. محصولاتی با بهترین کیفیت و استفاده از بهترین و خاص ترین مواد که تا آن روزها در دسترس بود. تولید محصولاتی که از تجربه حرفه ای بالا و صنعتگرانی هنرمند اهل توسکانی بهره برد تا حسن شهرت تولید ایتالیایی را بعد از جنگ جهانی زنده کند. پورسلان با هدایت سرنسی حوزه کار خود را به محصولات مرتبط با نور و دکوراسیون خانه منحصر کرد. استفاده از سنت باستانی گرمایش ۱۳۳۰ درجه برای ذوب و رسیدن به عمق خلوص و سفیدی توانست بهترین جنس از چینی های سبک را تولید کند. اینگونه بود که پرسلان توانست در تلفیق با فلز و پارچه، نهایت زیبایی بصری را در لوسترهایش به نمایش بگذارد. استفاده از تم های متنوع از کلاسیک تا مدرن، پورسلان را به نامی معتبر در زمینه لوستر و





آباژور و محصولات روشنایی تبدیل کرد. طراحی های بدیع و بی نظیر در کنار کیفیت و ارزش کار صنعتگران فلورانسی، نور و زیبایی را به هر خانه‌ای وارد کرد و به طراحی نوین و تلفیقی ارزش بخشید. آخرین مجموعه پورسلان با نام "Ortensia"، تلفیقی از سبک کلاسیک و مدرن است و از همجوشی میان برنز و چینی و با تکنیک فوکو ساخته شده است. نمونه ای از نتیجه کامل میان تکنیک و هنر و صنایع دستی است. در این مجموعه شما طرافت گل های ادریسی را در میان سختی چینی و بافت نور را در صیقلی برنز خواهید یافت. لوستر های سقفی، آباژورهایی در اندازه های متنوع، چراغ های دیواری و انواع دیگری از محصولات در این مجموعه گل تنوع بسیاری به آن داده است. تنوعی که می تواند زیبایی خانه شما را چند برابر کند.



Le Porcellane



خانه و هزینه امنیت پایدار

سایه امن آسایش

«A short sword for a brave man» یک ضرب المثل قدیمی انگلیسی است که برگردانش به زبان خودمان می شود: «شمشیر کوتاه، مال آدم شجاع است.» می توان حدس زد اهالی جزیره که به دور اندیشی و سیاست ورزی مشهورند منظورشان آن بوده که اگر در زندگی ابزار مناسبی برای محافظت از خود مهیا نکرده اید لابد ترسی از شکست و نابودی ندارید.

نبـود امنیت در محیـط سـکونت و رویدادهای مختلفی که آسایش روانی خانه و خانواده را به چالش می طلبند، آنقدر جدی هستند که لازم باشد هر از گاهی برگردیم و ببینیم برای محافظت از خودمان چه کارکردهایم.

این فرضیه ای آشناسـت و نیازی بـه اثبات ندارد که بخش عمده ای از تلاش آدمـی در طول تاریخ برای حفظ سـلامت و امنیتش بوده است. روند شکل گیری جوامع مدنی، تشکیل نیروهای پلیس و ارتش، وضع قوانین بازدارنده و جزایی، هریک به نوبه خود پاسخی اسـت که نیاز به امنیت و آرامش ایجاب می کنـد. اما همانگونه کـه در فصل های گذشـته در این باره گفته ایم، ناامنی در «خانه» به عنوان سـلول اصلی اجتماع، تحت تأثیر عوامل دیگری هم قرار دارد که سـوای وضعیت عمومی نظم و امنیت در جامعه، به سـاختار و کارکرد خانه و امکانات و خدماتش باز می گردد. بیایید به این سوال پاسخ دهیم که برای داشتن خانه ای امن و آرام حاضریم چقدر هزینه پرداخت کنیم؟ و چگونه با این ابزارها به ساحل آرامش می رسیم؟

این خانه تاریک است

از خرابی سیسـتم لوله کشـی یک خانه تـا زلزله کوچکی که لرزه بر اندامممان می اندازد، از نگرانی درباره حوادثی که اعضای خانواده را در رفت و آمد برای کار و تفریح و انجام امور روزانه تهدید می کند تا اضطراب گروگانگیری یا ورود به عنف، از دلشوره ای که وقت مسافرت رفتن داریم که زندگیمان بدون محافظ رها می شود تا ترس از سرقت خود و یا اشیاء قیمتی خانه، همه این ها و صدهـا نگرانی دیگر، عواملی هسـتند که به فراخـور در زندگی روزمره خود با آن ها مواجهیم. دور از خردمندی اسـت که این چالش ها را دست کم بگیریم و از طرفی وسواس به خرج دادن درباره این ها نیز مجبورمان می کند در هر بخش هزینه های گزافی پرداخت کنیم تا از داشته هایمان محافظت کنیم.

محیط سـکونت به خودی خـود می تواند دارای شرایط نامطلوبی باشد که به این موارد دامن می زند. خانه‌ای را فرض کنید که با وجود زیبایی در طراحی و سـاخت از اسـتانداردهای لازم در زمینه سازه و تاسیسات پیروی نکرده باشد. بعید نیست علیرغم نظارت دستگاه های مسئول باز هم سودجویان بخاطر کسب منافع بیشتر، از کیفیت زیرساخت ها بکاهند و نتیجه ای مانند اوضاع همین روزهای مسکن به بار آورند. در چنین خانه–هایی، آرامش روانی ساکنان در درجه اول از ناحیه «ایمنی» دسـتخوش آسیب می شـود. مقاوم نبودن در برابر زمیـن لرزه، عایق نبودن در برابر سرو صدا و انتقال حرارت، بکارگیری تجهیـزات تاسیسـاتی نامرغـوب و بی کیفیت، مشکلات ناشی از عدم هماهنگی تیم های مختلف ساخت با هم، ضعف سیسـتم های اعلام و اطفاء حریق و ده ها مورد دیگر از جمله مواردی است که در ظاهر زیبای ساختمان ها دیده و درک نمی شود اما در طول سکونت، بروز هر یک از این مشکلات می تواند روزها و ماه ها آسایش یک خانواده را مختل و هزینه های گزافی را به آنان تحمیل کند.

اما دسـته ای دیگر از نا امنی هایـی که آرامش یک خانواده را نشانه گرفته اند، بوسیله عوامل انسانی ایجاد می شـوند. مجرمان و افراد نابهنجار در هر جامعه ای وجود دارند و تعدی به حقوق و آسایش دیگـران در قالب آسـیب های اجتماعـی مانند سرقت، تجاوز به عنف، گروگان گیری، زورگیری و ... همه روزه اخبـار تلخی را رقم می زند. گاه این آسـیب ها عمیق تر از یک خراش سطحی، باعث جریحه دار شدن روح و جسم و آرامش روانی فرد و اجتماع می شود. اما متاسفانه اغلب مردم برای بهتر محافظت کردن از خود الگوی خاصی ندارند یا حاضر به پرداخت هزینه آن نیسـتند و زمانی به اشتباه خود پی می برند که یکی از این نابهنجاری ها دامنشان را گرفته و چنین رخدادی، سایه نا امنی را بر سر خانه و خانواده شان انداخته است. سوال این است که کدام کارشناس می تواند هزینه احساس نامطبوع و آزارنده نا امنی را محاسبه کند و چه کسی تضمین می کند که بعد از رخ دادن چنین حوادثی صرف نظر از خسارت های مادی بتوان لطمه های روحی و روانی آن را جبران کرد؟



شما انتخاب می کنید

اگر بپرسید چگونه از این همه درد سر خلاص شویم، پاسخ همچنان یک عبارت ساده است: «تغییر سبک زندگی».

نگرش ما به زندگی به ویژه درباره انتخاب محیط سکونت، تعیین کننده کیفیتی است که از زندگی انتظار داریم. اگر برای ما مهم است که دور از شلوغی شهر، خانه باغی داشته باشیم تا کشمکش های روزمره زندگی شهری را نبینیم، به ناچار خود را در معرض خطراتی قرار داده ایم که مخصوص نقاط دورافتاده و حومهٔ شهرهاست. اگر به جای یک مجموعه آپارتمانی امن در مرکز شهر، ترجیح می دهیم خانهٔ ویلایی با منحصر به خود را داشته باشیم، به احتمال زیاد حاضریم هزینه ایمن سازی و حفظ امنیت آن را هم بپردازیم و با چندین نفر نگهبان و کارگر خدماتی از منزل شخصی خود مراقبت کنیم.

اگر حاضریم در مجموعه آپارتمانی زندگی کنیم، اما مهم نیست چه افرادی با چه کیفیت فرهنگی و اجتماعی هم جوار و همسایه ما هستند و یا اهمیت نمی دهیم محیط سکونتمان چه امکاناتی دارد لابد حاضریم هزینه های جانبی سنگینی برای جبران این نواقص و ناهمگونی ها پرداخت کنیم و در نهایت اگر خانه ای با امکانات فراوان داریم اما نظم خاصی بر اداره و بهره برداری آن حاکم نیست و مراقبت از خانواده ها در هیچ کجای فرایندهایش دیده نشده، شاید نمی خواهیم قبول کنیم که این امکانات خود می تواند معکوس عمل کند و باعث اختلال در آرامش و آسایشمان شود.

درباره راه متفاوت گروه مهندسی باران فراوان گفته ایم و شنیده اید. تکرار این دیدگاه ها هر یک از زاویه ای متفاوت تنها این هدف را دنبال می کند که زوایای مختلف یک «زندگی بهتر» بازنمایی شود.

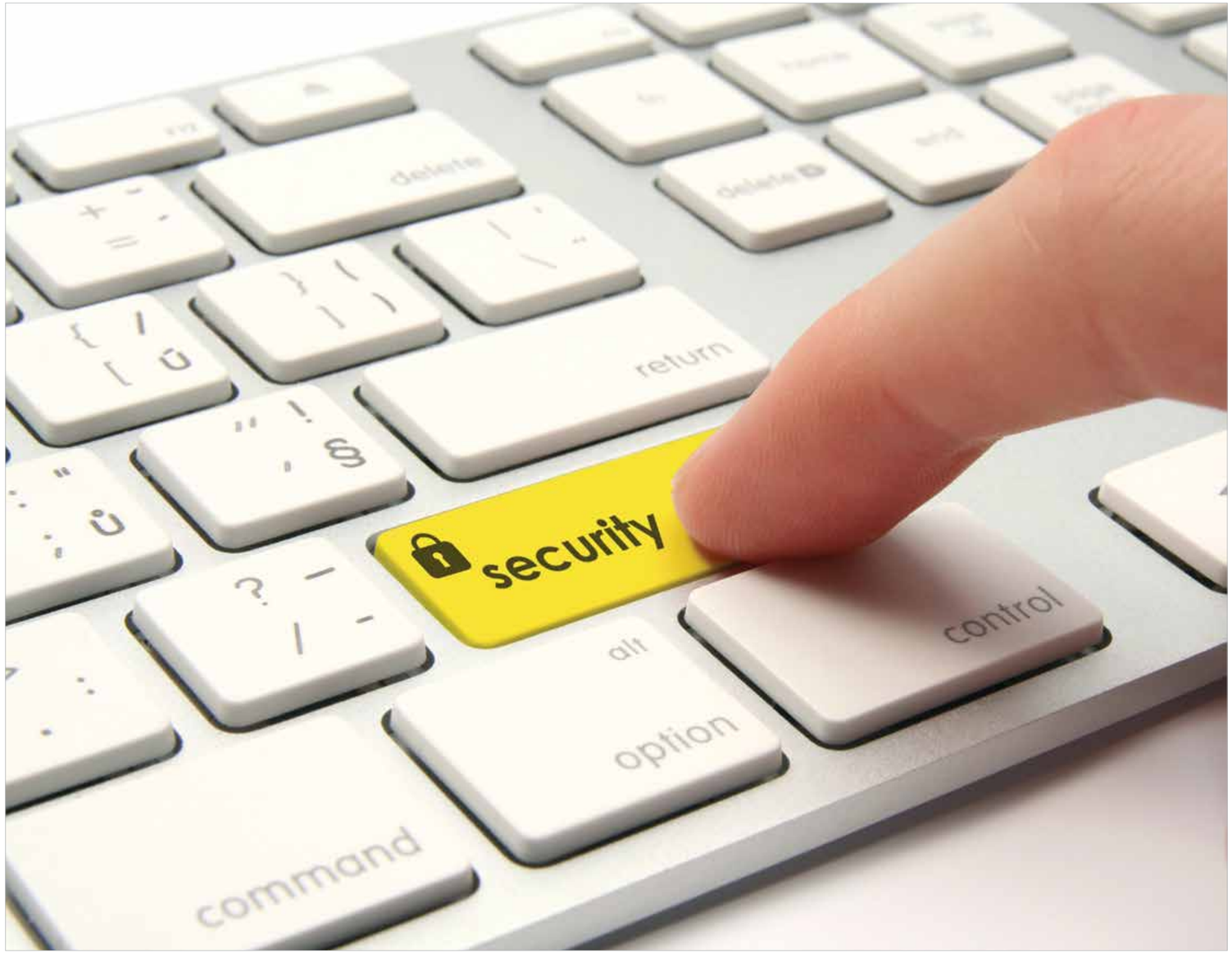
خریداران واحدهای مسکونی در کشور ما در هر سطح مالی، شایسته داشتن یک زندگی امن و آرام هستند، مهم آن است که بالا بردن کیفیت زندگی دغدغه کسانی باشد که شغلشان ساخت محیط سکونت شهروندان است. از آن مهم تر اما، مطالبه این خواسته ها از جانب مصرف کننده است.

خانه ای که با دیدگاه رفع نیازهای آشکار و پنهان مصرف کننده طراحی و ساخته شود و امکانات لازم برای رفاه ساکنان را داشته باشد و از طرفی توسط یک ساز و کار اصولی و حساب شده اداره شود علاوه بر تأمین آسایش، بخشی قابل توجه از هزینه های مادی و غیرمادی خانواده را کاهش می دهد هرچند در ظاهر هزینه بیشتری از زندگی در یک خانه معمولی داشته باشد.

بد نیست این یاد داشت را با ضرب المثل دیگری از بریتانیایی ها به پایان برسانیم؛ می گویند ما آنقدر پولدار نیستیم که کالای نامرغوب استفاده کنیم. واقعیت همین است، اگر برای آسایش و امنیت خود فکری نکرده باشیم یا هزینهٔ یک زندگی با کیفیت را پرداخت نکنیم، مجبور خواهیم شد هزینه هایی گزاف و چندباره برای جبران آن بپردازیم.

ناامنی در «خانه» به عنوان سلول اصلی اجتماع، تحت تأثیر عوامل دیگری هم قرار دارد که سوای وضعیت عمومی نظم و امنیت در جامعه، به ساختار و کارکرد خانه و امکانات و خدماتش باز می گردد







مجموعه فرش شجاعی
مبلمان کلاسیک

Classic Furniture | Shojae Carpet

مبلمان کلاسیک: اول جاده شاندیز تلفن: ۲۶۷۲۶۷۹-۳۷۶۷۳۱۳۱
فرش شجاعی شعبه ۱: کوی دکترا نبش پاستور- تلفن: ۳۸۴۱۷۸۲۲
شعبه ۲: لابی هتل همای خیام - تلفن: ۳۷۶۱۱۰۰۱

نگاهی به لکسوس، برند برتر دنیای خودرو

آخرین سامورایی

سال ۱۹۸۳؛ اقتصاد دنیا در حال تجربه روزهای شکوفایی اقتصادی است. مد و زندگی لاکچری به موضوعات مهم و روز دنیا تبدیل شده و وارد جزئیات زندگی مردم شده است. از خودکار و قلم تا خانه و زیورآلاتش هر چه پرزرق و برق تر، زیباتر و جذاب تر. ماشین هم از این قاعده مستثنی نبوده و نیست. دنیا در رقابت میان اتومبیل های لوکس، هر روز بهترین ها را تجربه می کرد. غول های دنیای خودرو در این رقابت نفس گیر، چشم به راه برند جدیدی از خانواده سامورایی بودند؛ لکسوس













هر ساله موسسه‌های معتبر، آماری دقیق از بهترین و پرسودترین برندهای دنیا را معرفی می کنند. مؤسسه تحقیقاتی «میل وارد بروان» برای دهمین سال پیاپی نام صد برند برتر دنیا را منتشر کرده است. شرکت خودروسازی تویوتا در رده سی ام بهترین و پرسودترین برندها نشسته است. اما در ردیف بهترین شرکت های خودروسازی و پربازده‌ترین برند در این حوزه، تویوتا سال‌هاست که حرف اول را می زند. به گزارش مجله آمریکایی «کانسامر ریپورتس» که به‌طور ماهانه توسط اتحادیه مصرف کنندگان منتشر می شود، لکسوس با کسب ۷۸ نمره، بهترین نمره کل را به‌دست آورده و عنوان بهترین برند خودروی سال ۲۰۱۵ را از آن خود کرد. کانسامر ریپورتس، لکسوس را برندی نامید که به دلیل ساخت خودروهای بدون صدا، شیک و قابل اطمینان مشهور است. این خودروساز همچنین بالاترین رتبه قابلیت اطمینان و نمره تست جاده‌ای را کسب کرد.

تولد یک برند

سال ۱۹۸۳ «ای جی تویودا» مدیرعامل و رئیس هیئت مدیره تویوتا طی یک جلسه فوق‌العاده با مدیران ارشد کمپانی، از پروژه‌ای محرمانه با نام «پروژه اف ۱» پرده برمی دارد. پروژه‌ای که هدف آن تولید خودرویی قابل رقابت با اتومبیل های لوکس برندهای بزرگ بود. مجریان پروژه اف یک و تیمی از مهندسان تویوتا، لانگونا بیچ کالیفرنیا را برای توسعه طراحی و مطالعات انتخاب کردند و ماه می سال ۱۹۸۶ اولین تست از خودروی پروژه اف یک، در اتوبان های آلمان اجرا شد و سپتامبر همان سال شروع گسترده تست خودرو در آمریکا برنامه ریزی شد. لکسوس ال اس متولد شده بود.

نام لوکس

پیدا کردن نام همیشه بخش استرس زا و البته هیجان انگیز ماجراست. در مورد انتخاب تویوتا و نام گذاری محصولی که قرار است وارد دنیای لاکچری شود این پروسه به شرکت تبلیغاتی «ساعتچی اند ساعتچی» واگذار شد. این آژانس تبلیغاتی یک تیم تخصصی برای انتخاب نام برند تشکیل داد. از میان نام‌هایی چون چاپارل، وکترا، کلیبره و الکسیس بعلاوه ۲۱۹ نام دیگر الکسیس بود که در نهایت انتخاب شد. اما با این تفکر که ممکن است این نام مناسب خودرو نباشد با تغییر و جابجایی حروف و نزدیک کردنش به کلمه "luxury" و لوکس در نهایت "lexus" انتخاب شد.

آخرین سامورایی

از آخرین محصول برند لاکچری لکسوس در سال ۲۰۱۵ در نمایشگاه نیویورک رونمایی شد. RX خودرویی جسور و غول پیکر که بدنه عضلانی اش را از لکسوس NX الهام گرفته است. سپر بزرگ رو به جلو با شکست های هنرمندانه، چهره‌ای آپولونی به آن داده است. RX موتور شش سیلندر ۳۵۰۰ سی سی و ۳۰۰ اسب بخار را برای RX350 و پیشرانه هیبریدی با موتور ۳۰۰ اسب بخاری شش سیلندر را برای لکسوس RX450 تدارک دیده است. مهم‌ترین تغییر برای لکسوس در این مدل تغییر در شاسی ماشین است. استفاده از متریالی سخت‌تر از مدل‌های قبلی که بدنه را بهتر محافظت می کند. سیستم یکپارچه جهت حذف صداهای اضافه قابلیت دیگر این شاسی مستحکم است. چهار چرخ متحرک از آپشن های این خودروست که به‌صورت اختیاری قابل تنظیم است. سیستم ایمنی، هشدار پیش از برخورد، دوربین ۳۶۰ درجه و هشدار نقاط کور و خروج از جاده از ویژگی های دیگر این خودروی لوکس می باشد.

داخل خودرو هم تغییرات زیادی دیده می شود. تغییر دسته دنده و نزدیک شدن آن به داشبورد، عملکرد راننده را بهبود بخشیده است. فضای کنسولی میان صندلی ها بیشتر شده و یک مانیتور ۱۲ اینچی برای راننده و ۱۱٫۶ اینچی در صندلی های عقب تعبیه شده است. تویوتا برای اسپرت کردن این مدل، رینگ های ۲۰ اینچی را طراحی کرده؛ به همراه سیستم تثبیت کننده فعال و درایو انتخاب راننده گی که آپشن های نرمال، اکونومیک و اسپرت را به شما می دهد. لکسوس قیمت این مدل خود را که در سال ۲۰۱۶ وارد بازار خواهد شد، هنوز مشخص نکرده است اما انتظار می رود تا حدود ۴۲۰۰۰ دلار برای آن تعیین شود.

پیشنهاد غذاهای دریایی برای فصل تابستان

طعم خوش اقیانوس

تعطیلات تابستان فرصت ایده آلی است برای مصرف غذاهای دریایی متنوعی که مخصوص این فصل است. ماهی های تازه و محصولات مغذی دریایی که علاوه بر خوشمزه بودن، مصرفشان سلامتی شما را تضمین می کند. می دانیم که ماهی و محصولات دریایی با داشتن اومگا ۳ و اسیدهای چرب، برای هوش و اورگانیسم بدن بسیار مفید است. اما استفاده از ماهی در برنامه غذایی روزانه ما ایرانی ها معمولاً جایش را به گوشت قرمز داده است. از طرف دیگر در تابستان به خاطر ترس از مسمومیت، استفاده از محصولات دریایی معمولاً کمتر می شود. اینجاست که باید روش هایی را استفاده کنیم که هم از لحظه های تابستانی لذت ببریم و هم سلامت خود را در این روزهای گرم حفظ کنیم.

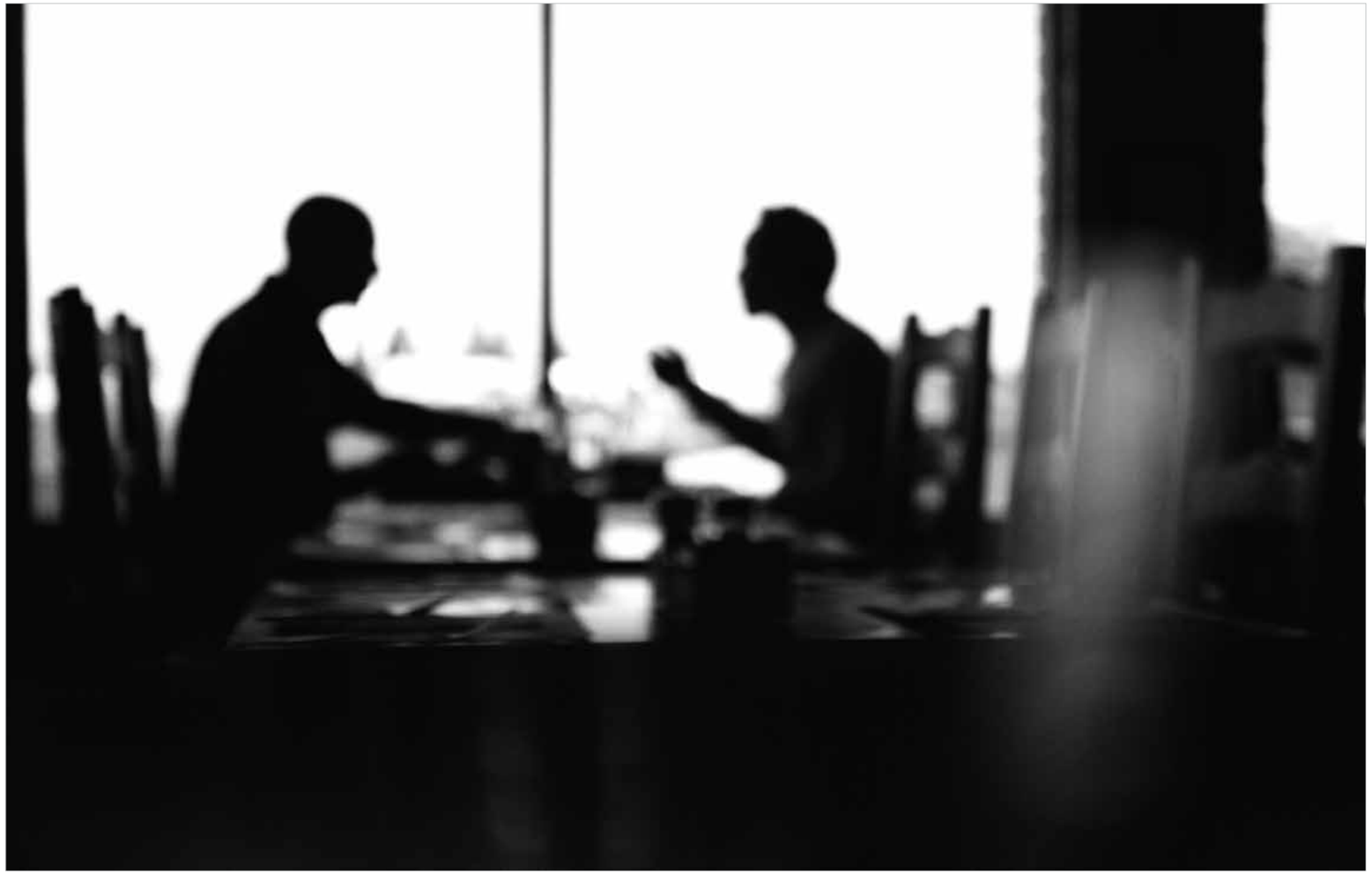


چطور مصرف کنیم

تابستان فصل خورشید و تابش بی امان و گرمای آتشین آن است. پس در تابستان غذاهای خنک کننده باید در رأس برنامه های غذایی ما باشند. اما استفاده از گوشت مستلزم کمی تغییرات است. در این فصل استفاده از گوشت قرمز را باید کم کنید، ولی استفاده از ماهی، میگو و دیگر محصولات دریایی می تواند جایگزین فوق العاده ای بجای گوشت قرمز باشد. اینکه بدانیم چگونه از محصولات دریایی در تابستان استفاده کنیم، یکی از راه هایی است که شما را از آسیب های غیر منتظره خوردن ماهی یا دیگر محصولات دریایی محافظت می کند. متخصصان معتقدند ماهی های چرب بیشتر در معرض آلودگی هستند. زیرا در قسمت های چرب ماهی، آلودگی تجمع پیدا می کند. اما راه حل، استفاده از فیله ماهی است. اینگونه تا حدودی آلودگی کمتری به مصرف کننده می رسد. به علاوه نواحی نزدیک به دم در هر نوع ماهی، کمترین میزان چربی را دارد. در ضمن به منظور کاهش احتمال مسمومیت توصیه می شود، از خوردن پوست، عضلات قرمز و ماهی هایی که از آب های ناشناخته صید شده اند، خودداری کنید. از طرف دیگر بهترین روش برای مصرف ماهی همراه با سبزیجات است. اضافه کردن تکه های ماهی یا میگو در سالادهای تابستانی شما، کمک زیادی به حفظ ذخیره پروتئین بدن در طول روزهای پر فعالیت تابستان می کند. کباب کردن و یا بخارپز کردن هم به جای سرخ کردن در روغن بهترین روش برای پخت و نگه داشتن میزان بیشتری از اسیدهای چرب در محصولات دریایی است. می توانید میگو یا انواع ماهی و حتی طبخ خرچنگ را در کنار هم تجربه کنید. یکی از بهترین روش ها هم استفاده از فویل های آلومینیومی است که آب موجود در ماهی و بافت آن را سالم نگاه می دارد.

در این فصل استفاده از گوشت قرمز را باید کم کنید، ولی استفاده از ماهی، میگو و دیگر محصولات دریایی می‌تواند جایگزین فوق العاده ای بجای گوشت قرمز باشد





یادداشتی کوتاه درباره وکالت و آثار آن

آنچه باید بدانیم

گاه اتفاق می افتد که هریک از ما به دلیل مشغله های کاری و یا دوری از محل، انجام کاری حقوقی، برایمان ممکن نیست و به ناچار انجام آن را به دیگری سپرده و به او نیابت یا اجازه می دهیم تا آن را از طرف ما به انجام رساند که در چنین مواردی موضوع وکالت مطرح می شود.

وکالت یکی از قراردادهای بسیار رایج است که امروزه در فعالیت های اجتماعی، اقتصادی و مالی از آن استفاده زیادی می شود. طبق تعریف ماده ۶۵۶ قانون مدنی، وکالت عقدی است که به موجب آن یکی از طرفین طرف دیگر را برای انجام امری نایب خود می نماید. بنابراین وکالت نیز مانند خرید و فروش (بیع) یا اجاره یک قرارداد است.

قراردادهای مختلف آثار مختلفی را به وجود می آورند مثلاً بیع موجب می شود که مالکیت از شخصی (فروشنده) به شخصی دیگر (خریدار) منتقل شود، اما اثر اصلی عقد وکالت همانطور که در تعریف فوق ملاحظه می شود نیابت است. به این صورت که شخصی (موکل) شخص دیگری را (وکیل) نایب خود در انجام کاری قرار می دهد تا از جانب او اقدام کند. بدین معنی، موکل اقدام وکیل را در انجام دادن اعمال حقوقی به منزله اقدام خود می داند و به او اختیار می دهد که به نام و حساب او تصرفاتی کند. بنابراین وکیل داد گستری نسبت به آثار اموری که انجام می دهد در حکم واسطه است و آنچه می کند برای موکل است و تعهدهایی که پذیرفته است بر موکل تحمیل می شود و اگر نفعی در بین باشد برای اوست. وکالت انواعی دارد. وکالت مطلق یعنی این که شخصی را برای تمام امور وکیل کند و این وکالت شامل امور اداری و مالی موکل می شود، مثل خرید و یا فروش و یا پرداخت هزینه خانواده که در این گونه اعمال، وکیل نیاز به اجازهٔ موکل ندارد. اما در وکالت مقید، مورد وکالت مشخص و معین است و وکیل باید در همان مورد معین عمل نماید مثل خرید خانه یا فروش ماشین.

موضوع و حدود قرارداد وکالت

طبق قانون، وکالت باید در امری داده شود که خود موکل بتواند آن را بجا آورد. در واقع از نظر قانون وکیل نمی تواند عملی را که خارج از حدود وکالت است انجام دهد. مثلاً در بیع حدود وکالت فروش است و اخذ بهای آن جزو وکالت در بیع نیست، مگر اینکه چنین اختیاری به صراحت داده شده باشد. یافتن حدود اختیارات وکیل کار چندان دشواری نیست. همانطور که قبلاً ذکر شد وکالت یک قرارداد است و اراده مشترک طرفین آن را ایجاد می کند. پس با دقت در متن وکالتنامه می توانیم دریابیم که اراده مشترک طرفین چه بوده است و موکل در چه اموری وکیل را نایب خود قرارداده است. به این ترتیب وکیل نمی تواند عملی را که از حدود وکالت او خارج است انجام دهد (ماده ۶۶۳ قانون مدنی) زیرا در امور خارج از حدود وکالت، وکیل مانند شخصی بیگانه است و می دانیم که اصولاً اشخاص نیابتی در امور یکدیگر ندارند. بنابراین نیابت وکیل نیز که به موجب عقد وکالت در حدود اعطاشده به وی ایجاد شده، امری استثنایی است و فراتر از حوزه مورد توافق ایشان قابل اعمال نیست. لازم است هنگام انعقاد وکالت آنچه در نظر داریم در حیطه اختیارات وکیل محسوب شود را به صراحت بیان کنیم تا بعدها اختلاف در خصوص اینکه آیا در حدود اختیارات وکیل بوده یا خیر، ایجاد نشود.

وکالت در توکیل

اعطای نیابت به وکیل با توجه به شخصیت او انجام می شود، با این وجود موکل می تواند شخصی را وکیل کند و به او اختیار دهد تا وکیلی برای موکل انتخاب کند. این اختیار را «حق توکیل» می نامند. برای مثال شخصی که دعوایی در دادگاه دارد و وکلای متخصص و امین را در آن باره نمی شناسد می تواند به معتمدی که در این باره آگاهی لازم دارد وکالت دهد تا او وکیلی را برای دفاع در آن موضوع انتخاب کند. بدین ترتیب شخص می تواند به کسی وکالت دهد که او را نمی شناسد و اختیار تعیین وکیل را به دیگری بسپارد.

بی گمان دادن حق توکیل به وکیل اقدامی است خطرناک و به همین دلیل نیز بعضی آن را مجاز نشمرده اند. قانون مدنی اعطای چنین حقی را به وکیل مجاز می داند. ولی برای پرهیز از هرگونه سوء استفاده و هشدار به موکل، وجود «حق توکیل» را خلاف اصل و نیازمند به تصریح موکل یا دلالت قرائن خاص اعلام می کند. حتی اگر وکیلی که وکالت در توکیل نداشته انجام امری را که در آن وکالت دارد به شخص ثالثی واگذار کند، وکیل و شخص ثالث، هریک در مقابل موکل نسبت به خساراتی که مسبب محسوب می شوند مسئول خواهند بود.

اثر اصلی عقد وکالت اعطای نیابت است. لذا در تنظیم انواع وکالت نامه ها باید در وهله اول نوع آن به جهت مطلق و یا مقید بودن و همچنین حدود اختیارات وکیل به صراحت مشخص شود. شایان ذکر است که علی الاصول، وکلا حق توکیل به غیر ندارند و موکل باید وجود «حق توکیل» را که خلاف اصل و نیازمند به تصریح اوست اعلام کند. دو طرف در عقد وکالت با رضایت هم در هر زمان می توانند به وکالت خاتمه دهند مگر در وکالتنامه عدم فسخ یا بلاعزل بودن آن شرط شده باشد.

دادن حق توکیل به وکیل اقدامی است خطرناک و به همین دلیل نیز بعضی آن را مجاز نشمرده اند.



چرا بیشتر مجتمع های پزشکی ایران کارآمد نیستند؟

جنجال زیرپوست شهر

انگار در یک «ماز» گرفتار شده‌اید. پیچ در پیچ خیابان‌های باریک و پس کوچه‌های لبریز از اتومبیل و انسان، کلافه‌تان کرده است. در هم تنیدگی آدم‌ها، چه آنها که درون اتومبیل خود به دنبال جای پارک می‌گردند و چه عابران پیاده‌ای که میان مطب پزشکان و آزمایشگاه و داروخانه سرگردانند، تصویر نازیبایی را ترسیم کرده است. اینجا درست زیرپوست یکی از اصلی‌ترین خیابان‌های شهر، آنها که به پزشک و خدمات پزشکی نیاز دارند، تجمعی روزانه و ملال‌آور دارند. راهپیمایی خسته‌کننده ای برای بازیابی سلامتشان

"Outpatient Center" یا همان مراکز ارائه خدمات سرپایی پزشکی جایی است که بیماران بدون نیاز به بستری شدن‌های طولانی، می‌توانند از خدمات پزشکی بهره‌مند شوند. این شکل متعارفی است که در بسیاری از کشورهای دنیا وجود دارد و حتی در برخی از بیمارستان‌های ایران، به‌عنوان بخش کوچکی از خدمات ارائه می‌شود. اما ارائه این نوع از خدمات پزشکی سرپایی که طیف گسترده‌ای از خدمات اعم از جراحی‌های خرد، خدمات آزمایشگاهی و رادیوگرافی، کلینیک‌های تخصصی و مجهز، داروخانه و بسیاری خدمات دیگر را دربرگیرد، اتفاقی خاص و شایان توجه است. به‌ویژه اگر ارائه تمام این خدمات به‌صورت متمرکز و در یک برج پزشکی، معضل ترافیک و رفت‌وآمد در هسته مرکزی شهری بزرگ مانند مشهد را نیز تا حدود زیادی مرتفع سازد.

چرا به چنین مرکزی نیاز داریم؟

پرسش نخست: چرا به چنین مرکزی نیاز داریم؟ برای پاسخ به این پرسش باید هر دو سوی معادله را در نظر بگیریم و ببینیم به کدام نیازهای پزشک و بیمار، باوجود چنین مرکزی پاسخ داده خواهد شد. در نگاهی کلی می‌شود گفت که پزشکان سه فاکتور مهم را در انتخاب مکان برای راه‌اندازی کلینیک و یا مطب خود در نظر دارند: میزان و نحوه مراجعه بیماران، امکان ارائه مطلوب‌ترین خدمات پزشکی به آنها و داشتن فضایی برای استراحت و تمدد اعصاب حین کار. درباره بیماران نیز می‌توان سه خواسته کلی را در نظر گرفت: دریافت بهترین خدمات پزشکی، دسترسی آسان و سریع به این خدمات و دریافت خدمات جنبی به‌موقع و مناسب. بیایید کمی دقیق‌تر حرف بزنیم.

سه فاکتور مهم در انتخاب مکان برای راه‌اندازی کلینیک و یا مطب: میزان و نحوه مراجعه بیماران، امکان ارائه مطلوب‌ترین خدمات پزشکی به آنها و داشتن فضایی برای استراحت و تمدد اعصاب حین کار

کلاف سردرگم محتشمی، عارف و دیگران

از مطب‌های متصل به خانه و معدود پزشکانی که نقاط دیگری از شهر را برای مطب انتخاب کرده‌اند که بگذریم، ضلع جنوبی خیابان احمدآباد، حدفاصل میدان طالقانی تا میدان شریعتی، محل تمرکز مطب درصد بالایی از پزشکان متخصص، داروخانه‌ها، آزمایشگاه‌ها و رادیوگرافی‌های کلان شهر مشهد است. تجمع بیش از دویست مطب در میانه کوچه‌های کم‌عرضی چون عدالت، عارف، محتشمی و پرستار که قدمتی بیش از پنجاه سال دارند و کمترین تطابق را با شهرسازی مدرن امروز داشته، سبب وضع ملال‌آور و آزاردهنده امروز شده است. تمهیدات پلیس مبنی بر یک طرفه کردن برخی کوچه‌ها و انتقال به پارکینگ خودروهایی که به‌اجبار در محل‌های پارک ممنوع توقف می‌کنند و حتی مستقر کردن نیروی پلیس برای سروسامان دادن به ترافیک سنگین حاصل از مراجعه بیماران به این مطب‌ها نیز گره‌ای از ترافیک سنگین این کوچه‌های باریک بازنکرد تا کماکان هم پزشک ناراضی باشد، هم بیمار و همراهانش و هم ساکنان این منطقه مسکونی. تلاقی خودروهایی که در پس کوچه‌های احمدآباد به دنبال جایی برای پارک می‌گردند با عابرانی که سرگردان میان مطب پزشکان و داروخانه‌ها و آزمایشگاه‌ها و رادیوگرافی‌ها در رفت‌وآمدند، تصویر آشنایی است که سال‌هاست زیرپوست اصلی‌ترین خیابان شهر در جریان است.

کار سخت، امکانات محدود

از سوی دیگر پزشکان نیز از شرایط چندان مساعدی در این فضا برخوردار نیستند. مطب‌های آنها، در اکثر موارد ساختاری مناسب برای کارکرد فعلی خود ندارند؛ چراکه بسیاری از آنها پیش‌ازاین یا مسکونی بوده‌اند و یا طراحی مربوط به سال‌های دورشان، تطابقی با شرایط روز پزشکی ندارد. افزون بر این در بیشتر این مطب‌ها فضای مناسبی برای استراحت پزشک در نظر گرفته نشده و پزشکان ناچارند از همان فضای موجود برای استراحت‌های گاه‌وبیگاه حین کار استفاده کرده و یا قید استراحت را بزنند. سیستم‌های نوبت‌دهی معیوب و قدیمی، عدم‌وجود سیستم غربالگری در هنگام پذیرش بیمار و نبود خدمات پاراکلینیکی و مکمل‌های درمان در ساختمان مطب نیز از آن دست مشکلاتی است که هم بیمار را به زحمت می‌اندازد و هم کارایی پزشک را کاهش می‌دهد. تمام موارد ذکرشده، لزوم چاره‌اندیشی برای تغییر وضعیت موجود به وضعیت مطلوب را خاطرنشان می‌کند. چاره کار امانه در جابجایی این مطب‌ها به محلی خارج از هسته مرکزی شهر، که در ایجاد مجتمعی است که تمام این خدمات را یک جا و با کیفیتی بالا ارائه کند. جایی در محدوده مرکز شهر که علاوه بر دسترسی آسان از تمام نقاط مشهد، با سیستمی یکپارچه و به شکلی متمرکز، اقدام به ارائه خدمات پزشکی نماید.



کلیولندکلینیک



هتل برج سلامت باران

ایده ای برای

از مسیری ویژه وارد ساختمانی بلندمرتبه می‌شوید و به سمت میز پذیرش می‌روید. به شما گفته‌اند که اینجا تمام خدمات پزشکی موردنیازتان را به‌صورت متمرکز دریافت می‌کنید و حالا مسئول پذیرش، با لبخند همین حرف را تأیید می‌کند. پس از طی مرحله غربالگری، معاینه اولیه مشخص می‌کند که نیاز شما در کلینیک مغز و اعصاب ساختمان مرتفع خواهد شد. سوار آسانسور شده و به کلینیک مغز و اعصاب مراجعه کرده و متوجه می‌شوید اطلاعات شما پیش از خودتان رسیده است. این سیستم هوشمند در حین ام آر آی، آزمایش خون، نوار مغز و دریافت دارو نیز شما را همراهی می‌کند. از برج که خارج می‌شوید، تنها کاری که پیش رویتان باقی‌مانده، بازگشت به خانه است.



در مطلب پیشین چرایی نیاز به مرکزی پزشکی برای ارائه متمرکز خدمات سرپایی و خدمات جانبی پزشکی به‌طور مجتمع و متمرکز پرداختیم. به‌عبارت دیگر درد شناسایی شد و حالا باید راه چاره و درمان معرفی شود. بی‌شک پزشکان و بسیاری از مراجعه‌کنندگان نیز واقف به اشکالات و ضعف‌های موجود بوده و هستند اما چه‌بسا راهکاری عملی و منطقی برای رفع مشکل موجود و رسیدن به شرایط مطلوب سراغ نداشته‌اند. پیشنهادی که شرایط جدیدی را در ارائه خدمات پزشکی رقم بزند.

ایده‌ای برای رونق گردشگری سلامت

خدمات ارائه‌شده در "outpatient center" مبتنی بر تجهیزات و تکنولوژی به‌روز در عرصه درمان است. این امر سبب می‌شود برخی بیماری‌ها که در گذشته نیاز به درمان‌های مداخله‌گر تهاجمی نظیر جراحی داشتند، به کمک این تکنولوژی‌ها در زمانی کوتاه و بدون نیاز به بستری شدن بهبود یابند. این امر را شاید بتوان مهم‌ترین عامل توسعه مراکز پزشکی سرپایی در کشورهای توسعه‌یافته دانست. این مراکز علاوه بر استفاده از تکنولوژی‌های روز و کوتاه کردن زمان بستری و کم ریسک کردن درمان، با ارائه متمرکز خدمات مختلف حوزه پزشکی، کیفیت و بهره‌وری خود را بالا برده و درعین‌حال برای پزشک و بیمار کمترین اتلاف وقت را در پی دارد. از سوی دیگر در کلان‌شهری مانند مشهد با توجه به میزان بالای ورود سالیانه گردشگران به این شهر، وجود چنین مرکزی، می‌تواند نقش مهمی در جذب گردشگران داخلی و خارجی داشته و موجب رونق گردشگری سلامت گردد.

این مراکز علاوه بر استفاده از تکنولوژی‌های روز و کوتاه کردن زمان بستری و کم ریسک کردن درمان، با ارائه متمرکز خدمات مختلف حوزه پزشکی، کیفیت و بهره‌وری خود را بالا برده اند

درمان به سبک باران

ایده باران درباره فراهم آوردن امکان ایجاد یک مرکز خدمات پزشکی سرپایی شنیدنی و متفاوت است. راهکاری که تاکنون در ایران پیاده‌سازی نشده و می‌تواند در منطقه خاورمیانه نیز به مرکزی منحصربه‌فرد تبدیل شود. در چنین مرکزی، به‌روال تمام مراکز مشابه در سراسر دنیا، بخش‌های مختلف خدمات پزشکی پیش‌بینی شده است. به‌طوری که بیش از سی کلینیک تخصصی و فوق تخصصی را دربر می‌گیرد. افزون بر این خدمات پاراکلینیکی، داروخانه، آزمایشگاه و مواردی از این دست نیز به‌صورت متمرکز در این مجتمع به ارائه خدمات خواهند پرداخت. اما آنچه این مرکز را به ایده‌ای متفاوت تبدیل می‌کند، ارائه خدمات خاص به سبک باران است. همان روشی که ارائه خدمات هتلی پنج ستاره، گارانتی و خدمات پس از فروش را در بر می‌گیرد. شیوه‌ای که باران مبدع ارائه آنها در ساختمان‌های مسکونی در ایران بود و حالا می‌خواهد حاصل تجارب موفق خود در این زمینه را به عرصه خدمات پزشکی نیز منتقل کند. هتل برج سلامت باران، حرفی تازه است در بستر باورهای همیشگی این گروه

زمان را از دست ندهید

در هتل برج سلامت باران، افزون بر خدمات پزشکی متداولی در هر مرکز خدمات سرپایی پزشکی ارائه می‌شود، خدمات ویژه‌ای بر مبنای تفکر خاص خویش ارائه می‌دهد. در این برج مهم‌ترین اتفاق، سیستم غربالگری و هدایت بیمار است که سبب کوتاه‌تر شدن مسیر و زمان درمان شده و موجب افزایش کیفیت درمان می‌شود. به این معنی که بیمار در بدو ورود و پس از پذیرش، غربالگری شده و مسیر درمانی‌اش بر اساس نتیجه این غربالگری تعیین می‌شود در طی این مسیر، علاوه بر اینکه پزشک معالج به‌طور کامل توسط شبکه‌ای کامپیوتری روند درمان را پیگیری و نظارت می‌کند، در تمام طول مسیر درمان، بیمار هدایت و همراهی می‌شود تا به طور کامل از خدمات ارائه شده بهره‌مند گردد.

درمان ۵ ستاره

باران خدمات هتلی خود را نیز به این ایده وارد کرده است. در هتل برج سلامت باران، سونیت‌های هتلی با امکان ارائه خدمات هتلی ۵ ستاره پیش‌بینی شده تا گردشگرانی که از شهر یا کشورهای دیگر برای درمان به این مرکز مراجعه کرده‌اند، نیازی به اقامت در مکانی خارج از محل درمان خود نداشته باشند. این ایده با کاستن رفت و آمد های غیرضروری و گاه خسته‌کننده، بی‌تردید نقش به سزایی در جلب نظر گردشگران حوزه سلامت برای استفاده از خدمات پزشکی این مرکز خواهد داشت.

طبابت در آسایش

برای زمان‌های استراحت پزشکان نیز در این برج تمهیداتی اندیشیده شده است. امکاناتی نظیر کافی شاپ، رستوران، ترانسفر اختصاصی، پارکینگ اختصاصی، کتابخانه تخصصی و مواردی از این دست که سبب می‌شود پزشکان کمترین دغدغه را در زمان حضور در این برج داشته باشند. وجود چنین امکاناتی بدون تردید موجب بالا رفتن میزان بهره‌وری و رضایت کاری پزشکان خواهد شد

درمان بدون ترافیک

هتل برج سلامت باران، برای کاهش ترافیک حاصل از مراجعه بیماران به این مرکز نیز، چاره‌اندیشی کرده است. طراحی پارکینگ طبقاتی در این برج، ترافیک ناشی از توقف های متعدد خودروها در خیابان‌های اطراف را به نحو چشمگیری کاهش خواهد داد. امری که نه‌تنها رضایت بیماران و پزشکان بلکه رضایتمندی ساکنان خیابان‌های اطراف را نیز در پی خواهد داشت.

چرا باران؟

برای بسیاری این پرسش مطرح شده است که چرا گروه مهندسی باران، که تاکنون برج‌های لوکس مسکونی با ارائه خدمات هتلی پنج ستاره می‌ساخته، باید به عرصه ساخت هتل برجی پزشکی روی بیاورد. برای این پرسش می‌توان سه پاسخ در نظر گرفت. نخست اینکه گروه مهندسی باران شعاری دارد مبنی بر اینکه ارائه خدمات مناسب و گارانتی را در سه عرصه زندگی، کار و تفریح ارائه کند. لذا پس از تجربه موفق حضور در عرصه ساخت هتل برج های مسکونی، حالا به سراغ بخش دیگری از چشم اندازهای خود آمده است. دیگر اینکه این گروه تجربه‌ای نزدیک به ده سال در زمینه طراحی، ساخت و بهره‌برداری از هتل برج‌های مسکونی را به همراه دارد. تجربه‌ای که در ایران پیش از این نظیر نداشته و این گروه مبدع آن در کشور است. این تجربه بی‌نظیر بدون تردید پشتوانه محکمی در طرح و اجرای ایده هتل برج سلامت باران است. از دیگر سو، باران تجربه ارزشمندی در ارائه گارانتی و خدمات پس از فروش دارد که در عرصه صنعت ساختمان ایران تاکنون نظیر نداشته است و این گروه توانسته به خوبی از عهده اجرای آن برآید. تمام اینها نه تنها دلایل محکمی برای آغاز چنین پروژه‌ای است، بلکه تضمینی است بر پایبندی گروه مهندسی باران به آنچه ساختنش را تعهد داده است.



مایوکلینیک

Think Ideally, Work Confortably

Baran Hotel Outpatient Center

BARAN GROUP

گروه مهندسی باران















www.baran.ir
fb.com/baranlifestyle
instagram.com/barangroup

Android application

IOS application

تلفن تماس: ۳۸۱۸۱-۰۵۱

BARAN GROUP