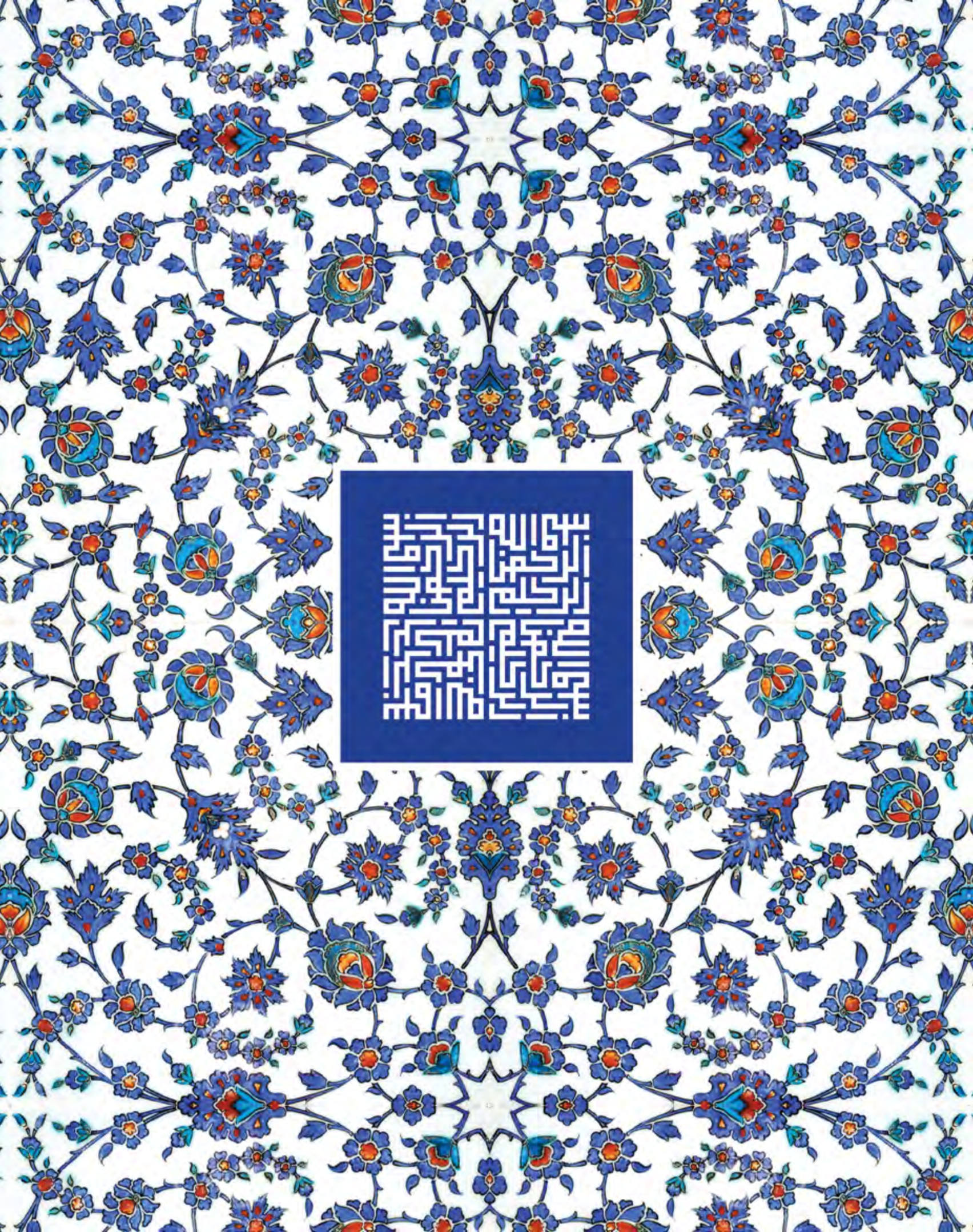
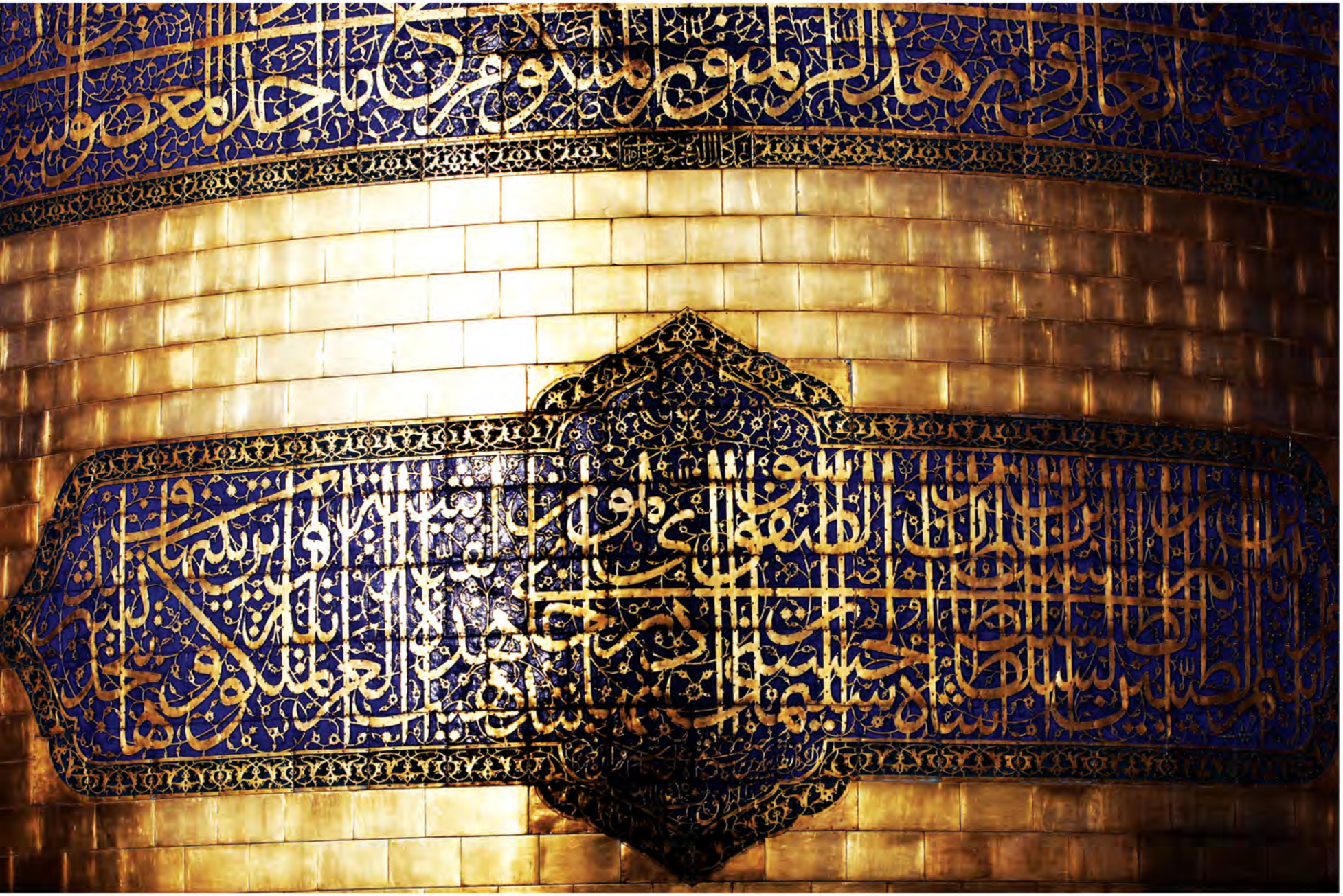




ای بارش مهربان باران ای مایه افتخار ایران

۲۶ شهریور۱۳۹۲ - ۱۱ ذوالقعده ۱۴۳۴

یکهزار و دویست و هشتاد و ششمین زاد روز خورشید خراسان

بسم الله الرحمن الرحیم

طراحی سبک زندگی

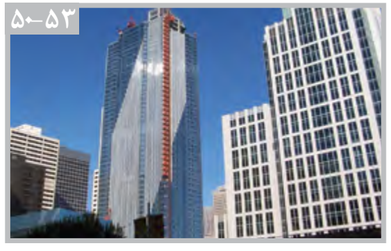
فرض کنید در ساعات پایانی شب ناگهان به یادتان می‌آید فردا شب تولد دخترتان است و هیچ کاری برایش نکرده‌اید. فردا از هشت صبح در دفترتان جلسه دارید و احتمالا تا غروب حتی فرصت خرید هدیه هم ندارید، چه رسد به برگزاری جشن. پسرتان هم که حواسش به تولد خواهرش نیست اصرار دارد که همین فردا باید نامش را در کلاس ورزش ثبت نام کنید تا بتواند از تابستان پیش رویش لذت ببرد. همه این‌ها به کنار، همسرتان به سراغتان می‌آید که از بعدازظهر سرما خورده‌ام و گلودردم هم شروع شده است. سپس قاعدتا فردا صبح باید ایشان را برای معاینه به دکتر هم ببرید. چه باید کرد؟ این پرسشی است که مدام در ذهن شما می‌چرخد. احتمالا باید اولویت‌بندی کنید و بعضی از این برنامه‌ها را به تعویق بیاندازید؛ یا این که مثلا ایده جشن تولد را رها کنید و به کادو خریدنی اکتفا کنید. اما حالا چشم‌هایتان را ببندید و شرایط دیگری را تصور کنید. فرض کنید شما بتوانید در همان لحظه با مدیریت ساختمان تماس بگیرید و مشکلاتتان را با او در میان بگذارید. او در همان لحظه ابتدا به پرسنل کافه برج خبر می‌دهد که فردا باید یک جشن تمام‌وکمال برای دخترتان برپا کنند. از سوی دیگر به مدیر بخش ورزشی خبر می‌دهد که همین فردا آموزش شنا و بدن‌سازی فرزند شما در استخر و مجموعه ورزشی هتل برج آغاز شود. فردا صبح با پسر شما تماس گرفته می‌شود، مدارک آغاز آموزش به او تحویل می‌شود و از همان روز پسرتان می‌تواند تابستان رویایی‌اش را آغاز کند. مدیر ساختمان در همان لحظه یک تماس دیگر هم می‌گیرد و از پزشک برج می‌خواهد فردا در اولین فرصت برای همسرتان وقت مقرر کند و ایشان را معاینه و درمان کند. وظیفه تامین دارو هم به عهده پرسنل برج است. می‌ماند مشکل کادوی تولد. شما می‌توانید به مسئولان جشن اعتماد کنید و تهیه کادو را به آن‌ها بسپارید. اما اگر نخواستید می‌توانید با اینترنت پرسرعت برج، هدیه مورد نظرتان را انتخاب کنید. از این جا به بعدش را مسئولان جشن با هماهنگی مدیر ساختمان انجام می‌دهند. حالا به‌راحتی می‌توانید به تک‌تک افراد خانواده قول بدهید که تمام تعهدتان فردا اجرایی خواهد شد، روی ماهشان را ببوسید، به رختخواب بروید و فقط به جلسه فردا فکر کنید. به نظرتان این رویا خیلی دور از دسترس است؟ گمان می‌کنید حتی در پیشرفته‌ترین کشورها هم ممکن نیست؟ کمی صبر کنید و به اطرافتان توجه کنید. رویای این سبک زندگی اصلا دور از ذهن نیست. کافی است شما ساکن یکی از واحدهایی باشید که «گروه مهندسی باران» متولی ساخت و اداره‌اش بوده است.

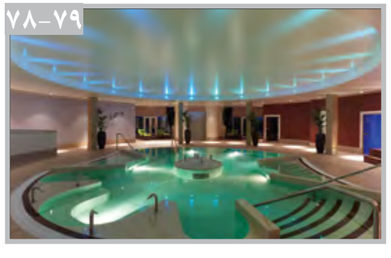
آن‌چه پیش روی شماست، دومین شماره از فصل‌نامه گروه مهندسی باران است که با همکاری نشریه خانه نو منتشر شده است. این ویژه‌نامه قرار است نشان دهد که چرا ما ادعا می‌کنیم سبک زندگی پیشنهادی‌مان هم قابل اجراست و هم بهترین ابزار برای دست‌یافتن شما به آرامش خیال و خرسندی در زمانه‌ای که ارزش وقت بسیار گران‌بهاتر از هر طلایی است. با ما همراه باشید.

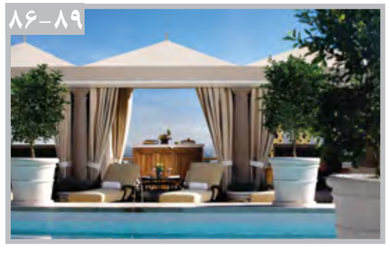
آن‌ها رویا می‌سازند	۶-۹
شب‌های روشن	۱۰-۱۱
هنر آفرینی با سازه	۱۲-۱۳
مجتمع مسکونی پرستیژهال	۱۴-۱۵
خانه‌ای پر از اطمینان	۱۶-۱۷
ساختمان سبز، زندگی پایدار	۱۸-۲۱
زندگی مدرن، نیاز مدرن	۲۲-۲۵
پاسخ به نیازهای واقعی مشتری	۲۸-۳۱
تاریخچه یک تازه‌وارد قدیمی	۳۲-۳۵
هماهنگی در عین استقلال	۳۶-۳۹
همنشینی شکوه و آرامش	۴۰-۴۱
همه چیز را یک جا تجربه کنید	۴۶-۴۹
مطمئن‌ترین بازار	۵۸-۶۱
بازاری متفاوت و بی‌نظیر	۶۲-۶۳
بازی برد-برد	۶۴-۶۷
پرونده سلامتی در دستانی آشنا	۷۲-۷۳
ظاهر خود را به چه کسی می‌سپارید	۷۴-۷۵
یک قدم تا شادابی	۷۶-۷۷
لمس آرامش	۸۰-۸۱
خانه‌ای از جنس دیگر	۸۲-۸۵
نام‌های آشنا	۹۰-۹۱
اعتمادافزایی شرط موفقیت	۹۲-۹۳
کلید اعتمادبخشی	۹۴-۹۵

هیچ چیز از قلم نیفتاده

پروژه باران ۳ با نظر به مساحت قابل توجه آن و ویژگی‌های زمینی که ساخت‌وساز در آن صورت می‌گیرد و نیز ایده‌ها و اهداف طراحان و مهندسان پروژه دارای ویژگی‌های خاصی است که آن را از دیگر پروژه‌های گروه مهندسی باران متمایز می‌کند.







ماهنامه خانه نو
ماهنامه اجتماعی، اقتصادی
شماره پیاپی: ۳۵
قیمت: ۱۵/۰۰۰ تومان
صاحب امتیاز: محمدامین خسروی
مدیرمسئول: برویز روحبخش ایرادی (در حال تغییر)

شورای سیاستگذاری
مدیر عامل: محمدامین خسروی
سردبیر: حمیدرضا ابک
مدیر تحقیق و توسعه: آراز مهرانی
مدیر خلاقیت: احمدرضا خسروی
مدیر اجرایی: محمد ابک
مدیر بازرگانی: نوید میرزایی

دبیر تحریریه: میلاد حسینی شکیب
تحریریه: روابط عمومی گروه مهندسی باران، ماهور نبوی‌نژاد، کیوان سررشته، سارا منصفی، مریم سادات شیربان، هدیه کعبی

فنی و هنری
مدیر هنری: حامد اشتری
صفحه‌آرا: سعید آقاموسی
ویرایش: محمد صادق خسروی
حروفچینی: فرناز کاظمی

آتلیه: گراندر

تدارکات: عباس نیلچی پور

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: خانه چاپ و طرح

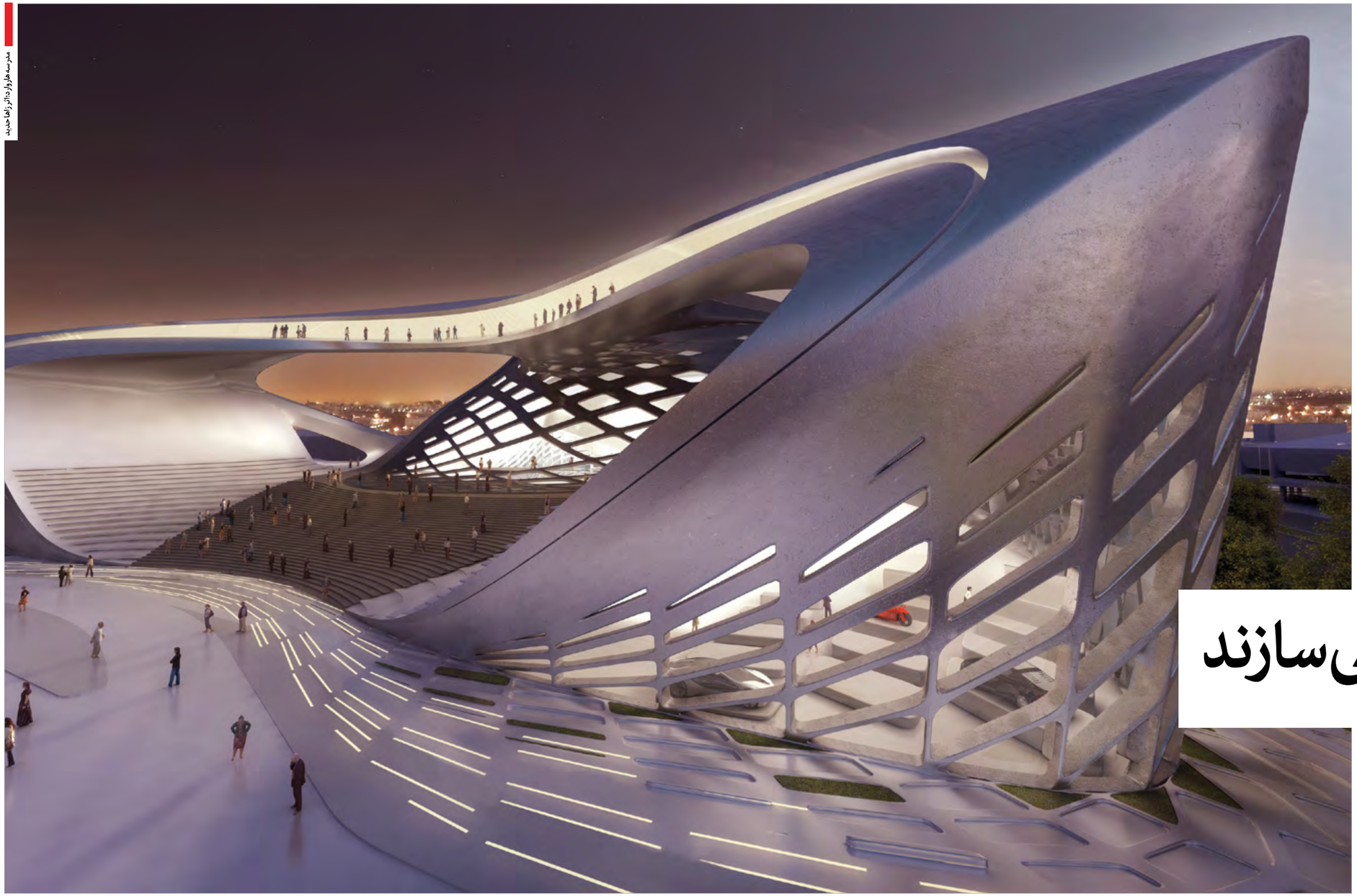
تلفن تحریریه: ۸۸۰۵۹۰۰۲

سازمان آگهی: ۸۸۰۵۹۰۰۷

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

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 «ویژه‌نامه اختصاصی گروه مهندسی باران» مجاز است.

از مخاطبان گرامی دعوت می‌کنیم در صورت علاقمندی به پیگیری دیدگاه‌ها و پروژه‌های گروه مهندسی باران و دریافت رایگان ویژه‌نامه‌ها و انتشارات این گروه، مشخصات خود یا افراد دیگر را به یکی از روش‌های زیر ارسال کنند:
۱- مراجعه به سایت www.baran.ir و تکمیل اطلاعات در بخش «مرا مطلع نگهدار».
۲- تماس در ساعات اداری با سازمان فروش گروه مهندسی باران با شماره ۸۱۸۱-۰۵۱۱ جهت اطلاع از نحوه اشتراک ماهنامه خانه نو می‌توانید با تلفن ۸۸۰۵۹۰۰۲ تماس بگیرید.



مدرسه هاروارد اثر زاها حدید

رویکردهای نوین در معماری

آن‌ها رویا می‌سازند

معماری امروز تقسیم‌بندی گسترده‌ای از طراحی‌های ساختمان‌های معاصر است که هم در ساختمان‌های مسکونی و هم تجاری نمود یافته است. معماران امروز با خلق ساختمان‌هایی شناخته می‌شوند که از شیوه‌های سنتی پیروی نمی‌کنند، و همچنین از مصالح جدید بسیار زیادی استفاده می‌کنند که امروزه در دسترس صنعت ساختمان است. ساختمان‌های امروزی بسیار کاربردی هستند و از تمام مرزها و محدودیت‌های ساختاری فراتر می‌روند. اما سوال این است که ما وقتی از سبک زندگی نوین در ساختمان‌های مدرن سخن می‌گوییم، کدام جنبه‌های معمارانه را در نظر داریم؟

از دهه ۱۹۸۰، یعنی زمانی که پیچیدگی ساختمان‌ها افزایش یافت (در بخش‌های سیستم‌های ساختاری، خدمات، انرژی و تکنولوژی)، رشته معماری تبدیل به رشته‌ای چندبخشی شد؛ با تخصص هایی برای هر نوع پروژه از جمله متخصصان تکنولوژی و متخصصان مدیریت پروژه. به علاوه، جدایی روزافزونی میان معمار طراح از معمار پروژه که رعایت استانداردهای پروژه را تضمین می کرد پیدا شد. فرایندهای آماده‌سازی برای طراحی هر نوع ساختمان مرتفع به طور مداوم پیچیده شد و به مطالعات ابتدایی بر روی مسائلی مانند دوام، پایداری، کیفیت، پول و رعایت قوانین محلی نیاز پیدا کرد. دیگر فقط یک فرد قادر نبود تا یک ساختمان بزرگ را طراحی کند، بلکه نیاز به توانایی و کارچندین نفر پیدا شد. مدرنیسم و پست مدرنیسم توسط اعضای مشاغل معماری مورد انتقاد قرار گرفت. آن‌ها معتقد بودند معماری موفق فقط ذائقه فیلسوفانه و زیبایی شناسانه افراد خاص نیست بلکه باید به نیازهای روزمره مردم توجه کند و از تکنولوژی استفاده کند تا محیطی قابل زندگی خلق کند که علوم اجتماعی و محیط زیست، در فرایند ساخت آن دخیل هستند. معماری نوین دیگر یک ساختمان فقط براساس مولفه‌های معماری نمی ساخت، بلکه تلاش می کرد تا با شناخت از جامعه و مردم و زمینه‌های زندگی آن‌ها ساختمانی متناسب با جامعه‌ای که پروژه معماری در آن انجام می شود بسازد.

از طرفی دیگر، مسئله محیط زیست و آسیب هایی که به آن می رسد در معماری امروز مورد توجه سازمان‌ها و جوامع قرار گرفت. از این رو، رویکرد معماری پایدار محور اصلی قرار گرفت و تاثیر عمیقی بر حرفه معماری گذاشت. بسیاری از افراد که مسئولیت مسائل مالی را در ساختمان‌ها داشتند و پروژه‌های خود را به صورت سنتی مدیریت می کردند در این زمینه تحصیل کردند و هدف خود را ساختن خانه‌هایی سبز قرار دادند تا دست یابی به سود آنی. نمونه‌های اصلی این رویکرد طراحی بام‌های سبز، استفاده از مصالح تجزیه‌پذیر و توجه بیشتر به مسائل مربوط به انرژی هستند. این تغییر عمده در معماری همچنین باعث شد تا مکاتب معماری

معماری جدید، علاوه بر توجه به معماری پایدار، تمرکز خود را بر قسمت‌هایی از ساختمان قرار داد که در معماری سنتی توجه کمتری به آن‌ها می‌شد

تمرکز خود را بر محیط زیست قرار دهند. شتابی در ساخت ساختمان‌هایی به وجود آمد که به‌دنبال پیروی از اصول معماری پایدار و طراحی سبز بودند. شیوه‌های طراحی پایدار که مرکز اصلی معماری شده بودند منبع الهامی برای تکنیک‌های پایدار معاصر از نظر اجتماعی و محیط زیستی شدند. سیستم درجه‌بندی انجمن ساختمان سبز آمریکا LEED (مدیریت طراحی محیطی و انرژی) کار خود را درباره همین مسائل پی گرفت.

این نوع تفکر جدید که معماری سبز از مظاهر آن بود، رویکردهای دیگری هم داشت. معماری جدید، علاوه بر توجه به معماری پایدار، تمرکز خود را بر قسمت‌هایی از ساختمان قرار داد که در معماری سنتی توجه کمتری به آن‌ها می شد؛ که می توان از بام، فضاهای داخلی، مصالح فضاهای خارجی و هماهنگی فضاهای خارجی ساختمان نام برد. یکی از فضاهایی که معماری امروز توجه فراوانی به آن می کند بام ساختمان‌ها است. در جهان مدرن امروزی، بام‌های پیش آمده مسطح (روشی در ساخت بام‌ها که مساحتی بیشتر از سطح مقطع ساختمان دارد و از چهار طرف ساختمان بیرون می زند) شیوه‌ای رایج در اضافه کردن عناصر چشم‌نواز است و باعث می شود تا این بام‌های پیش آمده همچون سایبانی برای ساختمان عمل کند و آن را از آسیب های مختلف مصون نگه دارد. همچنین برخی از معماران درختانی را در بام ساختمان‌ها قرار می دهند تا از سیستم خنک کننده طبیعی بهره ببرند و خانه‌ای بسازند که با طبیعت پیرامون خود هماهنگی بیشتری دارد.

یکی از ویژگی های مهم معماری امروز استفاده از نور طبیعی برای روشن ساختن فضای داخلی ساختمان‌ها است. این هدف از طریق کارگذاری نورگیرهای کف بام و استفاده از شیشه‌های سرتاسری در نمای ساختمان حاصل می شود. استفاده از پرتو نور خورشید، کف های شنی و رنگ‌آمیزی سقف‌ها و دیوارها با رنگ های روشن از دیگر راه‌کارهای معماری امروز در روشنایی بخشیدن به فضای داخلی ساختمان‌هاست.

در معماری امروز دیوارهای داخلی ساختمان‌ها تبدیل به بوم‌های نقاشی برای طراحان شده است. در این دیوارها استفاده از پنجره‌های بسیار بزرگ یا صفحه‌های شیشه‌ای که در اشکال غیرمعمول و نامنظم بریده شده‌اند و کارگذاری عناصر مختلف بر روی دیوارها دیگر امری غیرعادی به شمار نمی رود. نمای خارجی و کف ساختمان نیز از قسمت هایی است که معماری امروز به آن توجه خاصی کرده است. استفاده از مصالح رنگی، مواد مختلف و متنوع و طراحی های منحصربه‌فرد از ویژگی های این نوع معماری است. این مواد و مصالح علاوه بر زیبایی باعث تعدیل دمای داخلی ساختمان می شوند.

هتل برج‌ها به‌عنوان مظهری از سبک زندگی جدید نیز از تمامی رویکردهای نوین در معماری خود بهره می گیرند. توجه ویژه به طراحی داخلی فضاهای مختلف ساختمان، استفاده از مواد و مصالح مدرن در فضاهای خارجی، پیروی از قواعد معماری پایدار، نورپردازی های متناسب با فضاهای ساختمان، ایجاد باغچه‌هایی بزرگ در واحدهای ساختمان، پیش بینی فضاهای تفریحی از جمله باشگاه‌های ورزشی، رستوران‌ها، پاساژها، استخرها و فضاهای تفریحی دیگر در ساختمان، توجه ویژه به مسئله انرژی، فراهم کردن واحدهایی برای مهمانان ساکنان و طراحی خاص همه این فضاها و همچنین ویژگی متنوع در ساختار معماری این ساختمان‌ها نه‌تنها گامی رو به جلو در معماری نوین و روش های طراحی است، بلکه ابداع کننده سبک جدیدی در زندگی افراد است که با نیازهای اکنون او کاملا مطابق است.

پارک میلینیوم در شیکاگو

یک اتفاق تازه

هتل برج‌ها به‌عنوان مظهری از سبک زندگی جدید نیز از تمامی رویکردهای نوین در معماری خود بهره می گیرند

ساختمان ورودی جزیره یاس در ابوظبی

اهمیت طراحی نور در ساختمان‌ها

شب‌های روشن

طراحی نور رشته‌ای است در مهندسی معماری که هدفش روشن ساختن ساختمان‌ها و تامین نور کافی برای اهداف مختلف در ساختمان‌ها، تعدیل هزینه‌های اولیه، کاهش هزینه‌های اجرا، زیبایی ظاهر ساختمان و بازدهی انرژی است. طراحان نور معمولا متخصصانی هستند که درک درستی از تولید و توزیع نور، فیزیولوژی نور و روان‌شناسی ادراک نور توسط انسان‌ها دارند.

طراحی نور در معماری هدفش روشنایی بخشیدن دائمی به یک ساختمان است. نورپردازی کنسرت‌های موسیقی و تئاتر اهداف و متخصصان مخصوص به خود را دارد.

یک طراحی نور جامع نیازمند توجه به میزان نور کاربردی تامین شده، انرژی مصرف شده و نیز تاثیر زیبایی شناسانه‌ای است که از طریق سیستم نورپردازی حاصل می‌شود. بعضی از ساختمان‌ها، مانند مراکز جراحی و باشگاه‌های ورزشی، قبل از هر چیز توجه خود را در طراحی نور به تامین نور کافی و مناسب جهت انجام آن کار به‌خصوص معطوف می‌کنند. بعضی دیگر از ساختمان‌ها، مانند انبارها و ساختمان‌های اداری هدفشان از نورپردازی ذخیره پول از طریق صرفه‌جویی در مصرف برق است. ساختمان‌های دیگر، مانند تئاترها، هدفشان از نورپردازی روشن ساختن بازیگران و ایجاد تاثیر عاطفی در صحنه است. بنابراین، متخصصان نورپردازی باید در کار خود تعادلی میان کارکردهای نور و جنبه زیبایی شناسانه آن ایجاد کنند. طراحی نور در معماری تمرکز خود را بر سه جنبه از روشن ساختن ساختمان‌ها یا فضاها قرار می‌دهد؛ جنبه اول جاذبه‌های زیبایی شناسانه یک ساختمان است، جنبه‌ای که به‌ویژه در روشن ساختن فضاهای کوچک مهم هستند. جنبه دوم جنبه ارگونومیک (انسانی) است: میزان کاربردی که یک نور دارد و در نهایت جنبه سوم مسئله بازدهی انرژی است که تضمین می‌کند انرژی نور اتلاف نمی‌شود و نیز مکان‌های غیرضروری بیهوده روشن نمی‌شوند.

در ساختمان‌های مسکونی مسئله طراحی نور از اهمیت خاصی برخوردار است؛ چراکه محل زندگی افرادی است با سلیقه‌ها و امیال مختلف که زمان‌شان را به طرق مختلف در خانه‌های خود سپری می‌کنند. طراحان نور باید از مدلی در طراحی پیروی کنند که همه افراد با سلایق مختلف را راضی نگه دارند. استفاده از منابع نوری مختلف که امکان کم کردن یا زیاد کردن نور آن‌ها وجود دارد و نیز نورهای رنگی و روشن ساختن مکان‌های مختلف در یک خانه با روش‌های مختلف طراحی از جمله شیوه‌های تامین خواسته‌های ساکنان است. در هتل آپارتمان‌ها نور نه‌تنها جنبه کاربردی و زیبایی شناسانه دارد، بلکه جزئی از سبک زندگی ساکنان است. از آن‌جایی که زندگی کردن در این ساختمان‌ها سبک زندگی افراد را تغییر می‌دهد و همه جنبه‌های زندگی او را تغییر می‌دهد، نورپردازی جایگاه خاصی پیدا می‌کند. در طراحی نور در این نوع ساختمان‌ها به همه بخش‌های زندگی افراد توجه می‌شود؛ از طراحی نور داخل ساختمان تا طراحی فضاهای خارجی. دیگر احتیاجی نیست که افراد به مسائل مختلف فکر کنند. تمامی فعالیت‌های فرد در این ساختمان‌ها پیش‌بینی شده است. از ایجاد منابع نوری تغییرپذیر برای محیط‌هایی که در ساعات مختلف روز و براساس کارهای مختلف نیاز به نور خاصی دارند، تا نورپردازی اتاق‌ها براساس کارکردشان و نیز طراحی نور نمای ساختمان‌ها، همگی در جهت تامین خواسته‌های ساکنان و ایجاد سبک زندگی جدید در محل زیست آن‌هاست. از طرفی مسئله روان‌شناسی نور در این ساختمان‌ها بسیار مهم است. از آن‌جایی که متخصصان روان‌شناسی در این ساختمان‌ها استقرار دارند و به طور مداوم در حال مشاوره با ساکنان هستند، و از طرفی اهمیت تاثیر نور بر سلامت افراد، در نتیجه متخصصان نورپردازی با همکاری روان‌شناسان در طراحی نور فضاهای مختلف به این جنبه از سبک زندگی توجه خاصی می‌کنند.

متخصصان نورپردازی باید در کار خود تعادلی میان کارکردهای نور و جنبه زیبایی‌شناسانه آن ایجاد کنند

استفاده از سازه استیل در برج نئوبنکساید

مجتمع مسکونی نئوبنکساید

هنرآفرینی با سازه

مجتمع مسکونی نئوبنکساید (neo bankside) در یکی از بهترین مناطق شهر لندن در ساحل رودخانه تایمز و در نزدیکی موزه تیت مدرن، که یکی از پربازدیدترین موزه‌های لندن است، ساخته شده است و حالا بخشی از زیبایی و جذابیت این منطقه محسوب می‌شود. این مجتمع مسکونی از چهار ساختمان در چهار ارتفاع مختلف تشکیل شده که همگی ساختاری ۶ ضلعی دارند.

طراح این مجتمع مسکونی، ریچارد راجرز، مهندس معمار معروف انگلیسی است که بناهای منحصر به فرد و خاصی چون مرکز پامپیدو را در کارنامه حرفه‌ای خود دارد. چیزی که این ساختمان را در میان سایر مجتمع‌های مسکونی متمایز و متفاوت می‌کند، طراحی سازه آن و استفاده از سازه‌های استیل برای استوار کردن طبقات آن است. این سازه‌ها در نمای ساختمان قابل مشاهده هستند. این چهار برج با بادبندهای عریان بیرونی از سازه‌ای نمایان برخوردارند که در نمای ساختمان دیاگریدی استیلی را شکل می‌دهند. این اجزا وزن ساختمان را تحمل کرده و نیاز به گذاشتن دیوارهای حائل داخلی را از بین می‌برند که در این صورت طبقات انعطاف پذیری را برای طراحی پلان ارائه می‌دهند. تمام دیوارهای داخلی، دیوارهای جداکننده هستند و این فضای داخلی منعطف باعث شده تا طراحان بتوانند فاصله کف تا سقف را به حداکثر برسانند و بدین ترتیب فضاهای داخلی از نور طبیعی بیشتری بهره می‌برند و از سوی دیگر هر واحد مسکونی امکان تماشای مناظر وسیع‌تری را دارد. برج‌ها از ۱۲ طبقه تا ۲۴ طبقه ارتفاع دارند و در نمای شمالی و جنوبی همه آن‌ها تراس تعبیه شده است.

این مجموعه در کل شامل ۲۱۷ آپارتمان و پنت هاوس است. تمام اطراف این مجموعه را حیاط و فضای سبز زیبایی پوشانده است و امکان دسترسی برج‌ها هم از میان همین فضاهای گل آرایی شده است. بخشی از این فضای سبز فقط برای ساکنان و به‌صورت خصوصی قابل استفاده است. این مجتمع مسکونی با ضمانت ۹۹۹ ساله به فروش می‌رسد و سازندگان آن تضمین می‌کنند که عمر این ساختمان، با توجه به طراحی سازه و مراقبت‌های دائمی، نزدیک به یک هزاره است. این مجتمع مسکونی برخی امکانات یک هتل برج مانند نگهبانی و سرویس دهی ۲۴ ساعته و غیره را در اختیار ساکنان خود قرار می‌دهد. امکانات ورزشی کامل و همچنین یک مرکز تجاری هم از دیگر تسهیلات این مجتمع برای ساکنان آن در قلب لندن است.

پرستیژهال در اوکراین

نماینده زندگی مدرن در منطقه‌ای اصیل

مجتمع مسکونی پرستیژهال

محله‌های سنتی، ارزشی منحصر به فرد در همه شهرهای جهان دارند و در میان ساکنان شهر و حتی بازدیدکنندگان از شهر، نام این محله‌ها اعتبار و اهمیت خاصی دارد. اعتبار و آرامش زندگی در محله‌ای سنتی نه به دلیل ساکنان این مناطق که به دلیل توانایی این مناطق در شکل دادن به سبک زندگی ساکنانش است. اما زندگی مدرن نیازها و احتیاجات خاص خود را دارد و ممکن است چیزی که تا دیروز نیازی در زندگی به آن احساس نمی‌شد، فردا از اصول اولیه زندگی به حساب آید. چگونه می‌توان اعتبار و آرامش زندگی در منطقه‌ای اصیل را با احتیاجات زندگی مدرن هماهنگ کرد؟

پرستیژهال، یک مجتمع مسکونی مدرن در قلب کیف و در منطقه سنتی پِچِرسک است. منطقه‌ای که قرن‌ها به عنوان محل زندگی افرادی با سبک زندگی خاص شناخته شده است و دفاتر دولتی، محل سکونت اشراف‌زادگان و قصر و محل زندگی فرمانده‌شهر از گذشته در این منطقه از شهر بوده است.

پچرسک در زمان حاضر منطقه‌ای است که در آن ثروت و موفقیت مورد احترام است. محلی آرام و راحت در قلب پایتخت. سازندگان پروژه ساختمان پرستیژهال، با اعتقاد بر این اصل که هرگز نمی‌توان روح اصیلی که در یک منطقه و شهر وجود دارد را بازسازی کرد در سال ۲۰۱۰ میلادی شروع به احداث مجتمعی مسکونی با اهدافی مشخص و از پیش تعیین شده در این محل کردند. هدف از این پروژه احداث مجتمع مسکونی مدرنی بود که در عین حال هماهنگ با روح سنتی منطقه و بیان‌گر همان ارزش و اعتبار ساختمان‌های تاریخی شهر بوده و بتواند نیازهای هر لحظه ساکنانش را برطرف سازد.

پرستیژ هال، یک مجتمع مسکونی مدرن در قلب کیف و در منطقه سنتی پچرسک است. منطقه‌ای که قرن‌ها به عنوان محل زندگی افرادی با سبک زندگی خاص شناخته شده است

مشخصات ساختمانی

داشتن هدفی مشخص از پیش و راهبردی برای رسیدن به این هدف، به سازندگان ساختمان کمک کرده است تا با انجام مرحله به مرحله برنامه از پیش تعیین شده خود، محصول نهایی را مطابق با مدعای ابتدایی خود تحویل مشتری دهند. ترکیب‌بندی رنگ‌های گرم در تزیین نمای ساختمان و پنجره‌های عریض به کار رفته در آن نشانه‌ای از جایگاه پراعتبار ساختمان‌ها است. این پنجره‌های عریض نه تنها وسعت فضای داخلی ساختمان را به نمایش می‌گذارند بلکه اجازه می‌دهند نور آفتاب بیشتری به داخل ساختمان بتابد. نمای گرانیتی ساختمان از تکنولوژی خاصی جهت قرارگیری سیستم‌های تهویه بر روی آن بدون تغییر در ظاهر ساختمان استفاده کرده و در عین حال از ورود صداهای ناخواسته به ساختمان جلوگیری می‌کند. در طراحی معماری و همچنین دکوراسیون راه‌روها و لابی‌های ساختمان از بهترین مواد موجود استفاده شده است. فرم‌های معماری و محل قرارگیری بخش‌های گوناگون مورد نیاز، هر یک با توجه به خصوصیات محیطی و به خصوص با توجه به تابش نورآفتاب و نورپردازی انتخاب شده است. واحدهایی با نقشه‌های متفاوت و طراحی‌های گوناگون به خریدار امکان می‌دهد که با وجود خرید ساختمانی از پیش طراحی شده، بتواند خانه‌ای هماهنگ با خواست خود انتخاب کرده و در آن ساکن شود. از واحدهای استودیویی تا واحدهایی با چنداتاق و تراس، خریدار قابلیت انتخاب بین واحدهایی ۴۸ متری تا واحدهایی ۲۸۰ متری را دارد.

پارکینگی دو طبقه با جای پارک برای ۶۶۳ ماشین در زیرزمین ساختمان وجود دارد و در اطراف مجتمع نیز سه محوطه پارکینگ برای پارک ماشین مهمانان درنظر گرفته شده است. بهترین متخصصان طراحی محیطی، محوطه اطراف مجتمع را از نظر رنگ، جلوه و کاربری طراحی کرده‌اند. در کنار مجتمع فضای سبز و بوته‌های رنگی گل قرار دارند و درختان و گیاهانی که اطراف آب‌نمای ساختمان کاشته شده‌اند، فضایی امن و آرام ایجاد می‌کنند. مهندسی مدرن فضا در کنار زیرساخت‌های مستحکم ساختمانی، کیفیت بالای زندگی در این ساختمان‌ها را تضمین می‌کند.

پاسخی به تمامی نیازها در یک مجتمع مسکونی

مجتمع مسکونی پرستیژهال در مرکز کیف و در نزدیکی مسیرهای ارتباطی گوناگون و مناطق اصلی شهر بنا شده است. با این وجود سازندگان این مجتمع بر این عقیده هستند که تمامی نیازهای ساکنان مجتمع باید در داخل خود مجتمع برطرف شود. در طبقه همکف مجتمع یک سوپرمارکت ۲۴ ساعته قرار دارد که در تمام شبانه‌روز آماد گی برطرف کردن احتیاجات ساکنان ساختمان را دارد. یک دفتر اسناد رسمی برای رسیدگی به نیازهای قانونی ساکنان، یک بانک، بوتیک، خشکشویی، داروخانه و مرکز درمانی نیز در همان طبقه قرار داده شده‌اند. در کنار همه این موارد، یک رستوران و یک کافی‌شاپ نیز قرار دارد که قابلیت پذیرایی از مهمانان با غذاهای محلی و بین‌المللی را داشته و اتاقی ویژه برای جلسات کاری و مراسم خانوادگی در آن در نظر گرفته شده است. یک مهدکودک و مرکز نگه‌داری از کودکان در این مجتمع آماد گی دارد که با معلمان و مربیان متخصص خود به نیازهای کودکان ساکن و یا مهمانان رسیدگی کنند.

امنیت و اعتماد

امروزه بسیاری از کسانی که امکان پیش خرید مسکن را دارند به دلیل ترس از این که فرایند ساخت و ساز ممکن است طولانی شده و تضمینی برای تحویل به موقع ساختمان وجود ندارد از این کار چشم‌پوشی می‌کنند. آیا راهی برای پیش خرید بدون ریسک و حضور در صنعت ساختمان بدون این نگرانی وجود دارد؟ شرکت ساختمانی اِی. بی. سی، سازنده پروژه پرستیژهال با همکاری بانک پراپوت روشی جدید برای از بین بردن این نگرانی ارائه داد. به خریداران مجتمع مسکونی پرستیژهال از طرف یکی از معتبرترین بانک‌های اوکراین تضمین داده می‌شود که در زمان مقرر واحد مسکونی خود را تحویل بگیرند. از سوی دیگر شرکت ای. بی. سی با بانک پراپوت و یک بانک دیگر همکاری کرده و امکان اخذ وام‌های کوتاه‌مدت و یا بلند مدت را برای مشتریان خود جهت خرید خانه فراهم می‌آورد. بدین ترتیب حتی پیش از خرید خانه و اسکان مشتری، رابطه‌ای دوجانبه و مبنی بر اعتماد بین دو طرف برقرار می‌شود. اما فروش واحدهای مسکونی پایان این رابطه دوطرفه نبوده و شرکت ای. بی. سی با معرفی یک شرکت طراحی داخلی به مشتریان خود، در این بخش نیز به شکلی هماهنگ و در عین حال مبتنی بر سلیقه شخصی هر یک از مشتریان، آن‌ها را همراهی می‌کند.

حفظ امنیت فیزیکی محوطه مجتمع مسکونی نیز بر عهده شرکت سازنده است. به طوری که نگهبانی ۲۴ ساعته از پارکینگ‌ها و محوطه اطراف، نصب دوربین‌های مداربسته جهت بالا بردن ضریب امنیت و نگه‌داری از فضای عمومی محوطه، به طور مستمر ادامه خواهد داشت.

پرستیژهال مجتمعی در منطقه‌ای سنتی است که بدون آسیب زدن به فضای اصیل این منطقه، ارزش‌های منطقه را با نیازهای یک زندگی مدرن هماهنگ کرده و امنیت و آسایش را برای ساکنانش فراهم آورده است.

نگاهی به ویژگی‌های مهندسی سازه در هتل برج مسکونی باران ۲

خانه‌ای پر از اطمینان

کشور ما بر روی گسل‌های عظیم و پرانرژی قرار دارد و از کشورهای زلزله‌خیز دنیا به‌حساب می‌آید؛ متاسفانه کم‌توجهی به این نکته، تاکنون قربانیان بسیاری به همراه داشته است. زلزله‌های سال‌های اخیر موید این نکته بوده است و متاسفانه حجم بالای خسارت‌های وارده در اثر این اتفاقات طبیعی یک نکته را بیش از پیش آشکار کرده است: صنعت ساختمان در کشور ما هنوز فاصله بسیاری با روزهای اوجش دارد. تاسف مضاعف آن جا رخ می‌دهد که می‌بینیم حتی در پروژه‌های عظیم و لوکس ساختمانی هم بعضا به این مسئله توجه ویژه‌ای نمی‌شود. دیگر همه می‌دانند که ساختن ساختمان‌هایی با مقاومت بالا در برابر زلزله امری ضروری و حیاتی در کشور ما است. اما متاسفانه هنوز رعایت این نکته به طور کامل در کشور ما رخ نمی‌دهد.

دقیقا با تکیه بر همین آسیب‌شناسی است که گروه مهندسی باران توجه به این موضوع را یکی از اولویت‌های خود قرار داده است و از مشاوران و مهندسان مختلفی برای ساختن ساختمانی ایمن و مقاوم در برابر زلزله بهره می‌برد و این امر را در مجموعه باران ۲ به‌خوبی عملی کرده است.

سازه ساختمان برج مسکونی باران ۲ یک سازه بتن مسلح است. سازه‌های بتن مسلح در مقایسه با سازه‌های فولادی دارای مقاومت بسیار بالایی در برابر آتش‌سوزی بوده و دوام و پایایی زیادی دارند. همچنین، لرزش کف‌های این گونه سازه‌ها به‌هنگام حرکت بار زنده در مقایسه با سازه‌های فولادی بسیار ناچیز بوده و انتقال صدای ناشی از این حرکات از طریق سازه نیز بسیار کمتر است. این موضوع سبب می‌شود تا آسایش ساکنان در ساختمان‌هایی با سازه‌های بتن مسلح به مراتب بیشتر باشد. به‌عبارت دیگر در چنین ساختمانی هیچ‌گاه واحدهای مجاور برای یکدیگر مزاحمت صوتی نخواهند داشت.

یکی از مهم‌ترین و موثرترین بارهای وارد بر سازه‌ها بار ناشی از زمین‌لرزه است. زمین‌لرزه یا زلزله، لرزش و جنبش ناگهانی زمین است که به سبب آزاد شدن انرژی ناشی از گسیختگی سریع در گسل‌های پوسته زمین روی می‌دهد. در پروژه باران ۲ برای مقابله با نیروهای مهیبی که به دلیل این حرکات به سازه وارد می‌شود، یکی از موثرترین سیستم‌های سازه‌ای به کار رفته است. یک هسته برشی بزرگ در مرکز پلان به همراه قاب‌های بتن مسلح، سازه مقاوم در برابر زلزله را تشکیل می‌دهند. هسته برشی در حقیقت یک قوطی توخالی بتن مسلح با جدار ضخیم است که در تمام ارتفاع بنا، از روی شالوده تا بام امتداد یافته است. درون هسته برشی فضای مناسبی برای دسترسی‌های عمودی ساختمان یعنی پله‌ها، آسانسورها و داکت‌های تاسیسات را فراهم آورده است. فاصله نسبتا زیاد ستون‌ها سبب شده تا سازه برج فقط دارای ۱۲ ستون باشد و به این ترتیب کیفیت معماری افزایش یابد. این بدان معنی است که درهال، پذیرایی و اتاق‌های خواب می‌توان فضایی وسیع و دلباز داشت. کف طبقات یک دال توپر بتن مسلح به ضخامت ۲۳۰ میلی‌متر است که دیافراگم بسیار مقاومی را برای طبقات سازه به‌وجود آورده است.

سازه یک ساختمان مسکونی مقاوم در برابر زمین‌لرزه باید به گونه‌ای طراحی شود تا در هنگام وقوع زمین‌لرزه‌های کوچک و متوسط سالم باقی بماند و به هنگام وقوع زمین‌لرزه‌های بزرگ سلامت جان ساکنان را حفظ کند. برای دست‌یابی به این مهم، سازه‌ها باید دارای اجزایی با شکل‌پذیری بالا باشند تا در هنگام وقوع زلزله بسیار بزرگ این اجزا با تغییر شکل‌های زیاد، انرژی بالایی را جذب نموده و اجازه تخریب به ساختمان را ندهند. در حقیقت، این اجزای شکل‌پذیر نقشی مانند فیوزها در حفظ سلامت شبکه برق را بازی می‌کنند.

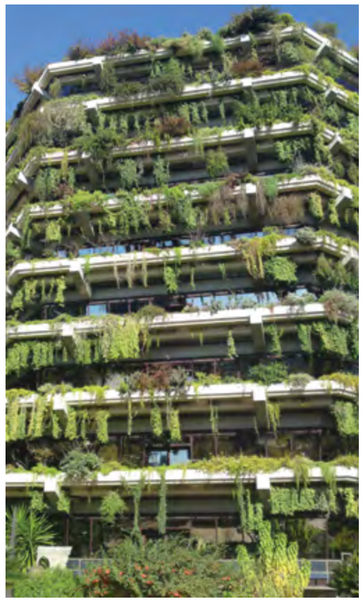
سازه هتل برج مسکونی باران ۲ با سطح شکل‌پذیری بالا و بر پایه آیین‌نامه بتن مسلح انجمن بتن آمریکا (ACI-2008) طراحی شده است. برای دست یافتن به چنین سطح بالایی از شکل‌پذیری سازه، جزئیات بسیار پیچیده و پرهزینه‌ای از میل گرد گذاری مورد نیاز بوده است. از سوی دیگر، دقت بسیار بالایی در نظارت بر اجرای سازه وجود داشته تا کلیه جزئیات میل گرد گذاری مانند نقشه‌ها اجرا شوند. یکی از موضوعات بسیار مهم در اجرای سازه‌های بتن مسلح، کیفیت بتن و میل گرد مورد استفاده، چگونگی عملیات بتن‌ریزی و نیز کیفیت نگهداری از بتن تازه ریخته‌شده است. در هتل برج باران ۲، آزمایش‌های فراوان بر روی میل گردهای مصرفی و بتن تازه در محل پروژه و نیز نظارت دقیق بر عملیات بتن‌ریزی و نگهداری آن تضمینی بر کیفیت بسیار خوب سازه است.

بدین ترتیب بلندترین بنای ساخته شده در شهر مشهد با قاب خمشی ویژه حاصل ساعت‌ها مطالعه و محاسبه پیچیده و کنترل و نظارت دقیق مهندسان خبره‌ای است که در گروه باران تلاش می‌کنند تا به مشتری با لاترین ایمنی و کیفیت در ساخت یک برج مسکونی را تقدیم کنند.

پروژه برج باران ۲ - تابستان ۱۳۹۲

استانداردهای جدید در معماری

ساختمان سبز، زندگی پایدار



ساختمان سبز

این نوع ساختمان به محیط زیست متعهد است و در فرایند ساخت آن از منابع موثر و کارا استفاده می‌شود: از انتخاب محل ساخت گرفته تا طراحی، ساخت، اجرا، نگهداری، نوسازی و تخریب. این مسئله نیازمند هماهنگی نزدیک تیم طراحی، معماران، مهندسان و مشتریان در تمام مراحل پروژه است.

امروزه رویکرد صنعت ساختمان به فرایند طراحی و ساخت نسبت به گذشته تفاوت بنیادینی کرده است. دیگر این صنعت فقط به ساختن یک ساختمان و تحویل آن به مشتری بسنده نمی کند، بلکه تلاش می کند با ارائه ساختمانی مطابق با استانداردهای جدید و تضمین آن و ارائه گسترده خدمات پس از فروش مشتری خود را در تمام مراحل زند گی اش یاری کند. یکی از این استانداردهای جدید که مشتریان به‌دنبال آن هستند پروژه‌های سبز و ساختمان‌های پایدار و هماهنگ با محیط زیست است.

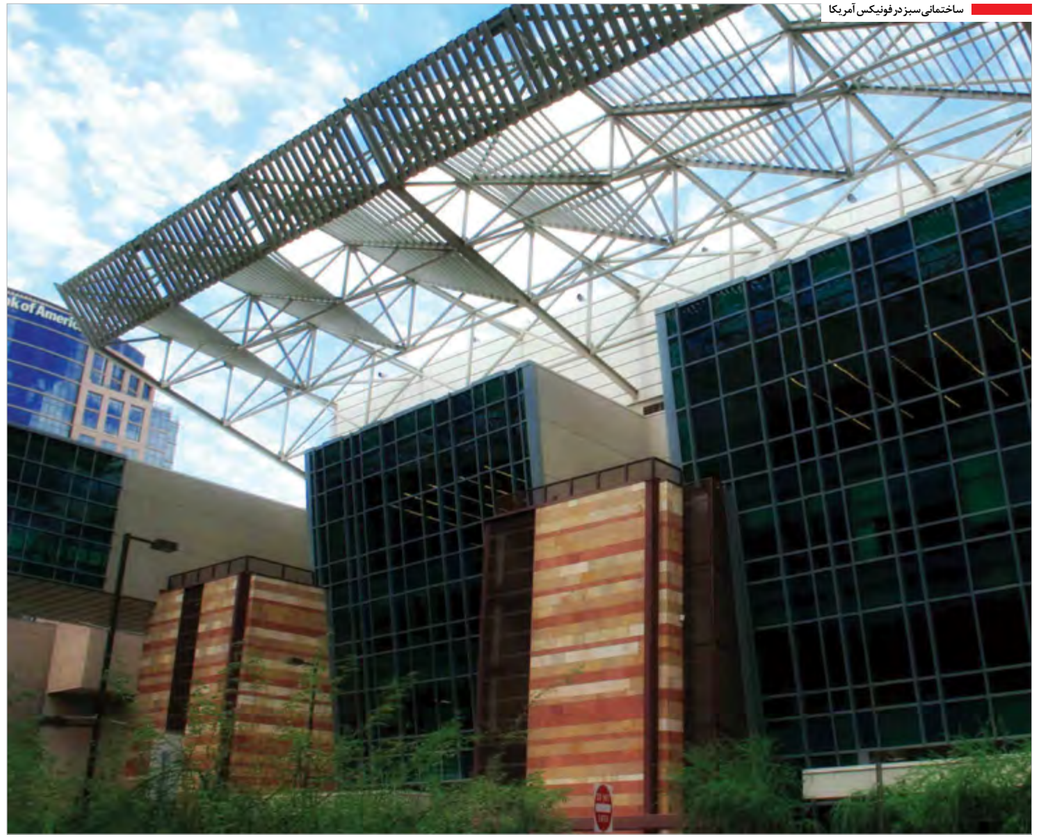
ساختمان سبز به ساختمانی گفته می شود که به محیط زیست متعهد است و در فرایند ساخت آن از منابع موثر و کارا استفاده می شود: از انتخاب محل ساخت گرفته تا طراحی، ساخت، اجرا، نگهداری، نوسازی و تخریب. این مسئله نیازمند هماهنگی نزدیک تیم طراحی، معماران، مهندسان و مشتریان در تمام مراحل پروژه است. مسائل مالی، سودمندی، دوام و راحتی در ساختمان‌های سنتی از دغدغه‌های اصلی مردم به‌شمار می‌آمدند؛ امروزه با ظهور ساختمان‌های سبز این دغدغه‌ها به طور کلی از بین رفته‌اند.

اگرچه تکنولوژی‌های جدید به‌طور مداوم توسعه می یابند و راه‌کارهای جدیدتری در ساختن ساختمان‌های سبزتر ارائه می کنند، اما هدف مشترک همه آن‌ها کاهش تمامی تاثیرات مخرب محیط ساخت بشر بر سلامت انسان و محیط طبیعی است. این اهداف به طرق مختلف پیگیری می‌شوند: استفاده‌ی موثر از انرژی، آب، و منابع دیگر؛ حفظ سلامت ساکنان و رشد بهره‌وری کارمندان؛ کاهش آلود گی و هدررفتن منابع و فرسایش محیط زیست.

ساختمان‌های سبز از شیوه‌ها، تکنیک ها و مهارت‌های مختلف استفاده می کنند تا تاثیرات مخرب ساختمان‌ها را بر روی سلامت محیط و سلامت انسان از بین ببرند. این ساختمان‌ها از مزایای منابع تجدیدپذیر، مانند استفاده از نور خورشید، و استفاده از گیاهان و درختان از طریق بام‌های سبز، باغ‌های باران و کاهش هدررفتن آب باران استفاده می کنند. تکنیک‌های بسیار دیگری نیز مورد استفاده قرار می گیرند که از آن‌ها می توان به استفاده از مواد ساختمانی کمتر مخرب یا استفاده از بتن‌های نفوذپذیر و شنی به‌جای بتن‌های مرسوم یا آسفالت به منظور امکان استفاده مجدد از آب زیرزمینی نام برد.

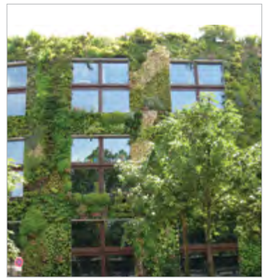
شیوه‌ها یا تکنولوژی‌های مورد استفاده در ساختمان‌های سبز به طور مداوم رشد می کنند و ممکن است از منطقه‌ای به منطقه‌ای دیگر متغیر باشند. اما اصول بنیادینی وجود دارند که شیوه کار پروژه‌های سبز بر پایه آن‌ها بنا می شود؛ مانند جای‌یابی مناسب و کارآمدی طراحی بنا، بازدهی انرژی، بازدهی آب، کارآمدی مواد و مصالح، گسترش کیفیت محیط داخلی، بهینه‌سازی نگهداری و اجرا و جلوگیری از اتلاف منابع و کاهش مواد سمی. ماهیت ساختمان‌های سبز بهینه‌سازی یک یا چند اصل از اصول ذکرشده است. اگر بخواهیم از جنبه زیبایی شناسانه به ساختمان‌های سبز نگاه کنیم می توانیم بگوییم فلسفه این پروژه‌ها طراحی ساختمانی است که در هماهنگی و هارمونی با ویژگی های طبیعی و منابع موجود در پیرامون بنا قرار دارد. چندین مرحله کلیدی در طراحی ساختمان‌های سبز وجود دارد که همه این مراحل در ایجاد یک ساختمان محیط زیست دوست موثر است؛ استفاده از مصالح ساختمانی سبز، کاهش نخاله‌های ساختمانی، ایجاد سیستم‌های

ساختمانی سبز در فونیکس آمریکا



بهینه و گسترش انرژی‌های تجدیدپذیر در محل ساختمان بخشی از این اصول هستند.

مراحل تعیین شیوه کار و طراحی هر پروژه ساختمانی نقطه شروع و مرکز ثقل فرایند ساخت است. مرحله تعیین شیوه کار یکی از مهم‌ترین مراحل در چرخه حیات یک پروژه است، چراکه بیشترین تاثیر را روی هزینه و اجرا دارد. در طراحی ساختمان‌های سازگار با محیط زیست، هدف به حداقل رساندن تاثیرات محیطی در طول یک پروژه است. با این وجود، ساختن ساختمان‌های مسکونی به‌سادگی فرایند ساختن بناهای صنعتی نیست و این مسئله از ساختمانی به ساختمان دیگر متفاوت است. به علاوه، ساختمان‌ها محصولات پیچیده‌تری هستند و از مواد و مصالح گسترده‌ای استفاده می کنند. این مسئله باعث می شود که هر طراحی تاثیر خاص خود را بر روی محیط زیست بگذارد. طراحی و ساخت ساختمان‌های سبز امروزه تبدیل به استانداری جهانی در صنعت ساختمان شده است و هر روز به تعداد ساختمان‌هایی که از این شیوه در ساخت خود استفاده می کنند افزوده می شود. بی‌شک در آینده‌ای بسیار نزدیک این شیوه تبدیل به شیوه اصلی ساخت ساختمان‌ها، اعم از مسکونی و تجاری، می شود و برندهای ساختمانی معتبر نیز با آگاهی از این موضوع، ساختمان‌های خود را بر این اساس می سازند تا همراه با رویکردها و استانداردهای جهانی در صنعت ساختمان و نیز نیاز مشتریان خود حرکت کنند.



پروژه‌مد در ایتالیا، خانه‌ای سازگار با محیط زیست

ویژگی هایی که یک بنا را سبز می کند

زندگی مدرن، نیاز مدرن

معماری سبز چیست و چرا امروزه در اکثر نقاط جهان جای معماری سنتی را گرفته است؟ ویژگی‌های این شیوه نوین در صنعت ساختمان چیست و چه اهدافی را دنبال می‌کند؟

کالج سن پیتر زورگ: نمونه‌ای از ساختمان‌های سازگار با محیط زیست

معماری سبز در سایر نقاط جهان تبدیل به مفهومی جاافتاده شده است. اما متاسفانه در کشور ما کمتر به این موضوع توجه شده است و بیشتر ساختمان‌های ساخته شده به این مسئله توجه چندانی نمی کنند. استفاده از معماری سبز باعث می شود تا ساختمان‌ها از مواد و مصالح پایدارتری در ساخت استفاده کنند. برای برندهایی که در صنعت ساختمان حضور دارند این مسئله امری حیاتی است؛ امروزه مسئله معماری سبز تبدیل به گفتمانی جهانی شده است و برای برندهای معتبر حوزه ساختمان پیروی از استانداردهای جهانی و حضوری متفاوت در بازار امری مهم است. از طرفی رعایت استانداردهای جهانی باعث می شود تا این برندها خدمات پس از فروش گسترده‌ای به مشتریان خود ارائه کنند. در نتیجه شرکت‌های ساختمانی در تمامی مراحل ساخت از بهترین و باکیفیت‌ترین مواد و مصالح استفاده می کنند. اگرچه امروز در کشور ما تنها در برخی از ساختمان‌ها شاهد رعایت این استانداردها هستیم.

حوزه‌ی تعریف معماری سبز گسترده است. معماری سبز به ساختن یا بازسازی ساختمان‌هایی گفته می‌شود که از طریق آن بتوان کمترین تاثیر مخرب را بر روی محیط زیست گذاشت. رویکردهای متعددی به مفهوم ساختمان سبز وجود دارد و در کنار آن ایده‌های بسیاری وجود دارند؛ این ایده‌ها شامل بازیابی مسئولانه منابع موجود و استفاده موثر از سیستم‌های محیط زیست دوست و در نتیجه تامین خدمات متنوع برای ساختمان‌هایی است که با به کارگیری طراحی پایدار ساخته می شوند. از زمانی که به مسئله استفاده هوشمندانه از منابع زمین توجه شده است، مردم به مفهوم معماری سبز علاقه بیشتری نشان داده‌اند.

امروزه مسئله معماری سبز تبدیل به گفتمانی جهانی شده است و برای برندهای معتبر حوزه ساختمان پیروی از استانداردهای جهانی و حضوری متفاوت در بازار امری مهم است

به طور کلی، معماری سبز تلاش می کند تا ساختمان‌ها را به گونه‌ای طراحی یا بازسازی کند که تمام کارکردهای یک بنا فراهم شود؛ بدون آنکه تخریب یا آسیبی به محیط زیست پیرامون بنا زده شود. در بسیاری از موارد، این امر به معنی استفاده از مصالح ساختمانی است که بیشتر از ترکیبات ارگانیک ساخته شده باشند تا ترکیبات سینتتیک. مصالح ساختمانی ممکن است چوب، آجر یا عناصر دیگری باشند که از ساختمان‌های قدیمی تر تخریب شده برداشته شده باشد. این نوع مصالح با تکنولوژی‌های جدید ترکیب می شوند تا ساختارهای متناسب با محیط زیست ایجاد شود و نیز از منابع در دسترس برای مسائل گرمایشی، سرمایشی، آشپزی و تامین آب بیشترین استفاده شود.

استفاده از پنل‌های خورشیدی عنصری رایج در معماری سبز است. این پنل‌ها، همراه با مخزن آن‌ها، ذخیره انرژی برای تامین نیازهای الکتریکی مانند آشپزی، تنظیم دما در یک درجه مناسب و راه‌اندازی دستگاه‌های ضروری مانند کامپیوتر هستند. در سال‌های اخیر، به کارگیری همزمان سیستم انرژی خورشیدی با سیستم انرژی بادی تجربه شده و توجه ویژه‌ای به این دو منبع تجدیدپذیر برای رفع نیازهای زندگی مدرن شده است.

استفاده از منابع آب خاکستری، تانکرهای جمع‌آوری و ابزارهای دیگر نیز عنصری رایج در معماری سبز هستند. منابع آب خاکستری امروزه در تصفیه آب موجود در قسمت‌های مختلف ساختمان و استفاده مجدد از آن‌ها در بخش هایی مانند کارواش و آبیاری فضای سبز مورد استفاده قرار می گیرند. همچنین استفاده از تانکرهای جمع‌آوری آب باران فعالیت‌هایی نظیر آب‌یاری فضای سبز، رشد محصولات گیاهی یا اجرای سیستم‌های تصفیه آب را ممکن ساخته است. چنین سیستمی، سیستم‌های تصفیه شهری، تصفیه آب آشامیدنی، آشپزی و حمام را ساده کرده است.

جنبه دیگر بسیار مهم طراحی سبز قرارگیری استراتژیک پنجره‌ها در نمای روبه‌رو ساختمان است. پنجره‌ها به طور معمول در جایی کار گذاشته می‌شوند که بیشترین میزان نور خورشید در طول روز به داخل ساختمان بیاید.

علاوه بر کاهش نیاز به نور مصنوعی در طول روز، پنجره‌ها می‌توانند تبدیل به وسیله‌ای برای تامین گرمای فضای داخلی ساختمان با استفاده از نور خورشید شوند. با اتخاذ این راه‌کار از انرژی خورشیدی و بادی ذخیره شده کمتری برای ایجاد دمایی مناسب در ساختمان استفاده می‌شود.

با توجه به مکان ساختمان و اهداف آن، جنبه‌های دیگری از معماری سبز ممکن است به کار رود. ساختمان ممکن است در فرفتگی یک تپه قرار گرفته باشد که این مسئله یک فضای عایق طبیعی به وجود می‌آورد. توالت‌های کامپوزینگ ممکن است راه‌حل مناسبی برای مکان‌هایی باشد که با کمبود آب مواجه‌اند. یافتن راه‌حل‌های مختلف برای استفاده از عناصر طبیعی باعث می شود تا ساختمان با طبیعت در هماهنگی بیشتری باشد. اگرچه ممکن است فرایند ایجاد معماری سبز در برخی از مناطق سخت باشد، اما بدون شک هر ساختمانی را می‌توان با هماهنگی بیشتری با طبیعت و محیط زیست بنا کرد.

صنعت ساختمان امروز در ایران بیش از پیش به پیروی از اصول معماری پایدار نیاز دارد. مسئله محدودیت انرژی‌های غیرتجدیدپذیر، آلودگی‌های زیست محیطی، فرهنگ شهرنشینی و غیره همه و همه تبدیل به موضوعاتی شده‌اند که رعایت استانداردهای جهانی را امری ضروری در کشورمان ساخته‌اند. به کارگیری این اصول فقط تغییر یک شیوه در ساختمان‌سازی نیست، بلکه فرایندی است که سبک زندگی انسان‌ها را تغییر می‌دهد، سبکی که متناسب با نیازهای انسان امروزی است و همه جنبه‌های زندگی او را آسان‌تر و محیط زیست دوست‌تر می‌کند.

به کارگیری اصول معماری پایدار فقط تغییر یک شیوه در ساختمان‌سازی نیست، بلکه فرایندی است که سبک زندگی انسان‌ها را تغییر می‌دهد

نگاهی به یک ساختمان سبز

آسمان‌خراش چندمنظوره کانکرس

نمای برج کانکرس در شب

کانکرس (Concourse) یک برج پست‌مدرنیستی تجاری و مسکونی است که در بیچ رود (Beach Road) در شهر کالانگ در کشور سنگاپور قرار دارد. این برج چندمنظوره از ۴۱ طبقه تجاری، یک طبقه مخصوص کنسرت‌ها و نمایش‌ها و ۹ طبقه مسکونی تشکیل شده است و ارتفاع آن ۱۷۵ متر است. این سه بخش متمایز از هم، با کارکردهای مختلف، دارای ورودی‌های متفاوتی هستند. این برج در نزدیکی چند ایستگاه اتوبوس است و دسترسی ساکنان به فرودگاه و ایستگاه قطار بسیار راحت است. پاول رودلف (Paul Rudolph) طراح این برج است و به آن نام «آسمان‌خراش گرمسیری» داده است. او در طراحی این ساختمان از پنل‌های خورشیدی، کلاهک‌های عریض، باغ‌های همگانی و بالکن‌های به‌خصوص استفاده کرده است. در ساخت این برج از مواد و مصالح هماهنگ با محیط زیست استفاده شده است. پنل‌های خورشیدی از نیروی خورشید برای تامین انرژی‌های مورد نیاز برج استفاده می‌کنند، و باغ‌های موجود در برج دمای کلی آن را پایین می‌آورند و از اتلاف انرژی جلوگیری می‌کنند. بالکن‌های ویژه‌ای که در این ساختمان قرار گرفته‌اند دارای سایبان‌های خاص هستند که در روزهای گرم سال این امکان را به ساکنان می‌دهند تا به جای استفاده از وسایل سرمایشی از خنکای موجود در بالکن‌ها استفاده کنند. همچنین این برج دارای یک رستوران بسیار مدرن است که هم غذاهای سنتی سنگاپور و هم غذاهای بین‌المللی را سرو می‌کند.

برجسته‌ترین ویژگی معماری کانکرس سیستم دیوارهای پرده‌ای آلومینیومی آن است که پنجره‌های مورب را به هم متصل می‌کند

برجسته‌ترین ویژگی معماری کانکرس سیستم دیوارهای پرده‌ای آلومینیومی آن است که پنجره‌های مورب را به هم متصل می‌کند و به مجموعه واحدها شکل می‌دهد. این برج دارای یک لابی بزرگ ۵ طبقه است. واحدهای مسکونی در قسمت پایینی برج قرار دارند و از امکاناتی نظیر استخر، زمین‌های ورزشی و یک باشگاه بدن‌سازی بهره می‌برند. پنجره این واحدها رو به بزرگراه نیکول و دریاچه شهر کالانگ باز می‌شود و منظره‌ای بی‌نظیر را در جلوی چشمان ساکنان فراهم می‌کند. فروشگاه‌های موجود در این برج در کنار سالن کنسرت قرار دارند و ساکنان می‌توانند تمام اجناس مورد نیاز خود را از این فروشگاه‌ها تهیه کنند.

سیستم دیوارهای پرده‌ای آلومینیومی در برج کانکرس

نگاهی به پروژه باران ۳

پاسخ به نیازهای واقعی مشتری

شرط موفقیت هر برند ارائه محصولات منحصر به‌فرد، باکیفیت و جلب اعتماد و رضایت مشتریان است. دست‌یابی به این اهداف برای برندهایی که در صنعت ساختمان فعالیت می‌کنند امری دشوارتر است، چراکه محصول آن‌ها مستقیما با زندگی روزمره مشتریان در ارتباط است و همه جنبه‌های زیست آن‌ها را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد. از همین‌رو، استمرار در ارائه خدمات و جلب رضایت و اعتماد دائمی مشتریان کاری بس دشوار است و برندی در این زمینه موفق خواهد شد که دارای اهداف روشن و درازمدت باشد و همیشه به مطالعه و طراحی مسیر حرکت خود به منظور دست‌یابی به رضایت خاطر مشتریانش بپردازد.

گروه مهندسی باران همیشه در تلاش بوده است تا جایگاه خود را در میان برندهای معتبر ساختمانی حفظ کند و هر کجا لازم بوده ارتقا دهد. گروه مهندسی باران پس از ساخت هتل برج مسکونی باران ۱ و تحویل آن به مشتریان و ارائه خدمات هتلی و ۲۴ ساعته به ساکنان آن، و سپس طراحی و آغاز به ساخت پروژه باران ۲ که تحویل آن به زودی انجام می‌پذیرد، اکنون مشغول طراحی و ساخت پروژه باران ۳ است. استمرار این حرکت نشان‌دهنده عزم و اراده این گروه در ارائه خدمات منحصربه‌فرد خود به مردم ایران، تغییر سبک زندگی ساکنانش و ایجاد بستر فرهنگی مناسب در جهت زندگی بهتر و متعالی‌تر است.

اگرچه سازنده این پروژه‌ها گروه مهندسی باران با مدیریتی یک‌پارچه است، اما این گروه در طراحی پروژه باران ۳ سعی کرده است با توجه به ویژگی‌های مختلف و نیز نگاهی به گذشته به منظور رفع نواقص و تقویت ایده‌ها و نیز توجه به نظرات مشتریانش طراحی خاص و ویژه‌ای در باران ۳ به کار گیرد. یکی از ویژگی‌های پروژه باران ۳ انتخاب محل ساخت است. این پروژه در منطقه کوهسنگی و خیابان حکیم نظامی شهر مشهد قرار گرفته است. منطقه‌ای اصیل و قدیمی که در حاشیه منطقه‌ای خوش آب و هوا و کوهستانی ایجاد شده است. ویژگی دیگر این پروژه مساحت زمین دو هزار متری آن است که فضای بسیار مناسبی در اختیار مهندسان و طراحان این هتل برج قرارداده است.

پروژه باران ۳ در منطقه کوهسنگی و خیابان حکیم نظامی شهر مشهد قرار گرفته است. منطقه‌ای اصیل و قدیمی که در حاشیه منطقه‌ای خوش آب و هوا و کوهستانی ایجاد شده است

بر همین مبنا مطالعاتی پیرامون نوآوری، خلاقیت، طراحی فضای جدید و طراحی فضای ناشی از فرم جدید صورت گرفت و در نهایت گروه مهندسی باران ساخت مجموعه باران ۳ را بر سه اصل مهم بنا نهاد. این سه اصل عبارتند از مطالعات عمومی مربوط به مفهوم فضای سکونت، مطالعات مربوط به طبقه‌بندی مسکن و مطالعات مربوط به معماری سبز و معماری پایدار.

مطالعات مربوط به مفهوم فضای سکونت

همه ما از روزی که به دنیا می‌آییم در خانه‌ای زندگی می‌کنیم. در سال‌های مختلف زندگی خود از خانه‌ای به خانه‌ای دیگر نقل مکان می‌کنیم. اما آیا واقعا این فضاهایی که ما در آن‌ها زندگی می‌کنیم دارای معیارهای درستی از طراحی معماری هستند؟ آیا معماران و مهندسان معماری خانه‌های ما را بر اساس نیازهای واقعی ما و تامین آرامش و آسایش ما ساخته‌اند؟ آیا خانه‌های ما دارای ویژگی‌های یک فضای مناسب برای زیست و سکونت هستند؟ به طور کل، خانه‌ای که مکانی حقیقی برای زندگی است و همه نیازهای ما را در زندگی برطرف می‌کند چگونه خانه‌ای است؟ تمامی این سوالات و سوالاتی دیگر در ذهن مهندسان و طراحان هتل برج باران ۳ قرار داشت و آن‌ها تمام سعی خود را کرده‌اند که به این سوالات پاسخی شایسته دهند و فضایی بیافرینند که همه ویژگی‌های یک فضای سکونت کامل را داشته باشد و از هیچ جنبه‌ای از زندگی انسان غفلت نشده باشد. این رویکرد در تمام ویژگی‌های این مجموعه به چشم می‌خورد.

از نمونه‌های این رویکرد می‌توان به طراحی داخلی این مجموعه اشاره کرد. فضای داخلی طبقات ابتدایی و واحدهای دوبلکس با رویکردی مدرن طراحی شده که نقش حیاط در آن‌ها بسیار پررنگ و ضروری است. اما دو واحد پنت‌هاوس این هتل برج طراحی ننو کلاسیک دارد. طراحی داخلی واحدهای این مجموعه به گونه‌ای است که در روز نور طبیعی به طور کامل فضای واحدها را روشن می‌کند و برای تامین نور در شب از چراغ‌های LED، SMD و دیگر منابع نوری مدرن استفاده شده که همگی مصرف بسیار پایینی دارند و از اتلاف انرژی جلوگیری می‌کنند. مصالح استفاده شده در واحدها موادی هم‌راستا با معماری پایدار هستند. این کالاها از بهترین برندها و مواد موجود تهیه شده که کیفیت آن‌ها مطابق با استانداردهای جهانی هستند.

هتل برج مسکونی باران ۳

نمایی از هال و پذیرایی واحد ۵۰ متری در هتل برج باران ۲

نمایی از یک نشیمن خصوصی در واحدهای هتل برج باران ۲

مطالعات مربوط به طبقه‌بندی مسکن

محیط زندگی ما و میزان فضایی که ما در خانه‌های خود در اختیار داریم عنصر مهمی در تعیین سبک زندگی ما و تامین آرامش و آسایش در زندگی‌مان هستند. خانه‌های بسیار کوچک، که امروزه بسیار رایج هستند، مشکلات فراوانی را به وجود می‌آورند و نگهداری خانه‌های بسیار بزرگ نیز کاری سخت و وقت‌گیر است. به همین دلیل مهندسان و طراحان گروه مهندسی باران مطالعات فراوانی را در مورد مسئله فضایی زندگی انجام دادند و از آن جایی که هتل برج‌های مجموعه باران محصولاتی لوکس هستند و مخاطبان خاص خود را دارند به ابعاد و طراحی‌های متنوعی در برج مسکونی باران ۳ رسیدند. بی‌شک خواست و سلیقه مشتریان یکی از عوامل تعیین‌کننده در این مطالعات بوده است.

در نتیجه این مطالعات طراحی واحدهای این مجموعه به گونه‌ای است که سلیقه و خواست مشتریان را با توجه به قدرت خرید و نیاز آن‌ها برآورده می‌کند. ۱۶ طبقه ۴ واحدی با متراژهای ۲۱۰، ۲۳۵، ۲۶۵ و ۳۲۰ متری به علاوه ۲ طبقه ۲ واحدی با متراژهای ۴۷۵ و ۵۸۵ متری و دو طبقه دارای واحدهای دوبلکس با متراژهای ۴۵۰، ۵۵۰ و ۶۵۰ متری و همچنین دو پنت هاوس در بالای این هتل برج با مساحت ۱۰۲۰ متر تامین کننده نیازها و خواسته‌های مشتریان با هر نوع سلیقه است. همچنین در این هتل برج مانند تمام هتل برج‌های مطرح دنیا واحدهای بسیار شیک و مدرن برای مهمانان با متراژی بسیار مناسب، علاوه بر اتاق مهمان در هر واحد، در نظر گرفته شده است.

طراحی واحدهای هتل برج باران ۳ به گونه‌ای است که سلیقه و خواست مشتریان را با توجه به قدرت خرید و نیاز آن‌ها برآورده می‌کند

مطالعات مربوط به معماری سبز و معماری پایدار

برای برندهای معتبر ساختمانی رعایت استانداردهای جهانی امری ضروری و حیاتی است. معماری سبز یکی از معیارهای بسیار مهمی است که در دنیا تبدیل به مفهومی جاافتاده شده؛ در حالی که در کشور ما موضوعی نوظهور است. یکی از دلایل عدم توجه به این موضوع مسئله فضای سبز در ساختمان‌ها است. از آن جایی که ساختمان‌های لوکس در مناطقی بنا می‌شوند که سازنده هزینه زیادی برای خرید زمین آن پرداخته است، در نتیجه تلاش می‌کند تا کمترین فضا را به فضای سبز و فضاهای غیرقابل فروش اختصاص دهد تا سود بیشتری عایدش شود؛ اما در هتل برج مسکونی باران ۳ نه تنها این اتفاق روی نداده است، بلکه علاوه بر فضای سبز اشتراکی، هدایت فضای سبز اختصاصی به درون آپارتمان‌ها هم به عنوان یکی از محوری‌ترین مفاهیم مد نظر قرار گرفته است.

ایده «باغ‌های معلق باران» (الهام گرفته از باغ‌های معلق بابل) در همین راستا شکل گرفته است. در این پروژه فضای لابی به گونه‌ای طراحی شده است که ارتباطی بسیار نوآورانه با فضای سبز عمومی پیدا کرده است. این لابی با ارتفاعی ۱۲/۵ متری به گونه‌ای طراحی شده که صفحاتی معلق در آن قرار گرفته‌اند و برای دست‌یابی به ایده باغ‌های معلق باران این صفحات بدون ایجاد ستون از سقف آویزان خواهند شد. لابی این هتل برج همچون یک منطقه ارتباطی سبز عمل می‌کند که فضای سبز عمومی را به فضای داخلی هتل برج وصل می‌کند.

در طراحی نمای این هتل برج از نمای دوپوسته استفاده شده است. این نوع نما تهویه طبیعی هوا را در داخل فضاهای سکونتی ممکن می‌سازد و جلوگیری از اتلاف انرژی را که یکی از ویژگی‌های معماری سبز است به حد قابل قبولی می‌رساند. علاوه بر فضای سبز عمومی و لابی سبز، ایده «هر واحد یک حیاط» در این هتل برج به تمامی به وقوع پیوسته است. هر واحد با توجه به متراژ خود دارای یک حیاط سبز است که این امر باعث می‌شود این ساختمان بیشترین تعامل را با طبیعت داشته باشد و تهویه هوا به طور طبیعی صورت پذیرد.

این حیاط‌ها به گونه‌ای طراحی شده‌اند که حتما یک طرف آن به سمت نمای هتل برج و مناظر پارک‌های پیرامون بنا (بوستان کوهسنگی و باغ الندشت) باشند. اتفاق مهم دیگری که در طراحی این هتل برج صورت گرفته است ایجاد یک فضای شیشه‌ای در طبقه انتهایی این ساختمان است که نیمه‌باز و نیمه‌بسته است و به علت در ارتفاع قرار داشتن، طراحی آن به شکلی است که در برابر باد محافظت می‌شود. این فضا، که در آن گاز ازن وجود دارد، برای ورزش صبحگاهی طراحی شده است و در آن یک رستوران قرار دارد که بسیار مناسب صرف صبحانه و وعده‌های دیگر غذایی است.

در پروژه باران ۳ فضای لابی به گونه‌ای طراحی شده است که ارتباطی بسیار نوآورانه با فضای سبز عمومی پیدا کرده است

از آن جایی که مصرف سرانه انرژی در کشور ما نسبت به استانداردهای جهانی بسیار بالا است، در این پروژه مباحث مربوط به معماری پایدار وارد بحث‌های تاسیساتی، مکانیکال و الکتریکال مجموعه شده است و همه این اجزا، طراحی‌های خود را تا حد ممکن براساس الگوهای معماری سبز و پایدار قرار داده‌اند. همچنین برای تامین منابع انرژی در این هتل برج از پنل‌های خورشیدی برای استفاده از انرژی نور خورشید در مواقع ضروری استفاده شده است.

نمونه‌ای از طراحی داخلی واحدهای مسکونی هتل برج باران۲

پرونده‌ای در توصیف ویژگی‌های طراحی داخلی

تاریخچه یک تازه‌وارد قدیمی

نمونه‌ای از طراحی داخلی به شیوه کلاسیک

با وجود اینکه می‌توان گفت طراحی داخلی به عنوان بخشی مشخص از معماری، عضوی تازه وارد به این خانواده است، ولی این عضو، مسیری طولانی و پرفراز و نشیب را طی کرده است. آثاری که در دوران خود تنها برای استفاده و کاربرد شان در خانه‌های افراد ساخته شده بودند، امروزه سر از موزه‌های آثار هنری درآورده‌اند و به عنوان پیشینه فن طراحی داخلی شناخته می‌شوند، فنی که امروزه تبدیل به بخش مهمی از صنعت ساختمان شده و نزدیک ترین رابطه را با شیوه زندگی و آسایش و آرامش محیطی انسان دارد. شروع چیزی را که ما امروزه به نام طراحی داخلی می‌شناسیم می‌توان در مصر باستان یافت. مصریان خانه‌های کاه گلی ساده خود را با اثاثیه‌ای ساده، همچون یک صندلی آجری که با پوست حیوانات و یا پارچه پوشانده شده بود و یا با دیوارنگاری، مجسمه و سفالینه‌های گلی تزیین می‌کردند. در کنار این موارد ساده ظروف طلایی پیدا شده در مقبره‌های پادشاهان مصری نشان از اهمیت تزئینات پرزرق و برق تر در نزد افرادی با نفوذتر دارد. گرچه سند مشخصی از چین باستان در زمینه طراحی داخلی به دست ما نرسیده است، ولی مفهوم فنگ شویی که به هماهنگی کامل میان همه اجزا می‌پردازد و تا به امروز کاربرد خود را در معماری و طراحی داخلی حفظ کرده است میراث این تمدن است.

طراحی داخلی امروزه تبدیل به بخش مهمی از صنعت ساختمان شده و نزدیک ترین رابطه را با شیوه زندگی و آسایش و آرامش محیطی انسان دارد

یونانیان و رومیان نیز براساس تزیینات مصری به تزیین مکان‌های مهم خود مثل معابد پرداختند. در یونان اثاثیه چوبی با عاج فیل و نقره تزیین می‌شد تا بر اهمیت آن‌ها افزوده شود و رومی‌ها تاکید فراوانی بر ترکیب زیبایی و راحتی داشتند و محیط درون خانه‌هایشان را نمایانگر ثروت و جایگاه اجتماعی هر فرد می‌دانستند. اثاثیه سنگی، چوبی و برنزی رومیان با کوسن و پرده‌های نقش دار همراه می‌شد و در کنار گلدان‌ها، کف موزاییکی، و نقاشی‌های دیواری، فضای داخلی آن‌ها را تزیین می‌کرد.

در اروپای قرون وسطی و جنگ‌های فراوان آن دوران و هم‌زمان با سلطه روزافزون کلیسا، تزئینات فراوان جای خود را به قناعت و کم‌چیزی و سطوح سنگی ساده و دیوارهای چوبی لخت دادند. حتی افراد ثروتمندی که از تزئیناتی همچون پارچه یا حجاری روی سنگ استفاده می‌کردند، از رنگ‌های خاموش و تیره فراتر نمی‌رفتند. اما رنسانس رنگ و زیبایی را به طراحی داخلی باز گرداند. معماران این دوره فضاهایی پر از عناصر تزیینی طراحی کردند. سطوح مرمری، نقاشی‌های بزرگ، چوب کاری‌های زیبا و اثاثیه‌ای که با بهترین چوب‌ها ساخته شده بودند کاخ‌ها و کلیساهای دوره رنسانس را پر کردند. سبک‌های باروک و روکوکو همین مسیر را با تغییرات در رنگ و مواد مورد استفاده ادامه دادند تا در قرن ۱۹ در اروپا و آمریکا گرایش به سمت آزادی و سبک‌های فردی به وجود آمد و در دو قرن بعد سبک‌های مدرن و خلاقانه در طراحی داخلی در نقاط مختلف جهان ظهور یافتند. در قرن بیستم با پیشرفت‌های صنعت ساختمان و معماری، دیگر امکان انجام همه فرایندهای طراحی ساختمان و معماری و طراحی داخلی توسط یک فرد وجود نداشت؛ از این زمان بود که گرایش به ایجاد حرفه‌ای به نام طراحی داخلی آغاز شد. در ابتدا این شاخه به عنوان بخشی کم‌اهمیت‌تر از معماری دیده می‌شد، اما طراحی داخلی به دلیل رابطه مستقیمی که با شیوه زندگی ساکنان هر محل داشت، بر اهمیت خود روز به روز افزود و امروزه با رابطه‌ای فعال و پویا با معماران، طراحان صنعتی و مهندسان ساختمانی، به بخشی جدایی ناپذیر از تولید زیبایی و کاربری در هر محلی که انسان در آن حضور یابد تبدیل شده است. با حضور دائمی وسایل خانگی همچون تلویزیون و یخچال و دیگر وسایل در زندگی مدرن، چالش جدیدی برای طراحان داخلی پدید آمد. طراحان داخلی امروزه باید زیبایی و کاربرد را در کنار هم حفظ کنند. امروزه هدف طراحان هماهنگی وسایل یک زندگی، محیط زندگی و شیوه زندگی است و کسانی در این شیوه موفق هستند که با تجربیات فراوان خود نه فقط به اصول زیبایی شناسی، بلکه نسبت به روحیه و جایگاه مخاطبان خود نیز آشنایی پیدا کرده باشند.

امروزه هدف طراحان داخلی هماهنگی وسایل یک زندگی، محیط زندگی و شیوه زندگی است. و کسانی موفق هستند که نه فقط به اصول زیبایی شناسی، بلکه نسبت به روحیه و جایگاه مخاطبان خود نیز آشنایی پیدا کرده باشند.

طراحی داخلی در پروژه‌های ساختمانی

هماهنگی در عین استقلال

پروژه‌های عظیم ساختمانی استاندارد، در فرایندی یک‌پارچه و به طور دقیق برنامه‌ریزی شده ساخته می‌شوند. در این فرایند اگر ابعاد مختلف طراحی یک ساختمان در ارتباطی تنگاتنگ با یکدیگر نباشند، محصول نهایی، ساختمانی چندپاره و بی‌توجه به خواست و علائق مشتریانش خواهد بود. طراحی داخلی یکی از مهم‌ترین این ابعاد است که با پیشرفت‌های عظیم صنعت ساختمان در این گونه پروژه‌ها، باید از همان ابتدا مورد توجه خاص قرار گرفته و تا مرحله تحویل به مشتری با دیگر ابعاد ساختمان به پیش برده شود. طراحی داخلی تلاشی است برای ایجاد هماهنگی بین سبک زندگی شما و فضایی که در آن زندگی می‌کنید.

طراحی با استدلال و لوستر متناسب مناطق گردشگری

طراحی داخلی نقطه اتصال ساکنان هر خانه با ساختمانی است که در آن قرار دارند. اما کار طراحی داخلی فقط مربوط به ظاهر و محیط یک فضای داخلی نیست؛ هدف اصلی این فن ایجاد هماهنگی و کارآمدی در محیط است. تا پیش از دهه ۴۰ میلادی «طراح داخلی» به افرادی گفته می شد که به مشتریان تجاری محدودی خدمات ارائه می دادند. پس از جنگ جهانی دوم طراحی داخلی رشد فراوانی پیدا کرد و در دفاتر، هتل ها، فروشگاه‌ها و مدارس به طور گسترده‌ای حضور یافت. امروزه طراحی داخلی به دو حوزه اصلی مسکونی و تجاری تقسیم می شود. امروزه با پیچیده‌تر شدن ساختمان‌ها و مواد مورد استفاده در آن‌ها و برقراری استانداردهای سخت گیرانه‌تر، طراحی داخلی تبدیل به فنی تخصصی شده است.

طراحی داخلی اهمیت فراوانی در پروژه‌های یک پارچه و بزرگ ساختمانی دارد. در این پروژه‌ها شروع فرایند طراحی باید هم‌زمان با شروع مراحل اولیه پروژه باشد. در این بخش که به عنوان مرحله پیش ـ طراحی یا مرحله برنامه‌ریزی شناخته می شود، سازندگان، مشتریان و طراحان داخلی در ارتباطی تنگاتنگ با یکدیگر قرار دارند. آن‌ها در این مرحله تلاش می کنند تا نیازهای مشتری را با توجه به شرایط محیطی و محلی و همچنین امکانات و استانداردهای موجود برطرف نموده و فضای ایجاد شده را تا حد امکان برای برآوردن نیازهای مشتریان و ساکنان آینده ساختمان آماده کنند.

امروزه با پیچیده‌تر شدن ساختمان‌ها و مواد مورد استفاده در آن‌ها و برقراری استانداردهای سخت‌گیرانه‌تر، طراحی داخلی تبدیل به فنی تخصصی شده است.

طراحان داخلی از راه‌کارهایی مفید استفاده می کنند تا کیفیت فرهنگی محیط و سطح زندگی ساکنان ساختمان را افزایش دهند. در عین حال طراحی داخلی همواره باید تصویری زیبا از محل سکونت افراد به دست دهد. این فرایند هم در زندگی شخصی ساکنان و هم در ارائه تصویری از این زندگی به دیگران تاثیر مستقیم دارد. حضور طراح داخلی از ابتدای پروژه باعث می شود که پروژه یک پارچه و هماهنگ به پیش برود. سازندگان ساختمان اطلاعات کافی نسبت به محل فیزیکی و موقعیت اجتماعی پروژه را در اختیار طراحان داخلی قرار می دهند و طراحان داخلی نیز پیشنهاداتی در جهت بهتر شدن پروژه برای زندگی ساکنان ارائه می دهند. در پروژه‌های عظیم استاندارد، حضور طراح داخلی از ابتدای پروژه باعث صرفه جویی فراوان در وقت و هزینه می شود.

طراح داخلی می تواند در صورت نیاز با برقراری ارتباط مستقیم با معماران و سازندگان ساختمان در مورد نقشه ساختمان و انتخاب مواد ساختمانی نظر داده و برای مثال در انتخاب جنس کف و دیوارهای ساختمان، نوع شیشه‌ها و بسیاری موارد دیگر، کیفیت نهایی زندگی ساکنان را بیش از پیش تضمین کند. این نزدیکی و ارتباط تنگاتنگ باعث می شود که در انتها ساختمانی یک پارچه و هدفمند بوجود بیاید که همه اجزای آن در خدمت اهداف سازندگان و رضایت مشتریان باشد. برای رسیدن به این منظور معمار و طراح داخلی با ایجاد فضایی از لحاظ زیست محیطی پایدار و از نظر ساختمانی آکوستیک، با نور پردازی صحیح و تهویه هوای مناسب به حفظ و بهبود سلامت جسمی ساکنان خانه کمک کرده و با خلق محیطی آرامش بخش و مستحکم به ساکنان احساس ایمنی، امنیت و آرامش می بخشند. در چنین ساختمان‌هایی طراح داخلی با ارائه چند طرح مختلف به مشتری به او امکان انتخاب می دهد. بدین ترتیب، در عین حفظ یک پارچگی و کیفیت ساختمان، روحیات متفاوت مشتریان و سلیقه خاص هر مشتری نیز در نظر گرفته می شود.

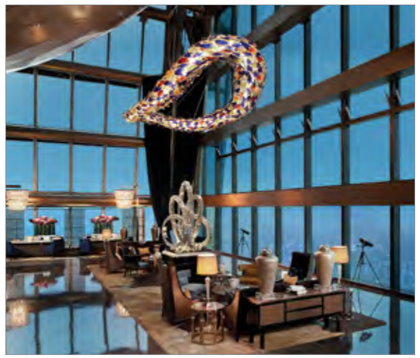
یکی از ابعاد برندینگ در پروژه‌های عظیم ساختمانی، طراحی داخلی این ساختمان‌ها است. به شکلی که با ورود به داخل این ساختمان، کیفیت و هماهنگی اجزای این محیط نماینده‌ای از سازندگان و در عین حال ساکنان این ساختمان است. طراحی داخلی برای ساکنان خانه احساس غرور و مالکیت به همراه خواهد آورد.

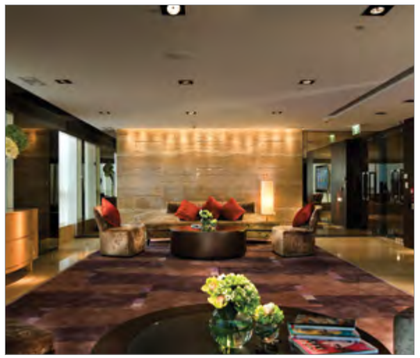
طراحی داخلی در پروژه‌های عظیم مسکونی با ایجاد هماهنگی میان فضای بیرونی و درونی ساختمان و واحدهای ساختمانی، این یک پارچگی و هویت شخصی را به وجود می آورد

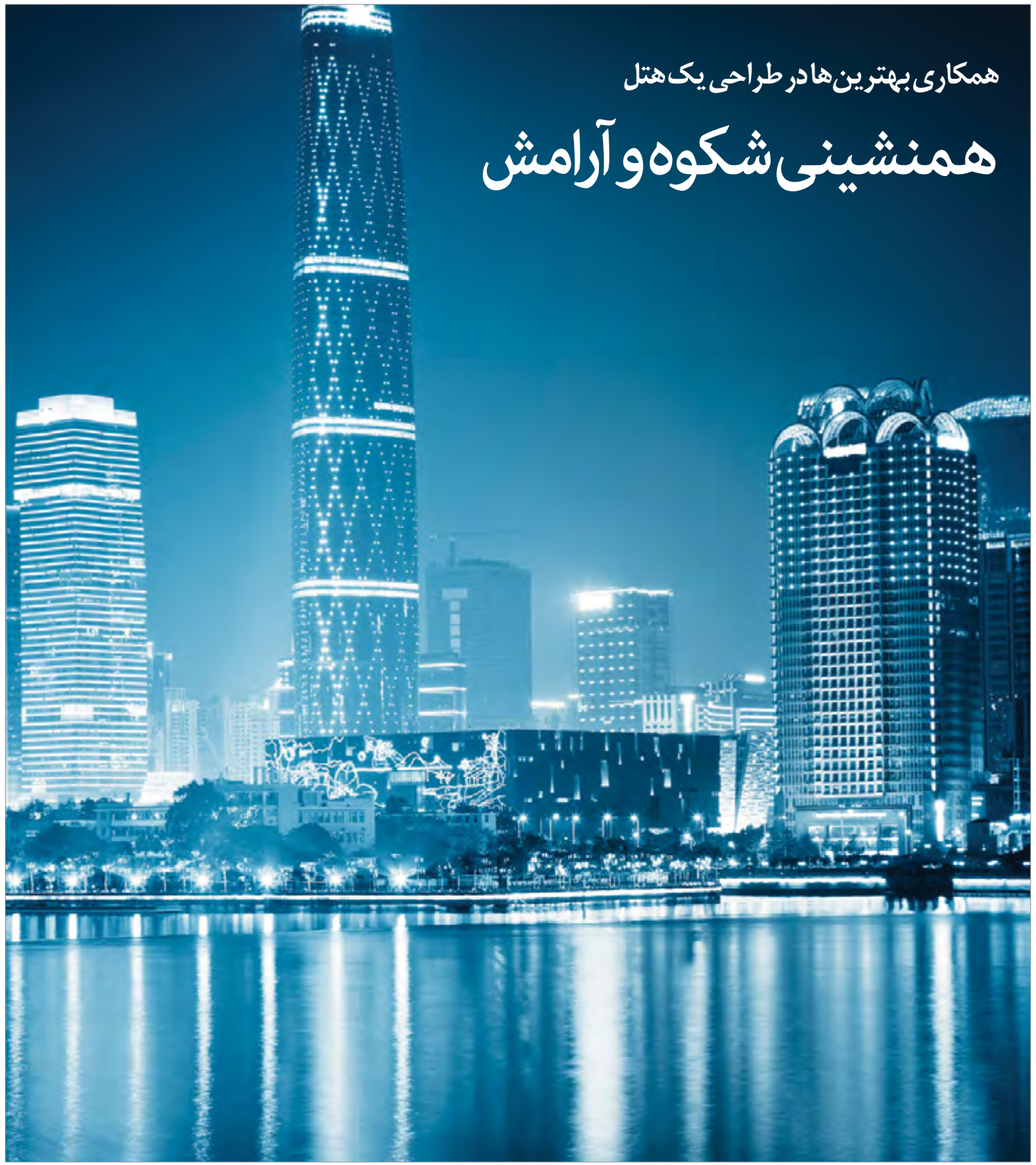
محل زندگی هر فرد، نماینده شخصیت، سبک زندگی و موقعیت اجتماعی او است. محل جغرافیایی ساختمان در کنار فضای داخلی طراحی شده، اگر به صورت کلیتی یک پارچه و در عین حال هماهنگ با روحیات شخصی افراد ساکن درآید، برای ساکنان ساختمان ایجاد آرامش کرده و برای افراد بیرونی معرفی صحیحی از ساکنان ساختمان ارائه می کند. طراحی داخلی در پروژه‌های عظیم مسکونی با ایجاد هماهنگی میان فضای بیرونی و درونی ساختمان و واحدهای ساختمانی، این یک پارچگی و هویت شخصی را به وجود می آورد. از سالیان دور برندهای معتبر خدماتی همچون هتل‌ها، رستوران‌ها و فروشگاه‌های بزرگ با آگاهی از این امر، در تمامی ساختمان‌های عظیم خود از طراحی داخلی برای ایجاد تجربه‌ای مناسب و آرامش بخش در مشتریان استفاده می کرده‌اند. حالا سازندگان پروژه‌های عظیم مسکونی نیز، با گسترده کردن دایره خدمات خود، جهت ایجاد تجربه‌ای منحصر به فرد، از همان ابتدا فرایند طراحی داخلی را در نظر دارند. این ساختمان‌ها، بخشی از هویت ساکنان خود را تشکیل داده و در طراحی خود، نشانه‌ای از سلایق و سبک زندگی ساکنان خود را وارد می کنند.

طراحی داخلی

این هنر نقطه اتصال ساکنان هر خانه با ساختمانی است که در آن قرار دارند. اما کار آن فقط مربوط به ظاهر و محیط یک فضای داخلی نیست؛ هدف اصلی این فن ایجاد هماهنگی و کارآمدی در محیط است







همکاری بهترین‌ها در طراحی یک هتل

همنشینی شکوه و آرامش

شرکت «هرش بدنر» یا ABH یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های جهان در زمینه طراحی داخلی است که پروژه‌های فراوانی را در تمام نقاط جهان به اجرا رسانده‌است. این شرکت وظیفه طراحی داخلی هشتاد و هشتمین شعبه هتل‌های «فورسیزنز» را در گوانگجوی چین به عهده گرفت و با ایجاد فضایی مناسب برای مشتریان این هتل، آرامش و راحتی آنها را در زمان اقامتشان در این مکان تضمین کرد.

هتل فورسیزنز گوانگجو در طبقات بالای مرکز تجاری بین‌المللی گوانگجو قرار دارد. ساختمانی که به‌دلیل ارتفاع ۱۰۳ طبقه‌ایش بر بالای رودخانه «پرل» و طراحی آوانگاردش مورد توجه فراوان رسانه‌ها قرار گرفت. هرش بدنر با پیروزی در یک رقابت سخت با بهترین برندهای طراحی داخلی جهان، موفق شد پروژه طراحی داخلی این هتل را به‌دست آورد. به‌تمام اجزای طراحی داخلی شیک و سوپرمدرن این هتل با دقت و سخت گیری فراوان فکر شده‌است. هدف از این طراحی ایجاد تجربه‌ای خارق‌العاده در مهمانان این هتل و به‌وجود آمدن خاطره‌ای فراموش نشدنی از اقامت در این هتل بوده است. مهمانان هتل از همان طبقه هم کف ساختمان سوار یک آسانسور اختصاصی شده و به‌به طبقه هفتاد ساختمان، یعنی لابی هتل برده می‌شوند. مهمانان پس از خروج از آسانسور با یک مجسمه سه متری، ساخته هنرمند استرالیایی متیو هاردینگ، روبه‌رو می‌شوند که بر روی دریایی از شیشه آبی قرار دارد. بازتاب سقف ساختمان، که سی طبقه بالاتر است و ارتفاعش عظمت خاصی به لابی هتل بخشیده است، بر روی شیشه‌ها می‌افتد.

لابی شگفت‌انگیز هتل که با نور آفتاب روشن می‌شود با رستوران‌هایی در اطراف احاطه شده است. اتاق‌های هتل در طبقات بالا جای گرفته‌اند. صفحاتی فلزی و درهم تنیده از زمین تا سقف کشیده شده‌اند و طرح و رنگ آن‌ها با اشاره به برند هتل، نمایانگر چهار فصل سال هستند. طبقات پایین هتل با رنگ‌ها و طرح‌های بهاری تزیین شده‌اند و با بالا رفتن در طبقات هتل رنگ‌های فصول به‌تدریج تغییر یافته و هر بخش هتل حس و حال فصلی متفاوت را دارد. در بالاترین طبقه برج، رنگ‌های پاییزی و گرم، پذیرای مهمانان هستند. در نقاط مختلف هتل بر روی دیوارهای داخلی آثاری از هنرمندان محلی چینی دیده می‌شود و ریشه جغرافیایی ساختمان، هرچقدر هم بالاتر از سطح زمین، همواره حفظ شده‌است.

یکی از چالش‌های بزرگ طراحان داخلی هماهنگ کردن فضای داخلی هتل با ستون‌های پیچیده ساختمانی بود که در تمام مکان‌های عمومی هتل و ۴۰۱ اتاق آن دیده می‌شوند. با باریک‌تر شدن ساختمان در طبقات بالاتر، جای ستون‌ها نسبت به نقشه عوض شده و در نتیجه هر اتاق نقشه کاملا منحصر به فردی نسبت به اتاق‌های دیگر دارد. تنها نقاط مشترکی که هرش بدنر در طراحی داخلی اتاق‌های هتل در نظر گرفته است، در حمام و دستشویی اتاق‌ها دیده می‌شود. نمایی خارق‌العاده از رودخانه پرل که از پنجره‌های حمام و دستشویی تک تک اتاق‌ها دیده می‌شود.

طبقات پایین هتل با رنگ‌ها و طرح‌های بهاری تزیین شده‌اند و با بالا رفتن در طبقات هتل رنگ‌های فصول به تدریج تغییر یافته و هر بخش هتل حس و حال فصلی متفاوت را دارد

اثاثیه مدرن ایتالیایی در کنار عناصری از هنر چینی راحتی و فضای فرهنگی که مورد نظر مشتریان بوده است را در اختیارشان قرار می‌دهد. مدیر شرکت هرش بدنر می گوید: «فورسیزنز همیشه کلاس خاص خود را داشته است و در آن خبری از چیزهای عادی و معمول نیست». در همین راستا شرکت هرش بدنر، قالی‌های منحصر به فردی با طرح‌هایی مشابه آب رنگ سفارش داد تا نماینده آسمان و ابرها باشند. وقتی مهمانان وارد هتل می شوند می توانند بالا را نگاه کرده و آسمان را ببینند و وقتی وارد اتاق خود می شوند می توانند با نگاه به قالی‌های زیر پایشان احساس در آسمان بودن پیدا کنند. هدف اصلی طراحان داخلی ایجاد هماهنگی بین سبک محافظه کارانه و مدرن فورسیزنز و طراحی آوانگارد برج بود.

هرش بدنر علاوه بر طراحی هتل، طراحی داخلی چهار رستوران و کافه داخل هتل را نیز بر عهده داشت. در طبقه هفتاد و یک، به محض ورود به رستوران چینی «یویوهین» با طراحی کاملا متفاوتی روبه‌رو خواهید شد. فضاهای داخلی این رستوران با خوش نویسی‌های سنتی چینی تزیین شده‌اند و از رنگ‌های اژدهای سرخ در آن به وفور استفاده شده‌است. به‌طور کلی هتل فورسیزنز در گوانگجو سنت‌ها را شکسته و فضایی لوکس را درهم ادغام کرده و با ایجاد هماهنگی بین معماری ساختمان، طراحی داخلی شرکت هرش بدنر و خدمات خارق‌العاده هتل‌های فورسیزنر، تجربه‌ای منحصر به فرد هم برای مهمانان هتل و اعتباری مضاعف برای این برند به ارمغان آورده‌است.

لابی هتل ۵ ستاره در برلین آلمان

پایانی بر دغدغه‌های زندگی

خدماتی که سبک زندگی شما را تغییر می‌دهند

جابه‌جایی محل سکونت همواره در ابتدای خود باعث ایجاد تغییراتی در روال زندگی روزمره افراد می‌شود. اما پس از مدتی همه چیز به حالت اولیه خود برمی‌گردد. تغییر فیزیکی محل زندگی، هر چقدر هم زیاد باشد، تاثیر چندانی در نوع زندگی و دغدغه‌های روزمره ساکنان یک خانه ندارد. اما هنگامی که این جابه‌جایی به همراه خود خدماتی به ارمغان بیاورد که پیش از آن نبودشان باعث درگیری‌های ذهنی و جسمی ساکنان یک خانه می‌شده است، می‌توان گفت که این جابه‌جایی سبک زندگی ساکنان آن خانه را تغییر داده است.

در شهرهای بزرگ، ساختمان‌هایی سوپرلوکس و برج‌هایی سربه‌فلک کشیده وجود دارند که در ذهن عامه مردم، ساکنان آن‌ها دارای سبک زندگی خاصی هستند. اما در بیشتر این ساختمان‌ها، همه انرژی و توجه سازندگان معطوف به ایجاد ساختمانی پرزرق و برق، با امکانات مختلف مثل استخر و سونا و جکوزی با مصالحی گران‌قیمت شده است. خانواده‌ای که یکی از این ساختمان‌ها را خریداری می‌کند، وارد فضایی بزرگ و پرزرق و برق و باامکانات می‌شود. ولی چه کسی قرار است حفظ و نگه‌داری این امکانات را بر عهده بگیرد؟ خانه‌های بزرگ‌تر و امکانات وسیع‌تر نیاز به نگه‌داری گسترده‌تر و توجه بیشتری دارند تا بتوانند در بهترین شرایط خود مورد استفاده قرار گیرند. در بسیاری از ساختمان‌هایی که امروزه به نام سوپرلوکس شناخته می‌شوند، این امکانات بلااستفاده رها شده‌اند. دلیل این امر این است که انرژی و وقتی که باید از سوی ساکنان برای نگهداری این امکانات و راه‌اندازی آن‌ها صرف شود، بسیار بیشتر از زمان محدودی است که آن‌ها در اختیار دارند. استخرهای خالی و باشگاه‌های ورزشی بدون وسایل، به وفور در چنین ساختمان‌هایی دیده می‌شوند.

مهم‌ترین مشکل در چنین ساختمان‌هایی عدم برنامه‌ریزی برای بهره‌برداری از امکانات و خدمت‌رسانی به خریدارانی است که در آن ساختمان ساکن شده‌اند. در واقع در چنین موقعیتی فروش یک واحد پایان ارتباط میان سازندگان و خریداران است.

در مجتمع‌هایی که در آن‌ها خدمات هتلی همراه با خدمات پس از فروش ارائه می‌شود، شاهد وضعیت کاملا متفاوتی هستیم. سازندگان چنین مجتمع‌هایی از ابتدای پروژه با درنظر گرفتن چالش‌های یک

مهم‌ترین مشکلات در خانه‌های ویلایی و آپارتمان‌های مسکونی عدم برنامه‌ریزی برای بهره‌برداری از امکانات و خدمت‌رسانی به خریدارانی است که در آن ساختمان ساکن شده‌اند

زندگی مدرن، هدف اصلی خود را کم کردن درگیری ساکنان با این چالش‌ها قرار داده‌اند. تامین امنیت و آسایش ساکنان دو کلیدواژه اساسی در برنامه‌ریزی چنین پروژه‌هایی هستند. سازندگان این مجتمع‌ها بر این اعتقادند که زمانی که در روز در اختیار اعضای هر خانواده است باید براساس اولویت‌های واقعی تقسیم‌بندی شود. بدین‌ترتیب آن‌ها تلاش می‌کنند تا با ارائه خدماتی خاص درگیری ساکنان را با مسائلی که وقت آن‌ها را تلف می‌کند، کاهش دهند. نظافت منظم خانه، سرکشی متناوب به سیستم‌های ساختمانی جهت تشخیص هرگونه خرابی و تعمیر سریع هرگونه مشکل در ساختمان، بدون نیاز به دخالت ساکنان، نگرانی ذهنی و درگیری زمانی ساکنان در مورد این مسائل را به شیوه‌ای بهینه از بین می‌برد. از سویی دیگر وجود مدیریتی یک‌پارچه و با برنامه مشخص، به ساکنان اجازه می‌دهد که بیرون از فرایند نگهداری امکانات ساختمان قرار گرفته و بتوانند به راحتی از این امکانات استفاده کنند. ساکنان نباید نگران تعویض آب استخر، استخدام مربی برای باشگاه بدن‌سازی یا بحث بر سر هزینه‌های نصب سیستم‌های نظارتی باشند. البته تنها چالش موجود در هر نوع بهره‌برداری از این امکانات هزینه‌های گزاف و ماهانه‌ای است که اگر برای آن برنامه‌ریزی دقیق و مدل نوآورانه‌ای اندیشیده نشود خود تبدیل به نقطه‌ضعف جدی این سیستم می‌شود. در نتیجه در این بین هتل‌برج‌هایی موفق‌اند که مدل منحصربه‌فرد و مبتکرانه‌ای نظیر پرداخت شارژ از طریق ودیعه‌گذاری را به کار می‌گیرند. ساکنان با پرداختن وجهی به عنوان ودیعه شارژ، که تنها یک‌بار و آن هم به شکل ودیعه پرداخت می‌کنند، نقش خود را در نگهداری بهینه ساختمان و ارائه خدمات منحصربه‌فرد ایفا می‌کنند. درواقع در چنین ساختمانی افرادی وجود دارند که به جای شما فکر و عمل می‌کنند و برای شما فراغت و آرامش به ارمغان می‌آورند.

با مدیریت یک‌پارچه در این مجتمع‌ها و با فکری که از پیش از شروع پروژه به نیازهای ساکنان برج شده است، مسائل و مشکلات معمول زندگی در مجتمع‌های مسکونی هرگز تکرار نمی‌شود. سیستم آکوستیک و عایق‌بندی صحیح از هرگونه سروصدای احتمالی جلوگیری می‌کند. هر واحد با داشتن چند پارکینگ امکان پذیرایی از مهمانان خود را دارد. رسپشن برج، با هماهنگی با ساکنان به پاسخ‌گویی به مهمانان و راهنمایی آن‌ها می‌پردازد. در صورتی که ساکنان برای مهمانان یا مراجعان خود برنامه‌ای به‌جز پذیرایی در منزل را در نظر داشته باشند این امر توسط پرسنل آموزش‌دیده مجتمع، به بهترین نحو مورد رسید گی قرار می‌گیرد. برای مدیران، لابی هتل‌برج با محیطی خصوصی و پذیرایی به بهترین نحو از مهمانان، در عین کاهش زمان مورد نیاز برای رفتن به محل جلسه، تبدیل به مکانی ایده‌آل برای برگزاری جلسات اداری می‌شود.

در چنین مجتمعی، معمولا شاهد مهمانی‌های هفتگی به مناسبت‌های مختلف هستیم. مکانی از پیش برای این منظور طراحی شده است و تمامی امکانات مورد نیاز برای برگزاری

با مدیریت یک‌پارچه در هتل‌برج‌ها و با فکری که از پیش از شروع پروژه به نیازهای ساکنان برج شده است، مسائل و مشکلات معمول زندگی در مجتمع‌های مسکونی هرگز تکرار نمی‌شود

جشن‌ها و مهمانی‌ها در آن، تجهیز شده‌اند. مهمانی‌های خانوادگی، جشن‌های تولد و مناسبت‌های خاص، در این محل توسط کادری حرفه‌ای به انجام می‌رسند. جشن‌های نوروز، شب یلدا و دیگر جشن‌های آیینی و سنتی، برای همه ساکنان برج و مهمانانشان در همین مکان برگزار شده و باعث می‌شود ارتباطات تنگاتنگی بین ساکنان ساختمان شکل بگیرد و فرم جدیدی از همسایگی را خلق کند که از آفت‌های فرم‌های رایج آن به دور است.

در واقع می‌توان گفت ساکنان چنین مجتمعی اعضای خانواده‌ای هستند که در کنار هم زندگی کرده و از امکاناتی در قالبی منحصربه‌فرد بهره می‌برند. اما همه این خدمات در نهایت به این دلیل ارائه می‌شوند که زمانی که هر فرد مجبور است به مسائل کم‌اهمیت اختصاص دهد کاهش یافته و به اولویت‌هایی همچون تربیت فرزندان، رسیدگی به امور خانواده، تندرستی و ورزش بپردازد و در مجموع رسیدن به یک زندگی امن و آسوده را تجربه کند.

خانواده‌ها با ساکن شدن در چنین مجتمعی، نه فقط وارد یک خانه جدید، بلکه وارد یک سبک جدید از زندگی خواهند شد. در این سبک جدید نیازهای اساسی و دغدغه‌های پیشین آن‌ها مورد توجه می‌گیرد و با آرامش روانی می‌توانند آنگونه که خود می‌خواهند زندگی کنند.

هزینه‌های پنهان یک سبک زندگی

همه‌چیز را یک‌جا تجربه کنید

هنوز هم خیلی از افراد زندگی در خانه ویلایی را ترجیح می‌دهند. آنها جدا از بحث سلیقه، دلایلی برای این انتخاب دارند و معتقدند زندگی در فضاهای آپارتمانی مزیت‌های مورد نظر آن‌ها را ندارد. آن‌ها معتقدند «خانه ویلایی» با خود تصاویری از آرامش، امنیت و آسایش را به همراه می‌آورد. اما آیا واقعا چنین است؟ آیا واقعا سکونت در خانه‌های ویلایی به صرفه‌تر و امن‌تر، آسوده‌تر و آرام‌تر از زندگی درآپارتمان‌های مدرن است؟

سبک زند گی مورد نظر برای ساکنان خانه‌های ویلایی، بیش از هر چیز به دو مفهوم «اختیار» و «امنیت» گره خورده است. چهار دیواری اختیاری ضرب المثل دقیقی است برای بیان تصوری که افراد از این سبک زند گی دارند. از سوی دیگر مشکلات بسیاری که زند گی آپارتمانی در کشور ما به وجود آورده، آن‌ها را از این سبک زند گی گریزان کرده است.

داشتن فضایی شخصی و امن خواسته اصلی این افراد است. به همین دلیل است که سازند گان مجتمع های مدرن معتقدند به تمام دغدغه‌های این افراد اندیشیده‌اند و سبک زند گی جدیدی پدید آورده‌اند که مزایای زند گی قبلی و مزایای زند گی در یک مجتمع مدرن را در خود جمع کرده است. اما شاید بد نباشد یک بار نکات مورد توجه در این بحث را بررسی کنیم.

مزایایی که به طور معمول برای زند گی در یک خانه ویلایی اعلام می شوند مربوط به ایمنی، آسایش و خلوتی است که این خانه‌ها در اختیار ساکنانشان قرار می دهند. امنیت، از مهم‌ترین دغدغه‌های هر خانواده‌ای است. در نگاه اول به نظر می رسد که به دلیل کم‌تر بودن رفت و آمد به خانه‌های ویلایی، امنیت این مکان‌ها نسبت به ساختمان‌های آپارتمانی بیشتر است. این موضوع تا حدودی درست است. اگر تلاشی برای برقراری امنیت در ساختمان‌های آپارتمانی نشود، رفت و آمد بیشتر می تواند تبدیل به عاملی برای ناامنی گردد. ولی در نگاهی عمیق تر ایجاد امنیت در خانه‌های ویلایی به دلیل تعدد راه‌های ورود به

سازندگان مجتمع‌های مدرن معتقدند سبک زندگی جدیدی پدید آورده‌اند که مزایای زندگی در خانه‌های ویلایی و مزایای زندگی در یک مجتمع مدرن را در خود جمع کرده است

خانه (در اصلی، در پشتی، در حیاط، پنجره‌های طبقه همکف و ...) نیاز به هزینه فراوان برای مستحکم کردن این راه‌ها، استخدام یک نگهبان تمام‌وقت و یا نصب سیستم‌های نظارتی دارد که این امکانات خود نیازمند نگهداری و صرف وقت و انرژی فراوان هستند. اما در مجتمع هایی با مدیریت یک پارچه، امنیت موجود به هیچ عنوان قابل مقایسه با امنیت یک خانه ویلایی نیست. سیستم مانیتورینگ ۲۴ ساعته، نگهبانان آموزش دیده و پرسابقه، نورپردازی دقیق در شب و حضور همیشگی فردی برای خوشامد گویی به مهمانان و نظارت بر ورود و خروج افراد متفرقه، امنیت بالایی برای ساکنان این ساختمان‌ها فراهم می‌آورد.

از سوی دیگر زند گی در خانه‌های ویلایی هزینه‌های مادی و معنوی پنهانی دارد که شاید در نگاه اول دیده نشوند. روزنامه نیویورک تایمز در تحقیقی نشان داده است که هزینه زند گی در خانه‌های ویلایی حدود ۱۸ درصد بیشتر از زند گی در مجتمع های مسکونی است. عدم دسترسی به خدماتی همچون تعمیر کار، نظافت کار و یا باغبان باعث لزوم انجام این کارها توسط خود ساکنان و یا استخدام فردی از خارج از محیط برای انجام این امور می گردد. این امر جدا از مسائل مربوط به امنیت و اعتماد به افراد غریبه برای ورود به خانه، هزینه‌های فراوان دیگری نیز در پی دارد. زمانی که از اعضای خانواده جهت یافتن فردی مناسب جهت رسید گی به این امور و یا رسید گی شخصی به این امور از آن‌ها گرفته می شود، در صورتی که سیستمی یک پارچه برای پاسخگویی به چنین نیازهایی وجود داشته باشد، می تواند به اولویت های دیگر زند گی همچون خانواده و تربیت فرزندان اختصاص یابد.

در مجتمع های مسکونی مدرن، با بررسی دوره‌ای تمام اجزای ساختمان، هر گز اجازه داده نمی شود که عیب یا خرابی در نقطه‌ای از ساختمان به حد بحرانی رسیده و هر مشکلی به سرعت توسط متخصصان حاضر در همان ساختمان تعمیر می گردد. در صورت بروز هر گونه مشکلی ساکنان ساختمان از لحاظ روانی به هیچ عنوان در گیر حل و فصل آن‌ها نخواهند شد، و با خدماتی که ساختمان در اختیار آن‌ها قرار می دهد اطمینان خواهند داشت که بدون

هزینه‌ای مشکلشان به سرعت هر چه تمام‌تر بر طرف خواهد شد.

اما بسیاری از کسانی که به خرید خانه ویلایی می‌پردازند، در کنار انتخاب محل زندگی خود، در واقع دست به یک سرمایه‌گذاری می‌زنند، چرا که با پیشرفت صنعت ساختمان، زمین و مسکن به عنوان کالای سرمایه‌ای محسوب می‌شود. اتفاقی که در مجتمع‌های مسکونی کمتر رخ می‌دهد چرا که در صورتی که اطمینان از کیفیت ساخت و پایداری و دوام ساختمان وجود نداشته باشد، با گذشت زمان از ارزش این کالا کاسته می‌شود. اما تجربه ساختمان‌های موفق در جهان نشان داده است که در صورتی که کیفیت ساخت به پایداری بیانجامد، خود ساختمان و پیشینه‌اش باعث ایجاد ارزش افزوده در ملک خریداری شده خواهد شد. به طوری که برای مثال خرید یک واحد در ساختمان «ریتز کارلتون»، نه تنها به عنوان انتخاب یک سبک زندگی، که به عنوان یک سرمایه‌گذاری سودآور نیز شناخته می‌شود.

همچنین خانه‌های ویلایی به دلیل نوع ساختمان خود از نظر اتلاف انرژی رتبه بالایی در آمارهای جهانی دارند. در مجتمع‌های مدرن، با استفاده از معماری سبز و پایدار، عایق‌بندی و مدیریت انرژی، مصرف انرژی تا یک چهارم خانه‌های ویلایی کاهش یافته و بدین ترتیب به حفظ محیط زیست کمک شده و در هزینه‌های روزافزون انرژی صرفه‌جویی فراوانی صورت می‌گیرد. به همین ترتیب، سهم خانه‌های ویلایی از مالیات شهری تفاوت چشمگیری با مجتمع‌های مسکونی دارد. این موضوع به این دلیل است که سبک زندگی ویلایی هزینه‌های بسیاری را به شهر تحمیل می‌کند. یکی از مزایای مجتمع‌های مدرن این است که باعث می‌شود هزینه‌های عمومی برای ارائه خدمات به شهروندان کاهش یابد. برای مثال بحث سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های مربوط به شبکه آب، برق، گاز یا بحث جمع‌آوری زباله‌های شهری از سرفصل‌های هزینه‌زا در سبک زندگی ویلایی‌اند. در زندگی ویلایی فاصله با مراکز خدماتی مثل محل بازی کودکان، فروشگاه مواد غذایی، بانک و بسیاری موارد دیگر، باعث اتلاف فراوان وقت اعضای خانواده و ایجاد مشکلات روحی به دلیل درگیری با مسائل شهری و بسیاری معضلات دیگر می‌شود. اما در کنار چنین مشکلاتی، خانه‌های ویلایی امکاناتی در اختیار ساکنانشان قرار می‌دهند که پرداختن این هزینه‌ها را برای ایشان توجیه‌پذیر می‌کند. برای مثال فضای سبز، حیاطی که کودکان بتوانند در آن بازی کنند، سکوت و آرامش موجود در این فضا از نظر خریداران این خانه‌ها در مجتمع‌های مسکونی قابل دسترس نیست. این تصور از آن جا ناشی شده است که مجتمع‌های مسکونی فراوانی بدون رعایت استانداردهای لازم و توجه به سبک زندگی ساکنان آینده‌شان ساخته می‌شوند. برای مثال آکوستیک نامناسب منجر به پخش صدا در تمام واحدها شده و عدم انتخاب مکان فیزیکی مناسب برای احداث ساختمان منجر به افزایش مسیر و فاصله گرفتن افراد از محل‌های آشنای خود می‌گردد. در این پروژه‌ها از ابتدا فضای سبزی در درون واحدها و یا محوطه مجتمع در نظر گرفته نشده است و هر کسی می‌تواند یک واحد از این ساختمان‌ها را خریداری کرده و هیچ انتخابی در زمینه خریداران صورت نمی‌گیرد. اما اگر بتوان تمام امکانات یک خانه ویلایی را در مجتمعی مسکونی داشت، بدون این که مشکلات همراه با این خانه‌ها وجود داشته باشند، آیا باز هم هزینه‌های زندگی در خانه ویلایی قابل توجیه خواهند بود؟

مجتمع‌های مدرن علاوه بر اینکه مشکل امنیت و خدمات را حل کرده‌اند، در پیشرفت‌های جدیدشان به جایی رسیده‌اند که علاوه بر طراحی و اجرای فضای سبز بی‌نظیر در فضاهای عمومی، امکان بهره‌برداری از فضای سبز اختصاصی در هر واحد را نیز فراهم آورده‌اند.

از سوی دیگر ملاک‌های سخت‌گیرانه این مجتمع‌ها در انتخاب مشتری، امکان بروز مشکلاتی را که در آپارتمان‌های سنتی وجود دارد به حداقل رسانده است. علاوه بر اینکه معماری استاندارد، اجرای دقیق و بهره‌برداری از بهترین مصالح باعث می‌شود آنچه به عنوان مزاحمت همسایگان شناخته می‌شود در این مجتمع‌ها وجود نداشته باشد.

با اتکا به این نکات است که می‌توان ادعا کرد مجتمع‌های مدرن نه تنها به ایده چهاردیواری اختیاری وفادار مانده‌اند، بلکه سبک زندگی جدیدی آفریده‌اند که فراتر از تصور کسانی است که به سبک زندگی پیشینشان دل‌بسته‌اند.

ایجاد امنیت در خانه‌های ویلایی به دلیل تعدد راه‌های ورود به خانه نیاز به هزینه فراوان برای مستحکم‌کردن این راه‌ها، استخدام یک نگهبان تمام‌وقت و یا نصب سیستم‌های نظارتی دارد که این امکانات خود نیازمند نگهداری و صرف وقت و انرژی فراوان هستند

تجربه ساختمان‌های موفق در جهان نشان داده است که در صورتی که کیفیت ساخت به پایداری بیانجامد، خود ساختمان و پیشینه‌اش باعث ایجاد ارزش افزوده در ملک خریداری شده خواهد بود

مجتمع‌های مدرن نه تنها به ایده چهاردیواری اختیاری وفادار مانده‌اند، بلکه سبک زندگی جدیدی آفریده‌اند که فراتر از تصور کسانی است که به سبک زندگی پیشینشان دل‌بسته‌اند

برج میلینیوم، نمونه‌ای موفق از یک هتل برج

بار دیگر، خانه‌ای که دوستش داشتم

برج میلینیوم دارای ۵۸ طبقه و ۱۹۷ متر ارتفاع است. آسمان‌خراشی مسکونی که پروژه ساخت آن در سال ۲۰۰۹ در منطقه ساوت مارکت در شهر سان‌فرانسیسکو به پایان رسید. یك ساختار چندکاره که بلندترین ساختمان مسکونی در شهر سان‌فرانسیسکو است. این برج مدرنیستی با نمایی با شیشه‌های آبی- خاکستری در محدوده خیابان‌های میشن، فریمونت، بیل و از شمال ترمینال ترنسبی قرار دارد. این ساختمان درهای خود را در ۲۳ آوریل سال ۲۰۰۹ به روی ساکنانش باز کرد.

برج میلینیوم در سان‌فرانسیسکو

ایده این پروژه ۳۵۰ میلیون دلاری توسط شرکای میلینیوم در شهر نیویورک پرورش یافت، طراحی آن را معماران هندل انجام دادند، مهندسی ساختمان توسط شرکت مهندسان مشاور دی سیمون انجام شد و شرکت ساخت وساز وبکور آن را ساخت. این برج بلندترین ساختمان بتنی در سان‌فرانسیسکو و به طور کلی چهارمین ساختمان بلند در این شهر و همچنین بلندترین برج مسکونی در غرب رود می سی سی پی است. این برج بسیار باریک است و هر طبقه آن مساحتی حدود ۱۳۰۰ مترمربع دارد. علاوه بر برج ۵۸ طبقه‌ای، یک برج ۱۱ طبقه با ارتفاع ۳۸ متر در شمالی‌ترین منتهای این مجموعه قرار دارد. این دو برج را یک دهلیز دو طبقه ۱۳ متری به هم وصل کرده است. واحدهای مسکونی این ساختمان گران‌ترین خانه‌ها در ساحل غربی هستند که واحدهای پنت‌هاوس آن قیمتی در حدود ۱۲ میلیون دلار دارند. ۲۵ طبقه پایینی برج اصلی رزیدنس نام دارد. بخش رزیدنس دارای طراحی بسیار مجلل و مدرن است که ازویژگی های این بخش می‌توان به کف‌پوش های چوبی جنگلی، صندلی‌های لب پنجره موکا کرم، سیستم دیوارهای پرده‌ای، اتاق‌هایی با ارتفاع ۸ فوت (۲/۵ متر)، درهای مرکزی، کابینت‌هایی از جنس بلوط سفید اروپایی و وسایل خانه بوش و میله اشاره کرد. از طبقه ۲۶ به بالا گرند رزیدنس نام گرفته است. واحدهای این بخش از چشم‌اندازی بسیار زیبا بهره می‌برند و از ویژگی های این واحدها می‌توان به درهایی از جنس درخت ماهون آمریکایی، سیستم دیوارهای پرده‌ای، اتاق‌هایی با ارتفاع ۱۰ فوت (۳ متر)، درهای مرکزی، کابینت‌هایی از جنس درخت ساج و غیره نام برد. ۵۳ واحد موجود در برج ۱۲ طبقه سیتی رزیدنس نام دارد. واحدهای این برج دارای طراحی بسیار مدرن هستند و از ویژگی های آن‌ها می‌توان به کف‌پوش های چوبی از جنس درختان شمال اروپا، کابینت های سفید جلا داده شده، اتاق‌هایی با ارتفاع ۱۰ فوت (۳ متر)، سیستم گرمایشی و سرمایشی اتوماتیک و غیره اشاره کرد. پایین‌تر از سطح خیابان، ۴۳۴ بخش برای پارکینگ خودروها پیش بینی شده است که در قسمت پایین برج ۱۱ طبقه قرار گرفته است. به طور کلی، طراحی این برج شبیه یک کریستال نیمه‌شفاف است، و از پنجره‌های آن خط افق سان‌فرانسیسکو معلوم است. برج میلینیوم همچنین خانه RN74 است، رستوران و باری تحت مدیریت مستقیم سرآشپز مایکل میناکه در طبقه همکف برج قرار دارد. RN74 مخفف کلمه «Route Nationale 74» است؛ بزرگ‌راهی که از منطقه بورگوندی فرانسه می گذرد که محل تولید نوشیدنی های خاص این رستوران است.

برج میلینیوم بلندترین ساختمان بتنی در سان‌فرانسیسکو و به طور کلی چهارمین ساختمان بلند در این شهر است.

ریچارد بامرت می گوید: «برج میلینیوم فقط یک ساختمان نیست، بلکه پدیدآورنده تجربه و سبک جدیدی از زندگی است».

خدمات مخصوص به ساکنان شامل کارمندان ویژه و دسترسی خصوصی به باشگاهی ۱۹۰۰ متر مربعی است؛ این بخش شامل اتاق استراحت برای هر مالک، اتاق پذیرایی خصوصی (که توسط RN74 سرویس دهی می شود)، اتاق نمایش، اتاق بازی کودکان، بالکن های خارجی و یک باشگاه بدن‌سازی با مساحت ۵۱۰ متر مربع که توسط اسپورت کلاب / ال‌ای (Sport Club/LA) مدیریت می شود، همراه با سالن های یوگا و پیلاتس (Pilates: نوعی ورزش آمادگی جسمانی که در اوایل قرن بیستم توسط جوزف پیلاتس به وجود آمده است)، اتاق ماساژ، چندین رختکن، جکوزی و سونا، همینطور یک استخر ۲۳ متری برای مسابقات. برنامه‌های تفریحی که از سال ۲۰۱۰ برنامه‌های آن شروع شده است و لَوی (La Vie) نام دارد ماهانه در این برج برگزار می شود. برنامه‌های لوی شامل میهمانی ها، نمایش فیلم، برگزاری کنسرت موسیقی و غیره است. این برج تاکنون چندین جایزه معتبر جهانی در زمینه مهندسی و معماری برده است که از آن‌ها می توان به جایزه جامعه مهندسان شهرسازی آمریکا برای بهترین مهندسی ساختمان در سال ۲۰۰۹، و جایزه مجله معماری به خاطر بهترین برج در سال ۲۰۰۹ اشاره کرد. با توجه به مجلل بودن این برج و قیمت بالای واحدهای آن تمام ۴۱۹ واحد این برج فروخته شده‌اند. علی‌رغم وضعیت بد اقتصادی از زمان رکود اقتصادی جهانی تاکنون، این برج چیزی حدود ۷۵۰ میلیون دلار پول از مشتریان خود دریافت کرده است که سودی ۲۵ درصدی برای آن‌ها به حساب می‌آید. قیمت متوسط واحدها در حدود ۱/۸ میلیون دلار و قیمت پنت‌هاوس ها چیزی حدود ۹/۸ میلیون دلار است. ریچارد بامرت یکی از شرکای کمپانی می گوید: «روزهای سختی به دلیل بحران‌های اقتصادی جهانی در سال ۲۰۰۹ داشتیم، اما پروژه ما از این مشکلات به سلامتی گذر کرد».

بازار ساختمان در سان‌فرانسیسکو هنوز در سال ۲۰۰۸ رونق داشت، یعنی زمانی که شرکای میلینیوم دفترهای فروش خود را به روی مشتریان باز کردند و پیش فروش واحدها آغاز شد. در آوریل سال ۲۰۰۹، زمانی که ساختمان آغاز به کار کرد و فروش اولیه به پایان رسید، وضعیت اقتصاد بحرانی بود. اگرچه اکثر شرکت های ساختمانی قیمت های خود را کاهش دادند اما شرکت میلینیوم برای حل این مشکل ۱۵ درصد از قیمت واحدهای خود را فقط برای مشتریانی که در مراحل پیش فروش برای خرید آپارتمان‌های این برج اعلام آمادگی کرده بودند کاهش داد. حتی با بهبود وضعیت اقتصادی در سال‌های ۲۰۱۲ و ۲۰۱۳ آن‌ها این سیاست را پی گرفتند. استقبال عمومی به برج میلینیوم و موفقیت تجاری این برج باعث شده است تا این منطقه شاهد گسترش ساختمان‌ها اداری و تجاری و در نتیجه رونق در کسب و کار در این منطقه باشد. ریچارد بامرت می گوید: «این برج فقط یک ساختمان نیست، بلکه پدیدآورنده تجربه و سبک جدیدی از زندگی است».

ویژگی منحصربه‌فرد

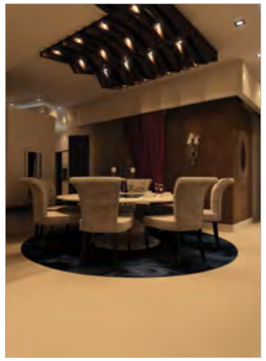
علاوه بر برج ۵۸ طبقه‌ای، یک برج ۱۱ طبقه با ارتفاع ۳۸ متر در شمالی‌ترین منتهای این مجموعه قرار دارد. این دو برج را یک دهلیز دو طبقه ۱۳ متری به هم وصل کرده است

محل رسپشن و لابی هتل برج باران۱

نگاهی به خدمات موجود در هتل‌برج‌های باران

سبکی متفاوت برای انسان‌های متفاوت

گروه باران با هدف جلب رضایت مشتری در طراحی و ساخت هتل‌برج‌های باران رویکردی مشتری‌مدارانه داشته است. این گروه با ارزیابی تمام نیازهای مصرف‌کننده در مرحله طراحی و در نظر داشتن هتل‌های ۵ ستاره به‌عنوان نوع ایده‌آل سکونت، به طراحی ساختمانی پرداخت که همه نیازهای یك انسان را براساس استانداردهای جهانی برطرف می‌کند و در نهایت به مدلی رسید که متناسب با الگوهای جهانی و نیز اقتضائات فرهنگی و زیستی ایران است.



گروه باران با رویکرد مشتری‌مدارانه ۴۰ درصد از سطح هتل‌برج‌های خود را به فضاهای عمومی و خدماتی اختصاص داد که این فضاها در هتل‌برج‌های باران ۲ و باران ۳ با توجه به بازخوردهای مثبت مشتریان تا ۴۵ درصد نیز افزایش یافت. این گروه با اختصاص این فضاهای منحصربه‌فرد از جمله رستوران، کافه، سالن‌های متعدد ورزشی، کلینیک‌های زیبایی و غیره و همچنین ارائه خدماتی خاص مانند نظافت روزانه، آشپزخانه‌های صنعتی و پرسنل آموزش دیده برای تامین نیازهای ساکنان به طراحی سبک جدیدی از زندگی رسید که راز و رمز این شیوه متمایز، در بهادادن به نیازهای مشتری نهفته است. گروه باران به‌خوبی می‌داند که بهترین تبلیغ و ترویج محصولاتش توسط مشتریانی انجام می‌شود که در این هتل‌برج‌ها ساکنند، زیرا از عالی‌ترین سطح خدمات بهره‌می‌برند و این شیوه زندگی را به دیگران نیز پیشنهاد می‌دهند.

در هتل‌برج‌های باران از صبح زود تا آخرین ساعات شب برای هر جزء زندگی ساکنان برنامه‌ای مشخص در نظر گرفته شده است. خانواده‌ها می‌توانند صبحانه را در خانه و یا در فضای کافه میل کنند. سرویس رفاهی هتل‌برج کودکان را به مدرسه یا مهد کودک می‌برند که این مسئله علاوه بر تامین امنیت آن‌ها بخشی از دغدغه والدین را رفع می‌کند. حتی در صورت لزوم می‌توان از مربی مخصوص کودکان، که فردی مورد تایید خانواده‌هاست، خواست تا در زمان نبودن پدر و مادر، کودک را از خواب بیدار کنند، او را در خوردن صبحانه و

نمایی از استخر هتل برج باران۲

نمایی از فضای اسپا و هیدروتراپی در بام هتل برج باران۲

آماده‌شدن همراهی کند و بعد، از او در مهد کودک اختصاصی برج مراقبت کند. در بین روز خدمات خانه‌داری ارائه می‌شود و واحدها با تجهیزات بسیار مدرن نظافت می‌شوند و خشک‌شویی مرکزی هم بخش دیگری از این خدمات را ارائه می‌دهد. رستوران و کافه هتل برج در تمامی ساعات روز و برای تمام وعده‌ها آماده ارائه خدمات به ساکنان هم در داخل واحد مسکونی و هم در محل کافه و رستوران است. سرویس‌های کاراین آماد گی را دارند که ساکنان را به محل کار خود برده و در موعد مقرر آن‌ها را به هتل برج برگردانند؛ همچنین این امکان برای خانواده‌ها مهیا است که از سرویس‌ها برای استقبال از مهمان‌ها در فرود گاه و یا محل‌های دیگر استفاده کنند که این موضوع امنیت جان ساکنان و مهمانان را بالا می‌برد، چراکه راننده‌ای متعهد و باتجربه وظیفه حمل‌ونقل را به عهده دارد. کافه و رستوران هتل برج قابلیت برگزاری جشن‌ها و مهمانی‌های ساکنان را دارد. در این صورت سرآشپز اختصاصی برج، کارهای آماده‌سازی کیک، غذاها و دسرهای مهمانی را بر عهده دارد. مدیر اجرایی هتل برج هماهنگی مهمانی، دعوت از مهمانان، پذیرایی و امور مربوط به مراسم را با کمک پرسنل آموزش دیده انجام می‌دهد. مزیت برگزاری مهمانی‌ها در کافه و رستوران مجموعه این است که خانواده‌ها دیگر نگرانی مشکلات برگزاری مهمانی در واحدهای خود اعم از ریخت‌وپاش، مسئله مناسب نبودن فضای پذیرایی و نگرانی حفظ و نگهداری اثاثیه و غیره را ندارند و به همین دلیل تعداد مهمانی خانواده‌ها افزایش می‌یابد. همچنین مجلل بودن فضاهای عمومی مجموعه، شأن و منزلت میزبان را به خوبی نشان می‌دهد و از طرفی باعث تبلیغ و ترویج این نوع سبک زند گی در میان مهمانان می‌شود.

مسئله بسیار مهمی که در هتل‌برج‌های باران با حساسیت و دقت دنبال می‌شود مسئله امنیت مجموعه است

مسئله بسیار مهمی که در هتل برج‌های باران با حساسیت و دقت دنبال می‌شود مسئله امنیت مجموعه‌است. چیزی حدود ۱۵۰ دوربین مداربسته در فضاهای مختلف ساختمان نصب شده و به‌طور شبانه‌روزی کنترل می‌شود. همچنین نیروهای حفاظت فیزیکی شبانه‌روزی در برج حضور دارند که با استفاده از این دوربین‌ها و همچنین ارتباطات داخلی، امنیت کامل را برای ساکنان به ارمغان می‌آورند. همچنین نگهبانی ۲۴ ساعته درب‌های ورودی از ورود افراد غریبه و ناشناس به مجموعه جلوگیری می‌کند.

در هتل برج‌های باران خدمات عمومی دیگری هم وجود دارد. در این موارد پرسنل آگاه و آموزش دیده آماده انجام امورات روزمره ساکنان هستند. برخی موظفند در محل ورودی برج، خودرو را تحویل بگیرند و در محل پارک خودروها که با توجه به نیاز ساکنان و ابعاد آپارتمان آن‌ها در نظر گرفته شده نگهداری کنند. در همین فاصله کارکنان کارواش فرصت دارند که به نظافت یا چک‌آپ عمومی خودرو بپردازند. این خدمات، چالش‌هایی که پارک کردن خودروها در ساختمان‌های مشابه پیش می‌آورد را به کلی از بین می‌برد و ساکنان بدون دغدغه می‌توانند هنگام خروج از درب هتل برج خودروی خود را آماده و تمیز تحویل بگیرند.

حضور پزشک و مشاور خانواده نیز از دیگر امکانات هتل برج‌های باران است که شیوه‌ای متفاوت از زند گی را با خود همراه دارد. با توجه به ثابت بودن تعداد خانواده‌ها، پزشک و مشاور مجموعه قادر است با داشتن اطلاعات کاملی از وضعیت سلامتی ساکنان خدماتی اختصاصی به آن‌ها ارائه دهد و حتی با انتقال این اطلاعات به بخش‌های دیگر از آن‌ها بخواهد که به‌عنوان مثال رژیم و سفارشات غذایی آن فرد به‌خصوص را با شرایط مطلوب پزشکی‌اش هماهنگ کنند. چک‌آپ‌های مداوم و منظم، تنظیم برنامه‌های غذایی و رسید گی به امور پزشکی ساکنان توسط پزشک، و نیز تعامل دائمی مشاور با ساکنان و اعضای خانواده، سبب کاهش تنش‌های بیرونی و درونی خانواده‌ها شده و کیفیت سکونت ساکنان را بهبود می‌بخشد.

تغییر سبک زندگی و برطرف کردن کوچک‌ترین نیازهای ساکنان هتل‌برج‌های باران باعث شده است که ساکنان این هتل‌برج‌ها دیگر نتوانند در جایی دیگر زندگی کنند

وجود سالن‌های مجهز ورزشی نیز از خدمات منحصربه‌فرد هتل برج‌های باران است. در زند گی امروز با توجه به کمبود وقت و مشغله فراوان افراد کمتر به نیازهای ورزشی خود رسید گی می‌کنند. گروه باران با پیش‌بینی سالن‌های ورزشی در هتل برج‌های خود مانند اسکواش، بیلیارد، بولینگ، هیدروتراپی و امکانات دیگر این مشکل را به‌راحتی برطرف کرده است. ساکنان می‌توانند در کمترین زمان ممکن به سالن‌های ورزشی رفته و با کمک مربی خود، که نقش مشاور را دارد و خدماتی اختصاصی به ساکنان می‌دهد، به ورزش بپردازند و در صورت نیاز از تریاهای موجود در مجاورت این سالن‌ها استفاده نمایند. به همه این‌ها باید امکانات تفریحی و سرگرمی را هم اضافه کرد که بخش عمده آن برای نوجوانان پیش‌بینی شده است. مواردی مانند گیم‌نت، فوتبال دستی و دارت. همچنین با وجود آرایشگاه آقایان و کلینیک زیبایی بانوان در این هتل برج‌ها، که با مدرن‌ترین و به‌روزترین دستگاه‌ها تجهیز شده‌اند، ساکنان می‌توانند به‌طور مستمر از خدمات زیبایی و مراقبتی استفاده کنند.

سوپرمارکت و فروشگاه برندهای معتبر (در هتل برج باران ۳) هم به بخشی دیگر از نیازهای ساکنان پاسخ می‌دهد. تمامی خدماتی که به آن‌ها اشاره شد و موارد دیگر همگی در جهت ارائه کیفیتی منحصربه‌فرد از زند گی برای ساکنان هتل برج‌های باران است. تغییر سبک زند گی و ارتقای آن و نیز برطرف کردن کوچک‌ترین نیازهای ساکنان باعث شده است که ساکنان هتل برج‌ها دیگر نتوانند در جایی دیگر زند گی کنند، چراکه هیچ جای دیگر چنین سبک منحصربه‌فردی از زند گی را ارائه نمی‌دهد. اثبات این مدعا ساکنان فعلی هتل برج باران ۱ هستند که اکنون نزدیک به سه سال است که این شیوه متمایز را تجربه می‌کنند.

تعالی از محل نگهداری نوزاد در هتل برج باران ۲

ساختمان پارک آشن گرافیک در اسپانیا، ساخته فلیکس کاندلا

چرا سرمایه‌گذاری در صنعت ساختمان

مطمئن‌ترین بازار

در سال‌های اخیر نوسانات بازار ارز و طلا عده بسیاری را بر آن داشته تا سرمایه‌های خود را وارد این دو بازار کنند. بسیاری از این طریق سرمایه‌هایشان را افزایش داده‌اند اما فراموش نکنید که خیلی‌ها هم در این مسیر دار و ندارشان را از دست داده‌اند. تحلیل بازار ارز و طلا در کشور ما بسیار دشوار است. هیچ کارشناسی نمی‌تواند به شما تضمین دهد که در ماه آینده شما با چه وضعیتی روبه‌رو خواهید بود. بازارهایی از این دست، هم متاثر از اتفاقات اقتصادی جهانی‌اند و هم به شدت تحت تاثیر تصمیمات دولت.

تجربه نشان داده است که در سال‌های اخیر بسیاری از تصمیمات دولتی و مدیریتی، ناگهان وضعیت این بازارها را از بنیاد تغییر داده است. از این روست که وقتی شما به هیچ وجه دسترسی به اطلاعات موردنظر برای تحلیل بازار نداشته باشید، احتمالا ورودتان به آن بازار را صرفا مبتنی بر بخت و اقبال کرده‌اید. اما حتی اگر باز هم تمایل به ورود به این بازار دارید فراموش نکنید که سود شما در این بازارها معمولا در گرو عدم ثبات اقتصادی و از بین رفتن تعادل در اقتصاداست.

کافی است هر کشوری اندکی به ثبات اقتصادی نزدیک شود تا چنین بازارهایی اساس معنایشان را به عنوان بازار از دست بدهند. مطمئنا به خاطر دارید که تا چند سال پیش، مدت‌ها بود که اساسا کسی برای سرمایه گذاری به بازار ارز ورود نمی کرد و در سرمایه گذاری در حوزه طلا هم سرمایه گذاران صرفا چشم انتظار تغییر رفتارهای جهانی بازاربودند.

در این میان اما بازار مسکن، تفاوتی عمده با بازارهایی از این دست داشته است. اولا صنعت ساختمان، همواره دومین صنعت بزرگ کشور ما بوده است. همین مسئله باعث شده که سرمایه گذاری در حوزه ساختمان، سرمایه گذاری در حوزه تولید محسوب شود. به همین خاطر هیچکس نمی‌تواند بازار سرمایه گذاری در ساختمان را بازاری کاذب و مبتنی بر عدم تعادل

اقتصادی یا ناشی از ناکارآمدی نهادهای موثر به شمار بیاورد. دوما تجربه نشان داده است که در کشور ما، مستقل از تصمیمات اقتصادی دولت ها، بازار مسکن همواره بازاری جذاب برای سرمایه گذاران ایرانی بوده است. اساسا سرمایه گذاری در حوزه ساختمان، یکی از قدیمی ترین سنت های سرمایه گذاری در کشور ماست و از دیرباز در قالب توصیه هایی حکیمانه وارد فرهنگ عامه شده است.

اما برخی کارشناسان اقتصادی معتقدند سرمایه گذاری در بازار مسکن در بازه های درازمدت، صرفا ابزاری برای پوشش تاثیر تورم است. بدین معنا که ممکن است شما در سال های اول سود بالایی را تجربه کنید اما در سال های بعد خواهید دید که سود حاصله برای شما، نهایتا معادل با همان ضرری است که در اثر تورم، سرمایه شما را تهدید کرده است. یکی از مهم ترین مولفه ها برای این تهدید، فرسوده شدن ساختمان و کاهش ارزش افزوده آن است. این کارشناسان معتقدند افت قیمت ناشی از فرسوده شدن ساختمان ها، که در کشور ما بسیار رایج است، تصورات شما از سود در سال های نخست را با اشکالی عمده مواجه می کند.

این انتقاد اما با دو پاسخ جدی مواجه شده است. اولا به فرض صحت این ادعا پرسش این است که در صورت تعادل بازار ارز و طلا، پیشنهاد جایگزین این منتقدان چیست؟ به هرحال تجربه نشان داده است که در آن صورت باز هم سرمایه گذاری در حوزه ساختمان، بهترین و کم ریسک ترین محمل برای جذب سرمایه های عمومی در کشور ماست.

از سوی دیگر نباید فراموش کرد که استدلال موافقان سرمایه گذاری در صنعت ساختمان، همواره ناظر به ساختمان های مدرن، صنعتی و بادوامی است که در پرتو توجه به شرایط اقلیمی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی کشور ما ساخته شده اند. این ساختمان ها محصول پدید آمدن شرکت هایی اند که بالاترین استانداردها را در طراحی، تامین مواد اولیه و ساخت رعایت می کنند و خدمات پس از فروش را به عنوان اولویت نخست سازمانی خود برمی گزینند. در این صورت است که مفهوم فرسودگی و افت ارزش افزوده عملا از دایره تعریف خارج می شود. عمر چنین ساختمان هایی معمولا از عمر متوسط یک انسان بسیار بیشتر است. ضمن اینکه تعمیر و نگهداری استاندارد و حرفه‌ای به عنوان جزیی از خدمات پس از فروش، اساسا اجازه نمی دهد ساختمان شما ارزشی کمتر از روز نخستی پیدا کند که آن را خریده‌اید.

در واقع انجام فعالیت هایی چنین متمایز، مطالعه شده و بر مبنای پیشرفته‌ترین اسلوب ها، این اطمینان را در خریدار می آفریند که نوسانات بازار، حتی در درازمدت، تاثیری منفی در آینده او نخواهد گذاشت. از سوی دیگر فراموش نکنید که برندهای مطرح ساختمانی، علاوه بر رعایت این اصول، همواره می کوشند تا کالای عرضه شده خود را در قالب کالاهای خاص و فاخر عرضه کنند، همین موضوع باعث می شود بازار این کالا به کلی متفاوت از بازارهای مشابه باشد. فراموش نکنید که آمار و تحلیل های اقتصادی همواره آشکار کرده‌اند که حتی در درازمدت، ارزش سهام برندهای خاص و لاکچری افزایش یافته‌است.

آمار و تحلیل‌های اقتصادی همواره آشکار کرده‌اند که حتی در دوران رکود اقتصادی، ارزش سهام برندهای خاص و لاکچری، افزایش یافته است

اتفاقا همین موضوع است که به خوبی آشکار می کند که چرا مشارکت در پروژه‌های ساختمانی خاص که از سوی برندهای معتبر ساخته می شوند منجر به گونه‌ای سودآوری تضمینی خواهد شد.

معیار موفقیت

صنعت ساختمان، همواره دومین صنعت بزرگ کشور ما بوده است. همین مسئله باعث شده که سرمایه‌گذاری در حوزه ساختمان، سرمایه‌گذاری در حوزه تولید محسوب شود. از سوی دیگر تجربه نشان داده است که در کشور ما، مستقل از تصمیمات اقتصادی دولت‌ها، بازار مسکن همواره بازاری جذاب برای سرمایه‌گذاران ایرانی بوده است

رشد ارزش سهام شرکت‌های لاکچری در رکود اقتصاد جهانی

بازاری متفاوت و بی‌نظیر

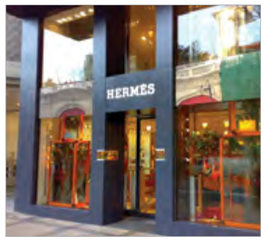
در سال‌های اخیر برندهای معتبر در حوزه ساختمان، سمت و سوی فعالیت‌شان را به سمت پروژه‌های فاخر و لوکس برده‌اند. این اتفاق ریشه در برداشت عمیق آن‌ها از بازارهای جدید جهانی دارد. اما بیایید بررسی کنیم ببینیم چرا این اتفاق در صنعت ساختمان رخ داده است.

رکود اقتصادی مدتی است بازارهای جهانی را قبضه کرده است. هرچند تعریف جامعی از رکود وجود ندارد ولی سازمان جهانی پول، رکود جهانی را کاهش میانگین رشد اقتصادی در جهان تا کمتر از ۲ درصد تعریف می کند. از امریکا تا اروپا و آسیا، همه کم‌وبیش تحت تاثیر رکود اقتصادی قرار می گیرند و حتی برخی از اقتصاددانان، رویداد رکودهای قبلی را با یک دوره زمانی منظم پیش بینی کرده بودند. تفاوت اینجاست که رکود اقتصادی فعلی در دنیا، در مقایسه با رکودهایی که طی ۳۰ سال گذشته اتفاق افتاده‌اند، دیگر یک رکود شدید و گذرا نیست؛ بلکه رکودی ملایم، اما پردامنه و طولانی مدت است. در چنین شرایطی هیچ کدام از روش های پیشین برای عبور از بحران نمی‌توانند دوباره مورد استفاده قرار گیرند و لازم است راه‌کارهای جدیدی ارائه شوند. در این میان رشد قابل توجه در بازار محصولات لوکس نظرها را به خود جلب و بسیاری از محققان اقتصادی را به بررسی این بازار ترغیب کرده است؛ تا شاید با بررسی دلایل ثبات و حتی رشد در این بازار بتوان راه‌حل هایی برای عبور از این دوره فرسایشی رکود در دنیا یافت.

طبق بررسی منابع اقتصادی معتبر، بازار سهام کمپانی‌هایی که محصولات و خدمات لوکس ارائه می کنند برخلاف تصور رو با وجود رکود اقتصاد جهانی در سایر لایه‌های بازار در دنیا، رشد قابل توجه و حتی بی‌سابقه‌ای داشته است

طبق بررسی منابع اقتصادی معتبر، بازار سهام کمپانی‌هایی که محصولات لوکس ارائه می کنند برخلاف تصور رو با وجود رکود اقتصاد جهانی در سایر لایه‌های بازار در دنیا، رشد قابل توجه و حتی بی سابقه‌ای داشته است. دلیل این امر می تواند تمایز خواسته‌ها و عادت های خرید مشتریان این برندها و کمپانی ها نسبت به بازار محصولات عمومی تر باشد؛ چرا که عنصر قیمت و هزینه در تصمیم گیری مشتریان این دسته از محصولات نقش کمتری ایفا می کند. با توجه به این که بسیاری از مشتریان این محصولات، خود صاحب کسب و کاری اند که در شرایط بد اقتصادی دچار زیان هایی شده اند، این افراد انگیزه بیشتری برای خرید محصولاتی پیدا می کنند که مدت هاست به‌عنوان محصولات درجه یک از آن‌ها استفاده می کنند و خریدشان یک رابطه احساسی خوشایند به آن‌ها می بخشد.

البته لازم به ذکر است یکی از دلایل موفقیت بسیاری از این کمپانی ها در شرایط کنونی، تصمیم گیری های صحیح و استراتژی های جدید آن‌ها در مواجهه با بازار مشتریانشان بوده است. تعداد زیادی از برندهای لوکس طی سال گذشته، با توسعه محصولات و ایجاد تغییر در استراتژی تولید، توانستند مشتریان خود را بیش از پیش حفظ کنند و میزان فروش محصولات خود را بالا ببرند. به‌عنوان مثال بسیاری از برندهای تولید پوشاک لوکس، طی چند ماه گذشته کلکسیونی از محصولات مشتق از طلا و جواهرات را به بازار عرضه کردند. این تصمیم گیری در شرایطی که بازار طلا و جواهرآلات، در شرایط رکود اقتصادی است می تواند از جمله مطمئن‌ترین سرمایه گذاری ها باشد و فرصتی باشد تا برندها و مشتریانشان در یک معامله برنده- برنده قرار بگیرند که متعاقبا رشد بازارهای این برندها را به‌همراه خواهد داشت. یکی از معیارهای ارزش سهام، نسبت قیمت به درآمد برای سهام یک کمپانی است، که برابر با قیمت هر سهم در بازار سهام، نسبت به سود خالص سالانه به‌دست آمده برای کمپانی به ازای هر سهم است. در پاریس، ارزش سهام کمپانی بزرگ فرانسوی، «هرمس» با نسبت قیمت به درآمد ۴۴ برابر به فروش می رود و ارزش سهام کمپانی نیویورکی «استی لادر» نیز با نسبت قیمت به درآمد ۲۷/۵۳ برابر فروخته می‌شود، در حالی که سود پرداختی یک درصدی دارد. ارزش سهام کمپانی «استی لادر» از مارس سال ۲۰۰۹ تاکنون ۶ برابر شده و از ۲۰ به ۱۲۰ دلار به ازای هر سهم رسیده است. ارزش سهام کمپانی «کوچ» نیز از ۱۲ دلار در سال ۲۰۰۹ به ۶۰ دلار رسیده و با نسبت قیمت به درآمد ۱۹ برابری، سود پرداختی آن معادل ۱/۵ درصد است. تیفانی نیز طی سال ۲۰۱۱ با تزلزل اندک در ارزش سهام، نسبت قیمت به درآمد ۱۸ برابر و سود پرداختی ۱/۸ درصد برای سهام خود را تجربه کرد (منبع: sourceinterlink.com). یکی از جالب‌ترین پیش بینی های اقتصاددانان در شرایط کنونی برای سال جدید میلادی، ایجاد جمعیتی از افراد فوق‌العاده‌ثروتمند در کشورهایی مانند هندوستان، چین و روسیه است که می‌تواند نوید بخش رشدی بیشتر در بازار محصولات لوکس در سال پیش رو باشد.



یکی از دلایل موفقیت بسیاری از کمپانی‌های صنعت ساختمان در شرایط کنونی، تصمیم‌گیری‌های صحیح و استراتژی‌های جدید آن‌ها در مواجهه با بازار مشتریانشان بوده است

این تحلیل ها آشکار می کنند چرا در آینده اقتصادی صنعت ساختمان نیز چاره‌ای جز جهت گیری به سمت پروژه‌های لوکس وجود ندارد. وورد به بازار ساختمان‌های مدرن، زمین بازی سرمایه گذاران را تغییر می دهد. تجربه نشان داده است که در شرایط بحران اقتصادی هم این ساختمان ها بازار خودشان را داشته اند و مشمول اقتصاد رکود نشده‌اند. در واقع شما کالایی دارید که مخاطبان و مشتریان کاملا خاصی دارد که در هر شرایطی حاضرند شرایط مورد نظر شما را برای خرید کالایتان محقق کنند. شما با این انتخاب، مسیری خاص اما مطمئن را برای سرمایه گذاری بر گزیده‌اید. این پروژه‌ها می توانند بسیار بهتر از موارد مشابه به جذب سرمایه‌های عمومی بپردازند و از سویی دیگر حس اطمینان سرمایه گذاران را نیز برمی انگیزند. از سوی دیگر برندهای معتبر هم باید بدانند که کسب این اعتماد از سوی مشتریان، نیازمند برنامه‌ریزی دقیق علمی، سرمایه گذاری مالی و انسانی فراوان و وفاداری مطلق به آرمان‌ها و وعده‌هایشان‌اند. فراموش نکنید که هرمس و پتک فلیپ، راهشان را یک شبه طی نکرده‌اند.

شیوه‌های رایج سرمایه‌گذاری در صنعت ساختمان

بازی برد-برد

در روزگار قدیم داد و ستد و خرید و فروش بسیار ساده انجام می‌شد. یک قرارداد ساده و بعد ردوبدل شدن پول تنها راه خرید به حساب می‌آمد. شیوه‌های فروش در دنیای امروز تغییرات گسترده‌ای کرده است. با ظهور اینترنت، پایگاه‌های متنوع فروش، سیستم‌های جدید بانکی و علوم مرتبط با مسئله فروش، که در دانشگاه‌ها تدریس می‌شود و تبدیل به رشته‌های دانشگاهی شده است، این امر تغییرات عمده و بنیادینی به خود دیده است. سیاست‌های مختلفی که صاحبان صنایع پی می‌گیرند و به دنبال مشتری بیشتر و در نتیجه فروش بیشتر هستند باعث شده است تا روش‌های خود را متناسب با خواست و میزان دارایی مشتریان بالقوه خود طراحی کنند.

در صنعت ساختمان این مسئله کمی پیچیده‌تر است. بسیاری از افراد آپارتمان خود را پیش از اتمام پروژه خریداری می‌کنند و یا برخی به دنبال وام‌هایی هستند که به این خانه‌ها تعلق می‌گیرد و یا بعضی دیگر به دنبال اجاره خانه هستند با روش‌های متنوع دیگر و یا در مواردی هدف از خرید ساختمان نه فقط سکونت بلکه تجارت، کار و یا موارد دیگر است؛ بنابراین این مسائل باعث شده‌اند که روش‌های فروش در ساختمان تغییرات گسترده‌ای به خود ببینند. شاید بررسی همه روش‌ها کاری وقت گیر و کسل کننده باشد. اما در این مطلب سعی می‌کنیم چند روش بسیار عمده را که برج‌های مطرح دنیا برای فروش واحدهای خود استفاده می‌کنند نام ببریم.

شیوه سنتی، سرمایه‌گذاری یا خرید آپارتمان پس از اتمام پروژه است. اما به دلیل اینکه واحدهای مسکونی، به ویژه واحدهای لوکس موجود در برج‌ها، قیمت نسبتا بالایی دارند، اکثر خریداران شیوه‌های دیگر خرید را که در آن نیازی به پرداخت کل پول نیست ترجیح می‌دهند. همچنین گروه‌های مطرح و دخیل در صنعت ساختمان با آگاهی از این موضوع، روش‌های متفاوتی برای

گروه‌های مطرح و دخیل در صنعت ساختمان روش‌های متفاوتی برای تامین مالی، جذب سرمایه، و فروش محصولات خود دارند

تامین مالی، جذب سرمایه و فروش محصولات خود دارند.

شیوه فروش متداولی که در اکثر ساختمان و برج‌ها به کار گرفته می‌شود پیش فروش واحدها است. در این روش صاحبان صنایع ساختمانی با یک اعلام همگانی از خریداران دعوت می‌کنند تا واحدهای آن‌ها را پیش خرید کنند. ممکن است این اعلانات در مراحل مختلف و با شیوه‌های پرداخت مختلف صورت بگیرد. در این شیوه خریداران با پرداخت مبلغی اولیه و بعد پرداخت تدریجی کل پول، براساس زمان تحویل پروژه و انتقال اسناد مالکیت، طبق قراردادی که با فروشنده منعقد می‌کنند واحد مورد نظر خود را پیش خرید می‌کنند. مزیتی که این شیوه دارد این است که خریدار با حجم سرمایه‌گذاری کمتر و حتی قیمت ارزان‌تری واحد را خریداری می‌کند و از لحظه پیش خرید در سود آتی آن سهیم می‌شود و از طرفی این مسئله باعث می‌شود تا سازنده خود را مقید به

اتمام پروژه طبق قرارداد کند. اما نباید فراموش کرد که این روش آفت‌های خودش را دارد. نظام‌های حقوقی در سرزمین ما هنوز ظرفیت‌های لازم برای ضمانت چنین قراردادهایی را در خود نگنجانده‌اند و همین مسئله باعث شده ما در این حوزه با انبوهی از پرونده‌های قضایی مواجه باشیم. به همین دلیل است که مهم‌ترین نکته در فرایند خریدی از این دست، اطمینان حاصل از صداقت و نحوه عمل کرد برندی است که قرار است این خدمات را در اختیار شما قرار بدهد.

شیوه دیگر، فروش اقساطی است. در این شیوه فروشنده درصدی از مبلغ کل را به صورت یک جا از خریدار می گیرد و مابقی مبلغ به صورت ماهانه یا سالانه پرداخت می شود. اینکه مابقی پول در چه مدتی پرداخت شود کاملا به توافق مشتری و خریدار و قرارداد آن‌ها بستگی دارد. این شیوه برای کسانی که درآمد خوبی دارند اما سرمایه کافی برای خرید یک جای ساختمان را ندارند بسیار مناسب است. مثلا در برج خلیفه این شیوه فروش یکی از شیوه‌های رایج است. صاحبان این برج بسیار معروف در دوبی ۳۵ درصد مبلغ کل ارزش آپارتمان را از خریدار می گیرند و مابقی پول را به صورت ماهیانه و در اقساطی ۶ ماهه تا ۲ ساله دریافت می کنند.

شیوه رایج دیگر در خرید هر نوع ساختمان اعم از مسکونی، تجاری، اداری و ... استفاده از وام‌های بانکی است. در این شیوه بانک ها با فرمول های متفاوتی وام‌هایی را متناسب با قیمت آن ملک به افرادی که می خواهند ساختمان را یک جا خریداری کنند اما پول کافی را در اختیار ندارند ارائه می کنند. در این شیوه افراد به جای اینکه به صاحبان برج ها قسط بدهند به بانک قسط می دهند. مزیت این شیوه نسبت به شیوه قبلی میزان سود وام‌ها است که در اقتصاد بعضی از کشورها با توجه به میزان پایین تعلق سود به وام‌های بانکی این شیوه را مقرون به صرفه می کند؛ و از طرفی تولید کننده محصول ساختمانی هم اطمینان دارد که تعهدات خریدار به طور یک جا یا اقساطی توسط یک سیستم بانکی تضمین شده است.

شیوه بسیار جدیدی که در چند سال اخیر در فروش خانه‌ها به کار می رود شیوه برگه ضمانت نام دارد. این شیوه مناسب کسانی است که به سازندگان خیلی اعتماد ندارند و نگران پای بندی آن‌ها به قراردادها هستند. در این شیوه خریداران به جای

آن که پول را در اختیار سازندگان قرار دهند مانند یک سپرده در بانک طرف قرارداد سرمایه گذاری می کنند. اگر سازنده طبق قرارداد عمل کرد این پول به حساب سازنده واریز می شود، در غیر این صورت کل مبلغ همراه با سود سالانه آن به حساب خریدار واریز می شود. هتل برج پرستیژ های از این شیوه در فروش ساختمان‌های خود استفاده می کند. اگر سازندگان پرستیژ های برج ها را به موقع تحویل دادند پول به حساب آن‌ها واریز می شوند و اگر نه، کل مبلغ همراه با سود سالانه ۱۱/۵ درصد در اختیار خریدار قرار می گیرد.

در کشور ما فروش سهام نیز یکی دیگر از روش‌های سرمایه گذاری در صنعت ساختمان است. این روش به شدت نیازمند تامین مقدمات حقوقی است و از طرفی چون متاسفانه در مواردی شرکت های ارائه کننده سهام صداقت، توان و یا زیرساخت های لازم برای مدیریت صحیح این اعتماد و سرمایه گذاری را نداشته‌اند منجر به رخ دادن

در کشور ما فروش سهام نیز یکی دیگر از روش‌های سرمایه گذاری در صنعت ساختمان است. این روش به شدت نیازمند تامین مقدمات حقوقی است

اتفاقات ناگواری در این عرصه شده است. برای مثال عدم شفافیت فروشندگان باعث شده در بسیاری موارد خریداران ندانند که اساسا با پولی که پرداخت کرده‌اند چه میزان از محصول ساختمانی مورد نظرشان را خریداری کرده‌اند. همین مسئله زمینه را برای برخی سو، استفاده‌ها فراهم کرده است. اما شاید در آینده، چاره‌ای جز رواج این روش در معاملات ساختمان‌های لوکس وجود نداشته باشد. ازین روست که برندهای باسابقه و معتبر دست اندرکارند تا بتوانند بهترین ضمانت‌های لازم را برای اطمینان خاطر مشتری و تعهدات مورد نیاز در این عرصه شفاف کرده و فصلی نو در حوزه فروش سهام ساختمان رقم بزنند. از جمله مزایای این شیوه نسبت به شیوه‌های دیگر این است که سرمایه گذاری امکان نقدشوندگی سریع تری دارد و عموما بالاترین سود تحقق یافته در پروژه به سهام تعلق می گیرد و در صورتی که فرمول منطقی و صحیحی طراحی گردد، در صورت تمایل سرمایه گذار، قابلیت تبدیل به

متراژی از ملک ساخته‌شده خواهد داشت. علاوه بر این، ارزش سهام نسبت به کیفیت محصول و خوش نامی برند ساختمانی حساسیت نشان می دهد و همچنین پشتوانه بازارگردانی سهام می تواند ارزش افزوده فراتر از آنچه صرفا در حوزه ساختمان اتفاق می افتد عاید سرمایه گذار کند. داشتن حق انتخاب سرمایه گذار در خصوص حجم سرمایه گذاری در پروژه‌هایی که به صورت سهامی ارائه می شوند مزیت دیگر این شیوه است و نهایتا اگر در مورد هریک از کاربری های ساختمان سرمایه گذاری توسط افراد حرفه‌ای آن صنعت یا کسب و کار اتفاق بیافتد مسلما پروژه‌های متمایز با خدمات منحصربه‌فرد و تکنولوژی هایی که ماهیتا امکان راه‌اندازی با بهره برداری انفرادی

برندهای باسابقه و معتبر دست اندرکارند تا بتوانند بهترین ضمانت‌های لازم برای اطمینان خاطر مشتری و تعهدات مورد نیاز در این عرصه را شفاف کرده و فصلی نو در حوزه فروش سهام ساختمان رقم بزنند

برای آن افراد ندارد در این مدل قابل تامین است. البته الزاماتی هم در این شیوه وجود دارد که اگر رعایت نشود شاید منجر به اتفاقات ناگواری شود که در ابتدا به آن اشاره کردیم. اول اینکه صداقت برند و پیشینه اعتبار اجتماعی گروه تولید کننده و سرمایه پذیر قابل اتکا باشد. دوم آنکه این گروه یا برند از ساختار سازمان یافته، مدرن و مبتنی بر استانداردهای تکنیکی هر حوزه برخوردار باشد. مسئله سوم وجود و استمرار فعالیت سلول‌های نظارتی و حساب رسی دقیق در آن گروه‌ها است که منجر به تهیه گزارش های شفاف از درآمد، هزینه و سود پروژه‌ها می شود. بخش های مالی این شرکت‌ها باید در دوره‌های تناوبی کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت تصویر واضح و صادقانه‌ای از سود و زیان سرمایه گذاری به صاحبان سهام ارائه کند و دست آخر این که سازوکارهای حقوقی پیش بینی شده جهت حفظ منافع دوطرف در این شرکت‌ها به گونه‌ای دیده شود که در فرایند ساخت و بهره‌برداری به حقوق دوطرف آسیبی نرسد. یکی از اصلی ترین دلایلی که این تجربه کمتر در کشور مارخ داده و نتوانسته تبدیل به روش رایج سرمایه گذاری در صنعت ساختمان شود، از قضا، عدم توان شرکت‌ها یا برندها در سازمان دهی چنین ساختاری و یا تبدیل برند خود به محملی برای جلب اعتماد سرمایه گذاران است. ضمن آنکه همراهی جدی سازمان‌های بخش عمومی و دولتی و ایجاد سازوکارهایی برای حل مشکلات حقوقی، بانکی و بیمه‌ای نیز می تواند این مسیر دشوار اما گریزناپذیر را هموارتر کند.

سکوی نواخت پیانو در لابی هتل برج باران ۱

چرا باران ۳ منحصربه‌فرد است

هیچ‌چیز از قلم نیفتاده

طراحی ساختمان، درواقع، طراحی یک زندگی است. هیچ‌کس نمی‌تواند ادعا کند اصول حاکم بر طراحی یک ساختمان را می‌توان یک‌بار برای همیشه روشن و مدون کرد. تنوع گونه‌های زندگی در جهان جدید، خودبه‌خود باعث شده است تا معماران، هر روز با مولفه‌های تازه‌ای در امر طراحی مواجه شوند. از همین‌روست که در ساخت و طراحی یك مجموعه ساختمانی متغیرهای بسیار زیادی وجود دارد. مکان جغرافیایی، مساحت زمین، اقلیم، جغرافیا، آب و هوا، مخاطبان هدف، سرمایه مورد نیاز اولیه، پیش‌بینی اهداف مشتریان، سبک زندگی مورد نظر و چندین متغیر دیگر، ساخت هر مجموعه را با تفاوت‌ها، امکانات و گاهی محدودیت‌های مختلفی روبه‌رو می‌کند. پروژه‌های گروه مهندسی باران نیز با همین مسائل و ویژگی‌ها روبه‌رو است. پروژه باران ۳ با نظر به مساحت قابل‌توجه آن و ویژگی‌های زمینی که ساخت‌وساز در آن صورت می‌گیرد و نیز ایده‌ها و اهداف طراحان و مهندسان پروژه دارای ویژگی‌های خاصی است که آن را از دیگر پروژه‌های گروه مهندسی باران متمایز می‌کند. اما این ویژگی‌ها چیست؟

هتل برج باران ۳ با داشتن همه ویژگی‌های دو پروژه قبلی از امتیازات جدید و متفاوتی بهره می‌برد که آن را در نوع خود بی‌نظیر و بی‌رقیب می‌سازد

برج مسکونی باران ۳ با داشتن مساحتی دو هزار متری فضای بسیار خوبی را در اختیار طراحان و مهندسان این مجموعه قرار می‌داد تا بتوانند فضاهای بزرگ‌تر و کامل‌تری طراحی کنند. این هتل برج با داشتن همه ویژگی‌های دو پروژه قبلی از امتیازات جدید و متفاوتی بهره می‌برد که آن را در نوع خود بی‌نظیر و بی‌رقیب می‌سازد. این ویژگی‌ها را می‌توان به صورت مجزا نام برد.

مهندسان معمار هتل برج باران ۳ بیش از هر چیز تمرکز خود را بر روی مسئله معماری سبز قرار دادند. وجود لابی سبز بسیار ویژه در این مجموعه، طراحی یک حیاط مجزا برای هر واحد که یک طرف آن رو به نمای هتل برج است با متراژهای مختلف که تهویه بسیار طبیعی مناسبی را فراهم می‌آورد و نور بسیار فوق‌العاده‌ای را در روز برای هر واحد تامین می‌کند و طراحی یک فضای شیشه‌ای در بالاترین طبقه این ساختمان که مکانی ویژه برای ورزش صبحگاهی با منظره بوستان بزرگ کوهسنگی و باغ بسیار زیبای الندشت است، از ویژگی‌های منحصر به فرد هتل برج باران ۳ است که این مجموعه را تبدیل به مجموعه‌ای فوق‌العاده با رعایت استانداردهای معماری سبز می‌کند.

فضاهای مربوط به استخر، سونا و جکوزی بسیار بزرگ‌تر و مجهزتر شده‌اند و سالن اجتماعات این مجموعه بزرگ‌تر و با گنجایش بیشتری طراحی شده است. طراحی یک سالن چندمنظوره ورزشی از دیگر امکانات ویژه برج مسکونی باران ۳ است که فضای بسیار خوبی را برای ساکنان ایجاد می‌کند؛ مثلا خانم‌های ساکن در برج می‌توانند در این محوطه مینی بسکتبال بازی کنند.

مجموعه‌ای با عنوان کافه-کتاب در این هتل برج طراحی شده‌است که فضایی بسیار عالی برای مطالعه و بنا به خواست ساکنان نوشیدن نوشیدنی‌های مختلف است. این فضا برای اولین بار در پروژه‌های گروه مهندسی باران به منظور توجه به مسائل فرهنگی و ترویج فرهنگ کتاب‌خوانی طراحی شده‌است.

در فضای سبز عمومی و حیاط برج محلی برای دوچرخه‌سواری ساکنان پیش‌بینی شده‌است. فضایی بسیار آرام و دل‌نشین که مناسب افرادی است که می‌خواهند به‌جای ورزش در سالن‌های مجموعه در فضای سبز ورزش کنند. آرایشگاه‌های زنانه و مردانه این پروژه بسیار بزرگ‌تر و مجهزتر شده‌اند.

بخش‌های مختلف مراقبت و زیبایی پوست و مو در این فضاها پیش‌بینی شده‌است که مدرن‌ترین امکانات و به‌روزترین خدمات مربوط به زیبایی را در اختیار ساکنان می‌گذارد.

در برج مسکونی باران ۳ فضاهای اختصاص یافته به خدمات از جمله انبارها و مکان‌هایی که برای کار و استراحت کارکنان خدماتی برج در نظر گرفته شده‌اند دارای مساحت بیشتری شده‌اند که این مسئله باعث ارتقای کیفیت خدمت‌رسانی به ساکنان می‌شود.

همچنین برای ارتقا، کیفیت فضاهای تفریحی در این هتل برج سینمای سه‌بعدی و سالن نمایش نیز نسبت به پروژه‌های قبلی بزرگ‌تر و مدرن‌تر شده‌است و امکانات قابل‌توجهی را در اختیار مالکان برج قرار می‌دهد. وجود چنین سالنی امکان دیدن هر فیلمی را در سینما و بر روی پرده بزرگ فراهم می‌کند. همچنین فروشگاه برند در نیم‌طبقه لابی قرار گرفته است که این مسئله امکان دسترسی به آن را بسیار راحت کرده‌است. این فروشگاه با ارائه محصولات برندهای معتبر نیاز ساکنان را برای خرید محصولات مورد نیاز برطرف می‌کند. در سوپرمارکت بزرگ این برج مسکونی هم بخش عمده‌ای از نیازهای روزانه ساکنان مرتفع خواهد شد.

بخشی از لابی هتل برج باران ۱

گرچه برج‌های مسکونی باران ۱ و ۲ دارای رستوران و کافی‌شاپ‌های بسیار مجلل‌اند، اما هتل برج باران ۳ امکان الحاق این دو مجموعه را به هم فراهم کرده‌است. در شرایطی که تعداد مهمانان یک خانواده در مراسمی خاص از حد معمول بیشتر باشد، الحاق این دو مجموعه باعث ارائه بهتر خدمات می‌شود. البته نباید فراموش کنیم که این امکانات اختصاصی منحصر به ساکنان برج است اما طراحی دسترسی‌ها به شکلی صورت پذیرفته است که در صورت خواست ساکنان و تایید مدیریت هتل برج در آینده، برخی افراد خاص خارج از این مجموعه هم، طی یک شرایط ویژه بتوانند از خدمات رستوران و کافی‌شاپ برج استفاده کنند.

از ویژگی‌های معماری سبز هتل برج باران ۳ می‌توان به وجود یک لابی سبز، طراحی یک حیاط مجزا برای هر واحد و طراحی یک فضای شیشه‌ای در بالاترین طبقه اشاره کرد

به‌طور کلی در طراحی و ساخت هتل برج مسکونی باران ۳ ارائه کامل‌ترین و بهترین خدمات پیش‌بینی شده‌است. گروه باران با هدف تبدیل شدن به انتخاب اول تمام کسانی که در زندگی و کار به‌دنبال ارتقای کیفیت، آرامش و رفاه خود هستند، در پی ایجاد بهترین خدمات در هتل برج‌های خود است و برای برند معتبری که می‌خواهد در صنعت ساختمان بهترین باشد چنین هدفی به هیچ‌وجه غیرعادی نیست.

کافی‌شاپ هتل ۵ ستاره مستر زن، در ایالت کالیفرنیای آمریکا

کافه و رستوران هتل برج به عنوان بخشی از خدمات
این مکان از همه استانداردهای بهداشتی و خدماتی
رایج در دیگر نقاط برج پیروی کرده و با هماهنگی
با دیگر بخش‌ها امکان گذراندن اوقات آرام و
لذت‌بخشی را برای ساکنان برج فراهم می‌آورند

ویژگی کافی‌شاپ در هتل‌برج‌ها

مکانی برای ذائقه خاص شما

غذای خوب، نوشیدنی‌های متنوع و فضایی دلنشین. این‌ها همه الزامات یک کافه و رستوران خوب هستند. اما چرا عده‌ای همیشه به یک رستوران یا یک کافه مشخص می‌روند؟ در این رستوران‌ها چه اتفاقی می‌افتد؟ چرا هتل‌برج‌ها تا این اندازه بر کیفیت متفاوت کافه‌هایشان اصرار دارند؟

شناخت مشتریان، یکی از اصول اساسی است که باعث ارائه خدمات بهتر به آن‌ها می‌شود و خدمات بهتر همواره باعث حفظ مشتریان و بازگشت دوباره آن‌ها خواهد شد. شاید شما به توت فرنگی حساسیت داشته باشید. آب را بدون یخ بنوشید یا ترجیح بدهید در سالادتان به جای کاهو، از کلم استفاده شود. به گزارش نیویورک تایمز تعدادی از رستوران‌های نیویورک شروع به ایجاد فهرست خواست‌ها و علایق مشتریان در چه اول خود کرده‌اند. تعجب آقای تانن، یکی از مشتریان دائمی رستورانی در نیویورک، وقتی در جشن تولد ۶۸ سالگی‌اش با بشقاب سیب‌زمینی سرخ کرده روبه‌رو شد، قابل درک است. این رستوران هیچ‌وقت سیب‌زمینی سرخ کرده سرو نمی‌کند. ولی آقای تانن از مشتریان دائمی این رستوران است و رستوران برای جشن تولد او از جایی دیگر یک بشقاب سیب‌زمینی سرخ کرده تهیه کرد. گارسون همیشگی آقای تانن می‌داند که او ترجیح می‌دهد دستمال سفره مشکی روی میزش باشد، همیشه انتهای نان را می‌خورد و نوشیدنی محبوبش چیست. اما به گفته مدیر یکی از رستوران‌ها «داشتن این اطلاعات کافی نیست، شما باید بدانید چطور از این اطلاعات برای آن فرد خاص استفاده کنید. شما باید او را بشناسید».

ارائه خدمات هتلی به‌هم‌پیوسته در هتل برج‌ها این امکان را فراهم می‌آورد که در جایی همچون رستوران یا کافه برج، ساکنان بتوانند با خیال راحت وارد شده و بدانند که غذای محبوب آن‌ها در منوی رستوران وجود دارد. گارسون را می‌شناسند و می‌توانند مطمئن باشند که به جای مناسب و مورد علاقه‌یشان راهنمایی خواهند شد. با ارتباط مدیران رستوران با پزشک ساکن در برج، اطلاعات مربوط به حساسیت هر یک از مهمانان به یک ماده غذایی خاص در اختیار سرآشپز گذاشته می‌شود و بر اساس تعداد افراد خانواده و یا موقعیت کاری یا خانوادگی میز مناسبی برای آن‌ها در نظر گرفته می‌شود. در کنار این‌ها، کافه و رستوران هتل برج به عنوان بخشی از خدماتی که وظیفه یشان حفظ سلامتی و آرامش ساکنان برج است، برای مثال در فصول مختلف و با آشنایی با حالات مختلف مشتریان می‌تواند پیشنهاد نوشیدنی‌های مناسبی بدهد. یک فنجان قهوه گرم یا یک لیوان شکلات داغ با طعم کره بادام‌زمینی در هوای برفی زمستان، یک استکان چای داغ در کنار پنجره‌های بارانی کافه در پاییز، عرق نسترن و بیدمشک، موخیتوی نعنایی یا یک پارچ آب هندوانه مخصوص کافه در هوای گرم تابستان. عرفی جات سنتی محلی، در کنار نوشیدنی‌های نقاط مختلف جهان، با خواص و طعم‌های مختلف خود، به وسیله یک متخصص تغذیه برای هر فصل انتخاب شده و در اختیار مشتریان قرار داده می‌شوند.

> ارائه خدمات هتلی به‌هم‌پیوسته در هتل برج‌ها این امکان را فراهم می‌آورد که در جایی همچون رستوران یا کافه برج، ساکنان بتوانند با خیال راحت وارد شده و بدانند که غذای محبوب آن‌ها در منوی رستوران وجود دارد

آشنایی سرآشپز و کارکنان کافه با ساکنان برج باعث خواهد شد که در همه حال آماده‌گی رسیدگی به خواست‌ها و نیازهای آنان وجود داشته باشد. ولی همیشه منتظر باشید که با پیشنهادی جدید از سوی سرآشپز روبه‌رو شوید. یک رستوران خوب همواره با در نظر گرفتن ذائقه مشتریانش پیشنهاداتی جدید برای او خواهد داشت. پیشنهاداتی که بر اساس نیازهای بدنی و سلامت او، ذائقه او در طعم و همچنین شناخت شخصی سرآشپز از او تهیه می‌شود. در واقع کافه و رستوران خوب، برای هر کدام از مشتریانش یک پرونده خاص دارد و این موضوع است که اهمیت کافه‌های مستقر در هتل برج‌ها را دوچندان می‌کند. شما در روز اول مدیران کافه را از تمام خواسته‌هایتان مطلع کرده‌اید و لازم نیست هربار این موضوع را یادآوری کنید.

کافه و رستوران هتل برج به عنوان بخشی از خدمات این مکان از همه استانداردهای بهداشتی و خدماتی رایج در دیگر نقاط برج پیروی کرده و با هماهنگی با دیگر بخش‌ها امکانات توامانی را در کنار هم تجربه کنند.

نگاهی به حضور پزشک و مشاور در هتل برج‌ها

پرونده سلامتی در دستانی آشنا

حفظ سلامتی مهم‌ترین خواست همه افراد است. در بدن و با ذهنی سالم است که می‌توان از دیگر جزئیات زندگی استفاده کرد و از آن‌ها لذت برد. کسی نیست که بیماری را تجربه نکرده باشد. یک پزشک متخصص، می‌تواند با راهنمایی و تشخیص به موقع، از بروز بیماری جلوگیری کرده و در صورت بروز به بهترین نحو با آن مقابله کند. اما آیا تنها داشتن اطلاعات در مورد بیماری برای درمان آن کافی است؟

به‌طور معمول از زمان بروز بیماری و نشانه‌های آن، تا زمان مراجعه به پزشک معالج، مدت زیادی می گذرد. دوری مسیر، نیاز به تغییر برنامه برای خالی کردن وقت برای مراجعه به دکتر، درمان خودسرانه و مواردی از این دست، جدا از تعویق درمان، می‌توانند به خودی خود مشکلات دیگری نیز ایجاد کنند. حتی اگر بیمار به سرعت اقدام به مراجعه به پزشک و بیمارستان کند، فرایند پذیرش بیمار در بیمارستان، معاینه، آشنایی پیدا کردن با سوابق بیمار و فرایندهای اداری بیمارستان، وقت و هزینه بسیاری را به هدر می دهد. امروزه برای مقابله با این مسئله تعداد زیادی از پزشکان در جهان از بیمارستان‌ها بیرون آمده و به طور خصوصی به عنوان پزشک مخصوص خانواده مشغول به کار شده‌اند. گرچه امکانات بیمارستانی در مواردی لازم و ضروری است ولی دلیل این تغییر رویه را می توان با نگاهی به کار کرد یک پزشک در تعامل با بیمار به خوبی مشاهده کرد.

امکان بروز مشکلات جسمانی و یا روانی در هر محیطی وجود دارد. با برنامه‌ریزی صحیح، ارائه خدمات مناسب و فکر کردن به نیازهای موجود از پیش، می توان این احتمال را به مقدار زیادی کاهش داد. اما حتی در سالم‌ترین بدن نیز بیماری بروز می کند و در نزدیک‌ترین روابط، همچون خانواده، اختلافاتی پیدا می شود. جهت حفظ سلامت و آسایش ساکنان یک مجتمع، باید این احتمالات در نظر گرفته شده و پاسخی مناسب برای هر یک آماده شده باشد.

سلامت انسان به دو بخش اصلی سلامت جسمی و سلامت روحی-روانی تقسیم می شود که هر دو بسیار مهم و در رابطه‌ای مستقیم با هم هستند. در هر دو مورد یکی از مهم‌ترین عوامل در تشخیص و درمان بیماری، ارتباط متقابل پزشک و بیمار است. با آشنایی بیشتر پزشک با شرایط جسمانی، عاطفی و سبک زندگی بیماران و اعضای خانواده‌یشان، پزشک اختصاصی توانایی بسیار بالاتری در تشخیص صحیح وضعیت فرد مورد معاینه دارد.

مشاورانی که با محیط زندگی فرد، افراد دیگری که در کنار او زندگی می کنند و شرایط اجتماعی محل زندگی آشنایی کامل دارند می توانند کمک بسیار بیشتری در ایجاد فضایی امن و آرام از نظر روحی-روانی برای هر فرد انجام دهند. از نگاه جسمانی نیز پزشک با تشکیل پرونده‌ای اختصاصی، تغییرات جسمانی هر فرد را به طور دقیق ثبت کرده و تاریخچه‌ای همواره در دسترس از این تغییرات در نزد پزشک وجود خواهد داشت.

افرادی که به این شیوه به ارائه خدمات به افراد و درمان بیماران می پردازند، دارای تحصیلات و آموزش‌های بسیار بالاتری نسبت به دیگر همکاران خود هستند. حضور یک مشاور متخصص و یک پزشک متخصص در محل زندگی افراد باعث می شود تا بدون نگرانی از مشکلات معمول و به شکلی سریع و همواره حاضر، نیازهای مربوط به سلامتی افراد تامین گردد.

پزشکی که در یک مجتمع ساکن است باید تخصص بسیار بالایی داشته باشد تا بتواند بیماری‌های گوناگون و مختلف را تشخیص داده و درمان کند. اما وظیفه اصلی پزشک همواره حفظ سلامتی و پیشگیری از وقوع بیماری است.

در بیمارستان، مراجعه به پزشک همواره پس از وقوع بیماری و مشاهده علائم آن صورت می گیرد، اما پزشک اختصاصی همیشه در حال بررسی وضعیت سلامتی افراد و ارائه پیشنهاداتی برای بهبود این وضعیت و حفظ سلامتی ایشان است. حتی در هنگامی که نیاز به مراجعه به بیمارستان باشد، اطلاعات دقیق پزشک اختصاصی، باعث صرفه‌جویی در وقت و اقدامات بسیار سریع‌تر درمانی در محیط بیمارستان می گردد.

آشنایی با شرایط اجتماعی و محیطی هر فرد برای کسی که به درمان جسمی و یا ارائه مشاوره روحی-روانی می پردازد، سرمایه‌ای ارزشمند محسوب می شود. شرایط روحی و جسمانی هر فرد تاثیر متقابل فراوانی بر هم دارند. حضور دائمی پزشک در هتل برج این امکان را فراهم می آورد که او علاوه بر آشنایی نزدیک با ساکنان هتل برج، با شرایط آن جانیز آشنا بوده و بیشتر از پیش آماده کمک به ساکنان هتل برج در هر زمان باشد. از سوی دیگر ارتباط دوطرفه میان پزشک و مشاور باعث می شود حفظ سلامت به معنای کامل آن صورت گیرد.

حضور مشاوری امین و مطمئن علاوه بر کمک به افراد گوناگون در یک برج مسکونی باعث می شود تا در صورت بروز هر گونه مشکل در محیط سکونت، او با آگاهی کامل از خصوصیات افراد و مشکلات احتمالی موجود، بتواند به بهترین نحو به ایجاد محیطی مناسب برای همه ساکنان ساختمان کمک کند. در واقع یکی از وظایف چنین مشاوری در کی درست از کیفیت زندگی افراد ساکن در مجتمع و حفظ و ارتقای این کیفیت با کمک همه ساکنان است. برای مثال در صورت بروز مشکلی برای یکی از همسایگان، مشاور می تواند با آگاهی از شرایط بروز مشکل، روابط موجود در مجتمع و پیشینه هر فرد به سرعت و به بهترین نحو برای حل این مشکل عمل کند. فرایندی آگاهانه و مستمر که در آن افراد مختلف به ارتباطی نزدیک‌تر با یکدیگر برای حل هر گونه مشکل احتمالی می پردازند. از سوی دیگر در صورت بروز هر گونه مشکلی برای هر یک از افراد، مشاور می تواند با تشخیصی درست، محیط را به گونه‌ای تنظیم کند که مشکلات برطرف شده و آرامش روحی و روانی همواره برقرار باشد.

حضور پزشکی متخصص و اختصاصی و مشاوری همواره حاضر و قابل اعتماد، فواید فراوانی برای ساکنان برج به همراه دارد. فوایدی که نتیجه نهایی آن، محقق شدن خواستی همگانی، یعنی حفظ سلامت جسم و روح است. این موضوع در کشورهای پیشرفته جهان اثبات شده و جامعه پزشکی به سمت شخصی‌تر شدن می رود. طبق آمار رسمی دولت کانادا، در سال ۲۰۰۷ حدود ۸۶ درصد مردم کانادا از خدمات پزشک خانواده استفاده می کردند. دولت‌های کشورهای مختلف نیز از این فرایند حمایت کرده و تلاش دارند تا تعداد بیشتری از مردم با پزشکی مخصوص به خودشان در ارتباط باشند. تحقیقات نشان می دهد که کسانی که به این خدمات دسترسی ندارند دو برابر بیشتر از دیگران در معرض بیماری قرار دارند و دسترسی‌شان به خدمات پیشگیرانه نصف آن‌هاست.

حضور مشاوری امین و مطمئن علاوه بر کمک به افراد گوناگون در یک برج مسکونی باعث می شود تا در صورت بروز هر گونه مشکل در محیط سکونت، او با آگاهی کامل از خصوصیات افراد و مشکلات احتمالی موجود، بتواند به بهترین نحو به ایجاد محیطی مناسب برای همه ساکنان ساختمان کمک کند

نقش آرایشگاه‌ها در هتل برج‌ها

ظاهر خود را به چه کسی می‌سپارید؟

در زندگی امروز، کسی که بعد از خود ما بیشترین تاثیر را بر روی ظاهرمان دارد، آرایشگر ما است. اهمیتی که یک آرایشگر در ارائه تصویر ما به دیگران دارد به هیچ عنوان قابل چشم‌پوشی نیست. برای همه ما پیش آمده که یک بار با اصلاحی بد، مدت‌ها با ظاهری که برایمان ناخوشایند بوده در اجتماع حاضر شویم. آرایشگری که به خواست‌ها و علایق ما آشنا باشد، می‌تواند برای همیشه این نگرانی را از بین ببرد.

آرایشگران بزرگ دنیا مشتریان ثابت خود را داشته و زمان آن‌ها از مدت‌ها قبل رزرو می‌شود. به طوری که یکی از قوانینی که در بین مشتریان آرایشگاه‌های سطح بالا دیده می‌شود این است که اگر توانستید به سرعت و برای زودتر از یک هفته آینده جایی رزرو کنید، نسبت به موهای خود نگران باشید. آرایشگاه‌های خوب همیشه از مدت‌ها قبل رزرو شده‌اند و وجود آرایشگری که در عین تخصص، همواره در دسترس باشد نعمتی منحصر به فرد است. اما چه چیزی باعث می‌شود یک آرایشگاه به چنین جایگاهی دست پیدا کند و یک آرایشگر خوب کیست؟ متخصصان آرایشی عواملی را برای موفقیت در حرفه آرایش اعلام کرده‌اند. مهم‌ترین عامل رابطه متقابل و مشورت میان مشتری و آرایشگر است. یک آرایشگر خوب باید از یک سو با خصوصیات ظاهری مشتریان خود آشنا بوده و بتواند تشخیص بدهد که چه مدل مویی برای کدام فیزیک مناسب است و از سوی دیگر روحیه و شخصیت او را بشناسد. این موضوع تنها مربوط به شکل سر و صورت نمی‌شود. قد، حالت بدنی و حتی جایگاه اجتماعی هر فرد در مدل مویی که آرایشگر برای او انتخاب می‌کند باید تاثیر مستقیم داشته باشد.

به یک آرایشگر خوب هرگز لازم نیست دوبار چیزی گفته شود. یک آرایشگر خوب با تشکیل پرونده‌ای برای هر مشتری دقیقا می‌داند او چه می‌خواهد و چه توقعی از او دارد. رابطه میان آرایشگر و مشتری باید همواره رابطه‌ای دوسویه بوده و علاوه بر اینکه آرایشگر دقیقا در مورد خواست مشتری آگاه بوده و بداند او چه توقعی از ظاهر جدید خود دارد، بتواند با راهنمایی‌های صادقانه خود، در صورتی که مدل خاصی برای مشتری مناسب نبوده به او پیشنهادات جدیدی ارائه کند.

آرایشگاه معتبر، مکانی است که از نظر بهداشتی همواره مورد نظارت باشد و برای مشتریانش مکانی امن، همچون خانه خودشان فراهم آورد. در یک آرایشگاه معتبر همه چیز به طور تخصصی پیش می‌رود. یک نفر موی شما را کوتاه می‌کند. فرد دیگری به رنگ کردن موی شما می‌پردازد و به همین ترتیب هر بخش توسط متخصص خود اداره می‌شود. اما محیط خود آرایشگاه نیز اهمیت فراوانی دارد. در کشور استرالیا بخشی از آموزش‌های مربوط به آرایشگری، به طور مستقیم به حفظ تمیزی و سلامت محیط آرایشگاه برمی‌گردد. در کشورهای پیشرفته استانداردهای سختی برای نظافت شخصی آرایشگر و مکان آرایشگاه وجود دارد و بازدیدهای دوره‌ای برای اطمینان از رعایت این استانداردها صورت می‌گیرد. لوازم آرایشگاهی همواره استریل بوده و لوازم یک بار مصرف بلافاصله پس از اتمام کار، به محفظه‌های مخصوص انداخته می‌شوند.

تهویه مناسب یکی دیگر از موارد بسیار مهم در آرایشگاه‌ها است. مواد شوینده‌ای که در این مکان‌ها استفاده می‌شوند بوهای مختلفی دارند و در صورتی که تهویه مناسبی وجود نداشته باشد در کنار گرمای محیط می‌توانند باعث تشدید بیماری‌های تنفسی و ناراحتی‌های دیگر شوند. آرایشگر جدا از بخش ظاهری با سلامت مو و پوست مشتری در ارتباط است. یک آرایشگر باید با محصولات بهداشتی آشنایی کامل داشته باشد و بداند هر محصولی چه تاثیری روی پوست و موی مشتریان می‌گذارد. آشنایی با حساسیت‌های مشتری به نوع خاصی از مواد یا موارد این چنینی اهمیت فراوان دارد.

بدین ترتیب داشتن آرایشگری ثابت و قابل اطمینان یکی از مهم‌ترین فاکتورها در حفظ ظاهر هر فرد است. همین مسئله باعث شده است که آرایشگران ماهر، برای کسب درآمد بالاتر، قیمت‌های خود را روزبه‌روز بالاتر برده و هزینه آرایشگر تبدیل به یکی از هزینه‌های بالای زندگی مدرن شود. در برخی هتل برج‌ها، آرایشگاه‌های بانوان و آقایان به عنوان بخشی از خدمات اختصاصی از ابتدا در فرایند طراحی و ساخت لحاظ می‌شوند. این آرایشگاه و آرایشگر اختصاصی می‌توانند بهترین و سالم‌ترین محیط مراقبت و زیبایی پوست و مو را برای ساکنان فراهم کنند. از طرفی چون این سالن‌ها با در نظر گرفتن کلیه استانداردها و توسط گروه سازنده، تجهیز و بهره‌برداری می‌شوند همانند یک کسب و کار خارج از هتل برج نیازمند درآمدزایی و کاهش هزینه به هر قیمتی نیستند. همین ویژگی سبب افزایش کیفیت و خاص شدن خدمات می‌شود. خدماتی که در محیطی آشنا و با کمترین هزینه به ساکنان هتل برج ارائه می‌شوند.

آرایشگری که به خواست‌ها و علایق ما آشنا باشد، می‌تواند برای همیشه نگرانی‌های ما را در مورد ظاهر و مدل موی‌مان از بین ببرد

امکانات ورزشی در هتل برج‌ها

یک قدم تا شادابی

ورزش و فعالیت‌های ورزشی از مهم‌ترین عوامل ایجاد شادابی و تندرستی و یکی از عوامل مهم حفظ سلامت جسمی و روانی هر فرد است. با فشرده‌تر شدن زمان‌های در دسترس افراد در زندگی مدرن، یکی از اولین قربانیان برنامه‌های روزمره، ورزش و فعالیت بدنی است.

در بسیاری از هتل‌های جهان، یکی از عوامل جذب کننده مسافران، امکانات ورزشی، ماساژ، استخر و مواردی است که افراد از طریق آن‌ها بتوانند بدون نگرانی از اتلاف وقت کمی هم به بدن و روح خود بپردازند. اما در هتل برج‌ها این خدمات نه رویایی دوردست و جذاب، که بخشی همواره حاضر از سبک زندگی ساکنان را تشکیل می‌دهند.

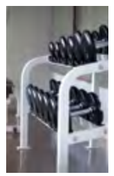
بسیاری از کسانی که در گیر زندگی مدرن شده‌اند زمان کافی برای خروج از خانه و رفتن به باشگاه را ندارند. مسیر رفت و برگشت و خستگی مسیر، خود عاملی است که انگیزه افراد را برای پیوستن به یک باشگاه کاهش می‌دهد. استخرهای شخصی و موجود در محوطه خود ساختمان یکی از مواردی است که می‌تواند فعالیت بدنی مناسبی در نزدیکی خانه فراهم آورد، ولی در بسیاری از مجتمع‌های مدرن و خانه‌های ویلایی به دلیل هزینه بالا و دردسرهای نگه‌داری چنین امکاناتی، استخر و موارد مشابه معمولا بدون استفاده رها می‌شوند.

ورزش در خانه نیز می‌تواند یکی دیگر از گزینه‌ها برای جبران این موضوع باشد، ولی عدم دسترسی به وسایل استاندارد، درگیری‌های ذهنی موجود در خانه، و بسیاری موارد دیگر معمولا از این امر جلوگیری می‌کنند.

تصور کنید که در خانه آماده شده‌اید تا ورزش کنید، زنگ تلفن به صدا درمی‌آید، کارهای عقب افتاده‌یتان جلوی چشمتان هستند و عوامل زیادی حواس شما را پرت می‌کنند. حتی اگر بتوانید به طور کامل فعالیت‌های مورد نظر خود را انجام دهید، به دلیل عدم حضور یک مربی و ثبت نشدن پیشرفت شما، اطلاعی از تاثیر ورزش بر روی بدن خود نخواهید داشت. هتل برج‌ها با ارائه خدمات ورزشی در سالن‌های موجود در برج، تمامی این مشکلات را برطرف کرده‌اند. از یک سو بدون نیاز به خارج شدن از محوطه محل سکونت می‌توان به باشگاه ورزشی رسید و پس از آن هم می‌توان استراحت کوتاهی کرد و در منزل خود به بازیابی جسمانی پرداخت.

همچنین در چنین محلی حضور مربیان متخصص باعث می‌شود که در صورت نیاز خواسته‌های هر شخص به طور خاص مورد بررسی قرار گرفته، برنامه‌ای صحیح برای رسیدن به این خواسته ارائه شده، و تمرینات تحت نظارت دقیق مربی و به شکلی ایمن و صحیح انجام شوند. باشگاه ورزشی در چنین مکانی از تعریف اولیه باشگاه فراتر رفته و تبدیل به محلی کارآمد برای پاسخ به نیازهای گوناگون ساکنان می‌شود. برگزاری کلاس‌های روزانه، برنامه‌های خاص و رقابت‌های ورزشی باعث رشد روابط اجتماعی شده و علاوه بر پیشرفت سلامت جسمی و روانی، به سلامت اجتماعی محل سکونت نیز افزوده می‌شود.

نگه‌داری همیشگی و سنجش کیفیت پایدار امکاناتی مثل سونا و استخر باعث می‌شود که این فضاها چه از نظر بهداشتی و چه از نظر کارایی همواره در بالاترین سطح خود باشند. کنار هم قرار گرفتن امکاناتی همچون باشگاه ورزشی، سونا، جکوزی و استخر و مهم‌تر از همه دسترسی سریع، آسان و همیشگی به این امکانات باعث می‌شود که ورزش نه یک فعالیت انرژی‌بر، که بخشی انرژی‌بخش و جدانشدنی از سبک زندگی جدید ساکنان را تشکیل دهد. شادابی، بخشی از این سبک جدید زندگی است.



کنار هم قرار گرفتن امکاناتی همچون باشگاه ورزشی، سونا، جکوزی و استخر و مهم‌تر از همه دسترسی سریع، آسان و همیشگی به این امکانات باعث می‌شود که ورزش نه یک فعالیت انرژی‌بر، که بخشی انرژی‌بخش و جدانشدنی از سبک زندگی جدید ساکنان را تشکیل دهد

نگاهی به اهمیت هیدروتراپی در هتل برج‌ها

مایه حیات، مایه آرامش

استفاده از خواص شفابخش آب، از هزاران سال پیش در تمدن‌های مصر، یونان و ایران رواج داشته است و با گذر زمان و پیشرفت‌های علوم درمانی، این استفاده تبدیل به تخصصی پرکاربرد و عملی مجزا به نام هیدروتراپی شده است. از زمان ابوعلی سینا که انواع مختلف استفاده از آب در درمان بیماری‌ها را بیان کرده بود تاکنون که مراکز مخصوص آب درمانی با متخصصانی مجرب، بیماری‌ها و خستگی‌های برآمده از یک زندگی مدرن را پاسخ می‌دهند، هیدروتراپی همواره به‌عنوان درمانی موثر و آرامش بخش شناخته شده است.

وقتی صحبت از یک برج مسکونی همراه با خدمات هتلی می‌شود، بدون شک از اولین مواردی که برای چنین مجموعه‌ای لازم است وجود استخری استاندارد، پاکیزه و همواره قابل دسترسی است. استخر، سونا و جکوزی، به ساکنان هتل برج اجازه می‌دهد که با فاصله گرفتن از هیاهوی زندگی

> وقتی صحبت از یک مجتمع مدرن می‌شود، بدون شک از اولین مواردی که برای چنین مجتمعی لازم است وجود استخری استاندارد و همواره قابل دسترسی است

بیرونی، در کنار آرامش بخش‌ترین عنصر حیاتی، یعنی آب، زمانی را به تجدید قوا و بهبود شرایط جسمانی و روانی خود بپردازند. اما این کافی نیست. همیشه می‌توان از امکانات موجود استفاده بهتری کرد و سطح استفاده از امکانات را ارتقا داد. بعد از پنج دقیقه فشار خون و نبض شما شروع به پایین آمدن می‌کند. بعد از ده دقیقه گردش خون در دست‌ها و پاها بهتر می‌شود و باعث می‌شود گرمایی در آن‌ها احساس کنید. پس از پانزده دقیقه ماهیچه‌های شما رها شده و نسبت به نیروی بیرونی آب تاثیرپذیرتر می‌شوند، عضلات نسبت به کشش واکنش بهتری نشان می‌دهند و اسید لاکتیک و سموم دیگر از بدن شما دفع می‌شود. پس از بیست دقیقه دردهای شما به مقدار قابل توجهی کاهش می‌یابند. این‌ها اتفاقاتی است که در بیست دقیقه ابتدایی یک جلسه هیدروتراپی رخ می‌دهد.

از روماتیسم، آرتروز، درد مفاصل، کمردرد و بی‌خوابی گرفته تا بهبود کیفیت پوست بدن و مقابله با خستگی ناشی از یک روز پرکار و پراسترس، همه را می‌توان با استفاده از خواص درمانی آب برطرف کرد. در گذشته سفری به یک چشمه یا رودخانه‌ای که در بین محلی‌ها خواص درمانی‌اش معروف بوده، برای بسیاری راه دشوار ولی لازم برای بهبود بیماری‌شان محسوب می‌شده است. اما امروزه این خواص درمانگر و آرامش بخش آب، به صورت کاملا علمی درک شده و در حوزه درمانی با نام هیدروتراپی شناخته می‌شود. در هیدروتراپی با استفاده از فشار و دمای آب و براساس قواعد فیزیوتراپی، گردش خون بهبود یافته، عضلات آزاد می‌شوند و سموم بدن دفع شده و تنش در بدن فرد از بین می‌رود. این نوع از درمان با توجه به واکنش‌های بدن انسان به فشار آب و دمای گرم و یا سرد آب، باعث ایجاد فعل و انفعالاتی آرامش بخش و درمانگر در بدن فرد می‌شود.

از چندین قرن پیش مناطق مختلفی از جهان با استفاده از امکانات طبیعی خودشان به جذب توریست در مناطقی که چشمه‌های «درمانگر» در آن‌ها وجود داشت پرداختند. امروزه نیز هتل‌های بزرگی در اروپا و به‌خصوص انگلستان وجود دارند که مختص کسانی هستند که به‌خاطر خدمات هیدروتراپی به این هتل‌ها مراجعه می‌کنند و این شیوه چنان پرطرفدار است که بسیاری از این هتل‌ها تبدیل به مقصد دائمی افرادی خاص و پرمشغله به‌عنوان مکانی برای رسیدن به آسایش و آرامش روانی و بدنی شده‌اند.

در هتل برجی که هدف نهایی و یک پارچه آن ایجاد آسایش و آرامش در دنیای مدرن برای ساکنانش است و سعی در ارائه بهترین امکانات ممکن برای رسیدن به این هدف دارد، داشتن استخر، سونا یا جکوزی هرگز کافی نخواهد بود. رسیدن به آرامش باید همواره در چند قدمی ساکنان این محل باشد و هیدروتراپی و استفاده از امکانات برج برای این کار با کمک متخصصان این علم، بی‌شک کمک بزرگی برای رسیدن به این هدف خواهد بود.

نگاهی به مسئله امنیت در هتل برج‌ها

لمس آرامش

در زندگی روزمره همواره امکان بروز خطرات و آسیب‌هایی وجود دارد که نیازمند پیش بینی و برنامه‌ریزی هستند تا از وقوع‌شان جلوگیری شود. مقوله ایمنی و امنیت از دیرباز و حتی در زندگی مدرن همواره یکی از چالش‌های انسان‌ها بوده است. امنیت و ایمنی می‌تواند با حوادث و اتفاقات غیرمنتظره و یا به‌وسیله افراد دیگر به خطر افتد و بدون شک محل سکونت و کار هر فرد، در این میان نقشی تعیین کننده دارد.

خانه از دیرباز نماد امنیت و آرامش بوده است. در صنعت ساختمان اما بسیاری از مسائلی که ایمنی ساکنان را با مخاطره روبه‌رو می‌کند ناشی از نبود مطالعه و برنامه‌ریزی برای حفظ و ارتقاء این عنصر و همچنین کیفیت نامناسب ساخت و مواد و مصالح نامرغوب و غیراستاندارد است؛ برای مثال در ساختمان‌های امروزی، نحوه طراحی و اجرای تاسیسات مکانیکی و الکتریکی و همچنین شبکه‌های توزیع آب، برق، گاز و فاضلاب از عمده‌ترین مواردی هستند که می‌توانند ایمنی ساکنان را تامین کرده یا با مشکل مواجه کنند. علاوه بر آن در طول دوره بهره‌برداری هر ساختمانی، نبود کنترل مداوم و یا توجه‌نکردن به تعمیر و نگهداری این تاسیسات میزان آسیب‌پذیری آن بنا را به شکلی ملموس بالا می‌برد. در ساختمانی که با مطالعه و برنامه‌ریزی از پیش از بهترین مصالح و تجهیزات استفاده شده و همواره متخصصینی برای کنترل و تعمیر هر گونه خرابی حضور دارند، خطر چنین مسائلی به‌شدت کاهش یافته است. به همین دلیل است که به جز مواردی که مربوط به سهل‌انگاری عوامل انسانی بوده است، کمتر خبری از حوادث خانمان‌سوز و یا مشکلات این چنینی در برج‌ها و ساختمان‌های درجه یک جهان شنیده می‌شود. بررسی متناوب و کیفیت بالای ساخت، امنیت ساکنان این مکان‌ها را تضمین کرده است.

در هنگامی که امنیت مربوط به شرایط بیرونی و افراد دیگر باشد، باید دقت بسیار بیشتری صورت گیرد. در شهرهای بزرگ جهان، شهرداری‌ها و سازمان‌های شهری هر سال استانداردها و قواعد مشخصی را برای بهبود و حفظ امنیت ساختمان‌های مسکونی شهری اعلام می‌کنند. برای مثال در اُتاوای کانادا کتابچه‌ای ۳۰ صفحه‌ای برای صاحبان مجتمع‌های مسکونی به چاپ رسیده است که در آن به طور جداگانه به وظایف ساکنان، مدیران و مسئولان شهری به منظور حفظ و ارتقای سطح امنیت و ایمنی ساکنان مجتمع‌ها پرداخته است.

اولین مسئله‌ای که در این کتابچه مورد اشاره قرار گرفته است ترکیب ساکنان یک مجتمع است. در آن جا با توجه کامل به قوانین حقوق بشر در عین حال به صاحبان خانه اجازه داده شده، و از آن‌ها خواسته شده است که با بررسی دقیق کسانی که خواستار سکونت در مجتمع آن‌ها هستند، نسبت به قابل اعتماد بودن و رفتار آن‌ها اطمینان حاصل کنند تا جمعی هم‌سو و متناسب با یکدیگر در یک مجتمع تشکیل شود.

در ادامه این کتابچه با معرفی مفهوم «پیش گیری از جرم با طراحی محیط» به نقش برنامه‌ریزی از قبل و طراحی محیط برای ایجاد امنیت می‌پردازد. در این مفهوم سازندگان ساختمان‌ها باید در سازه خود بالاترین استانداردهای امنیتی همچون انتخاب بهترین نوع قفل، درب‌های مقاوم، تعبیه گاوصندوق درون خانه‌ها و مواردی این چنینی را رعایت کنند. در بیرون از ساختمان و محیط بیرونی نیز نورپردازی کافی، طراحی مسیرهای ورود و خروج به شیوه‌ای ایمن و نصب سیستم‌های نظارتی و دوربین‌های مداربسته مورد تاکید قرار گرفته است.

در هتل برج‌ها اما این موارد باید با دقت و برنامه‌ریزی جدی‌تری از ابتدا در نظر گرفته شود تا مکانی آرام و آسوده برای ساکنانش فراهم کند. ایمنی و امنیت در بخش‌های مجزا با به کارگیری به‌روزترین تکنیک‌ها و همکاری متخصصانی صورت می‌گیرد که در این زمینه سال‌ها تجربه دارند. مطالعات و محاسبات دقیق در کنار کیفیت مصالح و چگونگی اجرا و نظارت بر ساخت، به یک سازه توان مقاومت در برابر زلزله و دیگر حوادث طبیعی را خواهد داد. سیستم‌های

در مجتمعی که با برنامه‌ریزی از پیش از بهترین مصالح استفاده شده و همواره متخصصینی برای حضور و تعمیر هر گونه خرابی حضور دارند، خطرات احتمالی به شدت کاهش می‌یابد

اعلام و اطفاء حریق از ضروری‌ترین نیازهای این هتل برج‌هاست و همچنین نباید از مکانیزم‌هایی مانند پلکان اضطراری استاندارد و سیستم فشار هوای مثبت به‌ساد گی عبور کرد. این تکنیک به‌طور همیشگی و در مواقع بروز حوادثی مانند آتش سوزی با ایجاد فشار مثبت هوا در پلکان اضطراری سلامت ساکنان را تضمین می‌کند.

فراموش نکنیم در برخی پروژه‌هایی که این استانداردها را مراعات نمی‌کنند در صورت بروز حادثه، شاید کسانی که از اصل سانحه لطمه ندیده‌اند نیز دچار آسیب شوند.

در مدیریت یک پارچه چنین مکانی، هر فردی که به عضویت این گروه درمی‌آید باید در کار خود متخصص بوده و در حوزه امنیت این موضوع اهمیت دوچندان دارد. استخدام کسانی که امین و متعهد باشند و از نظر بدنی و تجربه هم قابلیت تامین امنیت ساکنان برج را داشته باشند، کاری مهم و دقیق است. از سوی دیگر، یکی از مهم‌ترین نکاتی که همواره در مبحث امنیت مطرح است این است که امنیت نباید دیده شود، بلکه باید حس شود. وجود سیستم‌های مانیتورینگ و دوربین‌های مداربسته و کنترل شبانه‌روزی آن‌ها از ارکان اساسی ایجاد این حس امنیت است. علاوه بر آن در چنین ساختاری برنامه‌ریزی و آماد گی مدیریت بحران هم نقش اساسی در نحوه مواجهه با حوادث پیش بینی نشده دارد. دست آخر این که خریداران این سبک زند گی هرگز نباید دغدغه حفظ ایمنی و امنیت خود را داشته باشند و باید در آسایش و آرامش به زند گی و کار خود بپردازند.

مرکز درمانی بیلور چارلز سامونز در دالاس آمریکا

نگاهی به هتل‌برج‌های پزشکی

خانه‌ای از جنس دیگر

برای همه ما در زندگی پیش آمده است که نیازمند خدمات حرفه‌ای پزشکی بوده‌ایم. از دیرباز موضوع سلامتی و درمان بیماری‌ها مسئله‌ای جدی برای انسان بوده است. نبود مراکز درمانی قابل‌اعتماد، متمرکز نبودن کلینیک‌های تخصصی، عدم رضایت بیمار و درمانگر از کیفیت فضاهای درمانی، نداشتن فضاهای مکمل درمان و نیز پوشش ندادن همه بیماری‌ها توسط مراکز پزشکی فقط تعداد اندکی از دغدغه‌هایی است که در این حوزه به نظر می‌رسد. از طرفی چون سازندگان یا متولیان این‌گونه مراکز کمتر به رفع دغدغه‌های پزشک و بیمار اهمیت داده‌اند، این مسئله باعث شده است که حتی در صورت بازگشت سلامتی، کمتر کسی از دوران بیماری خود خاطره خوبی به یاد بیاورد. اما امروزه برندهای معتبر و شرکت‌های صاحب سبک، برای رفع این مشکلات هم چاره‌هایی اندیشیده‌اند.

یکی از پروژه‌هایی که اکنون برندهای معتبر در آن فعالیت و بژه‌ای می کنند طراحی و ساخت بیمارستان‌ها و مجتمع های پزشکی متحصربه‌فرد است و هدف اصلی آن‌ها نیز ارائه یک سبک زندگی جدید و خدمات پس از فروش متحصربه‌فرد و در نتیجه جلب رضایت مشتریان است

اگر به بیماری و درمان هم به عنوان بخشی – البته گریزناپذیر – از زندگی نگاه کنیم باید برای بالا بردن کیفیت در آن نیز ایده‌های خلاقانه داشت. نگاه کل گرایانه و سیاست های یک پارچه برندهای پیشرو در دنیا در تمامی جنبه‌های فعالیت‌های آن‌ها نمایان است. برندی که از یک سیاست و نگاه خاص در تولید و ارائه محصول خود پیروی می کند، این سیاست و نگاه را به تمامی خدمات خود تعمیم می دهد. بی شک برندهای معتبر ساختمانی در دنیا نیز با اهدافی که برای خود تعریف می کنند از این شیوه پیروی می کنند. تغییر شیوه زندگی مشتریان و جلب رضایت آن‌ها با ارائه خدماتی منحصربه‌فرد و ویژه، تبدیل به مسئله اصلی و سیاست خاص برخی برندهای معتبر ساختمانی شده‌است.

شعار اصلی برندهای معتبر ساختمانی در هر پروژه‌ای مشتری‌مداری، توجه به کیفیت زندگی و تامین آسایش و رفاه مشتریان است

وقتی صحبت از ارائه یک «سبک زندگی» به مشتریان باشد برای کار، تفریح و سلامت آن‌ها نیز باید برنامه‌ریزی کرد. یکی از پروژه‌هایی که اکنون گروه‌های معتبر ساختمانی در آن فعالیت ویژه‌ای می کنند طراحی و ساخت بیمارستان‌ها یا مراکز پزشکی منحصربه‌فرد است و هدف اصلی آن‌ها نیز ارائه یک سبک زندگی جدید و خدمات پس از فروش منحصربه‌فرد و در نتیجه جلب رضایت مشتریان است. آن‌ها گاهی به این نوع از مراکز نام هتل‌برج پزشکی می دهند که در خود تمامی اهداف شان را نهفته دارد، یک مرکز پزشکی که از مرحله طراحی و ساخت و در طول دوره بهره‌برداری هدفش برطرف کردن نیازهای پیدا و پنهان پزشکان و بیماران است.

شعار اصلی این برندها مشتری مداری، توجه به کیفیت زندگی و تامین آسایش و رفاه برای دو عنصر اصلی یک رابطه درمانی یعنی تیم پزشکی و بیماران است. آن‌ها با ارائه خدماتی فوق‌العاده به هر دو گروه و توجه به خواست‌ها و نیازهای آن‌ها به طراحی، ساخت و بهره‌برداری از پروژه خود می پردازند. در این مراکز علاوه‌بر تجهیزات پیشرفته کلینیکی، به کیفیت خدمات در فرایندهای پیچیده درمانی برای هر دو طرف اندیشیده شده است. وجود سونیت‌ها و اتاق‌های اختصاصی بیماران، امکانات بسیار ویژه برای همراهان بیماران، وجود به‌روزترین و مدرن‌ترین زیرساخت‌های فنی، وجود امکانات رفاهی مانند رستوران، کافی شاپ، مجموعه‌های آبی و سالن‌های اسپا و چندین و چند امکان دیگر، این هتل‌برج‌های پزشکی را تبدیل به انتخاب اول هر پزشک و بیماری می کند.

وجود کلینیک‌های تخصصی مختلف و نیز امکان غربال گری بیماران که یکی از مشکلات بیماران در مراجعه به بیمارستان‌ها است و نیز پذیرش الکترونیکی بیمار، وجود پرونده‌های پزشکی الکترونیکی و ارائه خدماتی از این دست، بخش عمده‌ای از دغدغه‌ها را از بین می برد. نگاه سازندگان باید به آسایش و تامین رفاه عنصر مهم دیگر در یک مجموعه پزشکی یعنی تیم‌های پزشکی نیز معطوف باشد. زیرا پزشکان و متخصصان رکن اصلی این معادله هستند که رفع دغدغه‌های آن‌ها و پاسخ گویی به نیازهای آن‌ها به بالا رفتن بهره‌وری و ارتقای خدمات به بیماران کمک شایانی می کند. از وجود دی کلینیک‌های مجهز گرفته تا مطب‌های شخصی ساخته‌شده براساس نیازهای هر تخصص تا امکانات رفاهی و خدمات بهره‌برداری، همه گستره وسیعی از خدماتی هستند که در هتل‌برج‌های پزشکی برای آن‌ها چاره‌اندیشی شده‌است.

در این گونه مراکز باید امکاناتی از قبیل سرویس‌های انتقال پزشکان به مجتمع، سرو وعده‌های غذایی، مطب‌های مجهز، امکان اطلاع یافتن از وضعیت پرونده‌های بیماران به صورت الکترونیکی، رستوران‌ها و سالن‌های مخصوص پزشکان، مراکز آب درمانی و فضاهای تفریحی و از همه مهم‌تر سالن‌های کنفرانس به منظور برپایی همایش‌های علمی وجود داشته باشد، تا در نهایت هویت جدیدی به نام هتل‌برج پزشکی پدید آمده و آن را علاوه‌بر یک مرکز پزشکی تبدیل به یک مرکز علمی-پژوهشی کند.

در این میان اگر این مفهوم بدیع و جسورانه با کارگردانی یک برند معتبر صنعت ساختمان و نیز حضور سرمایه‌گذارانی که از میان پزشکان هستند و از سود ناشی از ارائه این خدمات بهره می برند پایه‌ریزی شود، باعث می شود که از این هتل‌برج‌های پزشکی به بهترین نحو ممکن نگهداری شود و هر روز در جهت ارتقای هویت و سرمایه آن‌ها تلاش شود. تمامی این خدمات و سیاست‌ها در جهت ارائه شیوه متفاوتی از زندگی است، تا مشتریان، این سبک زندگی جدید را در یک هتل‌برج پزشکی هم تجربه کنند.

نگاهی به مرکز درمانی شارپ مموریال

مرکزی درمانی با خدمات یک هتل

مرکز درمانی شارپ مموریال (Sharp Memorial) در ژانویه سال ۲۰۰۹ تاسیس شـد. این مرکز درمانی ۳۶۸ تخت‌خوابه دارای اتاق‌هـای خصوصی مخصوص بیـماران، کاناپه‌های مخصوص همراه بیماران، سوئیت‌های جراحی بسیار مجهز و مدرن‌ترین مرکز فوریت‌های پزشکی و آسیب‌های روانی در سن‌دیگو در ایالات متحده آمریکا است.

مرکز درمانی شارپ مموریال دارای خصوصیات منحصربه‌فردی است که آن را با هر مرکز درمانی دیگری متمایز می‌کند. ازویژگی های منحصربه‌فرد این مرکز پزشکی می‌توان به مراقبت های پزشکی پیشرفته، مرکز مراقبت های خانواده‌محور، سوئیت‌های جراحی با تکنولوژی فوق‌مدرن و اتاق‌های آی‌سی‌یو مجهز، باغ بسیار زیبا در محوطه مرکز و اتاق‌های اختصاصی بیماران اشاره کرد.

این بیمارستان را به دلیل خدمات بسیاری که ارائه می‌کند معمولا با یک هتل مقایسه می‌کنند. طراحی این بیمارستان کنتراست زیادی با دیوارهای استریل سفید و تجهیزات بسیار بزرگی دارد که وقتی به یک مرکز پزشکی فکر می‌کنیم به ذهنمان می‌رسد. این مجموعه دارای دو مجموعه آسانسور جداگانه برای بیماران و پزشکان و عموم مردم است و دارای پشت‌بامی است که شبیه یک باغ است. تمام اتاق‌های خصوصی امکانات فراوانی را در اختیار همراهان و خانواده بیمار قرار می‌دهد، هر اتاق دارای سرویس بهداشتی و حمام مخصوص به خود است. دیوارهای این مرکز با نقاشی های بسیار مدرن پوشیده شده است. این مرکز پزشکی با ارائه خدماتی هتلی و با شعار ایجاد مرکزی با خدمات یک هتل ۵ ستاره اعتماد بیماران را به خود جلب کرده و این مجموعه را تبدیل به انتخاب اول همه مردم ایالت کالیفرنیا کرده است.

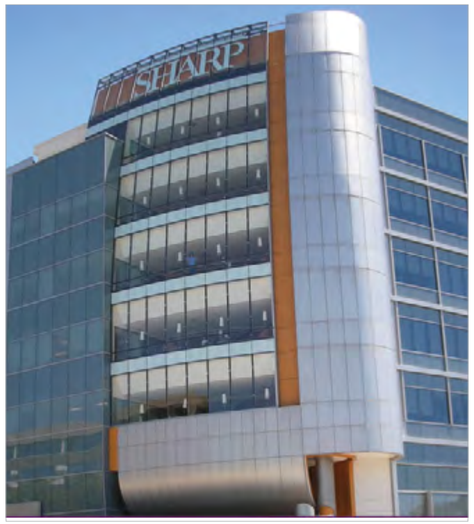
شارپ مموریال همچنین دارای برنامه‌های هنری مخصوص برای معالجه بیماران، استفاده از ربات ها در عمل جراحی، کلینیک درمانی سرطان، مرکز لاغری، برنامه‌های گسترده توان‌بخشی و نیز برنامه‌های مختلف برای معالجه بیماران از طریق طبیعت است.

در هر طبقه از این مرکز یک محوطه بسیار بزرگ برای همراهان و خانواده‌های بیمار در نظر گرفته شده است که در آن قسمت‌های مختلفی برای سرگرم کردن کودکان در نظر گرفته شده است و نیز یک کافه و یک رستوران غذاهای سبک در هر طبقه وجود دارد. همچنین پرسنل آموزش دیده‌ای در هر طبقه قرار دارند که به مراجعان به دقت کمک می‌کنند و به سوالات و نیازهای آن‌ها به‌سرعت پاسخ می‌دهند. دسترسی آسان به اینترنت در تمام محوطه مرکز وجود دارد و تمامی پرونده‌های بیماران و ارتباطات درون این مرکز به صورت الکترونیکی انجام می‌پذیرد و هر بیمار یک پرونده مفصل و مخصوص به خود را داراست.

علاوه بر این یک باغ بسیار بزرگ در انتهای لابی این مرکز پزشکی قرار دارد که بیماران و همراهان آن‌ها می‌توانند در آن به آرامش برسند و بودن در یک بیمارستان را از ذهن خود برای مدتی خارج کنند. همچنین بیماران و پرسنل پزشکی می‌توانند از نور طبیعی این محوطه سبز، رنگ های گرم موجود در آن و آثار هنری موجود در آن بهره ببرند. در اتاق‌های بیماران و اتاق‌های خانواده‌های بیماران پنجره‌های سرتاسری وجود دارد که این امکان را به افراد می‌دهد که از نور طبیعی استفاده کنند و از منظره پیرامونی این مرکز لذت ببرند. همچنین خدماتی اختصاصی برای بیماران و پزشکان وجود دارد که از آن‌ها می‌توان به پخش موسیقی مورد نظر هر بیمار یا هر پزشک و سرو غذای مورد نیاز آن‌ها اشاره کرد. هر بیمار بدون نیاز به ترک تخت خود می‌تواند پرستار را خبر کند، پرده‌های پنجره‌ها را بالا ببرد یا پایین بیاورد، تخت خود را با استفاده از کنترل در وضعیت‌های مختلف قرار دهد و به تماشای برنامه‌های یک تلویزیون ۳۲ اینچی بپردازد.

این مرکز درمانی به نیازهای پزشکان نیز توجه جدی کرده است و امکانات زیادی را برای آن‌ها فراهم کرده که از آن‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: وجود مطب‌های بسیار مجهز، سرو وعده‌های غذایی مختلف، سرویس حمل و نقل، وجود قسمت‌های تفریحی برای پزشکان مانند رستوران، استخر و غیره.

این مرکز پزشکی با ارائه خدماتی هتلی و با شعار ایجاد مرکزی با خدمات یک هتل ۵ ستاره اعتماد بیماران را به خود جلب کرده است



هتل برج پزشکی

مرکز درمانی شارپ مموریال (Sharp Memorial) در ژانویه سال ۲۰۰۹ تاسیس شد. این مرکز درمانی ۳۶۸ تخت‌خوابه دارای اتاق‌های خصوصی مخصوص بیماران، کاناپه‌های مخصوص همراه بیماران، سوئیت‌های جراحی بسیار مجهز و مدرن‌ترین مرکز فوریت‌های پزشکی و آسیب‌های روانی در سن‌دیگو در ایالات متحده آمریکا است. از ویژگی های منحصربه‌فرد این مرکز پزشکی می‌توان به مراقبت‌های پزشکی پیشرفته، مرکز مراقبت‌های خانواده‌محور، سوئیت‌های جراحی با تکنولوژی فوق‌مدرن و اتاق‌های آی‌سی‌یو مجهز، باغ بسیار زیبا در محوطه مرکز و اتاق‌های اختصاصی بیماران اشاره کرد.

جایگاه برند و برندینگ

نام‌های آشنا

طبق تعریف بنیاد بازاریابی آمریکا، یک برند یک نام، اصطلاح، علامت، نماد و یا هر ویژگی است که کالا یا سرویس یک فروشنده را از فروشنده دیگر متمایز می‌کند. واژه «برند» از لغت نروژی brandr، به معنای سوختن (burn)، می‌آید.

اصطلاحات برند و برندینگ امروزه کاملا در گفتار روزمره استفاده می‌شوند. اما، همچنین گاهی این اصطلاحات غلط تفسیر می‌شوند. در سال‌های اخیر، برندینگ به بخشی اساسی و جدایی ناپذیر در کمپانی‌ها، سازمان‌ها و حتی افراد تبدیل شده است و امروزه این مسئله با کارکردهای یک کمپانی مرتبط است، و اگر یک برند آسیب ببیند، کمپانی هم آسیب خواهد دید. به عبارت دیگر، یک برند قدرتمند ارزش یک کمپانی را بالا می‌برد. اما یک برند دقیقا چیست؟ برند فراتر از یک لوگو یا یک نام است. یک برند «شخصیت» یک کمپانی را ارائه می‌کند و رابط (میانجی) کمپانی و مخاطبانش است. یک برند ممکن است به طرق مختلف با مخاطبانش ارتباط برقرار کند: از آنچه می‌بینیم و می‌شنویم، از تجربیات فیزیکی من با آن برند و درک و احساس کلی که نسبت به یک کمپانی داریم. یک برند چیزهای قابل لمس و غیرقابل لمس را درهم می‌آمیزد و تقریبا در همه چیز کاربرد دارد – یک فرد (دیوید بکام)، یک شغل (اپل، کوکاکولا، مایکروسافت)، یک کشور یا حتی یک ایده («مبارزه با تروریسم» جورج بوش و شعار «بریتانیای خنک» در دهه ۱۹۹۰). محصولات، سرویس‌ها و افراد یک سازمان یا واحد همگی بخشی از برند هستند و بر شیوه‌های که مخاطبان با برند مورد نظر تعامل می‌کنند و آن را درک می‌کنند تاثیر می‌گذارد.

بررسی اصول برندینگ مقدمه‌ای است برای شناخت فرایند خلق و توسعه برندها. امروزه برندینگ به زندگی روزمره جوامع راه یافته است و نسبت به گذشته بر بخش‌های بیشتری در رقابت برای جذب و افزایش مخاطب تاثیر می‌گذارد. البته این موضوع دیگر فقط محدود به کمپانی‌ها نیست: امروزه دانشگاه‌ها، بنیادهای خیریه، صنایع و هنرها از تکنیک‌های برندینگ استفاده می‌کنند، همچنان که کشورها، شهرها، اشخاص معروف و افرادی که می‌خواهند خود را برندسازی دوباره کنند از برندینگ استفاده می‌کنند. برندها به ما اطمینان می‌دهند، قدرت انتخاب می‌دهند، تصویری از دانش و خرد به ما نشان می‌دهند و صدها ویژگی از محصول را به ما نشان می‌دهند. برندهای موفق پویا هستند و خود را با هر شرایطی وفق می‌دهند. یک برند فقط یک محصول زیبا نیست.

گسترش یک برند ماندگار در بازار نیازمند درکی عمیق است از اینکه چگونه آن شغل، سازمان یا فرد عمل می‌کند. فرایند برندینگ از طریق تعریف کردن جایگاه کمپانی در بازار (شامل جایگاهش در میان رقیبان) و جهت دادن و ایجاد یک بینش در آن شغل به کسب‌وکار یک استحکام و استواری می‌دهد. وقتی این اتفاق بیافتد استراتژی برند فرمولیزه می‌شود و به عنوان نقشه راه برای شغل عمل می‌کند و فضاهای دیگری برای مخاطبان و ارزش‌های برند به وجود می‌آورد. خلاصه اینکه، یک برند چکیده ارزش مرکزی کمپانی است و آرزوها و اهداف آن را نشان می‌دهد. برند باید بازتابی درست و دقیق از شغل و برای کارکنان و نیز مخاطبان واضح باشد.

انعطاف‌پذیری و انطباق‌پذیری ویژگی‌های کلیدی هر برندی هستند که می‌خواهد در بازار جهانی و جامعه دائما در حال تغییر، ماندگار باشد. این موضوع به این معنی نیست که یک برند وقتی وارد شرایط اقتصادی جدید و یا یک بازار تازه می‌شود برندسازی دوباره کند. اما، یک کمپانی جایگاه خود را با مخاطبان جدید منطبق می‌کند، به‌ویژه وقتی وارد بازارهای جدید می‌شود. برای مثال، کمپانی الکترونیکی کره‌ای، سامسونگ، در ابتدا در اروپا در دهه ۱۹۹۰ به عنوان یک برند کم‌مایه شناخته می‌شد، زیرا محصولاتش ارزان‌تر بود. در حالی که در مسکو، به عنوان برند نخبگان مطرح بود. امروزه سامسونگ رقیب سونی به عنوان یک برند الکترونیکی باکیفیت است.

یک برند برای اینکه سازگار با مخاطبانش باقی بماند باید در برابر تغییرات موجود در گرایشات و تمایلات اجتماعی واکنش نشان دهد. تغییرات مهم قرن حاضر تاکنون شامل گسترش سریع شکل‌های جدید تکنولوژی، همچون شبکه‌های رسانه‌ای اجتماعی و واکنش‌ها به موضوعات جهانی مانند تغییرات آب و هوایی است. تحولات در جامعه، و نیز تکنولوژی‌های جدید، دگرگونی‌های مهمی در رابطه میان برندها و مخاطبانشان در دهه گذشته ایجاد کرده است. موانع زیادی از بین رفته است و بسیاری از برندها به جای ارتبط کلامی مستقیم با مخاطبان‌شان به آن‌ها نزدیک می‌شوند و خود را درگیر مسائل آن‌ها می‌کنند.

یک برند «شخصیت» یک کمپانی را ارائه می‌کند و رابط (میانجی) کمپانی و مخاطبانش است

برندها سه کارکرد ابتدایی دارند: کارکرد اول هدایت است؛ برندها به مشتریان کمک می‌کنند تا از میان گزینه‌های زیاد و گیج کننده یکی را انتخاب کنند. کارکرد دوم اطمینان‌آفرینی است؛ برندها کیفیت واقعی محصول یا سرویس را منتقل می‌کنند و به مشتریان اطمینان می‌دهند که انتخاب درست را انجام داده‌اند. و در نهایت کارکرد سوم برند درگیر کردن مشتری است؛ برندها از تصاویر، زبان و تداعی‌های غریزی استفاده می‌کنند تا مشتریان را تشویق کنند تا خود را با برند یکی بدانند.

برندهای ساختمانی و مسئله اعتماد

اعتماد افزایی شرط موفقیت

آگاهی روزافزون مشتریان و رقابت برندهای مختلف در بازار مسئله اعتمادافزایی مشتریان به برندهای ساختمانی را تبدیل به امری مهم و حیاتی کرده است. همان‌طور که اگر به یک نفر اطمینان نداشته باشید به او اعتماد نخواهید کرد، مشتریان به برند ساختمانی‌ای که به آن اطمینان ندارند نیز اعتماد نخواهند کرد. در نتیجه محصولات یا خدمات برند را خریداری نخواهند کرد، به برند وفادار نخواهند ماند و تبلیغ برند ساختمانی را به دیگران نخواهند کرد.

اعتمادبخشی به مشتری یکی از مهم‌ترین مولفه‌ها در صنعت ساختمان است. مهم‌ترین کیفیتی که یک برند ساختمانی به توسعه آن به‌عنوان بخشی از استراتژی خود نیاز دارد اعتماد مشتری به وعده‌های برند است. به عبارت دیگر، مشتریان نیاز دارند تا از این مسئله که برند ساختمانی وعده‌های خود را در همه جنبه‌ها عملی و انتظارات او را برآورده خواهد کرد اطمینان کامل حاصل کنند. حتی تغییر بسیار جزئی در قول‌ها و زمان‌بندی‌های یک برند ساختمانی باعث می‌شود تا مشتری اعتماد خود را نسبت به برند از دست دهد. مثلا کافی است سازنده، طبق روال رایج در سرزمین ما، چند ماه تحویل واحدهای خود را به تاخیر بیاندازد. همین مسئله تمام برنامه‌ریزی‌های سرمایه‌گذارانه خریدار را به هم خواهد ریخت و چیزی از اعتماد او به جای نخواهد گذاشت. یا اینکه مشتری پس از مدتی دریابد که مصالح به کار رفته در ساختمان، آن چیزی نبوده که باید. به گمان شما چنین مشتری‌ای بار دیگر به این برند اعتماد خواهد کرد؟

یکی از مولفه‌های اصلی اعتماد مشتریان به برند ساختمانی، ثبات برند است. ثبات در کار باعث می‌شود مشتری به خدمات برند اعتماد کند. عدم ثبات باعث سردرگمی مشتری می‌شود. یکی از نکات بسیار مهم در مسئله ثبات، میزان رضایت مشتری از خدمات قبلی برند است. در صنعت ساختمان این مسئله بسیار بااهمیت‌تر است چراکه مشتری با یک ساختمان مواجه است و اگر این محصول مشکل یا نقصی داشته باشد به راحتی نمی‌تواند از آن آگاهی پیدا کند. اما اگر محصول قبلی (در اینجا ساختمان) از کیفیت بالایی برخوردار باشد و اعتماد مشتریان قبلی را جلب کرده باشد، مشتری با خیالی راحت‌تر به برند ساختمانی اعتماد خواهد کرد.

از مولفه‌های مهم اعتمادافزایی در مشتریان در صنعت ساختمان شفافیت و صداقت در حرف‌ها و تبلیغات برند است. قطعا همه برندها ساختمان خود را تبلیغ می‌کنند و حرف‌های زیادی در مورد ویژگی ساختمان‌های خود به مشتریان بالقوه می‌زنند؛ اما چیزی که یک برند موفق را از یک برند ناموفق متمایز می‌کند تطابق این تبلیغات و گفته‌ها با ساختمان واقعی است. برند باید مشتری خود را در جریان ریز امور قرار دهد. باید به مشتری بگوید از چه مصالحی استفاده کرده، ویژگی‌های واحدها چیست، خدمات داخل ساختمان چه چیزهایی هستند و تمام آن چه در قرارداد ذکر شده است تمام و کمال در محصول واقعی به کار گرفته شده است. مشتری باید احساس کند در تمام مراحل پروژه حاضر و ناظر بوده است. امروزه نمی‌توان از برند در صنعت ساختمان حرف زد اما موضوع خدمات پس از فروش را نادیده گرفت. برندهای معتبر در صنعت ساختمان خدمات پس از فروش ویژه و گسترده‌ای را برای مشتریان خود در نظر می‌گیرند. آن‌ها در تمام مراحل پس از سکونت مشتریان در واحدهای خود او را همراهی می‌کنند و تمام مشکلات و نیازهای او را زیر نظر دارند. از کوچک‌ترین مسائل گرفته تا نیازهای مهم مشتریان در این خدمات لحاظ شده است و در نتیجه مشتری می‌تواند با خیالی آسوده در ساختمان خود زندگی کند و از محصول خریداری شده رضایت کامل را داشته باشد. قطعا تمام این موضوعات در افزایش اعتماد او به برند ساختمانی مورد نظر نقشی اساسی بازی خواهد کرد.

مشتریان نیاز دارند تا از این مسئله که برند ساختمانی وعده‌های خود را در همه جنبه‌ها عملی و انتظارات او را برآورده خواهد کرد اطمینان کامل حاصل کنند

مولفه حیاتی دیگر در جلب اعتماد مشتری رعایت اصول و استانداردهای بین‌المللی در ساخت است. امروزه آگاهی و اطلاعات مشتریان به دلیل گسترش روزافزون خدمات ارتباط جمعی از طریق ماهواره‌ها، رسانه‌های گروهی و اینترنت بسیار افزایش یافته است. مشتریان امروزه به‌راحتی می‌توانند از بهترین و باکیفیت‌ترین محصولات ساختمانی آگاهی پیدا کرده و آن‌ها را با ساختمان‌های موجود در پیرامون خود مقایسه کنند. برندهای ساختمانی موفق با آگاهی از این مسئله و تطابق محصولات و خدمات خود با استانداردهای جهانی مشتریان خود را در انتخاب خانه خود یاری کرده و به او اعتماد می‌دهند.

جایگاه خدمات پس از فروش در صنعت ساختمان

کلید اعتمادبخشی

خدمات پس از فروش در دنیای مدرن تبدیل به موضوعی عادی و جاافتاده شده است. اما مسئله خدمات پس از فروش در صنعت ساختمان موضوعی جدید است. برندهای معتبر ساختمانی از این خدمات برای جلب اعتماد و رضایت مشتری استفاده می کنند. اما این کار به چه صورت انجام می پذیرد؟

خدمات پس از فروش برندها عمر خیلی طولانی ندارد و به‌عنوان یکی از مفاهیم جدید در دنیای امروز شناخته می شود. خدمات پس از فروش امروزه در محصولات بسیاری وجود دارد؛ از محصولات الکتریکی گرفته تا محصولات کم‌مصرف‌تر. اما خدمات پس از فروش در صنعت ساختمان عمر کوتاهی دارد و امروزه تنها برج های معدودی از این خدمات استفاده می کنند. به عبارت دیگر، برندهای معتبر در صنعت ساختمان مانند صنایع دیگر برای ایجاد اعتماد در مشتریان و فراهم آوردن محصولی بهتر و پرطرفدارتر خدمات پس از فروش را به خدمات خود اضافه کرده‌اند. در صنعت ساختمان این هتل برج ها هستند که از خدمات پس از فروش به مشتریان خود استفاده می کنند. اما چگونه این نوع خدمات در یک هتل برج ارائه می شود و مزایای آن‌ها چیست؟

مهم‌ترین مسئله‌ای که مشتریان در خرید یک واحد ساختمانی با آن مواجه‌اند اعتماد به آن است. مشتریان می خواهند پیش از خرید یک محصول ساختمانی از خرید خود مطمئن باشد، چراکه پول زیادی را صرف خرید یک واحد ساختمانی می کنند. آن‌ها می خواهند از کیفیت مصالح موجود در ساختمان، همسایه‌ها، محل زندگی و نیز قیمت مناسب ساختمان مطمئن شوند. اینکه مشتریان برای خرید یک واحد مسکونی یا محل کار چندین روز و گاهی چندین ماه را صرف گشتن و بازدید از مکان‌های مختلف می کنند تا از خرید خود مطمئن باشند موید همین نکته است. هتل برج ها با ارائه خدمات پس از فروش تمام این مشکلات را برطرف کرده‌اند. مشتریان با خرید یک واحد در یک هتل برج کیفیت زندگی یا کار خود را برای چندین سال تضمین می کنند.

برندهای معتبر ساختمانی محصول خود را تضمین می کنند و چندین سال پس از سکونت مشتری به او خدمات ارائه می دهند. ارائه خدمات پس از فروش در یک برج هزینه فراوانی و هنگفتی برای شرکت ساختمانی دارد، از این رو برندهای ساختمانی معتبر با آگاهی از این موضوع سعی می کنند پروژه خود را از بهترین مصالح و تجهیزات و توسط بهترین مهندسان معمار، طراحان داخلی و با دقیق‌ترین محاسبات و برنامه‌ریزی بسازند تا در ارائه خدمات پس از فروش متحمل هزینه‌های کمتری شوند. این مسئله هم به نفع مشتری است، چراکه ساختمانی با بهترین کیفیت خریداری می کند، و هم به نفع سازنده. از طرفی این موضوع فرهنگ جدیدی را در صنعت ساخت وساز به وجود می‌آورد، چراکه برندهایی که خدمات پس از فروش ارائه می دهند، برای کاهش هزینه‌هایی که این نوع خدمات دارند، محصول خود را از بهترین مصالح و توسط بهترین مهندسان می سازند و در نتیجه دیگر لزوما نیازی به وجود یک سازمان نظارتی و یا قوه قهریه نیست و صنعت ساخت وساز به یک خود کنترلی، بدون نیاز به بخش نامه، بازرسی و نظارت هر سازمانی، دست می یابد.

> مشتریان با خرید یک واحد در یک هتل‌برج کیفیت زندگی یا کار خود را برای چندین سال تضمین می کنند

متاسفانه در کشور ما این فرهنگ بسیار نوپاست و برندهای ساختمانی بسیار اندکی از چنین رویکردی در ارائه خدمات خود استفاده می کنند. هنوز هم خریداران بسیاری هستند که از فردای روزی که واحد مورد نظرشان را تحویل می گیرند، دست‌شان از همه جا کوتاه است. قراردادهای رایج فروش نیز در این زمینه هیچ وظیفه‌ای به عهده فروشنده نمی گذارند. به همین خاطر است که رواج بحث خدمات پس از فروش می تواند انقلابی تازه در صنعت ساختمان به پا کند. خدمات پس از فروش کلید اعتماد مشتری به شرکت ساختمانی است و این امر هر روز بااهمیت‌تر می شود، چراکه مشتریان روزبه‌روز نیازهای جدیدتری پیدا می کنند و برند ساختمانی‌ای در این امر موفق خواهد بود که گام به گام با نیازهای مشتری پیش رود.

احترامی متفاوت برای زندگی

خدمات شبانه روزی، ویژه ساکنان هتل برج‌های مسکونی باران