

به نام خداوند بخشنده مهربان



فصلنامه داخلی ایران مال

شماره ۱، پاییز ۱۳۹۹

www.iranmall.com



ایران مال

اداره کل روابط عمومی



۲۴گردشگری، کره گرفتن از آب
 ۲۶یک روز با مژده لواسانی
 ۳۰هجوم ایران مال برای تکرار قهرمانی
 ۳۳تفاوت های معماری در فضای مدرن تجاری
 ۳۶از کاروانسراها تا هتلداری در ایران
 ۳۸جهش تولید و اثر آن بر بازار خرده فروشی
 ۴۲خواهر دلبر فرمانیه
 ۴۴تابستان گرم فرهنگی
 ۴۷با همکاران

۴سرمقاله
 ۶بانک آینده بر بال های ایران مال
 ۱۰ایران مال همراه مردم در روزهای سخت
 ۱۲بازتاب رسانه ای نگاهتگاه ایران مال
 ۱۴ورزش، عنصر تکمیل کننده خوشنامی ایران مال
 ۱۷نسل چهارم شهر کتاب
 ۱۸ارسی، از جنس تاریخ به رنگ زندگی
 ۲۵کفش وین، خاطره ای از گذشته و آینده ای درخشان
 ۲۲پای صحبت شما



جدید

مدیر مسوول: مرتضی عُزقی
 سر دبیر: حسین سفاری
 مدیر هنری: محمّد مهدی درویشان پور
 ویراستار: مریم ربیعی
 عکس: محمّد نوروزی
 عکس روی جلد: میلاد پیامی

همکاران این شماره:

سید امیر حسین لوسانی، مجید غلامرضایی، رسول خوش عقیده منصور محمّد طاهری، مهدی معظمی، مهرنوش بیات، فاطمه کلانتری، سامره معظم، الهه رضایی، مینا نوروزی، محمد مهزیز زینه همتا قوایی، مسعود اصغری



ایران مال
 ادواتل روابط عمومی

فصلنامه داخلی ایران مال

آدرس دفتر مرکزی
 تهران، انتهای بزرگراه شهید همت
 بزرگراه شهید خرازی، ایران مال
 اداره کل روابط عمومی
 کد پستی: ۱۴۹۶۹۱۶۷۷
 تلفن: ۰۲۱ - ۴۶۵۲۵۰۳۸
www.iranmall.com
info@imcc.ir
[@the_iranmall](https://www.instagram.com/the_iranmall)

طلب جام جم و تمنا از بیگانه

مرتضی عرفی

فرصت برای رسانه و تصویر و قلم برای معرفی
ایران مال فراهم است.



از مهم‌ترین دغدغه‌هایم نمایش تصویری حقیقی و منصفانه از کشورم بود. هشت سال جنگ تحمیلی و سال‌ها حمایت راهبردی و لجستیکی غرب از گروه‌های تروریستی، ایران را به یکی از قربانیان ترور و جنگ تبدیل کرد، اما این قربانی دوباره سربلند کرد و ایستاد. وقتی مقابله مستقیم جواب نداد، نوبت به جنگ اراده‌ها و ایده‌ها رسید. رویارویی‌ها و مواضع نظام جمهوری اسلامی در برابر نظام سلطه، در طول چهل سال گذشته، باعث شد تا رسانه‌های غربی مدام در تلاش برای نمایش تصویری غیرواقعی و سیاه از ایران باشند. با این رویکرد، ایران‌هراسی به گرایشی بسیار قدرتمند در رسانه‌های جریان اصلی غرب (Mainstream) تبدیل شد و ابعاد گوناگونی پیدا کرد.

امروز رسانه‌های بیگانه ایران را در بُعد سیاسی، کشوری مستبد و جنگ‌طلب نمایش می‌دهند و در بُعد اقتصادی نیز فقط روی نقاط ضعف متمرکز شده‌اند. البته در این میان، یکی از تأثیرگذارترین تلاش‌ها برای سیاه نشان دادن تصویر ایران، در بُعد فرهنگی و اجتماعی شکل گرفته است. بیشترین محتوای موجود در حوزه متن، تصویر و ویدئو و سینما و تلویزیون درباره ایران، حاوی مفاهیمی چون خشونت، عقب‌ماندگی فرهنگی و اقتصادی و مخالفت ایران با پیشرفت‌های روز دنیاست.

برای خبرنگار فرقی ندارد در دل حادثه باشد یا در امن‌ترین جای جهان. دغدغه اصلی‌اش نمایش واقعیت‌های محیط اطراف است. این گاهی در خط مقدم جنگ محقق می‌شود و گاهی در مقر سازمان ملل متحد. در سال‌های طولانی که به‌عنوان خبرنگار در کشورهای مختلف دنیا حضور داشتم، یکی



در زمینه تولید محتوای ایجابی و مثبت با سال ها کوتاهی و غفلت مواجهیم

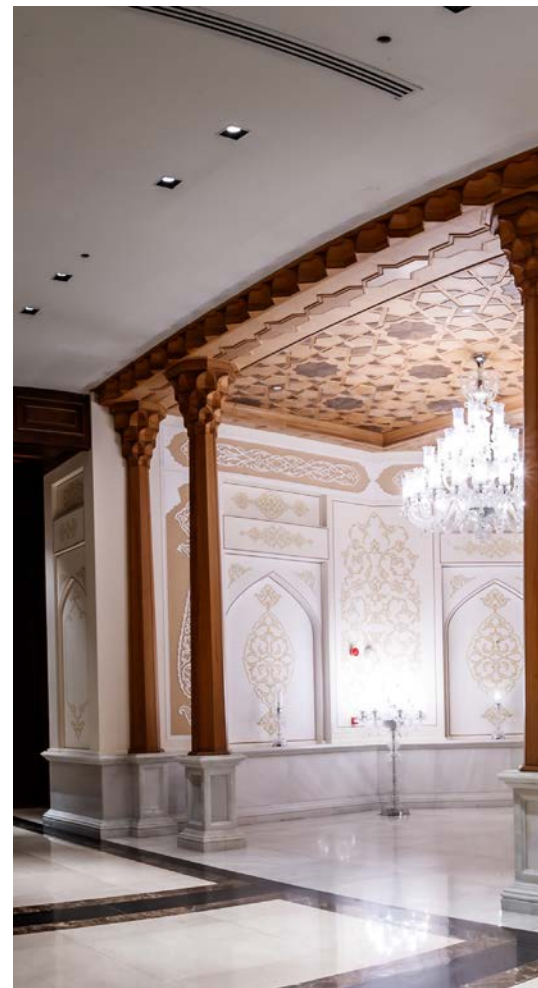
«بازار بزرگ ایران»، در این شرایط خاص، از جهات مختلفی اهمیت دارد. ساخت فناوریانه این بازار که منطبق با آخرین دستاوردهای مهندسی ایرانی و در مرز دانش جهانی است، تصویر برساخته و غلط از ناتوانی ایران را به آسانی تغییر می‌دهد و باعث می‌شود گردشگران خارجی، اوج توانمندی‌های ایران را در حوزه‌های مختلف مهندسی و دانش تجارت، درک کنند. از سوی دیگر، بهره‌گیری از سنت‌های دیرین معماری و شهرسازی ایرانی در «بازار بزرگ ایران»، آن را تبدیل به مجموعه‌ای منحصر به فرد کرده است. درست است که زیربنای عظیم بازار، مساحت قابل اجاره ناخالص (GLA) آن و تنوع امکانات مختلف تجاری، تفریحی، اقامتی، ورزشی و نمایشگاهی، همه و همه عواملی برای ممتاز شدن این مجموعه هستند، ولی یگانه عاملی که این بازار را چون گوهری ناب از نمونه‌های دیگر متمایز کرده است، نقش آفرینی حکیمانانه هویت اصیل ایرانی در فرایند ساخت و بهره‌برداری است. مکان‌هایی چون مسجد جامع محمد رسول الله (ص)، باغ ایرانی، بازار سنتی، تالار آینه، شربتخانه و حمام سنتی، هر کدام روایتگر بخشی از پیشینه عمیق و دیرین معماری و شهرسازی ایرانی‌اند که با درایت سازندگان، در این پروژه عظیم، احداث شده‌اند.

اکنون می‌توان به صراحت گفت که بازدید از بازار بزرگ ایران می‌تواند در تغییر نگاه گردشگران سراسر دنیا به ایران نقشی مهم ایفا کند. کنایه آمیز است که امروز فعالان سخت‌افزاری در حوزه ساخت‌وساز، در ارائه تصویر درست از ایران و مقابله با ایران‌هراسی، از فعالان نرم‌افزاری، یعنی تولیدکنندگان محتوای رسانه‌ای و تبلیغی، سبقتی معنادار گرفته‌اند. حالا نوبت رسانه، تصویر و قلم است تا امانتی را که مؤسسان و سازندگان «بازار بزرگ ایران» به دست مردم رسانده‌اند، به درستی معرفی کند. امیدوارم نشریه «حجره» گامی مثبت و اثرگذار برای تحقق این هدف باشد.

متأسفانه در زمینه تولید محتوای ایجابی و مثبت، به خصوص به زبان‌های خارجی، با سال‌ها کوتاهی و غفلت مواجهیم. در این زمینه، همه باید احساس مسئولیت کنند؛ خصوصاً فعالان رسانه‌ای کشور که باید تلاش کنند تا در جبران این عقب‌ماندگی‌ها، نقش آفرین باشند.

ایران عزیز جاذبه‌های بسیاری برای معرفی به دنیا دارد. عناصر قدرت آفرین متعددی برای نمایش به دنیا وجود دارد تا نشان دهد کشور در این سال‌ها، با توسعه‌ای همه‌جانبه پیش رفته و تلاش کرده است عدالتی نسبی را هم‌تراز با این توسعه، فراهم کند. در مقابل همه کم‌کاری‌های فرهنگی و رسانه‌ای برای نمایش موفقیت‌های ایران، با انبوهی از تلاش‌های فعالان اقتصادی و کارآفرینان در کشور روبه‌رو هستیم که هر کدام قابلیت این را دارند تا به‌عنوان یک پروژه قدرتمند رسانه‌ای، برای پاسخ به القائات غربی، جریان‌ساز شوند. «بازار بزرگ ایران» یکی از مظاهر همان پروژه‌های عظیم و جریان‌ساز است. امروزه مال‌ها یکی از عناصر اصلی تنوع و تجارت در دنیا هستند و به دلیل فناوری‌های خاص به‌کاررفته و جاذبه‌های خدماتی و گردشگری، به‌تنهایی تبدیل به یکی از جاذبه‌های مهم شهرها و علت مسافرت‌ها شده‌اند. کافی است به مکالمات‌های ساخته‌شده در کشورهای حاشیه خلیج فارس نگاه

کنیم تا نقش انکارناپذیر آن‌ها را در جذب گردشگر و هویت‌سازی فرهنگی درک کنیم. کشورهایی با پیشینه تاریخی کمتر از نیم‌قرن با ساخت این امکانات و مال‌ها تلاش کرده‌اند تا به تعریفی جدید برای گردشگران و هویتی نوساخته برای هم‌وطنانشان برسند. این سیاست تا حدود زیادی با موفقیت همراه بوده است. برخی از این کشورها با وجود ضعف‌های مفرط در انباشته‌های فرهنگی و تاریخی، کوشیده‌اند تا عناصری هویت‌ساز پیش‌روی دنیا قرار دهند. در چنین شرایطی، کم‌کاری ما در معرفی هزاران سال فرهنگ ایرانی و اسلامی، عجیب و بهت‌آور است.





بانک آینده

AYANDEH BANK

پرواز بانک آینده

با بال های ایران مال

در ماه های اخیر در فضای رسانه های کشور تلاش مرموز و البته بی نتیجه رسانه های آغاز شد تا به اعتبار بانک آینده به عنوان مالک اصلی بازار بزرگ ایران آسیب برسانند. این تلاش در واقع نتیجه معکوس داد و موجب افزایش قیمت سهام بانک آینده و همچنین به گواه اسناد موجب رشد چشمگیر حجم سپرده ها و افزایش صدها هزار نفری آمار سپرده گذاران بانک آینده شد. با این حال بد ندیدیم برای بیشتر روشن شدن اذهان اشاره ای گذرا به این ماجرای رسانه ای کنیم.

آغاز داستان، جو سازی های رسانه ای علیه بانک آینده

اواسط مرداد ماه بود که برخی رسانه ها مدعی بروز تخلف در ارائه تسهیلات در بانک آینده در فاصله سال های ۹۵ تا ۹۸ شدند. ادعای این رسانه ها آن بود که بانک آینده بیش از سقف مجاز وام داده است. حتی گفته شد سقف تسهیلات دهی بانک آینده ۴۰۰ میلیارد تومان بوده اما تنها ۱۷ هزار میلیارد تومان یعنی بیش از ۴۰ برابر به ایران مال وام داده شده است. این رسانه ها مدعی شدند در واکنش به افشای این وام کلان مالکیت ایران مال به بانک آینده داده شده است تا جبران کننده بدهی به بانک آینده باشد.

پاسخ بانک آینده:

ایران مال یک دارایی ارزشمند و بی بدیل است

در واکنش به این فضا سازیها روابط عمومی بانک آینده وارد میدان شد و با پاسخ به شبهات مطرح شده تاکید کرد: مجتمع چندمنظوره، تجاری، تفریحی، گردشگری، ورزشی، خدماتی و فرهنگی ایران مال بر اساس اسناد، از همان ابتدا به صورت کامل، متعلق به بانک آینده بوده است. بانک آینده با تکذیب ادعای «انتقال مالکیت ایران مال به بانک آینده برای تسویه بدهی با تصویب شورای پول و اعتبار» تصریح کرد احداث پروژه بازار بزرگ ایران (ایران مال)، از شروع به کار بانک تا در پایان سال ۱۳۸۸ آغاز شده و پس از آن، طی فرآیند ادغام و تأسیس بانک آینده و انتقال دارایی ها و بدهی ها، به بانک آینده منتقل شده است.

این در حالی بود که جدیدترین کارشناسی رسمی کانون کارشناسان رسمی دادگستری، ارزش ایران مال را بسیار بیشتر از بهای تمام شده آن و یک دارایی ارزشمند و بی بدیل اعلام کرده بود که حسب توافق با بانک مرکزی و دستگاه های نظارتی، با رعایت موازین قانونی، به زودی نزد سازمان بورس کشور، ثبت خواهد شد.

روابط عمومی بانک آینده پاسخ شبهات مربوط به زیان بانک آینده را هم از پروژه ایران مال داده بود. براساس گزارش تایید شده سامانه کدال، کاهش قابل توجه ۷۰ درصدی زیان بانک آینده، رشد ۲۷ درصدی سود وجه التزام تسهیلات اعطایی، رشد ۵۸ درصدی سود حاصل از سرمایه گذاری ها و

کانون کارشناسان رسمی دادگستری، ارزش ایران مال را بسیار بیشتر از بهای تمام شده آن و یک دارایی ارزشمند و بی بدیل اعلام کرده است



ایران مال، سهام شرکت توسعه بین الملل ایران مال (سهامی عام) در آینده‌ای نزدیک در بازار سرمایه کشور، عرضه خواهد شد.

قیمت ایران مال چقدر است؟

جدیدترین قیمت ایران مال که حدود دی ماه سال ۹۸ به شکل کارشناسی تعیین شده، بیش از ۸۰ هزار میلیارد تومان بوده است. این در حالی است که با تغییرات قیمتی در سال ۱۳۹۹ اکنون این رقم را می‌توان بسیار بیشتر از ۱۰۰ هزار میلیارد تومان در نظر گرفت. اگر قیمت تمام شده پروژه ایران مال را ۶۵ هزار میلیارد تومان و ارزش روز این شرکت را حدود ۱۰۰ هزار میلیارد تومان در نظر بگیریم، مانند همه سهامداران و سپرده گذاران بانک آینده متوجه می‌شویم که سود خوبی نصیب بانک آینده شده است.

مدیرعامل بانک آینده : مخالف بنگاهداری هستیم

در پایان همه این گفت و شنودها مدیرعامل بانک آینده مصاحبه‌ای کرد که پایان بخش همه گمانه زنیهای رسانه‌ای محسوب می‌شد. آقای فطانت مدیرعامل بانک آینده در این گفتگو بنگاهداری بانک‌ها را نامطلوب دانست و افزود: ماهیت بنگاهداری در بانک آینده متفاوت است چرا که این بانک از بدو تاسیس صاحب دارایی‌هایی بوده که در واقع از موسسات مالی و اعتباری ادغام شده به بانک به ارث رسیده است.

محمد فطانت بانک آینده را یکی از قدرتمندترین بانکهای کشور توصیف کرد و گفت: نگاه بانک آینده به دارایی‌هایش، مولدسازی و در نهایت فروش آنهاست به گونه‌ای که منابع برای ارائه تسهیلات در جهت افزایش جهش تولید آزاد شود.

مدیرعامل بانک آینده با رد برخی فضا سازیهای رسانه ای درباره اینکه ایران مال قبلا متعلق به فرد یا شخص حقوقی دیگری بوده و در ازای

سپرده‌گذاری‌ها و همچنین رشد شگفت‌آور ۲۸۶۰۳ درصدی سایر درآمدها از مهم‌ترین اعداد قابل توجه در فعالیت بانک آینده محسوب می‌شود. کدال در واقع مخفف عبارت انگلیسی

Comprehensive Database Of All Listed Companies

بوده که به معنای سامانه یا پایگاه اطلاعات جامع شرکت‌های پذیرفته شده (فهرست شده در بورس) است. گزارشی که روی کدال قرار می‌گیرد در واقع همه مراحل نظارتی کارشناسان سازمان بورس و اوراق بهادار را سپری کرده است و گزارشی مستقل و کارشناسی محسوب می‌شود.

از سویی دیگر، بانک آینده عنوان کرده است که در حال ساماندهی، تملیک و یکپارچه‌سازی دارایی‌هایش است و عرضه عمومی این دارایی‌ها به مردم از طریق بورس و در راستای اجرای موضوع مهم خروج بانک‌ها از بنگاهداری، تکلیف‌شده به همه بانک‌هاست.

نکته جالب آنکه شفاف‌سازی بانک آینده در تملیک دارایی‌ها، کاهش قابل توجه زیان و اعلام برنامه عرضه سهام زیرمجموعه‌ها در بازار سهام سبب شده تا ارزش سهام بانک از آذر سال ۱۳۹۸ از ۱۶۴۶ ریال به ۱۹۲۰۳ ریال برسد. در کنار آن، حفظ تقاضای خرید سهام بانک آینده، در واقع نشان داده است که جامعه سهام‌داری به ارزش‌های بنیادین این بانک و البته تغییرات رو به جلو و مثبت آن توجه کرده‌است.

بانک آینده در پایان تاکید کرده بود: با هدف بهره‌مندی شمار بیش‌تری از عموم جامعه از منافع

سهام شرکت توسعه بین الملل ایران مال در آینده‌ای نزدیک در بازار سرمایه کشور، عرضه خواهد شد.



محمد فطانت مدیرعامل بانک آینده: نگاه بانک آینده به دارایی‌هایش، مولدسازی و در نهایت فروش آنهاست.



بهادار می‌تواند منابع نقدی قابل توجهی را به بانک بازگرداند. او با ابراز امیدواری از اینکه در ماه‌های آینده شاهد افزایش تعداد اطلاعیه‌های شفاف‌سازی بانک آینده روی تارنمای بورس (کدال) باشیم، گفت: در نظر داریم تا هر آن چیزی را که براساس قوانین بانک مرکزی و بورس قابلیت دارد، شفاف کنیم.

آقای فطانت از در حال حل و فصل شدن بخشی از اختلافات مربوط به تسهیلات پرداختی در گذشته خبر داد و گفت: هیات پذیرش فرابورس اعلام آمادگی کرده‌است تا نماد بانک آینده به تابلوی دوم فرابورس ارتقا یابد و هر زمان پیش‌نیازها مهیا شود این کار عملی خواهد شد.

او ارتقای بهره‌وری منابع و افزایش ارقام کسب بازده از مصارف را از برنامه‌های بانک آینده یاد کرد و گفت: در این فرآیند مشتریان بانک هم خواهند توانست سودی بیشتر از سود علی‌الحساب دریافت کنند.

مدیرعامل بانک آینده به پنج میلیون سپرده‌گذار و ۲۷ هزار سهامدار بانک آینده اشاره کرد و گفت: قصد داریم از محل آورده نقدی و همچنین از مسیر تجدید ارزیابی افزایش سرمایه بدهیم و در این مرحله تنها زمین‌ها و املاک استهلاک‌ناپذیر تجدید ارزیابی خواهند شد.

محمد فطانت از تلاش برای ایجاد هلدینگ مالی بالاسری برای بانک خبر داد و گفت با تاسیس این هلدینگ برخی دارایی‌های ملکی به آن منتقل می‌شود و مقرر شده تا این هلدینگ در قالب یک شرکت سهامی عام و از طریق پذیره‌نویسی عمومی



تسویه تسهیلات به بانک منتقل شده تصریح کرد: پروژه ایران‌مال از ابتدا یکی از شرکت‌های تابع بانک آینده بوده است که در ابتدای تاسیس بانک از طریق انتقال دارایی و بدهی از بانک‌ها و موسسات ادغام شده به تملیک بانک آینده درآمده است.

آقای فطانت افزود: بر همین اساس شورای پول و اعتبار در سال ۱۳۹۴ برای یک سال ایران‌مال را از دستورالعمل سرمایه‌گذاری مؤسسات اعتباری و آیین‌نامه تسهیلات و تعهدات کلان و اشخاص مرتبط مستثنی کرد و بانک را موظف کرد تا اقدامات لازم را برای فروش سهام شرکت شده، انجام دهد. محمد فطانت با بیان اینکه در صدد هستیم بخشی از دارایی‌های ملکی بانک آینده نظیر مال‌های تحت تملک را نزد سازمان بورس ثبت کنیم، ابراز امیدواری کرد: بتوانیم این مال‌ها را به شکل شرکت سهامی در بازار سهام عرضه کنیم.

مدیرعامل بانک آینده، این بانک را نسبت به سایر بانک‌ها از لحاظ دارایی‌های ملکی سرآمد دانست و گفت: تبدیل این دارایی‌ها به اوراق



زیر ساخت های ایران مال در بخش فنی، تجاری گردشگری و فرهنگی می تواند پاسخگوی همه نیازهای کارگزاران بورس و مراجعه کنندگان به آنان باشد.

فعالیت های بورسی را در ایران مال بررسی کردند.

در این نشست که جمعی از مدیران ارشد بازار سرمایه و کارگزاری های عمده بورس و مدیران ارشد بانک آینده و ایران مال حضور داشتند،

بر ضرورت برپایی مرکزی جامع برای فعالیت های بورسی اعم از مبادلات بورس، آموزش و دیگر فعالیت های مرتبط با بازار سرمایه تاکید شد. بهرحال ظرفیت های بازار بزرگ ایران برای میزبانی کارگزاری های بورس و پاسخ به مراجعات مردمی فراوان است. همچنین زیر ساخت های ایران مال در بخش فنی، تجاری، گردشگری و فرهنگی می تواند پاسخگوی همه نیازهای کارگزاران بورس و مراجعه کنندگان به آنان باشد.

تاسیس شود تا از راه هایی به جز استفاده از منابع بانک ها و تسهیلات بانکی برای تکمیل پروژه ها اقدام کنیم.

مدیر عامل بانک آینده بر لزوم صیانت از اعتماد به بازار سرمایه تاکید کرد و گفت نبود وفاق در میان نخبگان اقتصادی و مالی میتواند به این اعتماد ضربه بزند.

ایران مال، قطب جدید فعالیت های بورسی

اوایل شهریور بود که مدیر عامل و اعضای هیات مدیره بانک آینده به همراه جمعی از کارگزاران بازار بورس و مدیران اجرایی ایران مال با حضور در بازار بزرگ ایران چگونگی تاسیس مرکز



ایران مال

همراه مردم در روزهای سخت

هستیم. شاید حتی باورمان هم نمی‌شد که قرار است درجایی که تا همین چند روز پیش نمایشگاه مواد غذایی برگزار شده بود، تخت بیمارستانی چیده شود و بیماران مبتلابه کرونا در آنجا روند بهبودی خود را بگذرانند. روند اتفاقات این‌قدر سریع بود که همه تعجب کردند. به خصوص وزارت بهداشتی‌ها که عادت به چابکی بخش خصوصی نداشتند، از اینکه ظرف پنج روز یک بیمارستان کامل با تجهیزات پیشرفته آماده شود، اظهار رضایت می‌کردند. هنوز ۴۸ ساعت از شروع سال جدید نگذشته بود که کلید نقاهتگاه ایران مال به نماینده وزارت بهداشت تحویل شد؛ اما کار رسانه‌ای برای تبلیغ این حرکت که در راستای مسئولیت اجتماعی ایران مال صورت گرفته بود از همان ساعات اولیه ساخت‌وساز شروع شد. به خبرنگاران خارجی اطلاع داده شد که مرکز نمایشگاهی بزرگ‌ترین مال ایران و خاورمیانه در حال تبدیل شدن به نقاهتگاه بیماران کرونایی است. شبکه‌ها و خبرگزاری‌های مختلف به ایران مال آمدند و این خبر را پوشش خبری دادند. به‌طور خاص شبکه سی‌سی‌تی‌وی چین گزارش نسبتاً مفصلی از نقاهتگاه پخش کرد و همین موضوع دامنه خبر را در سطح جهانی گسترش داد. هنوز بیماری‌ها به نقاهتگاه نگذاشته بود که خبر نقاهتگاه ایران مال همه‌جا پیچیده بود. در این مقطع بود که خبرگزاری‌های داخلی نیز وقتی ابعاد گسترده خبر را دیدند پا به ایران مال گذاشتند. برای خیلی‌ها شاید این موضوع باورکردنی نبود که ایران مال این مجموعه لوکس و جذاب راضی شود پای کرونایی‌ها به آن باز شود. شاید تصور می‌کردند، قرار است فقط مانوری تبلیغاتی صورت گیرد. به‌خصوص باید شرایط آن روزهای کشور را در نظر داشت. هنوز ابتلا به کرونا به‌نوعی تابو می‌ماند که حتی برخی جرأت به زبان آوردن نام آن را هم نداشتند و از اینکه بگویند

خرداد سال ۹۹ بود که آیین تجلیل از قهرمانان و فعالان مرکز سلامت ایران مال برگزار شد. مرکز سلامت ایران مال در سه روز با سه هزار تختخواب مجهز شد و توانست اعجاب جهانی را برانگیزد. بر اساس نظرسنجی‌های صورت گرفته، ۷۷ درصد از بیماران بستری در نقاهتگاه ایران مال از شرایط بهداشتی و روانی این مرکز، رضایت کامل داشتند. همچنین ۸۵ درصد از مردم تهران، این اقدام ایران مال را تحسین کردند.

عصر روز ۲۴ اسفند سال ۹۸ وقتی دیگر تقریباً قطعی شده بود که فردا ایران مال تعطیل است، فکر نمی‌کردیم فردا صبح باز هم سرکار باشیم. هنوز تمام مال‌ها و پاساژهای تهران و ایران باز بودند. داشتند خرید شب عید مردم را سروسامان می‌دادند؛ اما ایران مال خیلی زود به این نتیجه رسید که عید امسال با هرسال دیگری فرق می‌کند. چند روز بعد ستاد کرونا فعالیت همه مراکز خرید ممنوع کرد. صبح روز ۲۵ اسفند هیئتی از وزارت بهداشت و ستاد کل آمدند تا نمایشگاه ایران مال را ببینند. برای ما که خودمان را برای کار کردن در مرکزی تجاری آماده کرده بودیم، خبر تبدیل شدن ایران مال به نقاهتگاه یا بیمارستان خیلی هیجان داشت. هم هیجان و هم ترس. روزهایی بود هنوز حسابی از کرونا می‌ترسیدیم و درست نمی‌دانستیم با چه موجودی طرف

خودشان یا نزدیکانشان به آن مبتلا شده‌اند، واهمه داشتند؛ اما وقتی اولین آمبولانس حامل بیماران کرونایی در بارانداز نمایشگاه توقف کرد، معلوم شد، ایران مال برای ایفای وظیفه اجتماعی خود چقدر جدی است. برای ما که کارکنان این مجموعه عظیم بودیم، دیدن همکارانمان در بخش سلامت که بلباس مخصوص خودشان را برای میزبانی از بیماران آماده می‌کردند، صحنه‌ای عجیب بود. انگار وجه جدیدی از دوستانمان را داشتیم کشف می‌کردیم. ما دوستانی داشتیم که به استقبال خطر می‌رفتند. خطری که البته در کمین همه ما بود ولی از کنار نگاهتگاه رد شدن کجا و بالای سر بیماران رفتن کجا. همین شاید ایده اولیه اثری رسانه‌ای را

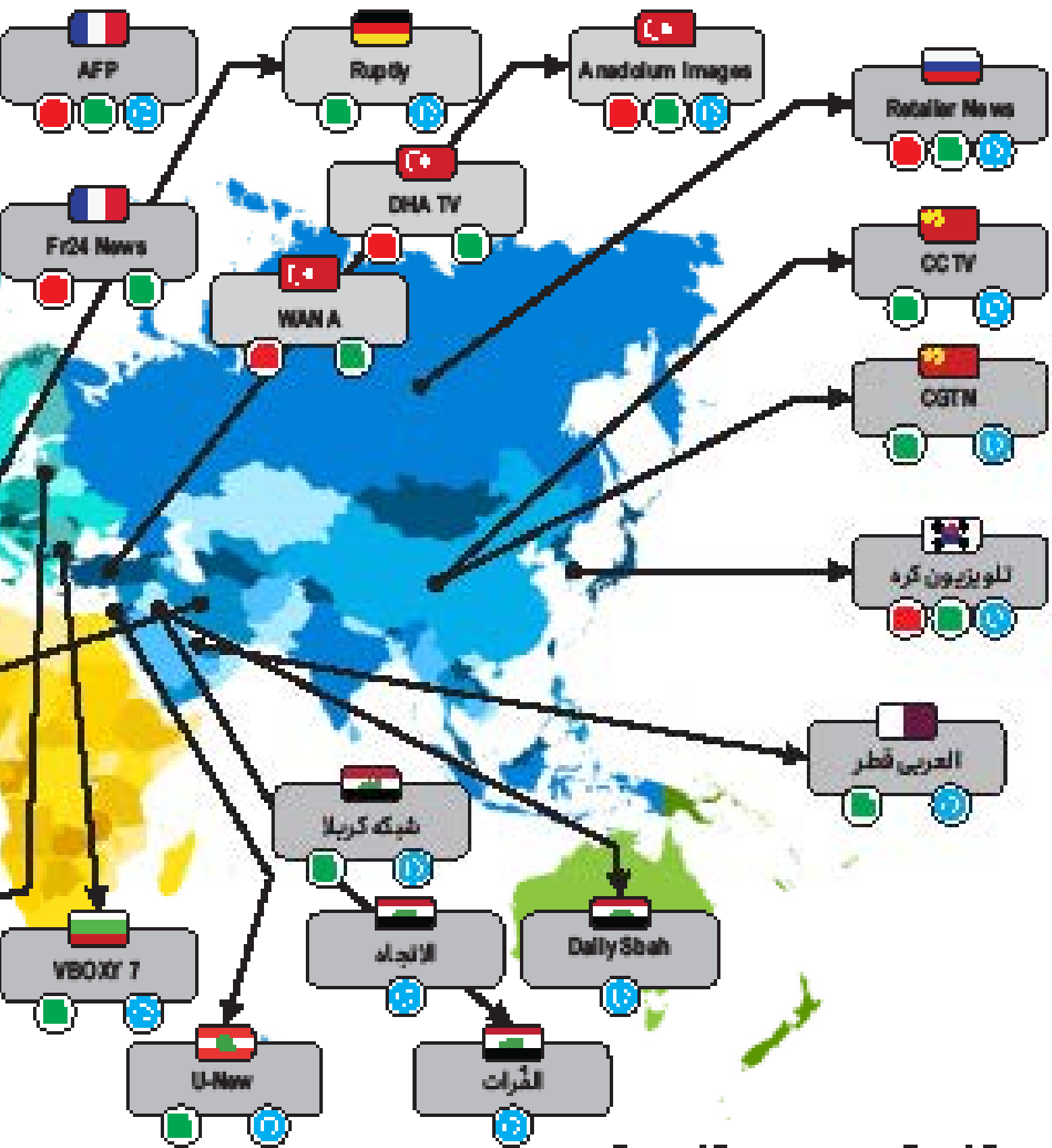
در ذهن متبادر کرد. اثری که این فداکاری را به نحو هنرمندانه‌ای نشان دهد. داستان از اینجا شروع شد که پرستاری که مادر خانواده است در نگاهتگاه ایران مال مشغول است و همسر و دو فرزندش بی‌قرار دوری او شده‌اند. نتیجه شد کلیپ قرنطینه. ترانه‌ای سروده شد که ترجیع‌بند خاطره‌انگیزی داشت: «دنیام بی‌تو غمگینه، دنیام با تو شیرینه/ دنیای منهای تو، یعنی قرنطینه» اما کار سخت‌تر باقی مانده بود. باید تولیدی

تلاش بی وقفه برای ایجاد نگاهتگاه و معرفی آن به رسانه‌های داخلی و بین‌المللی

مفصل صورت می‌گرفت. کاری با حضور حدود دویست نفر سیاهی‌لشکر. آن‌هم در همان جایی که در طبقه پایین بیماران مشغول مداوا بودند. کار تصویربرداری انجام شد و حاصل هدیه‌ای شد برای همه کادر درمان. نگاهتگاه هرروز پذیرای بیماران جدیدی بود. هم‌زمان که دوستان فداکار ما مشغول درمان بودند، ما هم تلاش می‌کردیم این فداکاری را به تصویر بکشیم. آثار تصویری پرشماری در طول مدت فعالیت نگاهتگاه تولید و از طریق شبکه‌های اجتماعی منتشر شدند که بازخوردهای جالبی نیز داشتند. اما در کنار آثار رسانه‌ای لازم بود، کار افکار سنجی نیز انجام شود. به‌رحال ایران مال مرکزی تجاری بود و مشتریان ثابت خود را داشت و حال بدون مقدمه تبدیل‌شده بود به‌جایی که شاید مشتریان در خواب هم نمی‌دیدند. باید نظر مردم را می‌گرفتیم. نظرسنجی آنلاینی تهیه کردیم و از طریق صفحه اینستاگرام‌مان از مخاطبان و مشتریان مان خواستیم بگویند نظرشان درباره این کار ما چیست. نتیجه هم قابل پیش‌بینی بود و هم نبود. بیش از هشتاد درصد مردم گفتند که کار درستی کردید. این برای همه ما

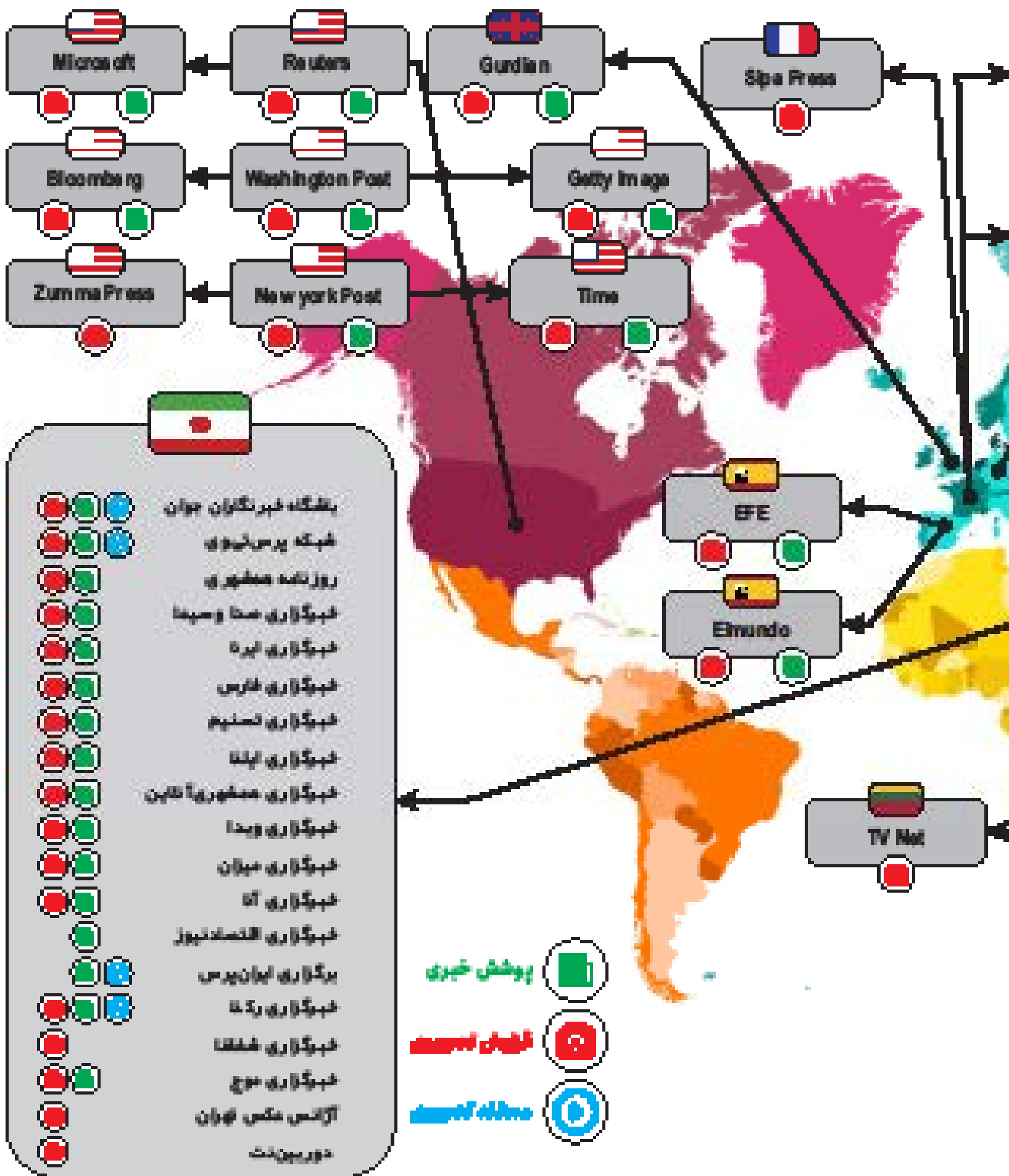


به‌خوبی پر می‌کرد. حتی مشاور و روانشناس هم در نگاهتگاه حضور داشت تا به وضع روحی بیماران نیز توجه صورت گیرد. وقتی هفتم خرداد در همان مرکز نمایشگاهی که زمانی پر از تخت و تجهیزات بیمارستانی بود، مراسم تجلیلی از قهرمانان سلامت را برگزار کردیم به‌جز مسئولان وزارت بهداشت که از این اقدام ایران مال قدردانی کردند، چند نفر از بیمارانی که در نگاهتگاه ما خوب شده بودند، روی صحنه آمدند و گفتند که تجربه نگاهتگاه برایشان چقدر دلپذیر بوده. نگاهتگاه ایران مال خود تجربه‌ای بزرگ بود. هم برای خانواده بزرگ ایران مال و هم برای مردم و هم برای مسئولان. برای ما خانواده بودن مان را بیشتر نشان داد. نشان داد علی‌رغم اختلاف‌سلیقه‌ها وقتی هدفی بزرگ داریم متحدترینیم. به مشتریان مان نشان داد که ما فقط یار روزهای خوشی نیستیم و در سختی‌ها هم در کنار آن‌ها خواهیم بود. به مسئولان نیز نشان داد که وقتی به بخش خصوصی اعتماد کنند، کارها خیلی بهتر راه می‌افتد.



بازتاب رسانه ای

تفصیلاً ایران و جهان (روزه کرونا) در رسانه های داخلی و خارجی





دکتر حمید سجادی:

عنصر تکمیل کننده خوشنامی ایران مال

دکتر حمید سجادی نخستین چهره ورزشی ایران است که بعد از انقلاب اسلامی نام ایران را در میدان‌های بین‌المللی دوومیدانی مطرح کرده است. دکتر سجادی که الآن آلبومی بزرگ از افتخار در ورزش، دانشگاه، مدیریت ورزش و معاونت وزارت ورزش را در کارنامه دارد، از سال ۱۳۹۸ به‌عنوان مدیرعامل شرکت توسعه ورزش تجارت پارس، سکان ورزش و سرگرمی مجموعه ایران مال را در دست گرفته است. گفتگوی روابط عمومی را با دکتر سجادی می‌خوانید:

• چه برنامه‌هایی برای ورزش ایران مال داشتید و فکر می‌کنید که تا چه اندازه این برنامه‌ها اجرایی شدند؟

ما باید از ورزش به‌عنوان عناصر خوشنامی ایران مال استفاده کنیم. زیبایی، بزرگی، کتابخانه، پارکینگ رایگان همه عناصر خوشنامی ایران مال هستند و باید ورزش نیز تکمیل‌کننده عناصر خوشنامی ایران مال باشد. در این مسیر اولین هدف ما این بود که مجموعه ورزشی به بهره‌برداری

برسد. عوامل مختلفی دخیل هستند تا یک مجموعه به مسیر اجرایی برسد. تأمین منابع از جمله این عوامل اند که ما باید در این زمینه به نظر کارفرمای محترم هم احترام بگذاریم که بر اساس اولویت‌هایش تصمیم بگیرد. از جمله بخش‌های مهم پیست یخ بود که به بهره‌برداری رسید. سعی ما این است که استادیوم چندمنظوره را در اولویت کاری خود قرار دهیم. باشگاه، کلینیک پزشکی ورزشی و بولینگ در شرف تکمیل است.

● مجموعه بولینگ و کورتهای اسکواش قرار بود تا آخر تابستان راه‌اندازی شوند، آیا اتفاق جدیدی افتاده است؟

بله. بولینگ که حتی قرار بود از اول فرودین راه‌اندازی شود ولی به دلیل کرونا کار نصب به تعویق افتاده است. در گارانتی این دستگاه آورده شده که حتماً باید نصاب از ترکیه بیاید و آن را نصب کند که به علت کرونا تردها با مشکل روبرو شده است. در مجموعه اسکواش هم کار جزئی کف سازی باقی مانده است تا دستور ساخت شیشه‌های مخصوص آن را به آلمانی‌ها بدهیم. شیشه‌های سه زمین اسکواش ما ویژگی‌های خاصی خواهد داشت؛ یعنی زمانی که شما وارد کورتهای می‌شوید به بیرون دید ندارید اما از بیرون دید شفافی به کورتهای وجود دارد. رنگ و نورپردازی شیشه‌ها به سلیقه تغییر پیدا می‌کند و قابل طراحی است.

● جاده تندرستی چه زمان راه‌اندازی می‌شود؟

جاده تندرستی مجموعه ایران مال تنها جاده استاندارد در ایران است که از نظر شیب بندی کاملاً مسطح است. مهم‌ترین بحث در مورد جاده تندرستی بحث زیست‌محیطی است که جنس پیست آن از تارتان و



رنگ و نورپردازی
شیشه‌های پیست
اسکواش، تغییر پیدا
می‌کند و قابل
طراحی است

مجزوز برگزاري ۵۷ رویداد ورزشی را از وزارت ورزش گرفته ایم



از برند Mondo است که هر چه قدر هم آفتاب روی آن بخورد، آلاینده‌گی تولید نمی‌کند.

• برنامه‌ها و کارهای در نظر گرفته‌شده برای ورزش بانوان به چه صورت است؟

برای بانوان روزهای زوج سانس در نظر گرفته‌شده که بتوانند ورزش کنند. هرروز هفته از ساعت ۸ صبح تا ۹ شب در خدمت ورزش دوستان هستیم. متأسفانه کرونا ابتکار عمل را از دست ما گرفته است و همه رویدادها الان متوقف است. ما هر هفته رویداد ورزشی برگزار می‌کردیم ولی به احترام مردم و سلامت آن‌ها رویدادها را منتفی کردیم.

• از رویدادهای ورزشی ایران مال برایمان بگویید؟

ورزش ایران مال باید حتماً رویداد محور باشد. ما الآن مجوز برگزاری ۵۷ رشته ورزشی را از وزارت ورزش گرفته‌ایم. این‌ها فقط سرفصل است و هر کدام شاخه‌های متعددی دارد. برای مثال یکی از این رشته‌ها ورزش‌های الکترونیک است. در این شاخه ما مجوز تمام فعالیت‌های رادیو کنترل را گرفته‌ایم. در این زمینه رویدادهای بسیار جذابی وجود دارد و ما می‌توانیم پیست آفرود رادیو کنترل کوچکی ایجاد کنیم تا در رده‌های مختلف مسابقه برگزار شود. اگر سازمان هواپیمایی کشوری یک کریودور هوایی به ما بدهد اینجا پرواز پاراگلایدر هم برقرار می‌کنیم. ۷۰ درصد مسابقات المپیک لندن درجایی به نام EXCEL برگزار شد که فضای نمایشگاهی ایجادشده با سوله بود. اگر در دنیا می‌توانند این کار را انجام دهند ما هم باید نشان دهیم که می‌توانیم.

• با توجه به ادغام شرکت‌های سلامت و تفریحات با واحد ورزش از اقدامات این واحدها هم بفرمایید؟

کار یکی از شهرسازی‌ها که به آن هلیوم پارک گفته میشود تقریباً تمام شده و این شهرسازی در مرحله طراحی و اجرا است؛ که البته هیچکدام از اینها زودتر از یک سال دیگر به بهره برداری نمیرسند. درباره دو شهرسازی دیگر هم در حال مذاکره و تهیه مفاد اولیه قرارداد هستیم؛ در موضوع هلیوم پارک هم ۱۶۰۰ متر به فضای آن اضافه شده و بالای ۵۰۰۰ متر رسیده است

• ۲۹ مرداد ۹۸ هم‌زمان با عید غدیر مراسم اطلاع‌رسانی زورخانه ایران مال بود. اگر امکان دارد بفرمایید که زورخانه در چه مرحله‌ای است؟ کارهای مساحت زمین آن انجام‌شده است. جانمایی آن نزدیک ورودی پیست یخ و الماس صورت گرفته است. مذاکرات تأمین منابع آن‌هم در حال انجام است. ایران مال با این نیت صاحب زورخانه می‌شود که چون مکان بین‌المللی است و افراد بسیاری به اینجا رفت‌وآمد می‌کنند می‌توانند بازدید هم از زورخانه که ورزشی با قدمت چهارهزارساله دارد و رشته‌ای ملی و دینی است. فدراسیون جهانی ورزش‌های زورخانه‌ای (IZSF) در ۸۵ کشور این ورزش را ترویج کرده است. به نظر شما پیست یخ ایران مال از زمان افتتاح موفق شده که علاقه‌مندان به این رشته را جذب کند؟ چراکه گروه‌های سنی در رشته هاک‌ی روی یخ مبلغ کلاس‌های تخصصی را بالا می‌دانند؟ تاکنون فیدبک از بالا بودن هزینه‌های کلاس تخصصی نداشتیم. در جریان هستیم که مدیریت پیست برای کمک به دوستان تخفیف‌های خوبی را در نظر گرفته‌اند. بعضی از ورزشکارها که عضو تیم هاک‌ی هستند هفته‌ای چهار ساعت رایگان برای ما کار می‌کنند و از امکانات تمرین رایگان هاک‌ی بهره‌مند می‌شوند. ما به هیچ‌وجه قصد نداریم که کسی به دلیل گران بودن تعرفه به اینجا نیاید. ما بحث هزینه آب و برق و نگهداری و حقوق کارکنان را داریم و هنوز یک ریال هم سود نکرده‌ایم و فعلاً در حال خدمت‌رسانی هستیم و پیست به‌عنوان یک بخش از جاذبه‌های ایران مال ایفای نقش می‌کند.

نسل چهارم شهر کتاب

استفاده کرد.

در گفتگو با مدیران این شعبه از شهر کتاب، واژه «نسل چهارم» در مورد این شعبه بکار برده شد که نسل جدیدی از خدمات این فروشگاه‌های زنجیره‌ای محسوب می‌شود و قرار است در حین تبلیغات افتتاحیه به معرفی آن پرداخته شود. به

نظر می‌رسد در نسل چهارم فروشگاه‌های شهر کتاب خدمات گسترده‌تری نسبت به گذشته ارائه می‌شود تا جایی که از آن به‌عنوان مرحله جدیدی از فعالیت‌های این برند داخلی یاد می‌شود. طراحی مجموعه کتابخانه جندی‌شاپور



به گونه ایست که با کنار هم قرار دادن کتابخانه، کتابفروشی و کافه کتاب در یک مکان با بوی قهوه و اسپرسو توانسته میعادگاهی رؤیایی برای عاشقان کتاب و اصطلاحاً «کتاب‌بازها» ایجاد کند و این اتفاق را می‌توان با افراد کتاب در دست که گوشه و کنار این مجموعه تردد می‌کنند به‌وضوح دید. با این وصف هویداست که سیاست‌های مدیران مجموعه در ایجاد یک پاتوق فرهنگی و هنری در کتابخانه ایران مال کاملاً به وقوع پیوسته است.

پیش‌بینی می‌شود شعبه بیست و پنجم شهر کتاب تهران در ایران‌مال در زمرة پیشگامان نسل نو این فروشگاه‌های زنجیره‌ای در منطقه ۲۲ تهران باشد. منطقه‌ای که علیرغم گسترش روزافزون، کمتر بسترهای فرهنگی در آن ایجاد شده است. ساعات فعالیت شهر کتاب ایران‌مال هم‌زمان با ساعت فعالیت بازار بزرگ ایران بوده و در تمام ایام هفته به ارائه خدمات می‌پردازد.

شهر کتاب موسسه‌ای غیرانتفاعی است که در سال ۱۳۷۴ فعالیت خود را در زمینه توسعه نشر و توزیع کتاب و فعالیت‌های فرهنگی آغاز کرد و گفته می‌شود هم‌اکنون این برند فرهنگی حدود چهار شعبه مستقیم و غیرمستقیم در شهر تهران دارد تا بخشی از نیازهای فرهنگی مردم را تأمین کند.

حج

بیست و پنجمین شعبه شهر کتاب با عنوان «شهر کتاب ایران‌مال» به‌زودی در بازار بزرگ ایران افتتاح می‌شود. شهر کتاب از معتبرترین فروشگاه‌های زنجیره‌ای کتاب و لوازم‌التحریر کشور است که به‌تنهایی در تهران بخش بزرگی از نیازهای دانش‌آموزان و دانشجویان در مناطق مختلف شهر را تأمین می‌کند.

این کتابفروشی در انتهای یکی از راهروهای جنوبی کتابخانه جندی‌شاپور قرار گرفته است. به کسانی که با بوی کاغذ و کتاب در سرمستی‌های خاطره و رویا غرق می‌شوند و برای کسانی که با بوی قهوه آرزوی مرور آثار شکسپیر و فلسفه کانت

می‌کنند و برای کسانی که خیره مانده از شکوه کتابخانه جندی‌شاپور هوای شاهنامه‌خوانی پیدا می‌کنند این کتابفروشی می‌تواند مقصدی باشد که در کنار کافه کتاب و در دل کتابخانه بزرگ جندی‌شاپور سری هم به آنجا بزنند.

از مدیران این کتابفروشی علت قرار داده شدن شهر کتاب در دل کتابخانه را پرسیدم، جواب قانع‌کننده بود: علاقه‌مندان به کتاب می‌توانند کتاب‌های موردنظر خود را در کتابخانه پیدا کنند و در صورت علاقه‌مندی برای خرید آن به شهر کتاب مراجعه کنند و حتی می‌توانند کتاب‌هایی را از شهر کتاب امانت بگیرند و در فضای کتابخانه مطالعه کنند.

بیست و پنجمین شعبه شهر کتاب با فضایی حدود ۸۵۰ مترمربع با فضایی دوبلکس و طراحی غالب چوبی و بهره‌مندی از طراحی ایرانی در حال آماده شدن است. قرار است برای افتتاح، هرروز در شهر کتاب برنامه‌ای اجرا شود؛ یعنی هفت برنامه مختلف با حضور چهره‌های صاحب‌نام در حوزه‌های هنری و فرهنگی برگزار خواهد شد.

این کتابفروشی بیش از سیزده هزار عنوان کتاب در همه‌ی حوزه‌های نشر آماده عرضه دارد که شامل کتاب‌های آموزشی و کمک‌آموزشی نمی‌شود. در این شهر کتاب کلیه بسته‌های فرهنگی و تربیتی، اقلامی همچون لوازم‌التحریر، کتاب و آثار کودک و نوجوان، کتاب و بسته‌های نفیس، آثار هنری مشاهیر ایرانی و خارجی عرضه می‌شود. از این شهر کتاب می‌توان به‌عنوان یک گالری نیز در برگزاری نمایشگاه‌های هنری



از جنس تاریخ به رنگ زندگی

اُرسی؛

دیگر مردم جهان نیز جالب توجه است. چگونه می‌توان به باغ مشیرالملک در اصفهان، مسجد نصیرالملک در شیراز، حسینیه امینی‌ها در قزوین یا باغ دولت‌آباد در یزد، قدم نهاد و مبهوت معماری دلگشا، درها و پنجره‌های شگفت‌انگیز با آن مشبک‌های چوبی و شیشه‌های رنگی چشم‌نواز نشد. پیش از طرح هر سؤالی که به چرایی وجود این آثار ختم شود، زیبایی به‌عنوان یک عنصر مهم در ماهیت هنر خودنمایی می‌کند. اما ماجرا به این سادگی به پایان نمی‌رسد و همین موضوع وجود سرنخ‌هایی از حکمت و دانش را در معماری ایرانی تا حدودی غیرقابل‌انکار می‌کند. به‌گونه‌ای می‌توان گفت خشتی بر خشتی نهاده نمی‌شده است مگر به علتی معلوم. از میان هزاران علت و معلول پنهان در حافظه‌ی غبارگرفته‌ی میراث تاریخی ایران، سرگذشت اُرسی‌ها به‌عنوان باب ورود به بناهای تاریخی، مثل یک ماشین زمان ما را به دوران عتیق خواهد برد.

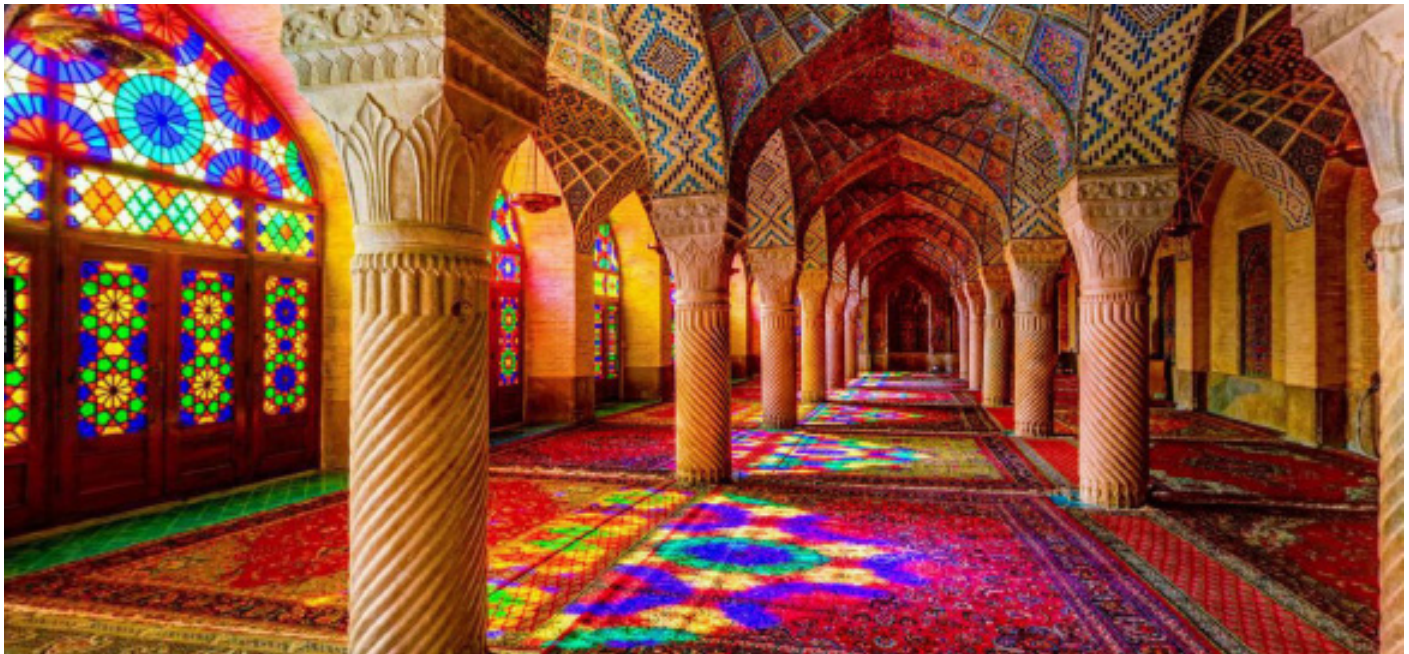
ارسی، ترکیبی است از چوب و شیشه که یادگاری از معماری ایرانی-اسلامی در قرون گذشته به‌حساب می‌آید. درهایی با مشبک‌های هندسی و شیشه‌های هفت‌رنگ که چشم هر بیننده‌ای را به خود خیره می‌کند. رنگی بودن شیشه‌ها باعث آن می‌شده که نور تنها به‌قدر کفایت به داخل اتاق راه پیدا کند و نقش و نگار رنگی در قالب کنگره‌ها بر روی زمین نقش ببندد. درعین‌حال استفاده از رنگ‌های آرامش‌بخش از جمله رنگ سبز که یکی از رنگ‌های غالب در ارسی‌سازی است، آرامش را برای اهل عمارت به ارمغان می‌آورد و همین‌طور منجر به تلطیف رنگ تیز آفتاب می‌شده است. از نظر روان‌شناسی رنگ‌های مختلف شیشه‌های ارسی و ایجاد نورهای هم‌رنگشان بر روی انسان تأثیرات مختلفی می‌گذارد که هر رنگ کنار رنگ

اروسی ترکیبی از چوب و شیشه در معماری است که حال و هوای جدیدی به بناها می‌دهد.



درعین‌حال که دانش کلید رهایی از تعصبات و برخی از تعلقات عاطفی و زیستی به‌حساب می‌آید، گاهی با گشودن دریچه‌های آگاهی به روی انسان، پیوندها و علقه‌های محکم و مثال‌زدنی ایجاد می‌کند. جهان هر چه بیشتر در جهت افزایش آگاهی از پدیده‌ها و پیشرفت علوم پیش می‌رود، بر منطقی و علمی بودن بسیاری از تعلقات ملی ما ایرانیان صحنه می‌گذارد. تعلقاتی که بوی تعصب نمی‌دهند و اتفاقاً دنیای متفاوت امروزی را از عینک تحقیق و روشنگری بهتر و واقعی‌تر از گذشته درک و شهود می‌کنند. یکی از جلوه‌های دانایی و نبوغ پدران ما معماری سنتی ایرانی است.

هنر معماری گوهری است متبلور از دل تمدن ملت‌ها که تأمل در آن، گشایشگر اسرار بسیاری از جمله صبغه‌ی فرهنگی و آداب‌ورسوم مردم یک سرزمین است و این مهم به‌خوبی در معماری ایرانی دیده می‌شود. پرداختن به پیشینه‌ی ابنیه تاریخی ایران نه‌تنها برای ایرانیان، چه‌بسا برای



می‌رسد که این ریشه‌یابی رابطه‌ای مستقیم با ساخت این درها در روسیه داشته باشد.

چندی پیش به نقل از استاد محمد کریم پیرنیا از معماران پیشکسوت و صاحب‌نظران معماری ایرانی-اسلامی در تعریف واژه ارسی آمده بود: «برخی گمان می‌کنند ارسی به پنجره‌ای اطلاق می‌شود که به تدریج از معماری روسی در ایران رواج یافته، در صورتی که پیش از آنکه ارسی در معماری روسی جایی باز کند در بناها و نقاشی‌های ایران مشاهده شده است.»

آن گونه که از تاریخچه ارسی‌سازی در ایران برمی‌آید قدیمی‌ترین آثار این هنر به عصر صفویه تعلق دارد که در نقاط مختلف کشور به‌عنوان بناهای مربوط به این عصر معرفی می‌شوند. ارسی‌سازی پس از تلفیق با هنر قواره بری که در عصر قاجار اتفاق می‌افتد، آثار این دوره را تبدیل به بهترین نمونه‌های تاریخی آن می‌کند.

از نکات قابل توجه در هنر ارسی‌سازی آن است که هیچ میخ و چسبی در روند ساخت به کار نمی‌رود و تمام نقش و نگارهای ارسی با طرح‌هایی متکی بر هندسه و طبیعت، به‌وسیله اتصالات ظریف چوب (کام و زبانه) به هم وصل و شیشه‌ها با مهارت خاصی کنار هم چیده می‌شود.

تلفیق هنرهای اسلامی و صنعت نجاری منجر به خلق پدیده‌های زیادی در میان آثار تاریخی ایران شده است که البته ارسی یکی از برجسته‌ترین موارد آن عرصه به شمار می‌آید.

با آن که مدّت‌هاست گرایش به فلزاتی مثل آهن در معماری، مسیر سازندگی را تا حد زیادی از هنر و صنعت چوب جدا کرده است ولی رجعت به آن در سازه‌های شهری و ابرسازه‌ای مثل ایران‌مال که یکی از ویتترین‌های فرهنگ و هنر ملی در عرصه بین‌المللی به حساب می‌آید، ضمن جان بخشیدن به این یادگار ارزشمند، نمایانگر رواج دانش و حکمت، در گذرگاه تاریخ پرافتخار ایران زمین است.

دیگر شدت این تأثیر را خنثی و مقدار مناسب آن را تنظیم و تعدیل می‌کند.

فرهنگ معین ارسی را به در اتاقی تعبیر می‌کند که رو به حیاط باز می‌شود و علی‌اکبر دهخدا در توصیف شکل ظاهری آن در لغت‌نامه خود این‌گونه می‌نویسد: «قسمی در، که گشودن و بستن آن به پر بردن و فرود آوردن است، برخلاف درهای عادی. آن را به‌وقت گشادن به‌سوی بالا کشند و گاه بستن فرود آرند و درگاه آن رو به صحن باشد و دارای چارچوبی بود که در جوف آن حرکت کرده، بالا و پائین‌رود.»

اما در باب ریشه‌یابی واژگانی فرهنگ عمید کلمه ارسی را برگرفته از واژه اروسی یا روسی می‌داند. هرچند که بنا بر شواهد بعید به نظر

پیش از آنکه ارسی
در معماری روسی
جایی باز کند در
بناها و نقاشی‌های
ایران مشاهده شده
است

کفش وین

خاطره ای از گذشته و آینده ای درخشان

اما چند سالی بود نامی از آن به گوش نمی‌رسید و فروشگاه‌های آن در سطح شهر به ساختمان‌هایی خاک خورده با تابلویی خاطره‌انگیز تبدیل شده بودند.

اکنون با تلاش‌های صورت گرفته غیرتمندان ایرانی، ابران در بازار بزرگ ایران شاهد فروشگاه‌هایی با این نام هستند که سؤالات زیادی را در اذهان عمومی برمی‌انگیزد.

آیا این همان «وین» معروف است؟ آیا محصولاتش همان کیفیت قدیم را دارا است؟ جاذبه طراحی کفش‌های داخل فروشگاه و به مشام رسیدن بوی چرم کافی است که مشتریان مطمئن شوند همان «وین» معروف است که با حمایت‌های انجام‌شده توسط متولیان ساخت «ایران‌مال» توانسته است روی پای خود بایستد و برای رقابت با اجناس خارجی راهی میدان شود. شکل‌گیری این روند با نمایش اهمیت دادن به اقتصاد ملی و حمایت از تولید داخلی، می‌تواند کمکی مؤثر به جذب نگاه‌ها به دیگر واحدهای شکست‌خورده کشور باشد.

چراغ سو گرفته‌ی «وین» شاید هم تلنگری به سرمایه‌گذاران و فعالان عرصه‌ی کسب‌وکار باشد تا جریان‌های اقتصادی را از واردات صرف، باجان بخشیدن به واحدهای شکست‌خورده به مجرای تولید و کارآفرینی معطوف کنند. درعین حال آغوش گشودن مراکز تجاری به روی کالاهای بومی و نشر فرهنگ حمایت از کالای ملی در میان مردم، مکمل برنامه‌ریزی‌ها در راستای این تکامل است تا در آینده‌ای نزدیک پشت شیشه‌ی مغازه‌ها، شاهد درخشش هرچه بیشتر دسترنج صنعت‌گران ایرانی باشیم.

یادش به خیر که در بازارهای کشور شاهد وفور کالاهای ایرانی بودیم و با افتخار کیفیت آن‌ها را به یکدیگر گوشزد می‌کردیم. از حق نگذریم هنوز هم باوجود بی‌مهری‌های صورت گرفته در حق صنعت ایران با قرار دادن تحریم‌های فراوان، هر از چند گاهی شاهد دوباره جان گرفتن واحدهای بزرگ ولی ضعیف شده و حتی شکست‌خورده ایرانی هستیم که خون امید را به رگ‌های صنعت و بازار ملی بازمی‌گردانند. کدام از ما می‌تواند گام‌هایی را که با کفش‌های مرغوب «وین» برداشته



جاذبه طراحی کفش‌های داخل فروشگاه و به مشام رسیدن بوی چرم کافی است که مشتریان مطمئن شوند «وین» توانسته روی پای خود بایستد.

است فراموش کند. نامی که فراتر از یک نوستالژی یادآور روزهای خوش توانمندی ملی است. برندی که کار خود را از دهه ۴۰ با کارگاهی کوچک در ضرابخانه تهران شروع کرد و باهمت بلند هم‌وطنمان در دهه ۶۰ به اوج شکوفایی رسید.

دیری نگذشت که با وسعت بخشیدن به کارخانه و گسترش شعب در سراسر کشور، زمینه اشتغال را برای هزاران ایرانی فراهم کرد. این سال‌ها علاوه بر افتخارات داخلی برگ زرینی برای این برند در بازارهای جهانی و صنعت صادرات بود.





همیشه در ایران مال بمانید



@The_Ironmall

نعمت‌الله رضایی مطلق | ۶۸ ساله باغ دیدار



ابهت و زیبایی ایران مال تحسین برانگیز است. به سازندگان این مجموعه خسته نباشید می‌گویم که چنین مجموعه زیبایی ساختند. کمترین فایده ساخت امثال این پروژه شاد کردن دل مردم و رفاه حال آنان است.

یک بازدیدکننده خانم میان‌سال محل گفتگو باغ دیدار



به‌شخصه چندین بار از مجموعه دیدن کردم ولی به دلیل بزرگی آن هر بار مورد جدیدی به چشمم می‌خورد. ایران مال از نظر زیبایی، وسعت، امکانات و نظافت عالی است و برنامه‌های جالب و متنوعی مثل موسیقی زنده در آن برگزار می‌شود که امیدواریم زمان و تنوع این برنامه‌ها بیشتر شود.

پدر یک خانواده تالار اشراق طبقه ۳



مجموعه نواقصی دارد. لطفاً به بهبود زیرساخت فضاهای اطراف ایران مال نیز توجه کنید. همچنین فضاهای کارگاهی در کنار فروشگاه‌ها وجود دارد که فعالیت و سروصدای آن‌ها باعث عدم رضایت مردم می‌شود.

یک بازدیدکننده آقا مسجد محمد رسول‌الله (ص)



از رایگان بودن پارکینگ ایران مال تعجب می‌کنم. در شرایطی که مجتمع‌های تجاری از این دست از تمامی راه‌ها برای کسب درآمد از مشتریان و بازدیدکنندگان استفاده می‌کنند، این اقدام مجموعه شما جای تقدیر دارد و انشالله که همین‌طور باقی بماند.



گفت و گو با میهمانان ایران مال

پای صحبت شما

مردم صاحبان اصلی و عامل کلیدی حیات هر مجموعه فرهنگی و تجاری هستند. اصولاً مجموعه‌های چندمنظوره یا اصطلاحاً مال‌های کنونی که بخش اصلی چشم‌انداز تجاری اکثر کشورها را تشکیل می‌دهند، برای تأمین احتیاجات مردم و مشتریان طراحی و ساخته شده‌اند و رضایت آنان پیش‌شرط موفقیت و عامل اصلی توسعه این اماکن است.

از این‌رو این‌گونه مجتمع‌ها باید سازوکاری تشکیل دهند تا با مشتریان، به‌عنوان سرمایه اصلی ارتباط مؤثر برقرار کنند.

دیدگاه‌های مثبت و منفی بازدیدکنندگان و رسیدگی به انتقادات آنان، همواره یکی از دغدغه‌های مهم مدیران و همکاران ما در مجموعه ایران مال است. برای دریافت دیدگاه‌های مردمی درباره ایران مال به بخش‌های مختلف مال رفتم و پای صحبت مردم نشستیم. بخشی از سخنان این عزیزان را باهم می‌خوانیم:



مریم شهسوارانی ۳۹ ساله کتابخانه جندی شاپور



به همراه همسر و فرزندم به ایران مال آمده‌ام. از ساخت چنین پروژه‌های زیبایی با این وسعت که در شان مردم ایران است احساس غرور می‌کنم. ایران مال بسیار زیباست و جالب است که معماری سنتی و مدرن در کنار هم قرار گرفته است. کتابخانه با نمای تمام چوب، بسیار چشمگیر است و ابهت خاصی دارد. تا پیش از این مجموعه‌های این چنینی را با سفر به کشورهای دیگر می‌دیدیم ولی با توجه به شرایط پیش‌آمده کنونی در مورد بیماری کرونا حداقل به چنین اماکنی دل‌خوشیم. تنها بدی آن این است که به دلیل وسعت زیاد با هر بار مراجعه یا باید از دیدن بسیاری از بخش‌ها صرف‌نظر کنیم و یا اگر نخواهیم جایی را از دست دهیم با پادرد به منزل برمی‌گردیم!

بازدیدکننده آقای جوان راهروی جنوبی طبقه G1



کاش در کنار سرمایه‌گذاری در چنین پروژه‌های، یک ورزشگاه فوتبال عالی در سطح استانداردهای روز دنیا هم ساخته می‌شد. به‌رحال علاقه‌مندان فوتبال با هیچ ورزشی قابل‌مقایسه نیستند.

امیرعلی صالحی ۲۶ ساله پیست یخ



دیدن این مجموعه هم باعث خوشحالی و هم ناراحتی است. خوشحالی از این جهت که اجتماعی با سرمایه‌گذاری کلان و در سطح جهانی در کشورمان ساخته شده است اما بی‌صبرانه منتظریم هر چه سریع‌تر با بهبود وضع از نظر بیماری کرونا، سایر بخش‌های ورزشی هم افتتاح شود. با وضع فعلی رکود و تورم شاید بسیاری از اقدار جامعه نتوانند از امکانات ایران مال استفاده کنند. شاید باید فکری برای حضور گروه‌های آسیب‌پذیر و استفاده راحت‌تر آنان از امکانات ایران مال هم بشود.

به‌عنوان خانه کریستف کلمب معرفی می‌کردند و از طرف سازمان یا وزارتخانه و یا هر نهاد تصمیم‌گیرنده هم‌دستی به خانه کشیده شده بود و با تبلیغاتی فراوان و فروختن بلیت، گردشگران خارجی زیادی را به آنجا می‌کشاندند! حال سندیت تاریخی و صحت وجود

گردشگری کره گرفتن از آب



ایتالیا - جنوا
خانه کریستف کلمب



ایتالیا - بلونیا
دانشگاه بلونیا

حتی در بحرانی‌ترین زمان هم بسیاری بهترین راه کسب درآمد را گردشگری می‌دانند.



گردشگری و تفریح یکی از فعالیت‌های اصلی انسان قرن ۲۱ است. بر اساس گزارش‌های رسمی، بسیاری از کشورهای جهان بیشترین سرمایه‌گذاری را در زمینه گردشگری انجام داده‌اند و سالانه مبالغ زیادی درآمد را از این راه به خزانه کشورشان وارد می‌کنند.

آمار سازمان بین‌المللی گردشگری نشان می‌دهد در سال ۲۰۱۹ میلادی درآمد گردشگری کشورهای جهان روزانه پنج میلیارد دلار بوده است و در مجموع به ۱,۷ تریلیون دلار در سال رسیده است. برای نمونه کشوری مانند ایتالیا که از پیشینه فرهنگی و قدمت تاریخی بالایی برخوردار است، به‌خوبی و با مدیریتی صحیح و کارآمد سالانه مبلغ ۲۷۰ میلیارد دلار در سال درآمد از محل گردشگری دارد که این مبلغ حدود هفت برابر بودجه سالانه رسمی ایران است. در واقع امروزه گردشگری را به‌عنوان منبع درآمد قابل‌محاسبه و برنامه‌ریزی و در یک‌کلام به‌عنوان یک صنعت با تمام ویژگی‌هایش می‌شناسند؛ صنعتی پول‌ساز و ماندگار! حتی در بحرانی‌ترین زمان ممکن هم بسیاری از کشورها که از نظر تأمین سوخت فسیلی ضعیف هستند بهترین راه کسب درآمد را حضور گردشگران می‌دانند.

به خاطر دارم در شهر «جنوا» واقع در شمال غربی ایتالیا خانه‌ای سنگی، کوچک، قدیمی و تقریباً ویرانه را

چنین خانه‌ای جای شک و ابهام فراوان دارد.

دانشگاهی به‌صنغه قدیمی‌ترین در جهان! آن‌هم در شهر «بلونیا» ایتالیا که فقط برای بازدید قسمت کوچکی از این دانشگاه قدیمی مبلغی را دریافت می‌کردند و گردشگر را برای بازدید از محیطی حدوداً ۳۰۰ تا ۴۰۰ مترمربع راهنمایی می‌کردند و گردشگران هم با رغبت زیاد برای تماشای قدیمی‌ترین دانشگاه جهان پول را می‌پرداختند. البته ناگفته نماند شهر بلونیا، شهری دانشگاهی است و قدمت دانشگاه این شهر به سال ۱۵۶۳ میلادی برمی‌گردد و سالانه چندین هزار دانشجو از سراسر

دنیا برای آموزش‌های مختلف به آنجا می‌آیند و بعضاً به دلیل ویزیاری دانشجویی هرگز دوران تحصیلشان به اتمام نمی‌رسد و در ایتالیا ماندگار می‌شوند.

قطعاً همگان می‌دانند که ایتالیا نمونه‌ای از یک تمدن کهن با پیشینه تاریخی اصیل است اما صرف به دوش کشیدن عناوینی از این دست نمی‌تواند گردشگرانی میلیونی را به یک کشور بکشاند، بنابراین ابتدا فرهنگ‌سازی مردم برای پذیرفتن گردشگر و نگاه صنعتی و کارآفرین به آن و سپس فراهم کردن زمینه درست تبلیغاتی توانسته از هر ساختمان نصفه و نیمه‌ای که نمایی قدیمی دارد به‌عنوان موزه و محل درآمد؛ ثروت‌هایی خلق کند و یا از هر محلی که به فکر کسی خطور نمی‌کند درآمدی مکفی ایجاد شود. به‌اصطلاح از هر آبی کره می‌گیرند!

زیاد دور نشویم. کشوری مانند ترکیه که به نقل از خبرگزاری رسمی این کشور «آنا تولی»، ششمین کشور جهان در زمینه جذب گردشگر به شمار می‌رود، از این محل سالی ۳۰ میلیارد دلار درآمد دارد. ترکیه سالانه ۴۵ میلیون گردشگر دارد و بعد از فرانسه، اسپانیا، آمریکا، چین و ایتالیا، ششمین کشور توریستی در جهان به شمار می‌رود جالب آنکه سبک زندگی و فرهنگ مردم و جاذبه‌های دیدنی و تاریخی ترکیه بسیار شبیه ماست اما این ترکیه است که هر سال به تعداد گردشگرانش می‌افزاید. با وجود این، چند سالی است که در ایران اهمیت گردشگری و گردشگران خارجی و ایجاد تسهیلات برای حضور آنان مطرح شده است. حتی وزارتخانه‌ای با عنوان وزارت میراث فرهنگی و گردشگری تأسیس شده است تا شاید سازوکار صحیح و مدبرانه‌ای برای جذب و حضور گردشگران خارجی مهیا شود. باین حال نوع نگاه به گردشگر به‌عنوان یک مهمان و مهمان‌نوازی که سنت اصیل ایرانی اسلامی است از یک‌سو و از طرف دیگر تمهیدات فراهم کردن محیطی آرام و دلپذیر برای گردشگر خارجی می‌تواند مکمل سیاست‌های دولتی و رسمی و گردشگری باشد و با همکاری بخش خصوصی امکان جهش در گردشگری

را فراهم آورد.

مقصد انتخابی گردشگران خارجی کجاست؟ در اینجاست که هم بحث تبلیغات و اطلاع‌رسانی مطرح می‌شود و هم امکاناتی که برای گردشگران مهیا شده است. به اعتقاد نگارنده همه این تمهیدات می‌تواند

ترکیه با جذب ۴۵ میلیون گردشگر در سال ۳۰ میلیارد دلار درآمد دارد

زمینه‌ساز جذب گردشگر باشد. گردشگرانی که برای دیدن مکان‌های تاریخی و چشم‌نواز در سراسر ایران با کاستی روبرو نخواهند بود. به‌رحال فضاهای جذاب برای گردشگری در کشور ما کم نیست از اصفهان نصف جهان گرفته تا شیراز و وصف بی‌مثالش، از بازار تهران و حتی بزرگ‌ترین مرکز خرید خاورمیانه یعنی ایران‌مال همگی مکان‌هایی هستند که می‌توان از آن‌ها درآمدهای هنگفتی کسب کرد. پس فعلاً لازم نیست مانند ایتالیایی‌ها به دنبال کره گرفتن از آب باشیم.





یک روز با مژده لواسانی
لابه‌لای سنت و مدرنیته در ایران‌مال

عاشق قدم زدن در مکان‌های تاریخی هشتم

مژده لواسانی را می‌شناسید، مجری خوش‌انرژی برنامه‌های مختلف که اهل مطالعه است و آن را در اجراهایش به خوبی نشان می‌دهد و مخاطب را با خود همراه می‌کند. حالا از او دعوت می‌کنیم تا به ایران‌مال بیاید و از بخش‌های مختلف آن دیدن کند. مژده لواسانی دعوت ما را می‌پذیرد و به غربی‌ترین نقطه تهران پا می‌گذارد؛ جایی که به قول خودش از خانه‌اش بسیار دور است و کمی با سختی به آن می‌رسد، اما آن‌قدر برایش جذاب هست که بخواهد دوباره و البته این‌بار به‌طور شخصی‌تر به ایران‌مال بیاید. با مژده لواسانی چند ساعتی همراه بودیم و با او از هر دری حرف زدیم؛ از فرهنگ خرید گرفته تا گردشگری و مسائل شخصی‌تر. این نخستین حضور مژده لواسانی در ایران‌مال بود که منجر به یک گفت‌وگوی مفصل شد.

یاد شکوه فیلم‌های کلاسیک افتادم

شاید مهم‌ترین و البته جذاب‌ترین بخش ایران‌مال، کتابخانه آن باشد. مردم هنوز هم می‌آیند و با کتابخانه‌های بزرگ و معماری جذاب آن عکس می‌گیرند. کتابی ورق می‌زنند و عده‌ای هم با لپ‌تاپی که پیش‌روی‌شان دارند، احتمالاً پژوهشی انجام می‌دهند. قرار ما با مژده لواسانی در همین بخش است. با او سر یکی از میزها می‌نشینیم و درباره موضوعات مختلف حرف می‌زنیم. مژده لواسانی، که عاشق فیلم‌های کلاسیک است، می‌گوید: «همان ابتدا که وارد کتابخانه شدم، انگار یک لوکیشن از یک فیلم کلاسیک جلوی چشمم ظاهر شد. من عاشق فیلم‌های کلاسیکم و به همین دلیل، اینجا حس خیلی خوبی دارد و من را یاد گذشته‌ها می‌اندازد. از یک طرف دیگر هم یاد قصه‌های هری پاتر افتادم؛ همان اندازه فانتری و جذاب.» اولین سؤالی که برای مژده لواسانی پیش می‌آید این است که چنین محیطی با این کتاب‌ها و امکانات برای عموم رایگان است؟ جواب ما البته مشخص است. ایران‌مال برای بازدید از هیچ‌کس پولی دریافت نمی‌کند. مژده لواسانی در تمام طول بازدید از این مجموعه، امیدوار است که رایگان بودن همیشگی باشد و همه مردم با هر سطح از درآمد بتوانند از امکانات مجموعه استفاده کنند. در فضای کتابخانه هم مشخص است که یکی از سؤالات ما درباره کتاب‌هایی است که او می‌خواند. مژده لواسانی عاشق شعر است. می‌گوید: «می‌توانم ساعت‌ها غرق در کتاب‌های شعرم باشم؛ از مولانا و حافظ و سعدی بگیر تا شعرای معاصر مثل منزوی. البته که اهل داستان هم هستیم، اما شعر برایم جذابیت بیشتری دارد. از بین نویسنده‌ها کارهای مصطفی مستور را خیلی دوست دارم. کتاب‌های عرفانی را هم دنبال می‌کنم و خب به دلیل رشته تحصیلی‌ام، کتاب‌های حقوقی را هم می‌خوانم.» او معتقد است کار اجرا بدون مطالعه، شدنی نیست. برای همین هم هیچ‌وقت خواندن را از زندگی‌اش حذف نمی‌کند. حرف‌های ما درباره کتاب که تمام می‌شود، از او دعوت می‌کنیم تا با ما سری به بخش‌های دیگر این مجموعه بزند تا حین راه رفتن، درباره موضوعات مختلف حرف بزنیم.

غذا فقط غذای سنتی ایرانی

مژده لواسانی اهل سفر است. اهل گشت‌وگذار و رفتن به شهرهای داخلی و البته کشورهای خارجی. دومین جایی که با ما همراه می‌شود، بخش رستوران‌های ملل است؛ بخشی که قرار است در آن، هر کشوری یک رستوران داشته باشد و مردم با غذاهای ملل مختلف آشنا شوند. هر رستوران به سبک معماری همان‌جا ساخته شده است و البته که رستوران‌ها هنوز راه‌اندازی نشده‌اند، اما دکور آن تقریباً تکمیل شده است. مژده لواسانی عاشق هر چیزی است که به سنت و تاریخ ربط داشته باشد. برای همین هم از بخش‌هایی از ایران‌مال که آمیخته به هنر و سنت ایرانی است، بیشتر لذت می‌برد. این موضوع در مورد غذا هم صادق است.

انجام بدهی، باز عده‌ای مخالف هستند. یکی از مهم‌ترین نقدهای این چند سال اخیر نسبت به احداث مراکز خرید و مال‌های بزرگ، ترویج مردم به مصرف‌گرایی است. نقدی که با مژده لواسانی مطرح می‌کنیم و دوست داریم نظر او را بدانیم. می‌گوید: «این نظر تا حدودی درست است، اما به شرط اینکه ما فقط مراکز خرید احداث کنیم و به بخش‌های دیگر آن اهمیت ندهیم.» او می‌گوید: «جایی مثل ایران‌مال، تنها یک مرکز خرید نیست. در همین چند ساعت، مشخص است که به وجوه دیگر آن هم توجه شده و بخش تجاری در وهله‌های بعدی، اهمیت دارد. مثلاً همین که در این چند سال اکثر مراکز خرید سالن‌های استاندارد سینما دارد، یعنی فرهنگ موضوع مهمی است که حتی جلوتر از بحث اقتصادی قرار می‌گیرد. این موضوع حالا در ایران‌مال طور دیگری هم تعریف شده. یعنی ایران‌مال تنها یک بازار نیست. یک شهر است که همه‌چیز را در خود جای داده و تلاش کرده امکاناتی را در اختیار مردم قرار دهد که هم ساعاتی خوش را کنار هم داشته باشند و هم با فرهنگ و تمدن ایرانی آشنا شوند و اگر هم خواستند، یک فیلم ببینند. وقتی در یک مرکز خرید می‌توان یک روز کامل را گذارند، این یعنی هدف اقتصادی مطرح نیست

از درباره‌ی غذاهای ملل مختلف سؤال می‌کنیم و اینکه اگر یک روز تنها یک انتخاب داشته باشد، غذای چه کشوری را انتخاب می‌کند. جواب او البته با نوع علاقه‌اش کاملاً مشخص است. «من ایران و غذای سنتی خودمان را انتخاب می‌کنم.» اما ما کوتاه نمی‌آییم و گزینه‌ی ایران را حذف می‌کنیم. مژده لواسانی، در مرحله‌ی بعد، غذاهای ایتالیایی را انتخاب می‌کند و از علاقه‌اش به غذاهای این کشور می‌گوید.

حین بازدید از این بخش، بحث درباره‌ی کارآفرینی باز می‌شود. اینکه کشور به شدت نیاز دارد تا برای جوان‌ها شغل ایجاد کند. کارگران هنوز در بخش‌هایی از ایران‌مال مشغول به کار هستند. خانم مجری می‌گوید: «یک همچنین جایی برای کارگران زیادی اشتغال ایجاد کرده و این یکی از مهم‌ترین مسائلی است که دولت باید به آن اهمیت جدی بدهد.» مژده لواسانی اهل غرور نیست. برای همین هم لابه‌لای گفت‌وگو، با هوادارانش عکس یادگاری می‌گیرد و با روی باز با آن‌ها هم صحبت می‌شود. در میان هفته هستیم و ایران‌مال روز خلوتی را سپری می‌کند. بالین‌حال، کسانی که در این مجموعه بزرگ حضور دارند، از دیدن مژده لواسانی ذوق‌زده می‌شوند و با او عکس یادگاری می‌گیرند. این روند تا پایان گفت‌وگو ادامه دارد.

مردم ما مصرف‌گرا نیستند

نقد همیشه و همه‌جا وجود دارد. حتی اگر بهترین کار دنیا را هم

من منتقد مدرن
بودن نیستم، اما به
شدت معتقدم که
ما باید گذشته را
بغل بگیریم و روبه
جلو برویم





می‌تواند ساعت‌ها در محله جلفا قدم بزند، به تخت‌جمشید برود و یا در اطراف همین بازار تهران، تهران‌گردی کند. بخش شربت‌خانه ایران‌مال جزء محبوب‌ترین بخش‌ها برای اوست. او می‌گوید: «این یعنی جایی که روح زندگی در آن جریان دارد، اصالت معنا پیدا می‌کند و ایران با آن تعریف می‌شود. اینکه بنشیننی ساعت‌ها موسیقی سنتی گوش دهی، کتاب بخوانی و یک شربت بهارنارنج جلوی رویت باشد. ایران با همین تمدن و کاشی‌ها و نقش‌ونگارهاست که تعریف می‌شود.»

لابه‌لای حرف‌هایمان یک گروه توریست از آسیای شرقی وارد شربت‌خانه می‌شوند. برای آن‌ها دیدن چنین فضایی جذاب است؛ اینکه پشت یک میز بنشینند و آبدوغ‌خیار یا کال‌جوش سفارش دهند و ببینند ایران در عین سادگی، جذابیت‌های بسیاری دارد. با دیدن توریست‌های آسیای شرقی بحث به سمت جذب توریست می‌رود؛ موضوعی که مدت‌هاست دغدغه جامعه شده و با گسترش آن می‌تواند توان اقتصادی کشور را بالا ببرد. مژده لواسانی در این باره می‌گوید: «قدمت تاریخ و تمدن ایران بر هیچ‌کس پوشیده

که نخواهیم با موضوع مصرف‌گرایی آن را نقد کنیم.»

قبل از شهرت هم اهل پاساژگردی نبودم

خرید کردن و پاساژگردی یک لذت منحصربه‌فرد است که نمی‌توان آن را نادیده گرفت. البته به شرط آنکه تبدیل به اعتیاد نشود. با این حال اما مژده لواسانی علاقه چندانی به پاساژگردی ندارد. از او می‌پرسیم شهرت مانع این کار شده که جواب او منفی است.

او می‌گوید: حتی قبل از اینکه شهرت داشته باشم هم علاقه چندانی به پاساژگردی و گشت‌های چندساعته برای خرید یک کیف یا کفش نداشتم و این موضوع ارتباطی به شهرت ندارد. البته نمی‌توان لذت خرید را انکار کرد. اینکه برای چیزی که دوست داری، وقت بگذاری، آن را امتحان کنی و بخری، می‌تواند واقعاً لذت‌بخش باشد. این روزها هم به خرید می‌روم، اما نه مثل آدم علاقه‌مند به خرید و پاساژگردی. از طرف دیگر هم خرید اینترنتی باعث شده تا این علاقه به خرید کمتر شود. این روزها برای خرید مایحتاج خانه و یا خریدهای متفرقه، از خرید اینترنتی استفاده می‌کنم، اما برای پوشاک معمولاً به مراکز خرید می‌روم. برای خرید بعضی چیزها حتماً نیاز است که خودم حضور داشته باشم و این لذت را از خودم دریغ نمی‌کنم.»

باید گذشته را در آغوش بگیریم

حالا نوبت به بخش مورد علاقه خانم مجری رسیده است؛ جایی که از ابتدای مصاحبه، چندباری خواست تا به آنجا برویم. مژده لواسانی می‌گوید آن قدر علاقه‌اش به مکان‌های سنتی زیاد است که



نیست. من منتقد مدرن بودن نیستیم، اما به شدت معتقدم که ما باید گذشته را بغل بگیریم و روبه جلو برویم. باید به گذشته خود افتخار کنیم و آن را به همه نشان دهیم.»

او از خاطرات سفرش به ایتالیا و شهر رم می گوید. «شما وقتی به رم می روید، می بینید که بخش قدیمی رم با چه وسواسی حفظ و نگهداری می شود و مردمش با علاقه آن را به همه نشان می دهند. لحظه به لحظه این تاریخ برای مردم ایتالیا اهمیت دارد و هیچ وقت سعی نکردند آن را انکار کنند. ایران هم دقیقاً باید همین کار را انجام دهد. ما باید سعی کنیم با همین چیزها توریست‌ها را جذب کنیم و تصویر درستی از ایران به آن‌ها نشان دهیم.» گفت‌وگوی ما در بخش شربت‌خانه پیرامون توریست و تمدن ایرانی تمام می شود و ما باهم راهی می شویم تا به دیگر بخش‌های ایران‌مال برویم.

ایران هم‌ردیف کشورهای توسعه یافته است

ایران‌مال بزرگ است و وقت کم. مژده لواسانی می گوید: «وقتی قرار بود به اینجا بیایم، فکر می کردم گفت‌وگو یک‌ساعته تمام می شود، اما حالا نزدیک به دو ساعت است که در این مجموعه قدم می‌زنیم و بخش‌هایی از آن را ندیدیم.» برای فرصت کمی که داریم، چند بخش را حذف می‌کنیم و به آن‌ها سر نمی‌زنیم. با اینکه مژده لواسانی جزء اهالی هنر و رسانه است، می‌گوید سینمای ایران‌مال را سر فرصتی دیگر و در یکی از اکران‌های خصوصی، خواهد دید. او بی‌صبرانه دوست دارد تا به باغ ماهان و تالار آئینه برویم و در تیمچه حاج‌علی‌اکبر راه برویم. پیشنهادش را قبول می‌کنیم و به سرای ابریشم می‌رویم؛ جایی که هنر ایرانی یک بار دیگر خودش را به رخ می‌کشد. سرای ابریشم پر است از فرش‌های دستباف ایرانی که فرشباغان ایرانی برای آن ساعت‌ها وقت گذاشته‌اند. هنر مورد علاقه مژده لواسانی اما خاتم‌کاری است. او فرش را هم دوست دارد، اما می‌گوید شیفته هنر خاتم و مثبت‌کاری است، چون ظرافتی در آن وجود دارد که می‌تواند هرکسی را مهیوت خود کند.

بعد از بازدید از سرای ابریشم، وارد تالار آئینه می‌شویم؛ جایی که تمام دیوارهای آن با آئینه کار شده است. در تالار آئینه، از او می‌پرسم در سفرهایی که به خارج از ایران داشته، جایی بوده که دوست داشته باشد مشابهِش را ما در ایران داشته باشیم؟ پاسخ مژده لواسانی اما شگفت‌زده‌مان می‌کند. «به جرئت می‌توانم بگویم هرچایی رفتیم و هر چیزی که دیدیم را ایران داشت یا بعدها به دست آورد. ایران همتای خیلی از کشورهای توسعه یافته است و چیزی کم ندارد. حتی می‌توانم بگویم نمونه‌چنین‌جایی را در کشورهایی که به آن سفر کردم، ندیدم و واقعاً از این جهت شگفت‌زده‌ام. اینکه همه چیز در کنار هم باشد، سنت در کنار مدرنیته، فرهنگ در کنار اقتصاد و ورزش در کنار هنر، واقعاً شگفت‌انگیز است.» بعد از پاسخ به این سؤال، مژده لواسانی دوباره روی موضوع رایگان بودن این مجموعه تأکید می‌کند. اینکه چنین امکاناتی حیث است از حالت رایگان دریابید و تنها در اختیار قشری خاص بماند.

مجموعه ایران‌مال البته چنین تصمیمی ندارد، اما تأکیدهای خانم مجری روی این موضوع نشان می‌دهد که مژده لواسانی در این روزها که آدم‌ها مشکلات زیادی دارند، به آنان فکر می‌کند و دغدغه مردم را دارد و نمی‌خواهد امکانات در اختیار قشری خاص باشد.

دوربین و عکاسی از باغ ماهان

بعد از تالار آئینه، وارد باغ ماهان می‌شویم. این بخش به سبک باغ شازده کرمان ساخته شده و از همین جهت، برای مژده لواسانی جذاب است. او که قبل‌تر به این شهر سفر کرده، دوست دارد ببیند شبیه‌سازی تا چه اندازه درست واقع شده است. این بخش هم از خانم مجری نمره قابل قبولی می‌گیرد. از بالای طبقه سوم به باغ ماهان نگاه می‌کنیم. مژده لواسانی می‌گوید اهل عکس‌سلفی گرفتن از خودش نیست، اما عکاسی از محیط را دوست دارد. در آخرین دقیقه‌های این گفت‌وگو، با دوربین همراهش عکسی از محیط باغ می‌گیرد تا تصویر این بخش را به یادگار داشته باشد. به دلیل جلسه‌ای که خانم مجری دارد، مجبوریم با او خداحافظی کنیم.

تجربه قدم زدن در ایران‌مال با مژده لواسانی، تجربه منحصر به فردی بود. نه از این جهت که او یک چهره شناخته شده است و مردم او را دوست دارند، بلکه بیشتر به دلیل محتوای گفت‌وگو و البته علاقه او به بخش سنتی و تاریخی ایران. در عصر ماشین و سرعت و تکنولوژی، اینکه یک نفر هنوز عاشق و پایبند به سنت و تاریخ باشد و در میان فروشگاه‌های پرزرق و برق و برندهای مختلف، به شربت‌خانه و موسیقی سنتی و کاشی‌های ساخت هنرمندان ایرانی علاقه‌مند باشد، یعنی ما با کسی گفت‌وگو کرده‌ایم که این روزها علاقه‌اش کمی نایاب شده و خب چه لذتی بالاتر از هم‌صحبتی با او. امیدوارم که شما هم این گفت‌وگو را دوست داشته باشید.



هجوم ایران مال برای تکرار قهرمانی

موجب اختلال در برنامه‌های اجرایی سازمان لیگ فدراسیون شد. با توجه به پیگیری‌های صورت گرفته از مربیان و مسوولان تیم کشتی، کشتی‌گیران ایران مال در شهرهای محل سکونت خودشان برنامه‌های انفرادی دارند و به‌منظور حفظ آمادگی جسمانی خود با رعایت پروتکل‌های بهداشتی به تمرین می‌پردازند.

حسن یزدانی قهرمان کشتی آزاد جهان و المپیک و عضو تیم ایران مال، از جمله کشتی‌گیران مستعد کشور است که در سال ۲۰۱۱ در رقابت‌های نوجوانان آسیا در تایلند و جهانی در زومباتلی مجارستان با کسب مقام‌های ارزشمند شکوفا شد و پس‌از آن در رقابت‌های جوانان و بزرگسالان جهان مدال‌های قابل قبولی کسب نمود. ارزشمندترین مدال یزدانی مدال المپیک ۲۰۱۶ ریو است که موجب خوشحالی تمام ورزش‌دوستان کشور بالاخص هواداران این رشته ورزشی گردید.

وی از جمله کشتی‌گیرانی است که شیوع ویروس کرونا نتوانسته او را از دنیای کشتی دورنگه دارد. پس از عمل جراحی و بعد از ریکاوری‌های انجام‌شده روی زانو، یزدانی به تمرینات برگشته است و در شرایطی که تمام باشگاه‌های ورزشی و اردوهای تیم ملی تعطیل‌اند به‌صورت فردی در

کشتی به‌عنوان ورزش پهلوان پرور بخش جدایی‌ناپذیر فرهنگ ایرانی اسلامی است. در ورزش کشتی این فرصت فراهم‌شده تا کشتی‌گیران جوانمردی و مردانگی خود را به نمایش گذارند.

مجموعه ایران مال باهدف گسترش خوی پهلوانی و پشتیبانی از ورزشکاران مدال‌آور در رشته کشتی آزاد و فرنگی با جذب مربیان و قهرمانان بزرگ کشور حضور در مسابقات قهرمانی ایران را تحت عنوان تیم بیمه رازی استارت زد. نتایج حاصل از پنج سال تلاش قهرمانان کشتی مجموعه بازار بزرگ ستودنی است. کشتی‌گیران آزادکار ما پنج سال قهرمان لیگ برتر، سه سال قهرمان باشگاه‌های جهان و یک سال نایب قهرمان جهان شدند. فرنگی‌کاران هم ۴ سال قهرمان لیگ برتر شدند، ۳ سال عنوان قهرمانی باشگاه‌های جهان را کسب کردند و یک سال هم به مقام سوم جهان دست پیدا کردند. امسال هم تیم‌های کشتی آزاد و فرنگی ایران مال، برای حضور پر قدرت در مسابقات لیگ برتر با قهرمانان شاخص داخلی و خارجی وارد مذاکره شده و قرارداد منعقد کرده‌اند.

البته امسال ویروس کرونا لیگ برتر کشتی را تحت تاثیر قرارداد و



۱- قبل از حضور ورزشکاران در سالن، به‌منظور تمرین و مسابقه تست پی سی آر انجام شود و در صورت منفی بودن اجازه شرکت خواهند داشت.

۲- برگزاری تمرین و مسابقه بدون حضور تماشاچی باشد.

۳- در طول برگزاری مسابقات و انجام تمرینات، قرنطینه

کامل همه افراد اعم از ورزشکار و غیر ورزشکار حداقل به مدت شش روز اعمال شود.

۴- اعمال نظارت بر قرنطینه بر عهده فدراسیون کشتی و باشگاهها است و نظارت عالی با همکاری دانشگاه‌های علوم پزشکی مستقر در تهران صورت می‌گیرد.

۵- در صورت افزایش مدت تمرینات و مسابقات بیش از شش روز و ضرورت برگشت و مراجعه به خانواده تکرار تست پی سی آر با نتیجه منفی و قرنطینه الزامی است.

۶- موارد فوق شامل تمامی افراد از جمله داوران، مربیان، سرپرستان و نیروهای خدماتی است که در اردوی تمرین و سالن‌های برگزاری مسابقه حضور خواهند داشت.

محل سکونت خود، جویبار، با رعایت اصول بهداشتی تمرینات منظمی انجام می‌دهد و آمادگی لازم جهت حضور در رقابت‌های بزرگ را دارد. دیگر اعضای تیم‌های آزاد و فرنگی ایران مال هم با وضع مشابه یزدانی در حال ایجاد آمادگی برای بیستمین دوره مسابقات لیگ کشتی هستند. دو تیم آزاد و فرنگی ایران مال

با توجه به سوابق پی‌درپی قهرمانی به‌عنوان «سرگروه» در قرعه‌کشی لیگ برتر کشتی شرکت داده شده‌اند. سرانجام پس از کش‌وقوس‌های فراوان مسئولان بهداشتی و ورزشی با برگزاری مسابقات لیگ کشتی با شرایط ویژه موافقت کردند. نحوه برگزاری رقابت‌های لیگ برتر کشتی (آزاد و فرنگی) مطابق با دستورالعمل بهداشتی مقابله با کرونا، از وزارت بهداشت به وزارت ورزش ابلاغ شده است. در این نامه که به علی نژاد، معاون توسعه ورزش قهرمانی

و حرفه‌ای وزارت ورزش و جوانان ارجاع شده، آمده است: با توجه به درخواست رئیس فدراسیون کشتی، برگزاری این لیگ در صورت رعایت بندهای ذیل مانعی ندارد.

تیم‌های کشتی ایران مال با توجه به سوابق پی‌درپی قهرمانی به‌عنوان، سرگروه در قرعه‌کشی شرکت کردند.

اسامی برخی از اعضای تیم کشتی آزاد و فرنگی ایران مال



محمد ایاسی
۶۷ کیلو گرم
قهرمانی جهان ۲۰۱۵ و ۲۰۱۷



کامران قاسم پور | ۱۳۷۵
۸۱ کیلو گرم
قهرمانی آسیا ۲۰۱۹
قهرمان جهان ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹



محمد رضا گرابی | ۱۳۷۵
۷۰ کیلو گرم
قهرمانی آسیا ۲۰۱۹
قهرمانی زیر ۲۳ سال جهان ۲۰۱۹



محمد حسین محمدیان | ۱۳۷۱
۹۷ کیلو گرم
قهرمانی آسیا ۲۰۱۵
قهرمان جهان ۲۰۱۴



محمد علی گرابی | ۱۳۷۳
۷۱ کیلو گرم
قهرمانی آسیا ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹
قهرمانی جهان ۲۰۱۷ و ۲۰۱۹



پرویز هادی | ۱۳۶۶
۱۲۵ کیلو گرم
قهرمانی آسیا ۲۰۱۴ و ۲۰۱۸
قهرمان جهان ۲۰۱۸



رضا اطری | ۱۳۷۳
۵۷ کیلو گرم
قهرمانی آسیا ۲۰۱۷ و ۲۰۱۹



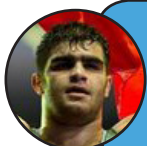
فرشاد علیزاده | ۱۳۶۴
۷۴ کیلو گرم
قهرمانی آسیا ۲۰۰۹
قهرمانی جهان ۲۰۰۹



رضا خدری | ۱۳۷۳
۵۰ کیلو گرم
قهرمانی آسیا ۲۰۱۹
قهرمانی جوانان جهان ۲۰۱۵



بهنام احسان پور | ۱۳۷۰
۶۱ کیلو گرم
قهرمانی آسیا ۲۰۱۷ و ۲۰۱۹
قهرمانی جهان ۲۰۱۱



امین میرزا زاده
۱۳۰ کیلو گرم
قهرمانی آسیا ۲۰۲۰
قهرمانی جوانان جهان ۲۰۱۸



مهدی محسنی نژاد | ۱۳۷۷
۵۰ کیلو گرم
مدال بزرگسالان آسیا ۲۰۲۰
مدال امید های جهان ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹



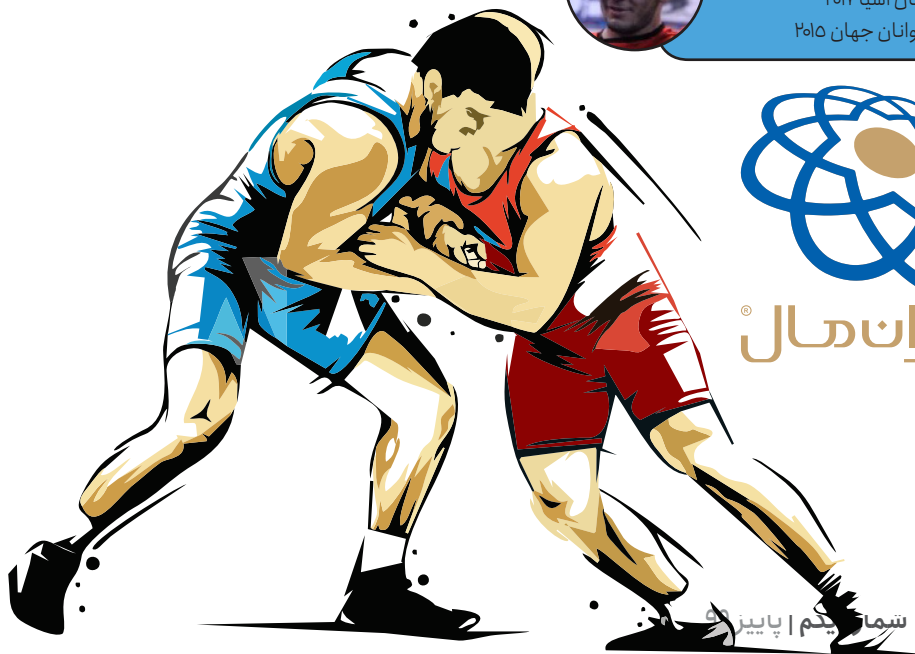
میثم نصیری | ۱۳۶۸
۶۵ کیلو گرم
قهرمانی آسیا ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷



پویا دادمرز | ۱۳۷۸
۵۵ کیلو گرم
قهرمانی جوانان آسیا ۲۰۱۷
قهرمانی نوجوانان جهان ۲۰۱۵



سعید داداش پور | ۱۳۶۸
۷۰ کیلو گرم
قهرمانی بازی های آسیایی
داخل سالن ۲۰۱۷



ایران مال



حسن یزدانی | ۱۳۷۳
۷۴ کیلو گرم
قهرمانی آسیا و بازی های آسیایی ۲۰۱۸
قهرمانی جهان ۲۰۱۷ و ۲۰۱۹ / المپیک ۲۰۱۶



مصطفی حسین خانی | ۱۳۶۸
۷۴ کیلو گرم
قهرمانی آسیا ۲۰۱۴ و ۲۰۱۶
قهرمانی جهان ۲۰۱۶



احمد بذری | ۱۳۷۶
۸۱ کیلو گرم
قهرمانی آسیا ۲۰۲۰

و از جمله کشور ما نیز رواج یافت و امروز شاهد رشد و ایجاد این نوع از بازارهای خرد و کلان در شهرها و نقاط مختلف کشورمان هستیم.

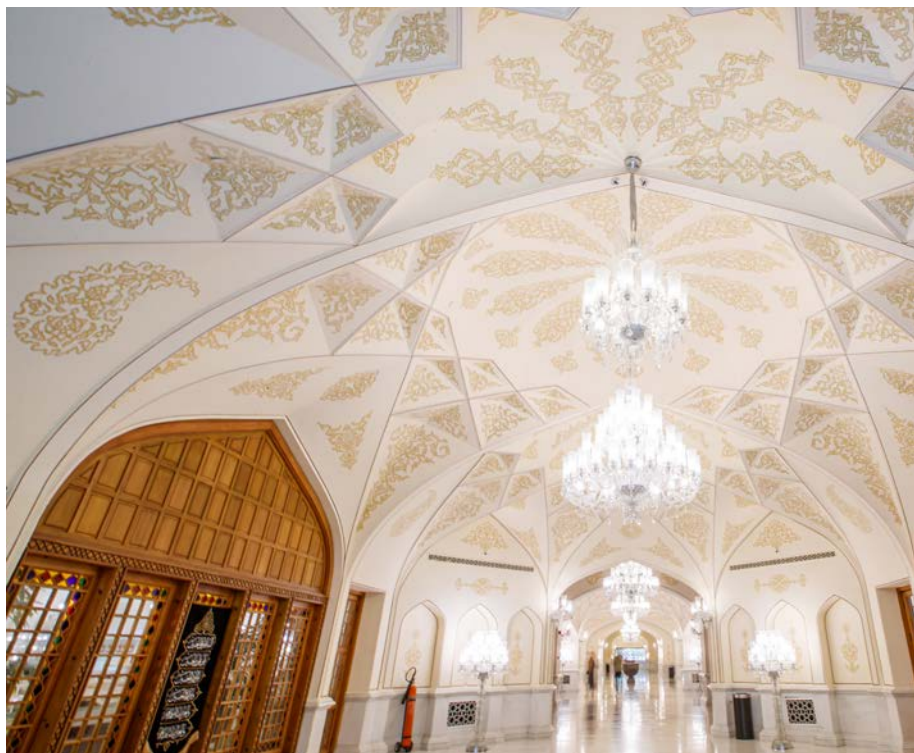
ویژگی‌های مطلوب معماری مجتمع‌های تجاری

بدیهی است که معماری سازه‌های تجاری، شرایط و ضوابط خاص خود را دارد. یک معمار برای طراحی یک فضای مسکونی، حتماً باید به مواردی توجه کند که شاید برای طراحی فضای اداری به آن‌ها نیازی نیست یا آن اهمیت را ندارند.

یکی از نکات قابل توجه در ایجاد و احداث بازارهای جدید، تلاش برای متجلی ساختن عناصر و ویژگی‌های فرهنگی سرزمین میزبان است که معمولاً در بعد معماری این بناها بروز و ظهوری خاص دارد. عظمت معمول این بناها و تردد مستمر و فراوان گردشگران اعم از داخلی و خارجی موجب شده است که سازندگان این بناها و سازمان‌های ناظر بر ساخت و احداث آن‌ها، با لحاظ کردن بسیاری از بایسته‌ها و الزامات اجتماعی، فرهنگی، زیست‌محیطی و... این بناها و یا مجموعه بناها را در قامت و قالب سازه‌های تمدنی ببینند؛ سازه‌هایی که علاوه بر برآوردن نیازهای اقتصادی و تفریحی مشتریان می‌توانند هدایا و ارمغان‌هایی از جنس فرهنگ میراثی و عناصر تمدنی سرزمین میزبان را، هم در معرض دید مردم بگذارند و هم سازه‌ها و کالاهای منبعث از این پیشینه تمدنی را در سبک کالاهای آن‌ها قرار دهند. از همین روست که بخشی از سازندگان و طراحان، متناسب با این نگاه، در جانمایی، طراحی و ساخت این‌گونه از بازارها دقت و تأملی ویژه دارند.

توجه ویژه به معماری این بناها در عصر مدرن، علاوه بر ملاحظاتی که بدان‌ها اشاره شد، منطبقاً و اصولاً می‌بایست در پی دستیابی به معماری پایدار و کاربرد و مدیریت متعهدانه آن باشد؛ این نحوه مواجهه با دانش و فن معماری بر مبنای اصول بوم‌سازگاری و بازدهی مطلوب و مناسب منابع است.

معماری پایدار مانند سایر مقولات معماری، دارای اصول و قواعد خاص خود است. از جمله ویژگی‌های اصلی و برجسته این رویکرد به معماری، صرفه‌جویی در منابع، طراحی سازگار و مطلوب برای بازگشت به چرخه زندگی و طراحی



تفاوت‌های معماری

در فضاهای تجاری مدرن

حجره مجتمع‌های تجاری - تفریحی را می‌توان بستری مناسب و به بیانی یکی از مناسب‌ترین بستریهای تجاری - خدماتی برای متجلی ساختن و تبلور مشتری‌مداری دانست. در این مجتمع‌ها معمولاً امکانات و فضاهایی فراهم آمده است که مشتری از زمان ورود تا خروج، هم آسوده و راحت باشد و هم نیازهای کالایی و خدماتی او به بهترین وجهی تأمین شود.

به استناد تاریخ و بررسی‌های تاریخی، مجتمع‌های تجاری و به تعبیر فرنگی آن «مال» شکل دگرگون‌شده و تجمیعی همان بازارهای قدیم ملل شرقی است که به تناسب نیازهای انسان امروز و سازوکارهای برآمده از سبک، نگرش و روند و روال زندگی انسان مدرن، ابتدا در جوامع غربی شکل گرفت تا بتواند با صرفه‌جویی در عنصر زمان و کاهش سفرهای درون‌شهری، به صورت متمرکز و سامان‌یافته، خدمات و نیازهای تجاری، تفریحی و فرهنگی را در بالاترین سطح کیفی به مشتریان ارائه دهد. این مراکز و مجتمع‌ها، به تبع شیوع و فراگیری روال و شیوه زندگی جامعه انسانی عصر جدید در دیگر نقاط جهان، بعد از کشورهای غربی، بنا بر ضرورت، در دیگر نقاط دنیا

- ◀ پله‌های معمولی، پله‌های برقی و آسانسور،
- ◀ پله‌های اضطراری
- ◀ مسیرهای ارتباطی؛ راهروها
- ◀ فضای ویژه فروش
- ◀ ویترین
- ◀ پارکینگ‌ها
- ◀ انبار
- ◀ فضاهای تأسیساتی
- ◀ فضاهای فرهنگی مانند سینما، کتابخانه و...
- ◀ فضاهای ورزشی
- ◀ رستوران، بوفه، کافه‌تریا، کافی‌شاپ و
- ◀ ستون‌ها و حفاظ کنار طبقات
- ◀ سیرکولاسیون داخلی
- ◀ فروشگاه‌ها، غرفه‌ها، بوتیک‌ها، مغازه‌ها و
- ◀ فضاهای تفریحی: همانند شهربازی‌ها،
- ◀ گیم‌نت‌ها و
- ◀ سرویس بهداشتی
- ◀ و ...

این موارد، جزو موارد مشترکی هستند که حین ورود به هر نوعی از ساختمان‌های تجاری با آن‌ها مواجه خواهید شد. البته تعدادی از این‌ها در ساختمان‌های اداری و مسکونی هم وجود دارند. بعضی تقریباً به شکلی همسان و بعضی دیگر به شکلی ویژه طراحی می‌شوند؛ مثلاً فضاهای تأسیساتی، غذاخوری‌ها، سرویس بهداشتی، مسیرهای انتقالی و مسیرهای ارتباطی در همه آن‌ها تا حدود زیادی مشابه هستند؛ اما در نوع تجاری، پارکینگ، سیرکولاسیون، فضاهای تفریحی، فضای ویژه فروش و انبار به‌صورت اختصاصی معماری می‌شوند.

چگونه در معماری یک ساختمان یا مجتمع تجاری موفق شویم؟

با نگاهی به نمونه‌های مشهور و موفق، متوجه می‌شویم که آن‌ها در جزئی‌ترین بخش‌ها بیشترین وسواس را به خرج داده‌اند. اگر شما فضاها و بخش‌های مشترک و عمومی را طوری طراحی کنید که نتوان تشخیص داد آن‌ها برای یک ساختمان اداری معماری شده‌اند یا تجاری، عملاً شکست‌خورده‌اید.

نمونه‌های موفق به ما می‌گویند که حتی در معماری بخش سرویس بهداشتی هم باید طوری

«برای انسان» است که تأمین هر کدام از این اهداف در معماری پایدار راهبردهای ویژه خود را دارند.

رسیدن به استانداردهای بالای کیفیت، امنیت و آسایش که تأمین‌کننده و مقوم سلامت انسان‌هاست، از مهم‌ترین اهداف معماری پایدار است و رسیدن به چنین شرایطی، تنها با استفاده از مدیریت کارآمد و به‌کارگیری جدیدترین فناوری‌ها امکان‌پذیر است.

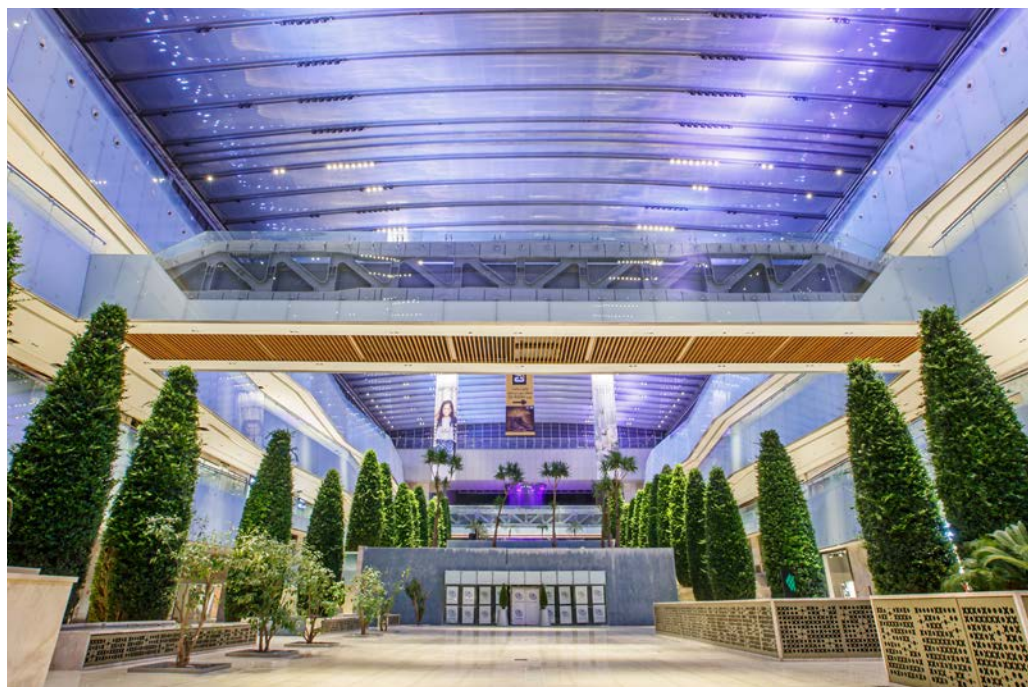
بر این اساس و برای دستیابی به آنچه مطلوب و موردنظر پیاده‌کنندگان معماری پایدار است، مهم‌ترین اصولی که باید در این معماری به کاربست، ادراک حس مکان، فضای هستی و عدم مزاحمت در آن، استفاده از انرژی‌های طبیعی مانند انرژی خورشیدی و باد، کاربرد مصالح طبیعی و بومی قابل بازیافت و بادوام، عایق‌بندی حرارتی و صوتی مناسب و عایق‌سازی مطابق استاندارد ساختمان، زمینه‌سازی برای تهویه طبیعی به کمک سقف، نورگیری صحیح و طراحی صحیح بازشوهاست.

هر ساختمان تجاری از چند بخش تشکیل می‌شود؟

هر کدام از ساختمان‌های تجاری از بخش‌های مختلفی تشکیل شده‌اند که بعضی از آن‌ها مشترک و بعضی دیگر هم مخصوص کاربری خاصی هستند. گاهی معماران با استفاده از قوه خلاقه‌شان، بخش‌های جدید و جالبی را برای این‌گونه ساختمان‌ها ایجاد می‌کنند و موجب می‌شوند تا آن شکل خاص به‌صورت مد دربیاید.

اما این بخش‌ها که جزو بخش‌های مشترک مجتمع‌های تجاری هستند، در بسیاری از این‌گونه بناها وجود دارند:

- ◀ گیت‌های ورودی و خروجی
- ◀ مسیرهای انتقالی:



این اماکن است. بزرگ‌ترین هدف معمار و طراح باید این باشد که طوری این مسیرهای پیچ‌درپیچ را طراحی نماید که مشتریان بتوانند به راحتی به مقصد مورد نظرشان برسند و از گیج شدن و گمراهی آنان جلوگیری شود.

وجود ارتباط تصویری قوی بین بخش‌های مختلف

این ارتباط تصویری مشتریان را یاری می‌کند که یک نقشه و تصویر کلی از محیط آنجا را در ذهن خود داشته باشند. آن‌ها باید بتوانند، بعد از چند بار رفت‌وآمد به این مکان، محل قرار گرفتن مسیرهای انتقالی، سرویس بهداشتی، فروشگاه‌های مورد علاقه و کافی‌شاپ و رستوران را به خاطر بسپارند. این وظیفه معمار است که ارتباط تصویری قوی را بین بخش‌های ساختمان به وجود بیاورد.

رعایت تنوع فضایی

یکی از اشتباهاتی که معماران غیر حرفه‌ای انجام می‌دهند، این است که به تنوع فضایی توجه نمی‌کنند. باید در طراحی ساختمان‌های تجاری که رضایت عموم افراد در آنجا اهمیت زیادی دارد، از کنار هم قرار دادن فضاهای بسته یا فضاهای باز اجتناب شود و انواع فضاهای باز، نیمه‌باز و بسته به گونه‌ای در کنار همدیگر چیده شود که احساس اضطراب، خفگی یا گم‌شدگی به مشتریان دست ندهد.

به جز سه مورد ذکر شده، موارد دیگری هم هستند که در معماری این فضاها اهمیت بسزایی دارند؛ مانند تهویه مناسب، ایجاد بیشترین کاربری برای ساختمان، داشتن یک پارکینگ استاندارد که خیال مشتریان را از در دسترس بودن و امنیت خودروی آن‌ها راحت کند. در نهایت داشتن دسترسی خوب و بی‌دردسر به خیابان‌های اطراف می‌تواند موفقیت معماری یک مجتمع تجاری را تضمین کند.



عمل شود که وقتی مشتریان وارد آنجا شدند، به راحتی تشخیص دهند که آنجا سرویس بهداشتی یک ساختمان تجاری است؛ البته که کار معمار طراح فراتر از طراحی یک سرویس بهداشتی یا راه‌پله است. این موارد در حوزه کاری طراحان، سازندگان و گردانندگان بازار تأثیرات مهمی دارند:

مکان‌یابی درست و حساب‌شده لوکیشن ساختمان

- ◀ توجه به هم‌جواری با خیابان‌های اصلی و میدان‌های پررفت‌وآمد سطح شهر
 - ◀ تعبیه کردن المان‌های جذاب مانند دریاچه مصنوعی، نمایش تصاویر ویدئویی بر روی دیوار یا سقف، طرح‌های تصویری زیبا و خلاقانه در گوشه و کنار ساختمان
 - ◀ هدایت دقیق مشتریان با استفاده از کف‌سازی و دیوارنویسی
 - ◀ تعبیه کردن پنجره‌ها و چشم‌اندازهای مناسب به سمت نقاط زیبای خارج از ساختمان
 - ◀ درگیر کردن فضاهای پذیرایی و تفریحاتی با بخش‌های تجاری به شیوه خلاقانه
 - ◀ ارائه راهکارهایی برای بزرگ‌تر نشان دادن فضای داخلی، مثل استفاده از آینه در سقف و دیوارها
- و توجه کردن به همین نکات کوچک و بزرگ باعث می‌شوند که تمام بخش‌های ذکر شده به شکلی خلاقانه، کاربردی و نوین طراحی شوند.

طراحی کردن مسیر شفاف و واضح

طراحی مسیرهای دسترسی در یک ساختمان یا مجتمع تجاری که اصطلاحاً سیرکولاسیون هم به آن‌ها گفته می‌شود، اولین قدم برای معماری

از کاروانسراها تا هتل‌داری در ایران

بنابراین تاریخ شروع رونق این بناها در ایران به زمانی پیش از هخامنشیان بازمی‌گردد. در ایران هتل شکل پیشرفته‌ای است از همان کاروانسراها و مهمانخانه‌هایی که به واسطه مهمان‌نوازی ایرانی در دوران صفویه ساخته شده بود، هتل پنج ستاره مجلل عباسی که به‌عنوان کهن‌ترین هتل جهان معروف است، یکی از این مهمانسراهاست، این هتل با قدمتی سیصدساله در خیابان چهارباغ عباسی شهر موزه‌ای اصفهان واقع شده است و عصاره‌ای از هنر بی‌بدیل ایران زمین را جلوه‌گر ساخته است؛ بنایی که به ادعای گردشگران داخلی و خارجی، مورخان و معماران برجسته و به‌زعم جهانگردان حرفه‌ای، یکی از زیباترین مهمانسراهای جهان لقب گرفته است.

قدمت مهمان‌داری در ایران برابر با سابقه تمدن این کشور است اما صنعت هتل‌داری در ایران صنعتی نوپا محسوب می‌شود. بر پایه آمار جامعه‌ی هتل‌داران،

هتل‌داری رتبه سوم صنایع مهم جهان را دارد.

محل اقامت از مهم‌ترین ویژگی‌های تجربه‌ی یک سفر به‌یادماندنی است، محل اقامت می‌تواند متناسب با نوع سفر انواع مختلفی داشته باشد. مثلاً برخی افراد دوست دارند تا در یک هتل شیک و چند ستاره اقامت کنند، اما دسته‌ای دیگر ترجیح می‌دهند. هزینه‌ی اضافی برای سفر خود نداشته باشند و یک هتل معمولی با قیمت ارزان را انتخاب نمایند. در هر حال، هر مسافری انتظاراتی از هتل منتخب خود دارد و مایل است تا آن چیزی را که انتظار دارد، دریافت کند.

یکی از بخش‌های مهمی که در برنامه‌ریزی سفر باید به آن توجه کنید محل اقامت است. محلی امن، راحت و مناسب که بتوانید پس از گردش و بازدید از اماکن دیدنی، برای استراحت و استحمام از آن استفاده کنید. اهمیت محل اقامت در سفر به قدری است که صنعتی به نام صنعت هتل‌داری در جهان، رتبه سوم صنایع را دارد و نقش بسزایی در اقتصاد هر کشور ایفا می‌کند. ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست و با وجود مشکلات پیش رو تلاش می‌کند تا در این صنعت آینده‌ی درخشانی داشته باشد.

ایران را می‌توان مهد کاروانسراهای قدیمی دانست. علت اصلی آن‌هم قرار گرفتن بخش زیادی از سرزمین ایران در راه تجاری ابریشم بوده است؛





هم‌اکنون حدود دو هزار هتل و هتل آپارتمان در سراسر کشور پراکنده است که ظرفیتی حدود دویست هزار تخت را در صنعت اقامتی ایجاد کرده‌اند. ایران به‌رغم اینکه از نظر معیارها و استانداردهای صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از هفت کشور برتر از نظر تعداد جاذبه‌های گردشگری در نقشه جغرافیایی دهکده جهانی شناخته و معرفی شده است، هنوز در این زمینه گام‌های اساسی برداشته

و با بسیاری از معیارهای اقتصادی در صنعت هتلداری فاصله‌ای معنادار دارد. صنعت هتلداری به چند عامل مهم برای رشد و رونق خود نیاز دارد. یکی امکان سرمایه‌گذاری و وجود تسهیلات لازم برای سرمایه‌گذاری در این بخش و دیگری وجود مسافر و مشتری که عامل دوم از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. بدون وجود گردشگران ادامه فعالیت صنعت هتل داری و به طور کلی صنعت گردشگری معنای خود را از دست می‌دهد.

سرمایه‌گذاران در کشورهای پیشرفته‌ی دنیا به صنعت ساخت، تجهیز و اداره هتل توجه ویژه‌ای دارند. با توجه به اینکه هتل‌ها خود یک مقصد تمام‌عیار اوقات فراغت شده‌اند، نوآوری و خلاقیت در هتل‌ها برای ارائه خدمات بهتر از ویژگی‌های اجتماعی یک هتل دار است و مدیران هتل‌ها باید نگاهی به‌مراتب وسیع‌تر از اجاره اتاق‌ها به این کسب‌وکار داشته باشند.

برگزاری جشن‌ها، سمینارها و نمایشگاه‌های صنعت هتلداری و معرفی زمینه‌ها و فرصت‌های این صنعت در ایران به دنیا، کمک شایان توجهی به بهبود وضعیت این صنعت در ایران خواهد کرد. همچنین استفاده از تجربه‌های کشورهای پیشرو و موفق در صنعت هتلداری در کنار بهره‌گیری از تجربه و دانش کارشناسان این صنعت در کشور می‌تواند موجب پیشرفت ایران در این حوزه شود. همچنین نیاز است در زمینه توسعه هتل‌ها با استفاده از سیاست‌ها و مشوق‌هایی، نه تنها از ظرفیت‌های سرمایه‌گذاران داخلی استفاده کنیم، بلکه به‌گونه‌ای برنامه‌ریزی کنیم تا سرمایه‌های خارجی نیز به‌عنوان فرصتی مناسب، جذب صنعت هتلداری کشورمان شوند و به‌عنوان بازوی اقتصادی در کشور عمل کنند.

**قدمت مهمان‌داری
برابر با سابقه
تمدنی ایران است
اما صنعت
هتلداری در ایران
صنعتی نوپا
محسوب می‌شود**

به همین جهت ایجاد زیرساخت‌های اسکان مناسب گردشگران و ایجاد شرایط مطلوب یکی از الزام‌های جذب گردشگر در ایران است. به بیان دیگر افزایش شمار گردشگران ورودی درگرو تأمین، تسهیل، ایجاد شرایط لازم برای اقامت و پذیرایی مطلوب و شایسته است؛ از این‌رو بی‌جهت نیست که سرمایه‌داران و



واسطه‌ای بودند. مخاطرات نگهداری و جابجایی و مشکلاتی از این دست باعث شد که عده‌ای این کالای واسطه‌ای را به صورت امانت نگهداری کنند و رسیدن آن را به دارنده بدهند. کم‌کم به جای خود کالاهای واسطه‌ای برای معامله این رسیده‌ها دست‌به‌دست می‌شد. به این ترتیب اسکناس در زندگی بشر جایگاه خود را پیدا کرد؛ و امانت‌داران به عنوان آنچه امروز بانک می‌خوانیم، شناخته شدند. با تقویت نظام حاکمیت یکپارچه کشورها و به وجود آمدن قوانین مدنی، بانک‌های مرکزی برای حمایت از امانت‌گذاران سعی در تدوین و تصویب قوانینی در این زمینه کردند. نتیجه این عملکرد و تأثیر تصمیمات قانون‌گذاران و سپرده‌گذاران و واسطه‌های مالی و بنگاه‌های اقتصادی منجر به ظهور علمی بنام علم اقتصاد در جوامع بشری شد. با توجه به پیشینه امانت‌گذاری کالای واسطه‌ای، در ابتدا اقتصاد دانان پشتوانه اسکناس و مسکوکات در دست مردم را طلای نزد بانک مرکزی کشور می‌دانستند. ولی با گذشت زمان و بروز شرایط بحرانی اقتصادی در زمان‌های مختلف و با توجه به اینکه چاپ اسکناس در اختیار دولت‌ها قرار داشت، بانک‌های مرکزی با دستور دولت‌ها شروع به چاپ اسکناس بدون پشتوانه طلای موجود در بانک مرکزی کردند که این موضوع موجب افزایش اسکناس در دست مردم و بالا رفتن قدرت خرید ایشان و در نتیجه کاهش ارزش پول و ایجاد عرضه‌ای بنام تورم شد.

اقتصاددانان با تحقیقات و بررسی‌های خود متوجه شدند که در برخی کشورها علی‌رغم چاپ اسکناس بدون پشتوانه و افزایش قدرت خرید مردم، این موضوع موجب کاهش ارزش پول و ایجاد تورم نشده است. در اواسط نیمه اول قرن بیستم دانشمندان علم اقتصاد به این نتیجه رسیدند که این قدرت طلای ذخیره‌شده نزد بانک‌های مرکزی نیست که پشتوانه پول ملی هر کشوری را می‌سازد، بلکه میزان تولید ناخالص ملی است که بجای کالای واسطه‌ای (طلای نزد بانک مرکزی) به عنوان پشتوانه پول ملی ایفای نقش می‌کند. با توجه به این کشف اقتصادی مباحث مربوط به تولید ناخالص ملی (GNP) و تحلیل و بررسی این شاخص و شاخص‌های منشعب از آن و به دنبال آن قدرت‌های اقتصادی و دسترسی به



جهش تولید و اثر خرده‌فروشی بر آن

جهش انسان‌های نخستین برای رفع نیازهای اولیه خود ابتدا به شکار و سپس به کشاورزی پرداختند. انسان پس از گذشت زمان و شناخت بیشتر از محیط اطراف خود، برای به دست آوردن اقلامی که مورد نیاز خود می‌دید ولی در اختیار دیگران بود ترفندهای مختلفی را بکار گرفت. ابتدا با استفاده از قدرت بدنی و مانند سایر حیوانات به نزاع و درگیری پرداخت ولی به مرور زمان و با استفاده از عقل و شعوری که خداوند در نهاد او قرار داده بود به این نتیجه رسید که در ازاء مبادله می‌تواند بدون جنگ و خونریزی به اقلام مورد نیاز خود که در اختیار دیگران است دست پیدا کند. بدین ترتیب مبحث بازرگانی در جوامع بشری پا به عرصه وجود گذاشت. برای کارهای بازرگانی ابتدا بشر از روش معامله کالا به کالا استفاده کرد. ولی به دلیل مشکلات فراوان این روش سعی کرد از یک کالای واسطه‌ای استفاده کند. کالاهایی مانند نمک، عاج، مفرغ، نقره، طلا و... نمونه‌ای از این کالاهای

تأثیرگذار است. هرچند عادات‌های مصرفی در بین جوامع و مناطق متفاوت است و حتی ترجیحات نسل جدید با نسل‌های قبل دگرگون می‌شود، اما تقاضا برای محصولات با فناوری‌های نوین هوش مصنوعی (AI) و اینترنت اشیا (IoT) در حال افزایش است.

بدون شک صنعت خرده‌فروشی در معرض تغییری شگرف قرار دارد و بازیگران جدیدی در حال ورود به این صنعت هستند. این بازیگران با استفاده از فناوری‌های ارتباطی نوین در پی تسخیر سهم بیشتری از بازار هستند و رقابتی به‌مراتب شدیدتر از قبل در حال ظهور است. البته، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، اگر همراه با نوآوری باشد، افزایش سودآوری و قدرت رقابت بیشتری را در این صنعت در پی خواهد داشت. در جدول (۱)، تازه‌ترین گزارش‌ها و پیش‌بینی‌های صنعت خرده‌فروشی جهان توسط موسسه eMarketer در ۲۰۱۷ م ارائه شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، صنعت خرده‌فروشی در جهان همواره با روندی صعودی همراه بوده و فروش کل این صنعت در سطح جهان در ۲۰۱۶ م ۲۲۰۵ هزار میلیارد دلار بوده است که برآورد می‌شود تا ۲۰۲۱ م از ۲۸ هزار میلیارد دلار فراتر رود. همچنین، سهم فروش آنلاین نیز از خرده‌فروشی کل در حال افزایش است. با افزایش ضریب نفوذ اینترنت و بهبود زیرساخت‌های ارتباطی و گسترش پرداخت‌های دیجیتالی انتظار می‌رود فروش آنلاین از ۱۸۵۹ هزار میلیارد دلار در ۲۰۱۶ م با رشدی بیش از ۲ برابری تا ۲۰۲۱ م به ۴۷۹۰۴ هزار میلیارد دلار برسد.

www.statista.com

در جدول (۲) بازارهای نوظهور خرده‌فروشی جهان در ۲۰۱۷ م و رتبه‌بندی موسسه بین‌المللی کرنی (Kearney) بر اساس شاخص توسعه خرده‌فروشی جهانی (GRDI) ارائه شده است. در این شاخص، چهار متغیر اشباع بازار، ریسک کشوری، جذابیت بازار و فشار زمان بررسی می‌شود و هر سال ۳۰ کشور در حال توسعه که دارای پتانسیل بالایی برای سرمایه‌گذاری در صنعت خرده‌فروشی هستند، رتبه‌بندی و معرفی می‌شوند.

www.atkearney.com

بر اساس گزارش اتاق بازرگانی ایران، این

تولید بیشتر و متنوع‌تر و همچنین دستیابی به بازارهایی که این کالاها و خدمات را عرضه می‌کردند، در بین کشورها شدت گرفت. لیکن از آنجایی که طبق اصول اولیه همین علم اقتصاد همواره منابع محدود و نیازها نامحدود هستند، موضوع میزان دسترسی به منابع طبیعی به‌عنوان مواد اولیه تولید انبوه و دستیابی به بازارهای متنوع به‌عنوان یکی از اساسی‌ترین زیرساخت‌های فعالیت و حیات اقتصادی، هم به‌عنوان ابزاری برای مداخله کشورهای متخصص و هم به‌عنوان ابزاری برای دفاع کشورهای مستقل در برابر مداخلات، تبدیل شده است.

در کشور ما با توجه به شرایط موجود که اقتصاد کشور تحت تأثیر تحریم‌های ظالمانه آمریکا قرار داد، قطع و یقین یکی از اصلی‌ترین راه‌های برون‌رفت از شرایط نامطلوب اقتصادی به‌واقع، حمایت از تولید داخلی است. هرچند تا رسیدن به شرایط مطلوب فاصله معنی‌دار داریم ولیکن از ابتدای انقلاب و به دنبال جامعه عمل پوشاندن به یکی از آرمان‌های انقلاب که همانا قطع وابستگی از بلوک شرق و غرب بوده است این موضوع به‌عنوان دغدغه اصلی هم در زمان رهبری امام خمینی و هم در زمان حاضر تعیین‌کننده جهت حرکت‌های اقتصادی بوده است. از بارزترین دلایل اهمیت این موضوع هم نام‌گذاری سال‌های متمادی با عناوین مختلف اقتصادی، از جمله سال تولید ملی، اقتدار ملی و یا سال جهش تولید بوده است.

خرده‌فروشی پلی میان عرضه و تقاضا

تولید و فروش همانند دو بال برای اوج گرفتن یک بنگاه اقتصادی هستند. به همین دلیل در کنار توجه به تولید ملی مبحث فروش و علی‌الخصوص

جدول ۱ - صنعت خرده‌فروشی در جهان

سال	۲۰۱۴	۲۰۱۵	۲۰۱۶	۲۰۱۷*	۲۰۱۸*	۲۰۱۹*	۲۰۲۰*	۲۰۲۱*
فروش کل	۲۲/۴۹	۲۰/۸	۲۲/۰۵	۲۳/۴۵	۲۴/۸۶	۲۶/۲۹	۲۷/۷۳	۲۸/۹
فروش آنلاین	۱/۳۳۶	۱/۵۴۸	۱/۸۵۹	۲/۲۹۰	۲/۷۷۴	۳/۳۰۵	۳/۸۷۹	۴/۴۷۹
سهم فروش آنلاین از کل	۵/۹۴	۷/۴	۸/۷	۱۰/۱	۱۱/۶	۱۳/۱	۱۴/۶	۱۵/۵

واحد ارقام، هزار میلیارد دلار است. منبع: statista.com * پیش‌بینی شده توسط eMarketer

بحث خرده‌فروشی که ارتباط مستقیم با مصرف‌کننده نهایی دارد از اهمیت به‌مراتب ویژه و خاصی برخوردار خواهد شد.

صنعت خرده‌فروشی از بخش‌های مهم اقتصاد ملی هر کشور محسوب می‌شود و پلی میان عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان کالاها و خدمات است که نقش اساسی در تعیین قیمت کالاها و خدمات ایفا می‌کند. این صنعت وابستگی عمیقی به متغیرهای اقتصاد کلان دارد و بسیار متأثر از این متغیرهاست. رشد جمعیت، افزایش تولید ناخالص داخلی، افزایش درآمد قابل‌تصرف و توسعه زیرساخت‌های شهری اثر مثبتی بر این صنعت دارد و نرخ‌های تورم، بهره و بیکاری، عدم ثبات سیاست‌های دولت و ... می‌تواند به این صنعت آسیب بزند. همچنین، ترکیب عواملی همچون جمعیت‌شناسی و عادات‌های مصرفی خریداران، به‌طور قابل‌توجهی بر پویایی این صنعت

جدول ۲ - رتبه بندی بازارهای نوظهور خرده فروشی در جهان در سال ۲۰۱۷ میلادی

رتبه	کشور	نمره شاخص	اشباع بازار	جذابیت بازار	ریسک کشوری	فشار زمان	فروش کل
۱	هند	۷۱/۷	۷۵/۷	۶۳/۴	۵۹/۱	۸۸/۵	۱۰۷۱
۲	چین	۷۰/۴	۲۴/۴	۱۰۰	۶۴/۵	۹۲/۵	۳۱۲۷
۳	مالزی	۶۰/۹	۲۳/۳	۷۷/۱	۸۷/۱	۵۶/۲	۹۲
۴	ترکیه	۵۹/۸	۳۱/۷	۷۵/۸	۶۰/۴	۷۱/۴	۲۴۱
۵	امارات متحده	۵۹/۴	۰/۹	۹۲/۳	۱۰۰	۴۴/۴	۷۳
۶	ویتنام	۵۶/۱	۷۲/۴	۲۶/۷	۲۵/۴	۱۰۰	۹۰
۷	مراکش	۵۶/۱	۶۴/۵	۳۴/۶	۵۵/۶	۶۹/۸	۴۰
۸	اندونزی	۵۵/۹	۵۲/۱	۴۹/۳	۴۵/۵	۷۶/۷	۳۵۰
۹	پرو	۵۴	۵۰/۸	۴۵/۵	۲۶۲	۵۷/۶	۶۱
۱۰	کلمبیا	۵۳/۶	۴۸/۷	۴۹/۷	۷۱/۱	۴۴/۹	۹۰

دارای مجوز در نظر گرفته شده است.) اگر واحدهای صنفی دارای مجوز را بر جمعیت کشور تقسیم کنیم، نزدیک به ۷.۷ درصد از جمعیت کشور عضو اتاق اصناف کشور هستند. همچنین، اگر تعداد شاغلین واحدهای صنفی را با تعداد کل جمعیت شاغل کشور مقایسه کنیم، مشاهده می‌کنیم که نزدیک به ۳۰ درصد از اشتغال در سطح کشور مربوط به اصناف است.

مهم‌ترین مسئله در مورد اصناف کشور، تعداد زیاد واحدهای صنفی کشور است که بیشتر واحدهایی توزیعی و کوچک هستند و به صورت سنتی فعالیت می‌کنند. در ۲۷ دی ۱۳۹۶ جمعیت کشور ۸۱،۶۲۹،۸۱۲ نفر worldometers.info، بعد خانوار ۳.۱۸ نفر و تعداد واحدهای صنفی دارای مجوز ۲،۵۰۸،۸۰۲ بوده و در برآوردها در نظر گرفته شده‌اند. براین اساس تقسیم واحد های صنفی میان خانوار ها به ترتیب زیر بوده است:

- ۱ واحدهای صنفی توزیعی (۱۲۳۴۰۳۰ واحد): ۶۶ نفر یا ۲۱ خانوار
- ۲ واحدهای صنفی خدماتی (۷۸۷۹۵۹ واحد): ۱۰۴ نفر یا ۳۳ خانوار
- ۳ واحدهای صنفی تولیدی (۴۸۶۸۱۳ واحد): ۱۶۸ نفر یا ۵۳ خانوار
- ۴ کل واحدهای صنفی (۲۵۰۸۸۰۲ واحد): ۳۳ نفر یا ۱۰ خانوار

اگر ارقام بالا را با اروپا و آمریکا که به ازای هر واحد صنفی ۷۰۰ نفر تا ۱ هزار نفر مصرف کننده وجود دارد مقایسه کنیم، می‌بینیم که تعداد واحدهای صنفی در ایران بیش از نرم جهانی است و این نشانگر سهم بازار ناچیز، رقابت بسیار سخت، درآمد کم و در نهایت، اشتغال ناپایدار واحدهای

شاخص آخرین بار در ۲۰۱۱ م برای کشورمان محاسبه شده و ایران با امتیاز ۳۹.۳ در رتبه ۲۹ جهان قرار داشته است.

خرده‌فروشان در ایران در قالب تشکلی بزرگ به نام اصناف فعالیت می‌کنند. اصناف به سه بخش تولیدی، توزیعی و خدماتی (خدماتی و خدمات فنی) تقسیم می‌شوند، واحدهای صنفی تولیدی ۱۹.۴ درصد، توزیعی ۴۹.۱۹ درصد و خدماتی ۳۱.۴۱ درصد اصناف را شامل می‌شوند. طبق جدیدترین آمار منتشر شده توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت، درخواست مجوز برای فعالیت واحدهای صنفی هرساله روند مثبتی داشته است. با توجه به آخرین آمار استخراج شده از ناگر آماری اتاق اصناف کشور، از مجموع ۲،۵۰۸،۸۰۲ واحد صنفی داری مجوز در کشور، تعداد کل شاغلین (به ازای هر پروانه کسب ۲.۵ نفر) ۶،۲۷۲،۰۰۵ نفر برآورد شده است (هرچند در کشور نزدیک به ۸۰۰ هزار واحد صنفی بدون مجوز و دست‌فروشان خیابانی فعالیت می‌کنند، اما در این مطالعه تنها واحدهای

جدول ۳ - تعداد پروانه های صادر شده و تمدید شده سالانه به تفکیک ماهیت واحد های صنفی

سال	تولیدی	توزیعی	خدماتی	مجموع
۱۳۸۶	۴۵۰۸۷	۹۲۵۷۶	۵۴۱۰۲	۱۹۱۷۶۵
۱۳۸۷	۳۸۶۹۰	۹۸۳۶۹	۵۸۴۳۲	۱۹۵۴۹۱
۱۳۸۸	۴۰۱۴۲	۱۰۳۵۵۸	۶۰۹۴۴	۲۰۴۶۴۴
۱۳۸۹	۳۷۸۳۷	۹۰۵۲۲	۵۷۸۰۲	۱۸۶۱۶۱
۱۳۹۰	۳۵۹۲۷	۸۱۸۵۵	۵۷۲۷۹	۱۷۵۰۶۱
۱۳۹۱	۳۹۱۵۹	۸۳۶۹۷	۶۲۰۴۶	۱۸۴۹۰۲
۱۳۹۲	۳۸۱۶۲	۹۰۶۷۲	۸۰۶۵۲	۲۱۰۴۸۶
۱۳۹۳	۳۵۳۷۹	۹۶۷۰۵	۶۹۹۰۳	۲۰۱۹۸۷
۱۳۹۴	۴۳۱۸۷	۱۲۶۸۴۴	۸۰۴۸۳	۲۵۰۵۱۴
۱۳۹۵	۵۹۰۶۱	۱۷۷۳۰۷	۴۱۷۸۸	۲۷۸۱۵۶
دی ۹۶	۴۸۶۸۱۳	۱۲۳۴۰۳۰	۷۸۷۹۵۹	۲۵۰۸۸۰۲



زنجیره‌ای و بزرگ در بخش خرده‌فروشی جهان در حدود ۵۰ درصد و در کشورهای توسعه یافته ۸۰ درصد است. ایجاد و گسترش فروشگاه‌های زنجیره‌ای نقش اساسی در کاهش هزینه خانوارها دارد و به سبب خرید انبوه و بدون واسطه این فروشگاه‌ها از تولیدکنندگان، کالاهای مورد نیاز خانوارها در مقایسه با خرده‌فروشان سنتی به قیمت تمام‌شده پایین‌تری عرضه می‌گردد. همچنین، به دلیل تنوع بالا در عرضه کالاها و کاهش تعداد دفعات خرید، در وقت صرفه‌جویی می‌شود.

صنفی در کشور است. حتی طی سال‌های ۱۳۸۹ و ۱۳۹۰ با وجود پدیدار شدن رکود در اقتصاد، درخواست برای مجوز فعالیت واحد صنفی روند مثبتی داشته است.

با توجه به نتایج آمارگیری نیروی کار در کشور خواهیم دید که اشتغال کشور در این سال‌ها با روند منفی روبرو بوده، اما برعکس همان‌طور که در جدول شماره (۳) ارائه شده است، بخش خرده‌فروشی کشور با رشد مثبت همراه بوده و این بخش از اقتصاد بدون در نظر گرفتن شرایط اقتصادی کشور، حتی در زمان رکود هم روندی مثبت را طی کرده است. در این میان، درخواست برای ایجاد فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای در کشور با رشدی کند همراه بوده است و تنها ۱۰ درصد از بخش توزیع کشور در اختیار این فروشگاه‌هاست و پیش‌بینی می‌شود تا ۱۴۰۰ سهم این فروشگاه‌ها از بازار خرده‌فروشی کشور به ۲۵ تا ۴۰ درصد برسد. این در حالی است که سهم فروشگاه‌های

در سال‌های اخیر، زندگی شهرنشینی ایران به خصوص در شهرهای بزرگی همچون تهران، مشهد و اصفهان با پدیده‌ای به نام مال یا مجموعه چندمنظوره عجین شده است.



در این میان می‌توان به نامدارترین مال ایران یعنی «ایران‌مال» اشاره کرد، مجموعه‌ای که اگر بخواهیم آن را در قامت یک انسان ببینیم، با توجه به طراحی آن، مردی خوش‌پوش و به‌روز با قامتی بلند و لبخند همیشگی خود، شناخته می‌شود.

در فاصله‌ای نیم‌ساعته از این مرد جالفتاده خوش‌پوش، خواهری جوان و دلربا با قلبی روشن و شفاف در خیابان لواسانی یا همان فرمانیه سابق جا خوش کرده که توجه هر بیننده‌ای را به سمت خود جلب می‌کند. مشخص است که دختر خیابان فرمانیه خواهر کوچک‌تر ایران‌مال است، چراکه در ظاهر خصوصیات مشترکی را به ارث برده‌اند. قرار است درهای فرمانیه مال تا اواخر سال ۱۳۹۹ به روی مردم گشوده شود و مردم تهران و مسافران نوروزی در صورت مناسب بودن اوضاع، روزهای بهاری سال ۱۴۰۰ را مهمان فرمانیه مال باشند.

سید امیر میرافضل - کارفرما و نماینده بانک آینده در پروژه چندمنظوره فرمانیه مال می‌گوید: طبق برنامه‌ریزی‌ها، مجتمع چندمنظوره فرمانیه مال در میانه زمستان سال جاری افتتاح خواهد شد. مجموعه‌ای که به دنبال آن است که تجربه متفاوتی را برای مردم شهر تهران رقم بزند. مشروح مصاحبه ما را با آقای سید امیر میرافضل - کارفرما و نماینده بانک آینده در پروژه چندمنظوره فرمانیه مال بخوانید:

فاز عمرانی پروژه در چه سالی آغاز شده و طبق برنامه ریزی ها چه زمانی باید به بهره برداری برسد؟
فاز عمرانی پروژه فرمانیه مال

خواهر دلربای فرمانیه چرا باید به فرمانیه مال سر زد؟!



ساخت‌و‌مندی تمام آن را در اختیار فضای شهری قرار داده و مردم بدون توجه به جایگاه اجتماعی می‌توانند به راحتی بدون آنکه اسیر فضای تجاری یا رفتار فروشندگان بشوند، با یکدیگر زمانی را سپری کنند و نیازهای خود را به دور از فضای تجاری در قالب خدمات شهری در زمینه‌های فرهنگی و هنری و همچنین حوزه ورزش و سلامت دریافت کنند.

● فلسفه وجودی فرمانیه مال چیست؟

فلسفه وجودی معماری این مجموعه ایجاد فضای خوش و آرامش‌بخش برای مراجعه‌کنندگان است. این نکته در انتخاب رنگ، میزان نور و نوع معماری، مشهود است. همچنین باید تأکید شود که فرمانیه مال ذاتاً بر پایه آرامش طراحی و بنا شده است. از نظر معماری، فرمانیه مال، بر پایه طراحی موج‌گونه حول یک گنبد شیشه‌ای ساخته شده است؛ این طراحی با هم بودن را بارها و بارها یادآوری می‌کند.

● آیا فرمانیه مال برای قشر خاصی طراحی شده است؟

مراکز خرید و مال‌ها همچون برندها دارای مخاطب خاص خود هستند که با توجه به مکان قرارگیری مجموعه و طراحی آن با گذر زمان مخاطب هدف، بیشتر مشخص می‌شود.

● نقطه تمایز فرمانیه مال با دیگر رقبا در چیست؟

نقطه تمایز فرمانیه مال با دیگر مراکز خرید در شرایط فعلی ارائه خدمات متفاوت و به‌روز و در مواردی رایگان است، با توجه به طراحی فرمانیه مال می‌توان گفت، سطح فضای غیرتجاری و راهروهای عمومی این مجموعه ۳۰ درصد بیشتر از فضای تجاری است.

● با توجه به شرایط، دقیقاً چه زمانی شاهد افتتاح فرمانیه مال خواهیم بود؟

برنامه فرمانیه مال برای افتتاح و بهره‌برداری به‌گونه‌ای است که تمام قسمت‌ها به‌صورت ۱۰۰ درصد آماده بهره‌برداری باشد و بعد از آن مراحل واگذاری واحدها و افتتاح مجموعه اجرا شود. هدف‌گذاری بر آن است تا در بهمن ۱۳۹۹ پروژه چندمنظوره فرمانیه مال به‌صورت کامل افتتاح شود.

● با توجه به شرایط تحریمی آیا برندهای مطرح جهان در فرمانیه مال فعالیت خواهند کرد؟

حضور شرکت‌های خارجی در بازار ایران از این نظر اهمیت دارد که فضای رقابتی ایجاد خواهد کرد و این موضوع در نهایت منجر به رشد کیفیت محصولات داخلی خواهد شد. به همین دلیل، مدیریت مجموعه چندمنظوره فرمانیه مال، در کنار حمایت از برندهای داخلی به نام که محصولات باکیفیتی را به بازار معرفی کرده‌اند، از برندهای خارجی نیز استفاده خواهد کرد. در این مسیر سعی می‌شود تا شرایط حضور و عرضه محصولات خارجی باکیفیت تسهیل گردد. در این زمینه مجموعه فرمانیه مال، شرکای داخلی قابل قبولی را برای همکاری با برندهای جهانی معرفی و حمایت خواهد کرد.

در سال ۱۳۹۳ آغاز شد و طی برآوردها باید در سال ۱۳۹۷ به بهره‌برداری می‌رسید، اما به دو علت تغییرات طراحی و ساختاری پروژه در راستای افزایش کارایی مجموعه، همچنین تغییر ناگهانی نرخ ارز در پایان سال ۱۳۹۶ برنامه‌ریزی‌ها محقق نشد و این طرح با تأخیری دوساله افتتاح می‌شود.

درباره تغییر طراحی فرمانیه مال، باید تأکید شود که طرح فعلی نسبت به طرح ابتدایی آورده‌های بسیاری برای مجموعه داشته است. از موارد جدید می‌توان به بازطراحی سینمای روباز و جانمایی سینماهای سرپوشیده اشاره کرد. سینمای روباز در بازطراحی به سالن چندمنظوره فرهنگی تبدیل شده که دارای اتاق گریم، دکور، استراحت، تمرین و مانی‌تورینگ است.

در روزهای ابتدایی مینای پروژه، بهره‌برداری تجاری بود اما در بازطراحی‌ها، خدمات قابل توجه و جدیدی به فرمانیه مال اضافه شده است، فضاهای جدید فرهنگی، هنری و ورزشی که به این طرح اضافه شده، کیفیت خدمات‌رسانی را بسیار ارتقا داده است. با توجه به بازطراحی و زیربنای پروژه ۴۵ درصد فضا به حوزه فرهنگ و هنر، ورزش و سلامت اختصاص یافته و ۵۵ درصد مابقی فضا در حوزه تجاری به کار گرفته شده است.

● آیا فرمانیه مال در طراحی و بهره‌برداری فلسفه خاصی را دنبال می‌کند؟

فرمانیه مال در طراحی و ساخت با نگاه به شهروندان و ارائه خدمات به آنان کار خود را آغاز کرده و این نگاه همچنان حاکم است. از آنجاکه در فضای شهری تهران عموماً مکان‌های مناسب برای باهم بودن به‌دوراز پرداخت هزینه کمتر وجود دارد، فرمانیه مال می‌تواند یک پاتوق شهری برای منطقه یک و کل شهر تهران محسوب شود. عموم مراکز خرید جایی برای باهم بودن نیست زیرا فروشندگان در مراکز خرید به دنبال آن هستند تا محصولی را به شما عرضه کنند و مردم به نوعی اسیر فروشندگان می‌شوند؛ اما در فرمانیه مال این نگاه وجود ندارد و این مکان به دنبال آن است تا فضایی را به صورت رایگان به مردم اختصاص دهد تا باهم باشند. اختصاص مساحت ۷۰۰ تا ۸۰۰ متری پلازای شهری از نمونه‌هایی است که نشان می‌دهد، بانک آینده با



بودیم ابتدا مجوز بازگشایی سینماها (تیرماه) توسط امور سینمایی وزارت ارشاد صادر شد و سیستم کنترل و مقابله با آلودگی کرونا در پردیس ایران مال مستقر شد، بلافاصله مجوز اکران فیلم‌های مطرح خارجی توسط ایران مال دریافت شد که در اولین گام با استقبال گسترده سینما دوستان فیلم‌های «جوکر»، «۱۹۱۷»، «احضار ۲» و «بین ستاره‌ای» به نمایش درآمد و از اکران آخر هفته به همه روزهای هفته افزایش یافت.

اما آنچه در این روزها علاقه‌مندان سینما را مشغول کرد دریافت مجوز اکران فیلم‌های سه‌بعدی در پردیس سینمایی ایران مال بود که برای اولین بار در کشور این مجوز به ایران مال ارائه شد. از میان فیلم‌های نمایش داده شده «جنگ برای سیاره میمون‌ها» با کیفیت‌های ویژه، با استقبال خاص تماشاگران مواجه شد. با وجود این که پردیس سینمایی ایران مال بهمن‌ماه ۹۷ و هم‌زمان با جشنواره فیلم فجر افتتاح شد تاکنون تجربه برگزاری دو دوره جشنواره فجر را با موفقیت سپری کرده و بر اساس آمار ارائه‌شده از سوی معاونت سینمایی وزارت ارشاد به‌عنوان سومین پردیس پرفروش سینمایی کشور معرفی شده است.

اجرای زنده موسیقی‌های آیینی و کلاسیک

از برنامه‌های پرمخاطب و پرنشاط ایران مال برگزاری برنامه‌های موسیقی فولکلور و آیینی است

تابستان گرم فرهنگی

ایران مال

مرور فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی در چندماهه اخیر می‌تواند، ضمن آشنایی با دستاوردهای بزرگ‌ترین مال خاورمیانه در این عرصه‌ها، فرصت‌ها و تهدیدات این مجموعه را نیز در بوتسه نقد قرار دهد. این گزارش به انعکاس برگزیده، فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی ایران مال طی ماه‌های اخیر پرداخته است.



اولین‌های سینمایی برای پردیس سینمایی

در تابستان شاهد رخداد‌های قابل توجهی در پردیس سینمایی ایران مال



کشیده شده است.

فضایی ایده آل برای برنامه‌سازی تلویزیونی

طی ماه‌های اخیر درخواست‌های مکرر از سوی برنامه‌سازان جهت استفاده از فضای ایران مال به‌گونه‌ای بوده که امکان صدور مجوز برای همه آن‌ها امکان‌پذیر نشده است. در این میان تعدادی از برنامه‌های تلویزیونی در رایزنی‌هایشان موفق بوده‌اند و برنامه‌هایی را بر روی آنتن برده‌اند. برنامه «یک گام تا» یکی از برنامه‌های ویژه نوروز بود که با حمایت

که پنجشنبه و جمعه‌های هر هفته به‌صورت زنده در فضای بازار اجرا می‌شود. مجریان این برنامه با دعوت از اساتید موسیقی هر هفته میزبان یکی از اقوام ایرانی هستند. اجرای این برنامه بنا به تأیید مدیران بازار در ورودی تیمچه حاج علی‌اکبر، کتابخانه، تالار الماس و یا مجاور آب‌نمای موزیکال صورت می‌گیرد. تاکنون گروه‌های مختلفی از اقوام ایرانی در ایران مال به اجرای برنامه پرداخته‌اند که با استقبال گردشگران داخلی و خارجی مواجه بودند.

گروه‌های موسیقی از ایل شاهسون، آذری از ساوه، موسیقی سنتی ایرانی از تهران، سنتی ترنج، پاپ و راک، موسیقی رهاب آذری و گروه‌های دیگری از نقاط مختلف کشور در این برنامه هفتگی اجرای زنده داشتند که علاقه‌مندان موسیقی را به وجد آوردند.

از دیگر برنامه‌های زنده موسیقی در ایران مال می‌توان به اجرای قطعات موسیقی کلاسیک و پاپ اشاره کرد که هرروز توسط نوازنده زنده پیانو در باغ دیدار اجرا می‌شود. این برنامه مخاطبان خاص خود را دارد که عصر هرروز به بهانه شنیدن این جنس از موسیقی در کنار پیانوی باغ دیدار جمع می‌شوند. روابط عمومی ایران مال در روز جهانی موسیقی اقدام به ساخت نماهنگی با محوریت این نوع موسیقی کرد که با استقبال گسترده مخاطبان در فضای مجازی مواجه شد. در این نماهنگ تأثیر موسیقی بر آرامش مشتریان و گردشگران به تصویر



ایران مال ضبط و در نوروز از شبکه یک سیما پخش شد. ترکیبی بودن این برنامه باعث شد بسیاری از هنرمندان کشور با رعایت پروتکل‌های بهداشتی به ایران مال بیایند و مهمان این برنامه باشند. از دیگر برنامه‌هایی که هنوز مراحل ضبط را پشت سر می‌گذارد برنامه «فرش قرمز» است که سری اول خود را در ایران مال ضبط کرده و از شبکه



مرکز آفرینش‌های هنری بازار بزرگ ایران نمایش «بازدید عروسک‌ها از ایران‌مال» را برای بازدیدکنندگان اجرا کرد. در این اجرا عروسک‌های اقوام مختلف ایرانی در کنار سایر مردم به بازدید از ایران‌مال پرداختند.

مرکز آفرینش‌های هنری بازار بزرگ ایران اولین اثر خود را با عنوان «تنها یک زمین‌داریم» سال ۹۸ تهیه کرد که در جشنواره‌های مختلف موفقیت‌هایی را برای این مرکز کسب کرد. این مرکز کلیه مراحل طراحی و تولید عروسک و ماسک‌های نمایشی را در سوله عروسک‌سازی مستقر در مجموعه ایران‌مال انجام می‌دهد.

بزرگ‌ترین فرش هندسی جهان قدم‌های گردشگران را ارج می‌نهد

فرشی هندسی با زوایایی متقارن و متناسب که از آن به‌عنوان بزرگ‌ترین فرش هندسی جهان نام‌برده می‌شود در کتابخانه جندی‌شاپور نصب شد تا میزبان قدم‌های گردشگران داخلی و خارجی باشد.

فرش ۸ رنگ هندسی که رنگ اصلی آن سبز است، در متراژ حدود هزار مترمربع در مدت‌زمان ۷۰ روز با تلاش ۲۵ استادکار برجسته فرش‌طراحی، بافته و نصب‌شده است. طرح این فرش هندسی برگرفته از نقش‌های سقف کتابخانه بازار بزرگ ایران است.

ایران کالا پخش شده است. سری دوم این برنامه همچنان در حال ضبط است. احمد نجفی بازیگر و مجری باسابقه کشور در این برنامه کارآفرینان برجسته کشور را به ایران‌مال دعوت و در مورد رونق کسب‌وکار با آنان صحبت می‌کند.

بزرگداشت روز ادبیات کودک

هم‌زمان با روز ملی ادبیات کودک و نوجوان (۱۸ تیر)، روابط عمومی ایران‌مال، اولین بخش از مجموعه داستان‌های مانی و مانا را در اختیار کودکان بازدیدکننده قرارداد. این مجموعه داستان باهدف تشویق و ترغیب کودکان به کتابخوانی طراحی شده است و جلد دوم آن نیز به زودی منتشر خواهد شد.

بازدید عروسک‌ها از ایران‌مال

دومین نمایش عروسکی مرکز آفرینش‌های هنری بازار بزرگ ایران در تیرماه روی صحنه رفت.



همراه با همکاران ایران مال

زوج گرامی سارا سعیدی و سعید محبی (واحد HSE)
جناب آقای محمد هاشمی (واحد HSE)
سرکار خانم مینا اقبالیان (واحد HSE)
سرکار خانم نفیسه نیکوگفتار (واحد HSE)
جناب آقای محمد صلاحی (واحد HSE)
جناب آقای کیومرث سامیر (واحد حراست)
جناب آقای هادی گیلک (واحد حراست)
جناب آقای افشین طالبی (واحد حراست)

ضمن تبریک زندگی سرشار از عشق، برکت و آرامش
را برایتان آرزو می‌کنیم.



ما را در غم خود شریک بدانید ...

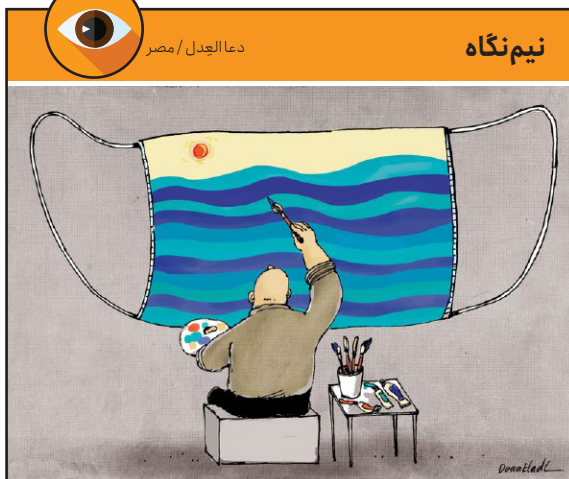
جناب آقای محمد نوروزی درگذشت پدر
سرکار خانم مهشید پورموسوی درگذشت مادر
جناب آقای والی درگذشت پدر
ناب آقای محمد صادق شرافتی درگذشت پدر
جناب آقای روح الله شیرزادی درگذشت پدر
جناب آقای علیرضا نوایی درگذشت پدر
جناب آقای عباس کمرئی درگذشت مادر

از خداوند متعال علو درجات را برای از دست رفتگان
مسئلت و آرزو داریم وسعت صبر خانواده این عزیزان
به اندازه دریای غمشان باشد.



دعا العادل / مصر

نیم‌نگاه



در گذر روزگار لحظات خوشایند و ناگواری
هستند که بر لوح زندگی‌مان نقش بسته و
کام ما را تلخ و یا شیرین می‌کنند. اما آنچه
مهم است در کنارهم بودن تمامی اعضای خانواده
بزرگ ایران‌مال برای تحقق بخشیدن به همدلی ما در
مسیر گذر از روزهای تلخ و نوید رسیدن به روزهای
خوش آینده است.
این نگاره بهانه ایست تا یادآور شویم که در کنار
هم و به یاد هم هستیم.



قدم نورسیده مبارک ...

رستا فرزند آقای شاهین بهمن زاده
بهار فرزند آقای جلال الدین شاه ملیکی
فاطمه زهرا فرزند آقای حسین ابراهیم زاده
نیکا فرزند آقای شهرام محمدی
نورا فرزند آقای احمدرضا اله یاری
سانیا فرزند آقای سامان جاوید
آرسام فرزند خانم سمیرا مینایی
رادمان فرزند آقای علی نفر
اهورا فرزند خانم نگار باقرلویی
امیرطه فرزند آقای میثم امین الرعایا
کیارش فرزند بهرام عزیزی جاوید
رامان فرزند آقای رضا سرلک
پارسا فرزند آقای حامد عظیمی
سامیار فرزند آقای میثم نجفی لاهوردلو
محمد حسین فرزند آقای سعید افراسیابی
رهام فرزند آقای ابراهیم محمدی
آریا فرزند آقای میلاد طاهری
مهرداد فرزند آقای امید قوامی سراب

شکفتن نوگل زندگی تان سرشار از خیر و شادی و
قدم های کوچکش برکت و مهربانی را در زندگیتان مانا
و پایا کند.



پیوندتان مبارک ...

جناب آقای محمدصادق شرافتی (واحد راه‌های دسترسی)
جناب آقای اصغر مهری (واحد راه‌های دسترسی)
جناب آقای احسان جعفر زاده (واحد راه‌های دسترسی)
جناب آقای امیرمحمد منفرد (واحد راه‌های دسترسی)

Iran Mobile Market



بازار موبایل ایران



[Iran.mobile.market.original](https://www.instagram.com/iran.mobile.market.original)



[Telegram.me/IMMarket](https://t.me/IMMarket)

www.mobile724.com



بازار موبایل ایران شماره ۱

تهران - خیابان حافظ - بعد از پل - حافظ جنب بورس ۶۴۹۲-۲۱

بازار موبایل ایران شماره ۲

تهران - خیابان بازار مبل - جنب پارکینگ طبقات شهرداری ۶-۶۶۶۴۵۳۳۵

بازار موبایل ایران شماره ۳

کرمان - بلوار جمهوری - نرسیده به چهارراه امام جمعه ۰۸-۳۳۴۴۴۴-۰۳۴