

آوند؛ نبض حیات باران



آوند | نشریه درون‌سازمانی گروه باران

شماره سه - ۴ مرداد ۱۳۹۹

نسخه آنلاین در www.Baran.ir/Avand



«سایه» پرچم‌دار گروه باران

سرمقاله

شرکت سایه می‌تواند باران‌بزه‌شدن خدمات باران را در شهرهای دیگر آغاز کند

هدف گروه باران، حضور فعالانه در دو صنعت است: صنعت ساخت‌وساز (Construction) و صنعت نگهداری و میزبانی (Hospitality).

در حوزه‌ی ساخت، با مجموعه‌ی خدمات شرکت‌های آفتاب مواجه هستیم. خدماتی برای ساخت برج‌های مسکونی با رعایت استانداردهای بالای ساخت. در کنار آن با خدمات شرکت ستاره برای مارکتینگ و فروش روبرو هستیم و با خدمات «باران هوم» برای ایجاد واحدهایی لوکس و مبله و اجرای خدمات دکوراسیون در بالاترین سطحی که در ایران وجود دارد.

صنعت ساخت برج در ایران و در مشهد صنعت بسیار پرقابلی است. شرکت‌ها و نام‌های پرآوازه‌ای در این حوزه وجود دارند و گروه باران و شرکت‌های آفتاب و ستاره و باران هوم با اقتدار و در سطحی بالا، در این رقابت حاضرند. گروه باران و شرکت‌های زیرمجموعه‌ی آن، در یک بازار بزرگ که رقبا می‌توانند در آن حضور دارند، موفق شده‌اند نام و آوازه‌ی برند را خوش‌نام نگه دارند.

در کنار این سه شرکت، خدمات شرکت سایه را داریم. حوزه‌های فعالیت شرکت سایه، نگهداری ساختمان پس از آغاز اقامت مالکین است. خدمات نگهداری سطح بالا و طولانی‌مدت برای واحدهای

اقامت‌ی هتل‌های باران، به ساختاری یکپارچه و استاندارد در گروه باران تبدیل شده و به یکی از جوه تمایز باران با سایر شرکت‌های برج‌ساز تبدیل شده است. به جرأت می‌توان گفت خدمات شرکت سایه، متمایزترین نوع خدماتی است که در بازار شرکت‌های برج‌ساز در مشهد و ایران وجود دارد و به نقطه‌ی متمایزی باران در این بازار شلوغ تبدیل شده است. خدماتی که گستره‌ی متنوعی از سرویس‌ها را در بر می‌گیرد؛ از حراست و تشریفات تا خدمات لاندی، از خانه‌داری با سبک‌های هتل تا مدیریت رستوران و کافی‌شاپ در داخل برج‌ها. ساکنین برج‌های باران، خدمات شرکت سایه را به مثابه ارزش افزوده‌های معتبر و کلاس بالا در محل سکونت‌شان دریافت می‌کنند.

گارانتی و خدمات پس از فروش گروه باران - که توسط شرکت سایه ارائه می‌شود - باعث می‌شود که با گذشت سال‌ها از آغاز سکونت در واحدهای برج‌های باران، عملکرد مطلوب بخش‌های مختلف ملک و برج حفظ شود و ارزش افزوده و عمر ماندگاری بناها افزایش پیدا کند.

«سایه» حرف ویژه‌ی باران در بازار است. وقتی از برند باران در جامعه صحبت می‌کنیم، بخشی از نمود برند، بازتاب خدماتی است که توسط همکاران پرتلاش شرکت سایه ارائه می‌شود.

می‌توانیم بگوییم که خدمات شرکت «سایه»، پرچم برند را که توسط تیم‌های قدرتمند شرکت‌های «آفتاب» و «ستاره» و «باران هوم» به اهتزاز درآمده، هم‌چنان در مارکت حفظ کرده و سطح کیفی خدمات برند را تا سال‌های طولانی به زخ می‌کشد.

در هتل‌های باران ۱ و ۲ (و همچنین در پروژه‌ی باران ۳ که این روزها آخرین مراحل آماده‌سازی برای افتتاح برج و تحویل واحدها را طی می‌کند) پس از تحویل و تکمیل واحدها، شرکت سایه مستقر می‌شود و کارش را شروع می‌کند. سایه در پروژه‌ها (که حالا تبدیل به لوکس‌ترین هتل‌های مسکونی ایران شده‌اند) مستقر می‌شود و ماندگار است. هم‌دم و همراه و هم‌نفس ساکنین می‌شود و سطحی از خدمات را ارائه می‌کند که تحت عنوان «زندگی به سبک باران» آن را می‌شناسیم و در جامعه جا افتاده است.

برند «باران» اگر به دنبال این است که تأثیراتش را فراتر از مرزهای مشهد گسترش دهد و به بازارهای تهران و سایر کلان‌شهرهای ایران نگاه کند، می‌تواند باران‌بزه‌شدن بازارهای جدید را با خدمات شرکت سایه شروع کند. خدماتی که می‌تواند جلوتر از ساخت برج‌ها شروع شود و حرف باران و پیام باران را به بازارهای جدید منتقل کند.

حمیدرضا رضازاده
(عضو هیأت‌مدیره شرکت سایه)



مدیران مخابرات استان از پروژه باران ۳ بازدید کردند

فیبر نوری FTTH در واحدهای باران ۳



بوده و توانایی انتقال داده در فاصله ۶۰ کیلومتر و حتی بیش‌تر را بدون افت کیفیت دارد. از طرفی، می‌توان هزاران کابل نوری را بدون نگرانی از بروز اختلال امواج، در کنار هم نصب کرد.

با استفاده از تانوما چه سرویس‌هایی در اختیار مالکین واحدهای برج باران قرار می‌گیرد؟ سرویس‌های قابل ارائه بر روی بستر فیبر نوری، سرویس‌هایی هستند که همگی با اجرای زیرساخت فیبر نوری یکپارچه می‌شوند:

- اینترنت بسیار پر سرعت
- تلفن
- تلویزیون اینترنتی
- سیستم‌های نظارت تصویری
- شبکه‌های کامپیوتری
- آیفون تصویری هوشمند
- مدیریت هوشمند ساختمان (BMS)
- پارکینگ هوشمند



هفته گذشته پروژه باران ۳ میزبان مهندس حسن اوروجی، مدیرعامل شرکت مخابرات خراسان رضوی، معاون تجاری و معاون شبکه و جمعی از مدیران شرکت مخابرات استان بود.

در این جلسه که با بازدید از بخش‌های مختلف پروژه باران ۳ همراه بود، مدیران مخابرات استان با دستاوردهای جدید گروه باران آشنا شدند و زمینه‌های موجود برای تعاملات آتی بررسی شد.

بر اساس تفاهم با شرکت مخابرات استان بنا شد که از جدیدترین تکنولوژی شرکت مخابرات ایران با نام تجاری «تانوما» (تار نوری مخابرات ایران) در واحدهای مسکونی برج باران ۳ استفاده شود.

تانوما چیست؟

سرویس FTTH/B تکنولوژی جدیدی است که به جای استفاده از کابل مسی، از فیبر نوری برای انتقال اطلاعات تا محل سکونت استفاده می‌شود. فناوری فیبر نوری، با پهنای باند بالا و متقارن (سرعت یکسان آپلود و دانلود اطلاعات) فرصتی استثنایی برای ارائه خدمات و کاربردهای جدید ایجاد کرده است. سرویس‌هایی که بر بستر این فناوری ارائه می‌شوند، می‌توانند کیفیت زندگی ما را به نحو چشمگیری ارتقاء دهند. فیبر نوری برخلاف مس در برابر پوسیدگی مقاوم

انتقال چیلرها به بام باران ۳



دو دستگاه چیلر ۷/۵ تنی توسط جرثقیل عظیم ۴۰۰ تنی در روزهای گذشته روی پشت‌بام برج باران ۳ نصب شد. به گفته مهندس متبسم، مدیر پروژه‌ی باران ۳، در هفته‌های آتی عملیات راه‌اندازی چیلرها توسط تیم فنی شرکت سایه و تیم‌های پیمانکاری در دستور کار قرار می‌گیرد.

تغییرات جدید در سازی باران VIP



عملیات اجرایی سازی‌ای و تغییرات پروژه باران VIP بر اساس طرح معماری جدید در حال انجام است و پیمانکاران مربوطه در اکثر بخش‌های پروژه مشغول به کار شده‌اند. به علت افزایش مترάζ در طبقات فوقانی این پروژه، طرح تقویت سازه تهیه شده و به پیمانکار ابلاغ شده است و در حال انجام است.

ادامه بتن‌ریزی در باران ۴



عملیات بتن‌ریزی در ۵۰ درصد از سقف طبقه منفی دو در زون ۲ پروژه باران ۴ انجام شده و بخشی از ستون‌ها و دیوار حائل طبقه منفی یک (واقع در ضلع شمالی زون ۲) آماده‌ی بتن‌ریزی است. گزارش کاملی از اقدامات تیم‌های مهندسی در پروژه باران ۴ را در صفحه آخر «آوند» بخوانید.

بازگشایی داربست نما در باران ۳



در روزهای اخیر داربست‌های نما در پروژه‌ی باران ۳ بازگشایی شدند و نمای پروژه به طور کامل رونمایی شد. عملیات سنگی حجمی و دکوراتیو جداره‌های بیرونی نمای لابی شروع شده است. دکوراسیون چوبی سقف و بدنه فضای استخر ۵- و دکوراسیون چوبی سقف بلند لابی که از فعالیت‌های فاخر و سنگین پروژه است، در حال انجام است.



BARAN HOME



توسعه محافظ ایمن سایه

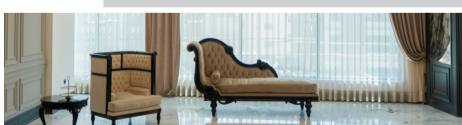


ستاره فروزان هشتم توسه



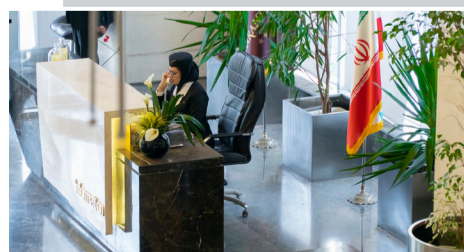
آفتاب فروزان هشتم توسه

مشتریان جدید خارج از باران



// باران هوم اقدام به عقد قرارداد برای اجرای یک پروژه طراحی داخلی خارج از برج‌های باران کرده است که سومین پروژه این شرکت در خارج از برج‌های باران است. // علاوه بر شوروم‌های مستقر در پروژه‌های باران ۳ و باران ۴، شوروم بعدی نیز به زودی در باران ۳ شروع به کار خواهد کرد. این اقدام در پی استراتژی سفارشی‌سازی جهت افزایش ارزش افزوده‌ی واحدهای مسکونی باران اجرایی می‌شود.

دفاتر جدید شرکت سایه در B4



// دفاتر جدید شرکت سایه، مستقر در پروژه فعلی B4 توسط شرکت آفتاب در حال تکمیل و تحویل به شرکت سایه است. نقاشی دفاتر در حال نهایی شدن است و در روزهای آتی همکاران شرکت سایه همسایه شرکت آفتاب می‌شود.

پوشش سازمانی در گروه باران

// شرکت ستاره در حال بررسی و برنامه‌ریزی برای یکسان‌سازی پوشش سازمانی در بخش‌های مختلف گروه باران است. بر این اساس به زودی مجموعه پوشش‌های باکیفیت و سازمانی برای پرسنل شرکت‌های مختلف گروه باران در بخش‌های اداری و مهندسی و نیروهای شاغل در کارگاه‌ها، طراحی و اجرا می‌شود. این پوشش شامل کت‌وشلوار و مانتو برای نیروهای اداری و جلیقه مهندسی و کلاه ایمنی و سایر اقلام برای نیروهای کارگاهی است. این لباس‌ها نماد یکپارچگی و یکسانی همکاران باران است و باعث ایجاد وجه تمایز، تشخیص و همبستگی بین پرسنل می‌شود.

ابلاغ چارت جدید شرکت آفتاب

// چارت جدید سازمانی شرکت آفتاب با رویکردی نوین و پروژه‌محور ابلاغ شده است. این تغییرات با هدف چابک‌تر کردن شرکت آفتاب در حوزه‌ی عملیاتی و پس از بررسی‌های فراوان به نتیجه رسیده است. // دفاتر اداری شرکت آفتاب نیز در هفته‌های اخیر تغییراتی داشته‌اند. آتلیه‌ی جدید معاونت مهندسی راه‌اندازی شده و نیروهای متخصص جدیدی جذب شده و تجهیزات کامپیوتری تازه‌ای مستقر شده است. // در حوزه‌ی طرح و برنامه و کنترل پروژه نیروهای جدیدی در شرکت آفتاب استخدام شده‌اند و در تیم‌های عملیاتی مستقر در پروژه‌های باران مشغول به کار شده‌اند.

وابستگی باران با شهر؛ از تعارض تا تعامل



از زمانی که برنامه‌ریزی شهری به عنوان یک اصل مدرن پذیرفته شد، با سه رویکرد در برنامه‌ریزی شهری مواجه بودیم.

رویکرد نخست که از آن به عنوان رویکرد سنتی یاد می‌شود و مبنای آن تنها برآوردن نیاز شهروندان بود. از دهه ۱۹۶۰ تا ۱۹۸۰ شاهد شکل‌گیری رویکرد دیگر در برنامه‌ریزی شهر بودیم که از آن به عنوان رویکرد سیستمی یاد می‌شود و در آن نیازهای شهر با حل کردن متغیرها و فعال کردن بازارها میسر می‌شد.

از سال ۱۹۸۰ به تدریج نگاه عقلانیت سیستمی که شهر را یک دنیای مکانیکی توصیف می‌کرد، به رویکرد ارتباطی و مشارکتی تغییر جهت داد. اتفاقی که سبب شد نگاه «عقلانیت ابزار» به نگاه «عقلانیت ارتباطی» تبدیل شود و رویکرد ارتباطی به شهر شکل بگیرد. رویکرد سوم، مبنای برنامه‌ریزی شهری در دنیای امروز است.

در پروژه‌های بزرگ‌مقیاسی که توسط بخش‌های دولتی یا بخش‌های خصوصی (مانند گروه باران) در شهر اجرا می‌شود، تلاش می‌شود که منافع عمومی شهر در نظر گرفته شود. مجموعه‌هایی مانند گروه باران زمانی که به سرمایه‌گذاری در شهر دست می‌زنند، تلاش می‌کنند راهکارهایی را دنبال کنند که تا حد ممکن تعارضات موجود بین این پروژه‌ها و منافع اکثریت جامعه و گروه‌های اقلیت حفظ شود و در عین حال، حداکثر میزان تعامل با بخش‌های مختلف جامعه فراهم شود. این تقابل و تعامل، صرفاً در حوزه‌ی ساخت‌وساز نیست و گستره‌ای از موضوعات اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی را در برمی‌گیرد.

با نگاه عقلانیت ارتباطی در برنامه‌ریزی شهری، تأثیرگذاران در فضاهای شهری به دنبال این هستند که با بهره‌گیری از ابزارهای ارتباطی و رسانه‌ای و گستره‌ی ارتباطاتی که دارند، زمینه‌هایی برای ارتباط با گروه‌های مختلف اجتماع برقرار کنند و رویکردی مشارکتی و اجتماعی را در پروژه‌ها در پیش بگیرند. این رویکرد کمک می‌کند تا تعارض‌ها کمتر شده و تعامل بالاتری با گروه‌های مختلف اجتماع برقرار شود.



شهر جدید قاهره

یکی از جاه‌طلبانه‌ترین پروژه‌های شهری جهان

سرمایه‌گذاری گسترده‌ای در این شهر کرده‌اند. از سوی دیگر بسیاری از ملاقات‌های دیپلماتیک و سفرهای مقامات به مصر با بازدید از این کلان‌پروژه همراه می‌شود تا از طریق دیپلماسی، جهان با این پروژه‌ی جاه‌طلبانه آشنا شود. مصری‌ها در کنار تأمین مالی پروژه باید به مشکلات دیگری هم فکر کنند.



چنین شهری هر اندازه هم هوشمندانه طراحی شود روزانه به ۶۵۰ هزار مترمکعب آب نیاز دارد که در مصر بیابانی تأمینش چندان آسان نخواهد بود. علاوه بر این، ساخت این شهر نیازمند دانش، تخصص و مهارت نیروی کار حرفه‌ای است. به این‌ها باید شیوع کرونا را هم اضافه کرد که تاکنون خیلی از برنامه‌ها را یکی دو سالی عقب انداخته است.

ساخت شهری جدید از صفر، اقدام جدیدی نیست. شهرهای جدید نسل اول و دوم در ایران مانند گلپه‌ار و بینالود در شمال و جنوب مشهد از این دست هستند. اما ساخت یک کلان‌شهر هوشمند و مدرن موضوع دیگری است.

باید منتظر ماند و دید، پایتخت اداری مالی جدید مصر، یک شهر مدرن به جهان اضافه می‌کند یا مانند بسیاری از پروژه‌های کشورهای در حال توسعه، صرفاً تلاشی است بی‌سرانجام. (شهرآرا)

قاهره، پایتخت مصر، سومین کلان‌شهر بزرگ آفریقا قرار است در آینده‌ی نزدیک یکی از رؤیاهای شهرسازی را به واقعیت تبدیل کند.

شهر جدیدی، جایی کمی دورتر از پایتخت و در بیابان در حال ساخت است و اگر کرونا اجازه دهد، به‌زودی حدود ۷ میلیون مصری خانه و زندگی خود را جمع می‌کنند و در این شهر فوق مدرن سکونت خواهند کرد.

کلان‌شهر بودن مترادف است با دست‌وپنجه نرم کردن با مشکلات شهری. معضلاتی مانند ترافیک قفل‌شده، آلودگی افسارگسیخته و البته ایجاد زاغه‌ها و حاشیه‌نشینی. رشد شهرهای قدیمی همیشه هم‌پای گسترش آن‌ها نیست.



توسعه‌ی زیرساخت‌ها و اصلاح بافت فرسوده هم چندان آسان نیست و رشد جمعیت و مهاجرت به این شهرها چنان است که راهی جز جابه‌جایی شهرها باقی نمی‌گذارد.

پس یکی از راهکارها ساخت یک شهر جدید است. شهر جدید قاهره که ممفیس جدید یا پایتخت جدید اداری هم گفته می‌شود از سال ۲۰۱۵ و در ۴۵ کیلومتری غرب قاهره، به مساحت ۷۰۰ کیلومترمربع (چیزی حدود ۲ برابر

اما ساخت چنین شهری هزینه‌های هنگفتی خواهد داشت. مصر برای پوشش این هزینه‌ها ۲ راهکار اصلی در نظر گرفته است.

اول پیش‌فروش زمین‌ها و ساختمان‌ها. بخش‌های زیادی از بیابان به‌عنوان شهر جدید پیش‌فروش شده است. راه حل دوم برای جبران هزینه‌ها، دریافت وام از چین است. از همان ابتدای شروع پروژه، شرکت‌ها و بانک‌های چینی

شهریت فرصت‌گرا



نشید نیبان متولد ۱۳۵۵ و دارای مدرک کارشناسی ارشد معماری از دانشگاه شهید بهشتی، کارشناسی ارشد شهرسازی از دانشگاه تورتو، دکترای طراحی از دانشگاه هاروارد و فوق‌دکتری شهرهای هوشمند از دانشگاه MIT است. او مسؤلیت دفتر معماری شیفت را بر عهده دارد. همچنین مدیر مرکز نوآوری شهری تهران است.

در بعضی از موارد با هدف ارایه‌ی خدماتی مشخص به شهروندان تولید شده‌اند و در بعضی دیگر نیز، به طور تصادفی و با قرارگیری در میان سایر فضاهای تولیدشده و به صورت فضاهای باقیمانده درک می‌شوند. اما حد و مرز تولید فضاهای شهری چگونه تعیین می‌شود؟ آیا طراحان و تصمیم‌گیرندگان فضاهای شهری، به همان اندازه که به تولید فضا می‌اندیشند، بر خلق مدلهایی برای مصرف‌فضا نیز تمرکز دارند؟ آیا لزومی بر توازن میان مدل‌های تولید فضا و مدل‌های مصرف فضا وجود دارد؟

به نظر می‌رسد که از زمان گسترش شهرنشینی، خلق مدل‌های تولید فضا اولویت بیشتری نسبت به خلق مدل‌های مصرف فضا داشته است.

استودیوهای شهریت فرصت‌گرا به دنبال این هستند که با رصد کردن گستره‌ی فعالیت‌های ممکن در عرصه‌ی شهر،

دانشنامه‌ی بریتانیکا فضا را این‌گونه تعریف می‌کند: «جوهره‌ای غیرمادی که نقاش آن را به تصویر می‌کشد، مجسمه‌ساز آن را پر می‌کند و معمار آن را بسته‌بندی می‌کند؛ به گونه‌ای که محیطی انسانی و انتهای پذیر درون محیط انتهای‌ناپذیر طبیعت خلق شود.»

شاید این تعریف اشاره به آن دارد که عوامل انسانی گوناگونی در شکل‌گیری ذهنی فضا نقش‌آفرینی می‌کنند. شهر - آن‌طور که ما آن را می‌شناسیم - بستری است که در لایه‌ی کالبدی خود از گردهم‌آیی مجموعه‌ای از فضاهای تولیدشده شکل گرفته است. فضاهای شهری



مدل‌هایی برای مداخله‌ی فضایی مصرف-محور در شهر ارائه دهند. این مداخله‌ها، گزینه‌هایی بدیل برای مداخله‌ی فضایی تولید-محور در شهر هستند و سعی بر آن دارند تا به جای گسترش ساخت‌ها و زیرساخت‌های فیزیکی شهر، مدل‌هایی برای بهره‌برداری از ساخت‌ها و زیرساخت‌های موجود را گسترش دهند.

متراکم‌تر کردن شهرهایی که در حالت کنونی خود به اندازه‌ی کافی متراکم‌اند، این چالش را به‌وجود می‌آورد که چگونه زیرساخت‌ها می‌توانند نیازهای این تراکم‌بیش از حد را پاسخ دهند. در این وضعیت، شهر بیش از این که نیاز به تولید فضاهای جدید داشته باشد، نیاز به تولید مدل‌های جدید از مصرف فضاهای کنونی خود دارد. این دقیقاً جایی است که نقش طراحان و پژوهشگرانی که در حیطه‌ی حرفه‌های فضا‌مند فعال هستند نیز به‌گونه‌ای دیگر پُر رنگ می‌شود. بهتر است که آن‌ها به‌جای تولید فضاهای بیشتر در شهر، کانون‌های دیالکتیک فضایی شهر را تشخیص دهند و فرایندهای مصرف فضاهای شهری را تسهیل کنند. این در عمل بدین معنی است که مناظر ساخته‌شده‌ی شهر را از دریچه‌ای جدید بنگرند و از آن‌ها به‌عنوان پدیده‌هایی مستقل‌تر و قدرتمندتر از قطعه‌هایی از زمین‌های در حال توسعه یا ملک‌هایی در حال پوست‌اندازی و یا نقاطی برای اعمال طرح‌هایی چشم‌نواز استفاده کنند.



مقاله کامل را می‌توانید با ره‌گیری لینک روبرو در مجله‌ی «معمار» مطالعه کنید و الگوهایی که توسط مرکز نوآوری شهری تهران اجرا شده است را بررسی کنید.

شناسنامه

آوند | نشریه دوهفته‌نامه درون‌سازمانی گروه باران

ناشر: هلدینگ باران

مجری: مدیریت روابط عمومی و رسانه | آراین انزان پور

سرمدبیر: محسن برجی

سایر همکاران آوند: شهرزاد رحیم‌آقلی - ترانه اصلانی

عکس: استودیو فرافکر | کیوان شهبازی

چاپ: ایران زمین

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

(توزیع در بین همکاران گرامی باران)

آدرس: مشهد، بلوار خیام جنوبی، بین خیام ۱۰ و ۱۲،

شماره ۷۶، واحد روابط عمومی و رسانه گروه باران

تلفن: ۲۸۱۸۱ (۰۵۱) داخلی ۱۲۱۵

واتس‌آپ/تلگرام: ۰۹۰۵۳۳۷۸۲۰۱

نسخه آنلاین: Baran.ir/avand (به زودی زود!)

ایمیل: avand@baran.ir

اکانت اینستاگرام باران:

www.instagram.com/barangroup

کانال تلگرام باران:

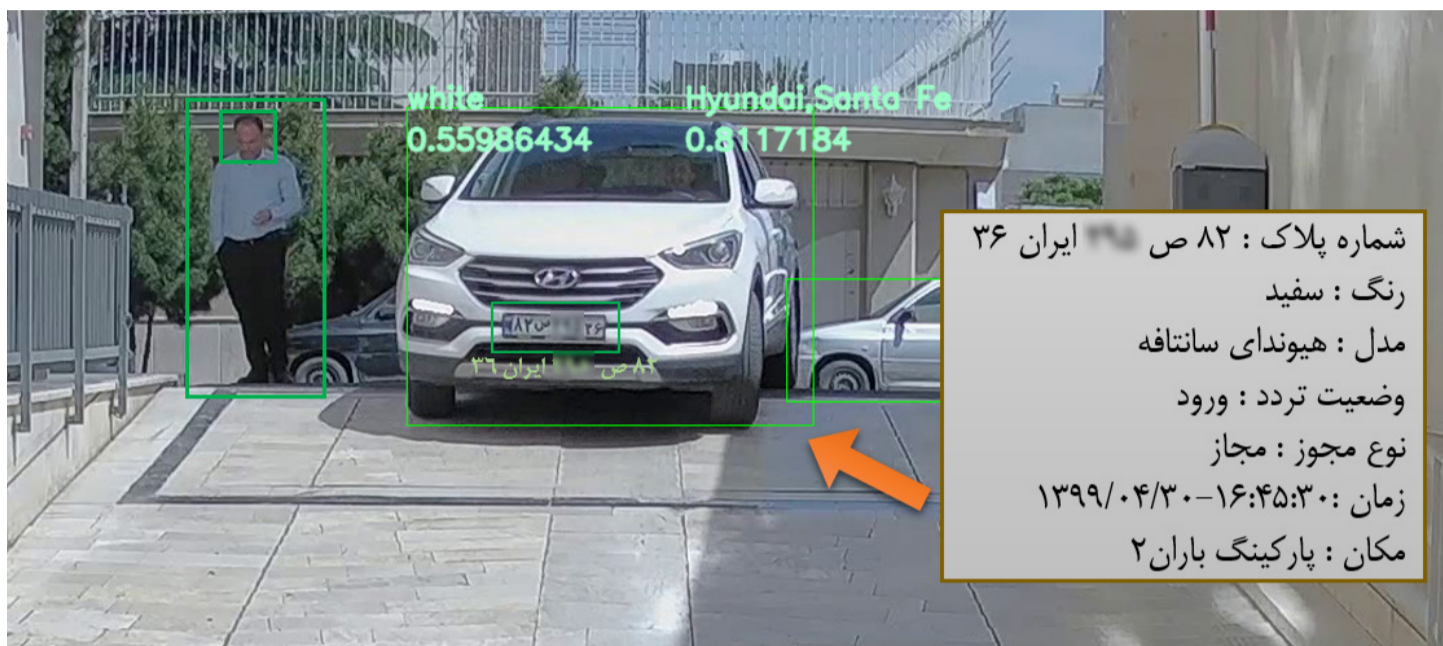
www.t.me/barangroupco

باران در لینکدین:

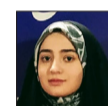
www.linkedin.com/company/18291681

هوش مصنوعی در برج‌های باران

گزارشی از سامانه پارکینگ هوشمند در برج باران ۲



ماجرای یک تیم استارت‌آپی، از مرکز رشد دانشگاه فردوسی تا شرکت سایه



مهندس رضوی هشتم. کارشناس ارشد هوش مصنوعی از دانشگاه فردوسی مشهد و سرپرست پروژه‌ی پارکینگ هوشمند و نماینده‌ی تیم هوش مصنوعی شرکت سایه.

من و اعضای تیم هوش مصنوعی شرکت سایه، در سال ۱۳۹۷ و پس از فارغ التحصیلی در مقطع کارشناسی ارشد، استارت‌آپی را در حوزه‌ی هوش مصنوعی در مرکز رشد دانشگاه فردوسی راه‌اندازی کردیم.

فعالیت‌های پژوهشی تیم ما از سال ۱۳۹۴ و هم‌زمان با ورود به مقطع ارشد شروع شده بود. ایده‌هایمان در حوزه‌ی کاربردهای هوش مصنوعی را از آزمایشگاه شناسایی الگو در دانشکده مهندسی دانشگاه فردوسی آغاز کردیم و آنها را بال و پر دادیم و در نهایت به عنوان یک استارت‌آپ تخصصی در این حوزه در مرکز رشد دانشگاه کارمان را به صورت جدی‌تر شروع کردیم.

به عنوان یک استارت‌آپ نوپا، فعالیت‌های متنوعی را در حوزه‌ی هوش مصنوعی تجربه کردیم و تلاش کردیم تا محصولات هوش مصنوعی را به صورت بومی اجرا کنیم. برخی از تجربیات علمی و تجاری تیم در این مدت در این حوزه‌ها بود: آینه‌های هوشمند، پنل دیجیتال اساتید، دیوار تعاملی هوشمند، سیستم تشخیص اشیاء، سیستم تشخیص چهره و افراد، سیستم تشخیص احساسات، سیستم تشخیص تخلفات راننده، ارایه‌ی نقشه‌های هوشمند چگالی جمعیت و ایده‌هایی دیگر.

همکاری با شرکت سایه

همکاری استارت‌آپ ما با شرکت سایه، از نمایش یکی از جذاب‌ترین محصولات تیم ما شروع شد: محصولی با عنوان دیوار تعاملی هوشمند. دیوار تعاملی، یک محصول هوشمند بود که با استفاده از الگوریتم‌های هوش مصنوعی و پردازش تصویر، بستری تعاملی برای ارتباط با یک دیوار فیزیکی را فراهم می‌کند. از این تکنولوژی می‌توان در اجرای انواع بازی‌ها در حوزه‌های مختلف مانند آموزشی، ورزشی، سرگرمی و تبلیغاتی برای رده‌های مختلف سنی استفاده کرد. در آبان ۱۳۹۸ نمایشگاهی تخصصی در حوزه‌ی کودک برگزار شد. در این نمایشگاه «دیوار تعاملی هوشمند» را به عنوان محصول ویژه استارت‌آپ‌مان معرفی کردیم. بازدید مدیران گروه باران از این نمایشگاه، فرصتی شد برای ارایه‌ی توانمندی‌های تیم ما به گروه باران. جلسات متعددی با مدیران شرکت سایه و گروه باران برگزار شد. در نهایت از اردیبهشت ۱۳۹۹ استارت‌آپ ما به عنوان یک مجموعه‌ی دانش‌بنیان در شرکت سایه مستقر شد.

امیدواریم که تلاش‌های تیم کوچک و توانمند و پر انرژی ما در شرکت سایه، به خروجی‌های بزرگی در پروژه‌های فاخر گروه باران منجر شود.

تیم هوش مصنوعی شرکت سایه با تکیه بر تخصص و توان مهندسان خود و با پیشینه‌ی فنی و علمی در زمینه‌ی طراحی و تولید محصولات فناورانه در حوزه‌های امنیتی و نظارتی، خدماتی و آموزشی، با به عرصه‌ی هوشمندسازی ساختمان‌ها گذاشته است و قادر است در سطوح مختلفی از جمله «نظارت و مدیریت هوشمند، ارائه‌ی خدمات هوشمند، تحلیل داده‌ها، کاهش خطای نیروی انسانی، برقراری امنیت و...» تعریفی نوین از یک برج مسکونی هوشمند را در قالب یک سیستم یکپارچه ارائه دهد.

بخش مهمی از این سیستم یکپارچه، حوزه‌ی مانیتورینگ هوشمند است.

پروژه مدیریت هوشمند پارکینگ

اولین پروژه‌ی تعریف شده در این حوزه، طراحی و پیاده‌سازی سامانه‌ی مدیریت هوشمند پارکینگ است که فاز اولیه‌ی آن با عنوان «پیاده‌سازی سیستم شناسایی خودکار پلاک جهت مدیریت و مجوز تردد خودروها» به صورت پایلوت در پارکینگ باران ۲ در روزهای اخیر به بهره‌برداری رسیده است.

این سیستم در ورودی پارکینگ باران ۲ اجرا شده است و امکانات متعددی را در اختیار مدیریت و ساکنین برج قرار می‌دهد؛ مواردی همچون:

- شناسایی خودکار پلاک،
- تشخیص رنگ و مدل خودرو،
- تشخیص جهت حرکت خودرو با یک دوربین
- و اعلام موارد مشکوک.

با تشخیص و کنار هم قرار دادن تمام این ویژگی‌ها برای هر خودرو، امنیت پارکینگ و خودروها در برج باران ۲ ارتقا یافته است.

نرم‌افزار مدیریتی این سامانه، قابلیت اتصال به سرور مرکزی و سایر سرورهای مستقر در مجموعه را دارد و گزارشات متفاوتی از تردد خودروها در پارکینگ بر اساس نام مالک، پلاک، زمان تردد، رنگ و مدل خودرو ارایه می‌کند.

نمایی از محیط عملیاتی سامانه مانیتورینگ پارکینگ هوشمند برج باران ۲

نرم‌افزاری که توسط تیم هوش مصنوعی شرکت سایه تولید شده و به زودی نسخه‌ی ارتقا یافته‌ی آن در تمام پارکینگ‌های برج‌های باران عملیاتی می‌شود.



هوش مصنوعی در باران

هوش مصنوعی (Artificial Intelligence) یا دانش شناخت و طراحی عامل‌های هوشمند؛ حالا به یک موضوع جهانی تبدیل شده است. هوش مصنوعی عملاً به سامانه‌هایی گفته می‌شود که می‌توانند شبیه هوش انسان عمل کنند و واکنش‌ها و حتی تصمیم‌هایی مشابه الگوهای رفتاری هوشمند انسانی و شبیه فرایندهای تفکری و حتی شیوه‌های استدلالی انسانی از خود بروز دهند. هوش مصنوعی هم مثل هوش انسانی حالا می‌تواند شرایط پیچیده را درک کند و با شبیه‌سازی شرایط، برایش راه حل بیابد.

هوش مصنوعی حالا یک عامل هوشمند سامانه‌ای است که محیط اطراف خود را می‌شناسد، آن را تحلیل می‌کند و در برابرش واکنش نشان می‌دهد و بر اساس داده‌های بزرگی (بیگ دیتا) که دارد به پردازش پرداخته و با تکیه بر الگوریتم‌هایی که استخراج می‌کند تصمیم می‌گیرد و دست به عمل می‌زند. نکته مهم اینجاست که ظرفیت انباشت داده‌ها و قدرت پردازش آن‌ها در هوش مصنوعی در قیاس با هوش انسانی به طرز سرسام‌آوری بیشتر است؛ آنقدر بیشتر که هنوز تجربه خیالی آن هم برای انسان معاصر یک رؤیاست. چندی پیش گوگل مجبور شد دو سرور خود را از مدار خارج کند چرا که آن دو سرور بی‌آنکه کسی از آن‌ها خواسته باشد به تماس با یکدیگر پرداخته بودند بی‌آنکه کسی از زبان و از علت و نوع ارتباط آن‌ها سر در بیاورد!

در مجموعه‌ای مانند گروه باران که در حوزه‌ی ساخت و نگهداری پروژه‌های برج‌های مسکونی فعالیت می‌کند، موقعیت‌های فراوانی برای استفاده از هوش مصنوعی در پروژه‌ها قابل تصور است. تیم هوش مصنوعی گروه باران به این فکر می‌کند که چگونه می‌تواند دستاوردهای نوین این حوزه را به کار ببندد.



چشم‌انداز تعریف شده برای پروژه‌ی سامانه‌ی مدیریت هوشمند پارکینگ، شامل ارائه‌ی خدمات متفاوت و متنوعی است؛ از جمله:

- تشخیص رفتارهای پرخطر در پارکینگ،
- کنترل تردد‌ها،
- تشخیص تردد افراد،
- کنترل هوشمند راهنمای پارکینگ

و ارتباط با سایر قسمت‌های برج برای ارائه‌ی خدمات هوشمندانه و مطلوب.

همچنین این سامانه با قابلیت اتصال به انواع پلتفرم‌های ساختمان‌های هوشمند، امکان دریافت گزارشات آنلاین برای ساکنین را نیز فراهم خواهد کرد.



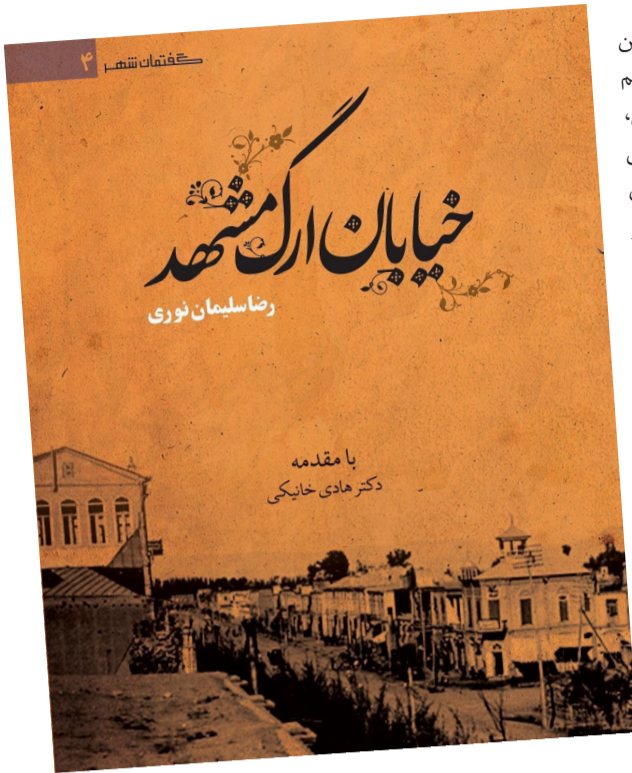
اعضای تیم هوش مصنوعی شرکت سایه

(از راست به چپ) نسیم حمیدی پور، مهنار رضوی، سید محمد حسینی، احسان شمس.

همگی فارغ التحصیل مقطع کارشناسی ارشد در رشته‌ی هوش مصنوعی از دانشگاه فردوسی هستند. رؤیای‌دازانی که استارت‌آپ‌شان را در مرکز رشد دانشگاه بنیان گذاشتند و حالا به دنبال راه‌هایی برای ارتقای سبک زندگی هستند.

روایت شهر

نقش روایت‌های شهری در حس تعلق به شهر خیابان ارگ



می‌آورند. پس شهر را باید از لابلای این مسیرها و روایت‌های پرسه زدن در خیابان هم دید و پذیرفت که زندگی روزمره شهروندان، هویت و روابط اجتماعی و حافظه‌ی تاریخی آنان، از جمله اجزای مهم ساخت فضاهای شهری‌اند که زبان و نشانه‌های پنهان و آشکار ویژه خود را دارند.

پس ناروا نیست اگر نسبت میان «حیات شهری» و «خیابان» را از جنس نسبت میان «محتوا» و «شکل» بدانیم و برای آگاهی از شهر و خوانش درست حیات آن، در پی شناخت خیابان‌هایی باشیم که در فرآیند نوآوری شهر شکل گرفته‌اند و گذرگاه شهروندان شده‌اند و در ساختن نسبت زندگی و مواجهه با زندگی سنتی، جایی به خود اختصاص داده‌اند. خیابان ارگ مشهد در شمار همین خیابان‌هاست. خیابانی که معرف مشهد مدرن و تلاش شهروندانش در مسیر امروزی کردن زندگی است.

ارگ، بخشی از مکان‌های حافظه‌ای و

تقویم زندگی مردمی را در بر دارد که پیچیده‌ترین گذارهای میان سنت و تجدد را در شهری مذهبی، اما در معرض تغییرات پدیده‌ی تجدد گذارنده‌اند. ارگ، اقلیم خاطره‌های خصوصی و حافظه‌های جمعی است. خیابانی که پر از هم‌نشینی نام‌ها و نشانه‌های «ملی» و «دولتی» است، بی‌آنکه همه‌ی منحنی‌های عابران پر جنب و جوشش را با مهندسی‌های آرام فرهنگی به یادها سپرده باشد. ارگ خیابان رسمی مدرنیته است که بیرون‌ایستادگان از نظم رسمی را هم عملاً هر روز و هر شب به پرسه زدن و حضور در متن خویش فراخوانده است.

ارگ، خیابان تناقض‌ها و تفاوت‌هاست؛ خیابانی است با دروازه‌ها، ورودی‌ها و خروجی‌های متفاوت و چندگانه که حتی برای واگویی تاریخش هم نمی‌تواند از یک حس و ادراک بهره گیرد.

محقق فهیم کتاب «خیابان ارگ مشهد»، رضا سلیمان نوری توانسته است با فشردگی و اختصار، اما دقیق و درست چنین تصویری را از این خیابان ترسیم کند. تصویری که می‌توان از

میان گفته‌ها و نوشته‌های ساکنان و عابران ارگ، عبور ایام را در شکل‌گیری حیات اجتماعی این شهر دید و مفصل‌های میان سنت و مدرنیته را در تلاقی تاریخی «ارگ‌های چندگانه» یافت.

سلیمان نوری آنچه را از «روزنامه‌نگاری» و «ایران‌شناسی» در دانشگاه آموخته است، طی سال‌های اخیر به خوبی صرف «مشهد‌پژوهی» و «مشهدشناسی» نموده و از این بابت خدمتی ستودنی به فرهنگ این شهر کرده است.

من که سال‌های خوش زندگی را در آموذوئدهای مکرر ایام کودکی و جوانی به ارگ و حوالی آن سپری کرده‌ام، با خواندن این اثر دوباره حس تعلق و وابستگی به همه‌ی نمادها و نشانه‌هایش را یافتیم و گمان می‌کنم این دریافت مشترک کسانی است که در «ارگی» از ارگ‌های اجتماعی و فرهنگی مشهد قدم زده‌اند.

امیدوارم این اثر، به‌ویژه آخرین فصلش، موضوع گفت‌وگوهای تفصیلی و تحلیلی برای بازنمایشی در فضاهای گمشده‌ی شهری باشد.

«خیابان» فصلی از «حیات اجتماعی» شهر است. فراتر از کالبدهای شهری و بناها و نماها و نهادهایی که خیابان را ساخته‌اند و می‌سازند، باید به دنبال روایت‌هایی از زندگی شهروندان در خیابان بود. زندگی روزمره، حافظه تاریخی و خاطره جمعی، مهم‌ترین روایت‌های خیابانی شهرند. آگاهی از فرهنگ خیابان - به گفته میشل دوسرتو، متفکر معاصر فرانسوی - مقدمه‌ای بر خوانش شهر به مثابه یک متن زنده است. آنجا که معناهای فراگیر و رسمی در معماری، طراحی و برنامه‌ریزی شهری، در دریافت و پرداخت شهروندان دگرگون می‌شود و در پرسه زدن و قدم زدن، فضایی دیگر شکل می‌گیرد.

مسیری که افراد در خیابان می‌پیمایند، معمولاً در خاطره‌ها و تصویرها می‌ماند و این نقشه‌ی ذهنی است که سر از خلق و نقل فضاهایی گاه متفاوت با گذشته و با کالبد شهر در



پیشنهاد باران

دهن کجی به افلاطون در باب معماری

نمایشگاه گروهی هنرمندان مدرن و معاصر با عنوان «دهن کجی به افلاطون در باب معماری» که آثار تجسمی را با موضوع فضای معماری به نمایش می‌گذارد؛ از ۲۰ تیرماه الی ۱۷ مردادماه ۱۳۹۹ در گالری اینجا برگزار می‌شود.



در بخشی از بیانیه‌ی این نمایشگاه آمده است:

به نظر می‌رسد که بازنمایی فضای معماری، کاری مادون معماری است، نه مافوق آن. غالب معماران، می‌پندارند که کاری ورای هنرمندان تجسمی انجام می‌دهند و نه در سطح آن‌ها. برایشان نقاشی و خلق تصویر، بیشتر وسیله است تا هدف. دستخط معماران هم در طراحی‌هایشان تفاوتی محسوس با هنرمندان تجسمی دارد؛ از جنس نمود (presentation) است نه بازنمود (representation). در دوران مدرن، هنگامی که هنرها را مرتب می‌کردند و می‌خواستند معماری را در بین هنرها بگنجانند، دیدند که موضوع کار معمار (در مقام هنرمندی که کیفیت تولید می‌کند) مشخص نیست؛ موسیقی هنر اصوات بود؛ مجسمه‌سازی هنر حجم؛ و نقاشی هنر نقش‌ورنگ. پرسیدند موضوع معماری چیست؟ و پاسخی ساده دادند: معماری هنر ساخت فضا است. اما نکته‌ای لاینحل باقی ماند: هنرمندان دیگر بر موضوع‌شان احاطه و کنترل داشتند، در حالی که کیفیت فضایی از چنگ می‌گریزد و چیزی را که از چنگ می‌گریزد نمی‌توان طراحی کرد. معمار لزوماً قادر نیست کیفیتی فضایی را که نقاش ثبت می‌کند عیناً بیافریند.

معماری امروز، هم به «ایده» اهمیت می‌دهد و هم به



«تصویر» بیرونی و هم به «تکنیک». هم فلسفه‌پردازی می‌کند هم خودنمایی و هم باریک‌بینی‌های فنی به خرج می‌دهد. اما «ایده» اش «کانسپت» است نه «حقیقت»؛ و «تصویر» اش «نمود» است نه «بازنمود»؛ و «تکنیک» اش «تکنولوژی» است نه «استادکاری». و معماری که زمانی ادعایش این بود که هم هنر است و هم علم و هم فن، اکنون هیچ‌کدام است، نه تمامی آن‌ها.



برخی از کارها را در سایت تالار / این جا ببینید
و متن کامل بیانیه را بخوانید:
www.inja.gallery

رسانه‌های باران

ماجرای اینستاگرام باران



شهرزاد رحیم اقلی
کارشناس روابط عمومی گروه باران

در این ستون از این پس سراغ معرفی رسانه‌های گروه باران می‌رویم. هرکدام از این رسانه‌ها را به اجمال معرفی می‌کنیم و کمی در مورد ایده‌ی محوری هر رسانه و نوع پیامی که به دنبال ابلاغ آن است صحبت می‌کنیم. اکانت اینستاگرام باران در حال حاضر یکی از پرمخاطب‌ترین و سریع‌ترین رسانه‌های گروه باران برای ارتباط با مخاطب عام است. سراغ یکی از همکاران واحد روابط عمومی و رسانه گروه باران که راهبری اکانت اینستاگرام را بر عهده دارد رفتیم و از او خواستیم تا ماجرای مدیریت این رسانه را روایت کند.

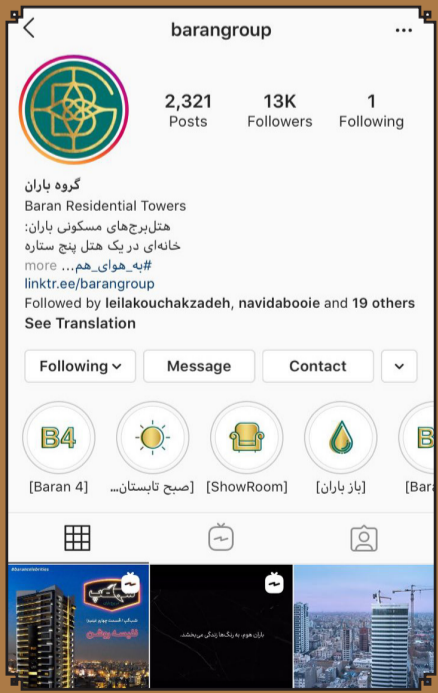
شهرزاد رحیم اقلی هستیم. در دانشگاه علوم و تحقیقات تهران در مقطع کارشناسی ارشد «جامعه‌شناسی محض» خوانده‌ام.

از دی ماه ۱۳۹۷ افتخار همکاری در واحد روابط عمومی گروه باران را دارم و از ابتدای امسال راهبری شبکه‌های اجتماعی باران را تحت نظارت واحد روابط عمومی بر عهده دارم.

بخشی از کار ما در رسانه‌های اجتماعی باران، برنامه‌ریزی و تهیه‌ی تقویم‌های محتوا برای مدیریت انتشار محتوا در رسانه‌های اجتماعی است. بر اساس تقویم محتوایی تعیین شده، موضوعات مشخص می‌شوند. بخشی از تولید محتوای تصویری و چندرسانه‌ای (فیلم و موشن گرافی و کلیپ) توسط پیمانکاران انجام می‌شود. با پیمانکارهای مختلفی همکاری داریم. ولی استودیو فراقسر از تیم‌های خوب و قوی ما هستند که همکاری طولانی مدتی با آنها داریم.

همچنین بخش قابل توجهی از تولید محتوای متنی و چندرسانه‌ای در تیم روابط عمومی باران انجام می‌شود. در حال حاضر اینستاگرام گروه باران به دنبال مخاطب عام است و سعی می‌کنیم محتوایی منتشر کنیم که سلیقه‌ی گسترده‌ی بزرگ‌تری از مخاطبین را پوشش دهد و در عین حال ارزش‌های برند باران را در خود داشته باشد.

بخشی از محتوای جذاب ما در اینستاگرام، ویدئوهایی است که از خدمات متنوع برج‌های باران تهیه می‌کنیم و با فرمت IGTV در آخر هفته‌ها منتشر می‌شود. یکی دیگر از ابداعات محتوایی، برنامه‌هایی با هشتگ #بازباران است که قرار است با مشاهیر، هنرمندان و مهندسان برجسته مصاحبه کند و تاکنون دو برنامه در قالب مصاحبه با دکتر یاحقی و مصاحبه با یکی از مهندسان باران منتشر شده است.



از همکاران گرامی باران دعوت می‌کنیم اکانت اینستاگرام را دنبال کنند و با ما همراه باشند.

اینستاگرام باران را با لینک روبرو دنبال کنید:
[Instagram.com/BaranGroup](https://www.instagram.com/BaranGroup)



هویت بصری باران و مفهوم برند

(قسمت سوم)

در ادامه‌ی روایت‌هایمان از بازطراحی هویت بصری باران، سراغ طراحی هویت می‌رویم و در مورد مفهوم هویت سازمانی می‌نویسیم



یکی از نقش‌های اصلی «برند» یا «تأثیر سازمانی» هر شرکتی را هویت آن شرکت بازی می‌کند.

در بیشتر موارد، طراحی هویت بر اساس مصالح بصری که در شرکت کاربرد داخلی دارد، به همراه مجموعه‌ای از قواعد (در یک دفتر چه‌ی راهنما) انجام می‌شود. این قواعد که هویت را می‌سازند معمولاً مشخص می‌کنند که هویت شرکت باید چگونه در رسانه‌های گوناگون اجرا شود؛ مثلاً از راه تعریف پالت رنگ‌های تأیید شده، فونت‌ها، لی‌اوت‌ها، اندازه‌ها و یا مواردی از این دست. این قواعد، تضمین‌کننده‌ی پایدار ماندن هویت شرکت است که در عوض، برند را به عنوان کلیتی واحد، قابل بازشناسی می‌کند.

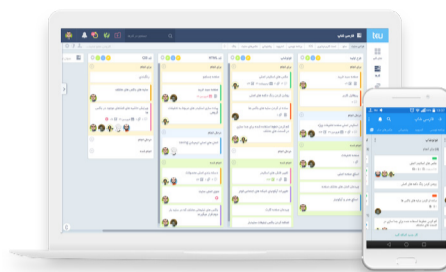
هویت یا «تصویر» شرکت از مواد بصری متعددی ساخته می‌شود:

- لوگو (نماد کل هویت و برند)
- اوراق اداری (سربرگ، کارت ویزیت، پاکت و...)
- ابزار بازاریابی (بروشور، تراکت، کتاب و وبسایت)
- پوشاک (لباس‌های واقعی که کارمندان به تن می‌کنند)
- طراحی تابلوها (برای فضای داخلی و خارجی)
- پیام‌ها و اقدام‌ها (پیام‌هایی که از طریق راه‌های ارتباطی مستقیم یا غیرمستقیم مخابره می‌شوند)
- سایر انواع ارتباطات (صدا، بو، لمس کردنی‌ها و...)
- هر چیز تصویری که در حکم نماینده‌ی شرکت باشد (مثلاً تقویم، ساعت، قلم و...)

همه‌ی این اجزا، هویت را می‌سازند و کلیت برند را پشتیبانی می‌کنند. در نهایت، لوگو تمام هویت سازمانی و برند را در یک نشانه‌ی قابل تمیز خلاصه می‌کند. این نشانه، چهره (آواتار) و سمبل تجارت و در حکم کلیت واحد است.

«ترلو» و ماجراهای آن در باران (قسمت دوم)

تیر این یادداشت درباره‌ی Trello است، ولی در این شماره می‌خواهیم در مورد حرف نزنیم!



میزیتو

میزیتو یک داشبورد مدیریتی است که ادعا می‌کند کارکردی بیشتر از ترلو برای مدیریت پروژه‌ها دارد، ولی به همین نسبت کمی پیچیده‌تر است و رابط کاربری آن به سادگی و سهولت دسترسی ترلو نیست. اندر محاسن میزیتو یکی هم این است که دفتر استارت‌آپ آنها در مشهد مستقر است و همشهری خودمان هستند.

میزیتو سعی کرده یک محیط تعاملی با الهام گرفتن از شبکه‌های اجتماعی ایجاد کند. می‌توانید به قسمت محاوره (گفتگو یا چت) بروید و گروهی از نوع پروژه ایجاد کنید. این نوع گروه به شما این قابلیت رو می‌دهد که علی‌رغم استفاده از امکانات محاوره و چت، وظایف خودتان و یا همکارانتان را مدیریت کنید. برای آنها وظایف جدیدی تعریف کنید و روند پیگیری تسک‌ها و پروژه‌ها را پیگیری کنید.

آدرس میزیتو: www.Mizito.ir



تسکولو

خوشبختانه ترلو یک جایگزین ایرانی بسیار خوب به نام تسکولو دارد که دو دامنه‌ی دات‌ای آر و دات‌کام به کاربران ایرانی و خارجی سرویس دهی می‌کند. استفاده از این سرویس مانند ترلو در دو نسخه رایگان و پولی است و امکاناتی نظیر چتروم و قابلیت تعیین مهلت برای تکمیل تسک‌های از پیش تعیین شده دارد. سیستم مدیریت پروژه‌ی آنلاین تسکولو همچنین به خاطر پشتیبانی کامل از زبان و تقویم فارسی یکی از محدود سرویس‌های ایرانی است که می‌تواند به خوبی جای نمونه‌های خارجی خود را پر کند. البته ممکن است در ابتدای امر سازوکار آن کمی برایتان پیچیده باشد، اما به سرعت کار با اجزای آن را فرا خواهید گرفت.

آدرس تسکولو در نسخه‌ی فارسی: www.Taskuku.ir

نوستانوژی



پروژه باران ۲ در خیابان گلشن، ابتدای بلوار هفت تیر / مرداد ۱۳۹۱

اسکلت بتنی سازه باران ۲ در حاشیه‌ی خیابان گلشن بالا می‌رود. باران ۲ تغییرات زیادی در خیابان گلشن ایجاد کرد و حال و هوای تازه‌ای به جریان ساخت‌وساز ساختمان‌های لوکس و بلندمرتبه در این منطقه داد. انتظارها از پروژه‌ی باران ۲ زیاد بود و رسوب دانش مدیریتی و جسارت ایجاد شده در مدیران گروه باران، این امکان را به تیم مهندسی باران داد که تکنولوژی‌های جدیدی را در ساخت این پروژه به کار بگیرند و سبکی مدرن در ساخت‌وساز را تجربه کنند.

گپي با ابراهيم صبوري که ۷ سال است از باران ۳ حراست می کند

چشم و گوش باران هستیم



مجله آوند فرصت خوبی شده که پای صحبت همکاران باران بنشینیم و علاوه بر اینکه حال و احوالی می کنیم، با حوزه های فعالیت تخصصی سایر همکاران گروه باران در شرکت های سایه و ستاره و آفتاب و باران هوم آشنا شویم. در این شماره از آوند پای صحبت های ابراهیم صبوری نشستیم تا برایمان از ماجراهای خودش و واحد حراست پروژه باران ۳ بگوید.

آوند ابراهیم خان، از خودتان برایمان بگویید.

ابراهیم صبوری هستم. مسوول واحد حراست پروژه باران ۳. از ۲۷ خرداد ۱۳۹۲ وارد گروه باران شدم و به جز مدت کوتاهی که در باران ۲ مشغول به کار بودم، تمام این مدت در حراست پروژه باران ۳ فعالیت کردم.

آوند واحد حراست پروژه باران ۳ چه شرح وظایفی دارد؟ بخشی از وظایف واحد حراست پروژه، نظارت روی تمام ورود و خروج ها، شامل ورود و خروج افراد و ابزارآلات و لوازم ساختمانی است. حراست فیزیکی از ساختمان و سرمایه های آن نیز جزو شرح خدمات ماست.

آوند چند نفر در واحد شما مشغول به کار هستند؟

۲۷ نفر نیرو در بخش حراست باران ۳ مشغول به کار هستند. شامل نگهبانان لابی و شوروم ها، نگهبانان طبقات و نیروهای شیفت شب حراست.

آوند روز کاری ابراهیم صبوری چگونه می گذرد؟

صبح کل ورودی ها به کارگاه را ثبت می کنیم. شامل ورود و خروج پرسنل باران، پیمانکاران و دیگر افراد. همچنین کلیه ابزارها و لوازم مصرفی که وارد کارگاه باران ۳ می شود، ثبت می شود. ثبت این لوازم خیلی مهم است و ابتدا در دفتر ورود و خروج کالا و سپس در نرم افزار ثبت می شود. این اطلاعات اهمیت بالایی دارد و بسیار به آن استناد می شود. حدود یک سال است که با کمک تیم آی تی باران، نرم افزاری برای این کار آماده شده و اطلاعات در سامانه ای نرم افزاری ثبت می شود. این آمار در نهایت در اختیار واحد نظارت قرار می گیرد. در پروژه باران ۳ وسایل گران قیمتی وجود دارد که شامل ابزار کار و لوازم ساختمانی است. یکی از وظایف واحد حراست، نظارت دقیق روی این اقلام و ثبت دقیق اطلاعات تمام نفرات است. بازرسی هم به شکل مناسبی انجام می شود.

آوند هر روز چند نفر وارد پروژه می شوند و اطلاعات چند نفر را ثبت می کنید؟

هر روز حدود ۲۵۰ نفر وارد پروژه باران ۳ می شوند؛ شامل پرسنل باران و پیمانکاران. این آمار ممکن است تا ۳۰۰ نفر و بیشتر هم در یک روز برسد.

سال ۱۳۹۳ دسترسی را به صورت ابداعی طراحی کردم که لیست افراد به صورت چاپ شده و مرتب و لیست شده در آن ثبت شده بود. از آن موقع این دفتر به طور مرتب تجدید چاپ می شود و حتی در سایر پروژه ها و کارگاه های باران نیز استفاده می شود.

به جز شرکت آفتاب، شرکت های ستاره و سایه نیز در باران ۳ دفتر و نیرو دارند. بخش زیادی از نیروهای مشغول به کار در پروژه البته نیروهای مربوط به پیمانکاران مختلف هستند.

آوند چه ماجراهایی در این مدت در باران ۳ داشتید؟

طبیعتاً خیلی از ماجراهایی که من و همکارانم در حفاظت باران داریم، ماجراهای پر چالش و گاهی سخت است. کار ما اینجا این است که با چالش ها مقابله کنیم و محیط کاری آرامی را در کل پروژه برای همکاران و پیمانکاران فراهم کنیم. چالش هایی که جزو جدایی ناپذیر مراقبت از پروژه ای به این عظمت هستند.

از خاطرات خوبم در این پروژه، اولین بتن ریزی برای اجرای فوندانسیون باران ۳ بود. بیش از صد میکسر در بازه ای زمانی کوتاهی بتن ریزی را انجام دادند و صحنه های زیبایی خلق شده بود. الان که در ماه های پایانی پروژه هستیم نیز روزهای جذابی است. انتقال چیلرهای ۷/۵ تنی با کمک جرثقیل عظیم ۴۰۰ تنی به بالای پشت بام برج در روزهای اخیر، صحنه های ماندگاری بود. کار کردن در پروژه ای با این مقیاس و این حد رعایت استاندارد ساخت، افتخار است.

آوند با کرونا این روزها چه می کنید؟

یکی از مسوولیت های جدید ما در پروژه، نظارت روی اجرای دقیق پروتکل های بهداشتی مقابله با کروناست. افرادی که وارد پروژه می شوند با دستگاه تپ سنس چک می شوند و در صورت وجود کوچک ترین ابهام، از ورود آنها به پروژه جلوگیری می شود. زدن ماسک برای تمام افراد اجباری است. از ابتدای ماجرای کرونا، با هماهنگی مدیر پروژه امکاناتی را برای شستشو و ضد عفونی دست ها در قسمت های مختلف پروژه تعبیه کردیم و استفاده می شود.

آوند از زندگی شخصی تان برایمان بگویید.

سال ۱۳۸۰ ازدواج کردم. حاصل این ازدواج یک دختر ۸ ساله به نام زهرا و یک پسر یک ساله به نام علی است.

آوند مهم ترین چالش شما در محیط کار چیست؟

حفظ امنیت کامل پروژه، مهم ترین چالش من و همکارانم است. بخشی از این حفظ امنیت، جلوگیری از سرقت است. دوربین های زیادی در کل پروژه مستقر هستند که اطلاعات همه ای آنها در یک اتاق مانیتورینگ در اختیارمان قرار می گیرد. به خاطر تغییراتی که در حین ساخت در سازه به وجود می آید، بعضی از دوربین ها در نقطه های بلا استفاده قرار می گیرند. به طور مرتب با واحد IT در ارتباط هستیم و جایگذاری دوربین ها را تغییر می دهیم تا بهترین پوشش دید را در کل پروژه داشته باشیم.



ابراهیم صبوری در کانکس نگهبانی باران ۳ / شهریور ۱۳۹۲
اولین ماه هایی که ابراهیم کارش را به عنوان مسوول حراست پروژه شروع کرد. روزهایی پر امید و پر چالش.

ما چشم و گوش باران هستیم. حراست باران واحدی است که تعطیلی ندارد. در ۳۶۵ روز سال و در ۲۴ ساعت فعال است و ثانیه ای نمی تواند کارش را متوقف کند. به جز اموال باران، وسایل گران قیمت فراوانی که متعلق به پیمانکاران است در پروژه مستقر است و ما مسوول حفاظت از این وسایل نیز هستیم. کیفیت این حفاظت به شکلی است که بعضی از پیمانکاران چندین ماه وسایل گران قیمتشان را در پروژه قرار می دهند و نگرانی بابت حفاظت از آن ندارند.

از دیگر چالش های ما، حفظ حقوق همسایگان برج است. سال هاست که پروژه در حال ساخت است. اکثر خانه های این منطقه ویلایی و قدیمی هستند و ساکنین میان سالی دارند. تلاش می کنیم تا کمترین مزاحمت برای آنها ایجاد شود و رضایت همسایه های پروژه را جلب کنیم.



ابراهیم صبوری (نفر نشسته سمت چپ)
مانور امداد و نجات و اطفای حریق آتش نشانی در باران ۳ / شهریور ۱۳۹۷
مانوری برای آمادگی برای چالش های احتمالی در یک پروژه بزرگ ساختمانی.



ابراهیم صبوری (نفر اول از سمت چپ)
پایان یک روز گرم کاری در روزهای سرد اسفند ۱۳۹۲
ستون های باران ۳ بالا می روند و پروژه شکل خودش را پیدا می کند.

ارسالی خوانندگان



تا باشد از این مراسم ها و جشن تولدها. جشن تولد گرفتن همیشه جذاب است. اگر برای قائم مقام باشد، یک جور دیگر جذاب است!
(عکس ارسالی همکاران دفتر مرکزی گروه باران، از مراسم کوچکی که برای تبریک سالروز تولد مهندس احمدی گرفته بودند.)



آوند در همین ابتدای کار، جای خود را بین اقشار مختلف خانواده ی باران پیدا کرده است!
(عکس ارسالی آقای پناهنده، از همکاران شرکت سایه - خواننده ی خردسال آوند، سرکار خانم تهمنه پناهنده)

تبریک ها

در نیمه اول مرداد ماه، سالروز تولد تعدادی از همکاران گروه باران را داریم.



سالروز تولد مسعود آشناس در ۱ مرداد
شرکت سایه، پروژه باران ۴

سالروز تولد شهره شکوهمند در ۲ مرداد
باران هوم، واحد ارتباط با مشتریان

سالروز تولد حامد بهزادی در ۴ مرداد
شرکت سایه، برج باران ۲

سالروز تولد محمد تشدید در ۴ مرداد
شرکت سایه، واحد IT

سالروز تولد محمد تقی حسن پور در ۴ مرداد
شرکت سایه

سالروز تولد پریچهر باقرپور در ۷ مرداد
شرکت ستاره، واحد ارتباط با مشتریان

سالروز تولد رضا لاهوتی در ۸ مرداد
شرکت آفتاب، پروژه باران ۳

سالروز تولد رضا احمدیان در ۱۰ مرداد
شرکت سایه، پروژه هنرستان

سالروز تولد نیلوفر مرتضوی در ۱۳ مرداد
شرکت ستاره، واحد ارتباط با مشتریان

سالروز تولد محمد زوشکیبایی در ۱۳ مرداد
شرکت آفتاب، پروژه باران ۳

برای این همکاران گرامی باران، سلامتی و عمر طولانی و با برکت آرزو می کنیم و تولدشان را تبریک می گوئیم.

عرض تسلیت

درگذشت مادر بزرگ گرامی سرکار خانم شیوا تقفدی (از همکاران واحد مالی شرکت ستاره) را تسلیت عرض می کنیم.

عرض تسلیت

درگذشت مادر بزرگ گرامی مهندس انصاری (کارشناس سازه در پروژه باران ۴) را تسلیت عرض می کنیم.

باران ۴

نمودی از تکنیک‌های مدرن و متفاوت ساخت برج

قرارداد تأمین و اجرای تأسیسات

پروژه باران ۴ در دو زون ۱ و ۲ به‌طور هم‌زمان فعال است. قراردادهای تأمین لوازم تأسیساتی و اجرای تأسیسات به‌طور جداگانه در زون ۱ منعقد گردیده است. عملیات تجهیز کارگاه پیمانکار اجرا به اتمام رسیده و کارکنان دفتری مستقر شده‌اند. از سوی دیگر عملیات ساخت انبار کالای تأسیساتی به اتمام رسیده و لوازم تأسیساتی خریداری‌شده طی بازه‌ی زمانی حدود ۲ ماه در محل انبار پروژه تخلیه خواهند شد. بخشی از فرایند تخلیه‌ی لوازم در انبار کارگاه تاکنون انجام شده است.

ادامه‌ی عملیات بتن‌ریزی

با توجه به تغییرات معماری به‌وجودآمده در زون ۲ که به علت تلفیق زون ۲ و ۳ بوده است، طبقات زون ۲ از منفی ۲ شروع می‌شود. عملیات بتن‌ریزی در ۵۰ درصد از سقف طبقه منفی دو انجام شده و بخشی از ستون‌ها و دیوار حائل طبقه منفی یک (واقع در ضلع شمالی زون ۲) آماده‌ی بتن‌ریزی است.

ادامه‌ی عملیات نماسازی

عملیات نماسازی در زون ۱ سرعت بیشتری گرفته و بر اساس گزارشات مشاور تخصصی نما و تیم نظارت، عملیات سیمان‌کاری نما (به جز بخش‌هایی که مانع اجرایی دارد)، تا پایان آبان ماه به اتمام خواهد رسید.

معمار جدید برای طرح‌های توسعه‌ی پروژه

در روزهای اخیر قرارداد معماری جدیدی با یکی از معماران برجسته برای طرح توسعه باران ۴ در حال انعقاد است. ایده‌های معمار جدید در خصوص طرح توسعه باران ۴ و سایر موضوعات معمارانه که این پروژه به آن نیاز دارد، در حال اجرایی شدن هستند و عملیاتی شدن آنها توسط تیم‌ها و پیمانکاران شرکت آفتاب در حال پیگیری است. اتوهای مربوط به فاز اول اقدامات معمارانه‌ی جدید پروژه اجرا شده‌اند و در حال طراحی و اجرا هستند. معاونت مهندسی شرکت آفتاب اظهار امیدواری می‌کند که به زودی کانسپت‌های کلی برای ایده‌های معمارانه‌ی جدید نهایی شود و عملیات اجرایی آنها آغاز شود.

طراحی ورودی پرسنل کارگاهی باران ۴

طراحی ورودی پرسنل کارگاهی پروژه در حال بازنگری است و اتوهای مختلفی برای اجرای یک ورودی شکیل و در شأن باران در کارگاه باران ۴ در حال طراحی است. به زودی عملیات اجرایی ورودی جدید کارگاه آغاز می‌شود.

باران ۴ یکی از پروژه‌های شاخص گروه باران است. این پروژه از نظر حجم زیربنا و مقیاس‌های مهندسی، پروژه‌ای فراتر از دیگر پروژه‌های قبلی گروه باران است. یکی از ویژگی‌های این پروژه، اجرای آن در دو سایت عملیاتی است که به زون‌های ۱ و ۲ معروفند. ویژگی‌های فنی و مهندسی این پروژه، بسیار خاص و منحصر به فرد است و سطحی تازه از تکنیک ساخت را در برج‌های مسکونی ایران مطرح کرده است. در این صفحه نگاهی داریم به آخرین خبرها و تحولات پروژه باران ۴. خبرهایی از اتفاقاتی که این روزها در پروژه در جریان است. پرداختن دقیق‌تر به ویژگی‌های مهندسی پروژه را در فرصتی دیگر در «آوند» انجام می‌دهیم.