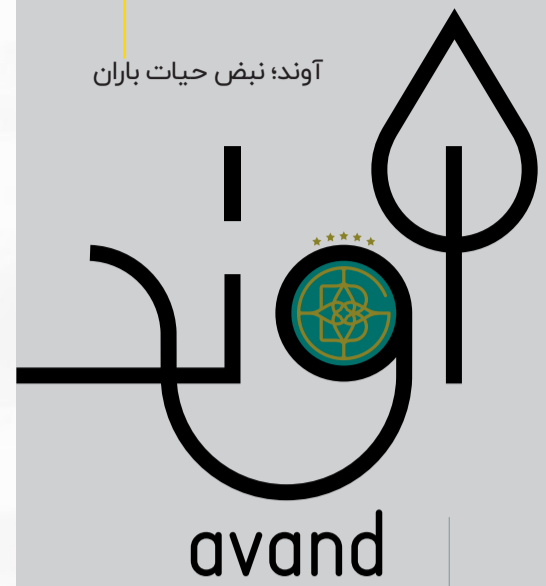


آوند؛ نبض حیات باران



آوند | نشریه درون‌سازمانی گروه باران
شماره ۸ و ۹ - ۱۶ صفحه - دی و بهمن ۱۳۹۹
وب سایت آوند در آدرس avand.baran.ir



سرمقاله

مدیریت راهبردی در هلدینگ باران

امور برنامه‌ریزی و معماری سازمان

در سرمقاله پیشین به مفهومی تحت عنوان «مدل کنترل استراتژیک» اشاره شد که یکی از روش‌های مدیریتی برای اداره و کنترل شرکت‌های تابعه در هلدینگ‌ها می‌باشد و چندی است که این مدل مبنای مدیریت راهبردی هلدینگ باران قرار گرفته است.

از ابتدای تابستان سال جاری، طرحی نو برای تنظیم و تبیین جهت‌گیری‌های کلان در هلدینگ باران شکل گرفت و هدف آن، ایجاد نظام یکپارچه و هماهنگ مدیریتی و سیستماتیک عنوان شد. طرحی که منجر به ایجاد سندی بالادستی در باران به عنوان «سند راهبردی باران» شد. تصمیم بر این است تا از این شماره برای ایجاد یکپارچگی، جلب مشارکت و آشنایی خانواده بزرگ باران با این گونه مفاهیم، مطالبی به صورت منظم در مجله آوند منتشر شود تا از این طریق، همه اعضای این خانواده از جهت‌گیری‌های کلان هلدینگ باخبر شوند. در این شماره به تشریح «مدل کنترل استراتژیک» و بیانیه مأموریت باران می‌پردازیم.

مدل کنترل استراتژیک

این روش که متداول‌ترین سبک مدیریتی در هلدینگ‌ها می‌باشد، بر پایه فرایند توافق بر برنامه‌های اصلی طراحی شده توسط شرکت مادر استوار است. شرکت مادر با تسهیل ارتباطات و ایجاد اشتراک مساعی میان شرکت‌های تابعه، به ایجاد ارزش افزوده می‌پردازد.

در مدل کنترل استراتژیک، شرکت‌های تابعه برنامه‌های خود را بر اساس استراتژی‌های شرکت مادر تنظیم می‌کنند و شرکت مادر آنها را مورد بازبینی و کنترل قرار می‌دهد.

مطابق این مدل، امور محوله بر اساس دو وظیفه کلی تنظیم می‌شوند:

- توسعه و رشد شرکت مادر و امور سرمایه‌گذاری
- اداره شرکت‌های تابعه و تحت پوشش.

بیانیه مأموریت

بیانیه مأموریت (Mission Statement)، کیستی و چرایی یک شرکت را مشخص می‌کند. داشتن بیانیه مأموریت و تدوین درست آن، اهمیت زیادی در سازمان‌ها دارد. اگر بخواهیم بر اساس دیدگاه دیوید بیانیه را تعریف کنیم باید گفت که «بیانیه مأموریت» به سه سؤال اساسی در سازمان پاسخ می‌دهد:

۱. فلسفه سازمان چیست؟
۲. خدمات و محصولات سازمان چیست؟
۳. مشتریان سازمان چه کسانی هستند؟

بسیاری از سازمان‌ها و مدیران آن‌ها، از رسالت شغلی خود آگاهی ندارند و این عدم آگاهی باعث می‌شود که نتوانند دلیل ایجاد سازمان و مأموریت خود را بیان کنند.

به عبارت دیگر، بیانیه مأموریت ابزاری کلیدی است که می‌تواند به اندازه برنامه کاری شما مهم باشد. در چند جمله مختصر، ذات اهداف تجارت شما و فلسفه‌های اساسی در مورد آن‌ها بیان می‌شود. در واقع بیانیه مأموریت نشان‌گر ماهیت تجارت شما در مورد مشتریان، کارمندان، تأمین‌کنندگان و جامعه است.

در این خصوص و پس از انتخاب مدل علمی مناسب برای تهیه سند راهبردی باران، لزوم بازنگری در بیانیه مأموریت باران بیش از پیش احساس شد تا ضمن ارایه تعریفی دقیق و جامع، به بسیاری از سؤالات کلان پاسخ داده شود.

در نهایت، بیانیه مأموریت گروه باران به صورت زیر مورد توافق قرار گرفت.

بیانیه مأموریت باران

«مأموریت ما به عنوان هلدینگ چند رشته‌ای، ایجاد، حفظ و ارتقای ارزش برای سرمایه‌گذاران و ذی‌نفعان با رویکرد تفکر استراتژیک، سرمایه‌گذاری‌های نوآورانه، بهره‌گیری از سرمایه‌های فکری، بهبود مستمر، توسعه زنجیره ارزش و انجام مسؤولیت‌های اجتماعی می‌باشد.»

تبیین بیانیه مأموریت باران

اگر بخواهیم مأموریت باران را به دو جزء اصلی تقسیم کنیم باید بگوییم بخش اول آن که دلیل وجود را می‌گوید عبارت است از: «ایجاد، حفظ و ارتقای ارزش برای سرمایه‌گذاران» و جزء دوم آن راه‌های تحقق بخش اول است: «با رویکرد تفکر استراتژیک، سرمایه‌گذاری‌های نوآورانه، بهره‌گیری از سرمایه‌های فکری، بهبود مستمر، توسعه زنجیره ارزش و انجام مسؤولیت‌های اجتماعی.»

پیرامون نقش سرمایه‌گذاری و ارزش‌آفرینی در این بیانیه مأموریت تأکید بالایی شده است و دلیل آن را در نوعی تغییر نگرش کلان در هلدینگ باران می‌توان جستجو کرد که حکایت از بسط ایده‌های توسعه‌ای در دیگر حوزه‌های کسب و کار دارد.

در شماره‌های بعدی، به ارزش‌های بنیادین هلدینگ باران خواهیم پرداخت و از چشم‌اندازهای پیش رو می‌نویسیم.





گزارشی از پیشرفت پروژه باران ۳

قدم‌های نهایی برای هتل برج جدید و لوکس شهر



مهران متبسم
مدیر پروژه باران ۳

در سال ۱۳۹۲، مفاهیم طراحی معماری هتل برج باران ۳ بر پایه ایده‌های نوین معماری پایدار و ساختمان سبز شکل گرفت. علاوه بر تمامی امکانات و خدمات موجود در برج‌های باران، پروژه باران ۳ از امتیازات خاص خود بهره‌مند است. گنجاندن حجم قابل توجه از فضای سبز در نما و مشاعات، استفاده حداکثری از نور طبیعی در طراحی، کاهش قابل ملاحظه مصرف سوخت‌های فسیلی، حفاظت از محیط‌زیست در ساخت و بهره‌برداری، آشتی با طبیعت از طریق ایده «هر خانه، یک حیاط» و تجهیزاتی چون منابع آب خاکستری؛ همگی نشان از احترام به محیط‌زیست دارد.

برخی از مهم‌ترین فعالیت‌های انجام شده در هفته‌های اخیر در پروژه به شرح زیر است:

- آماده‌سازی ورودی اصلی لابی در ضلع شمالی پروژه
- شروع و ادامه عملیات نصب سازه رستوران بام
- نصب تجهیزات و تابلوهای پست برق پروژه و شمارش معکوس برای برق‌دار شدن پروژه
- ادامه عملیات تکمیلی رنگ و چوب واحدها تا طبقات هفده و هجده
- زیر بار رفتن موتورخانه مرکزی و بهره‌برداری از گرمایش در کل برج
- آماده‌سازی زیرساخت‌های دیوارهای سبز راه‌اندازی و تجهیز سالن بولینگ
- ادامه عملیات آماده‌سازی حمام ترکی
- ادامه عملیات تکمیل و آماده‌سازی استخر



برش کاری و ساخت کمد طبقه ۱۸



آماده‌سازی جزیره آشپزخانه طبقه ۱۶



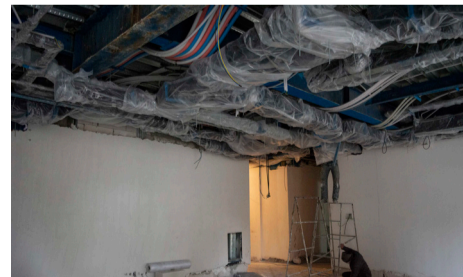
اصلاحیه درب‌ها در طبقه ۱۵



بنتون کثاف سقف راهرو طبقه ۱۳



تکسجری نمای غربی طبقه یک



عایق کاری کانال‌ها در نیم طبقه یک



نصب سنگ کف نیم طبقه اول



ادامه آماده‌سازی سالن بولینگ منفی پنج



نصب دستگاه بولینگ منفی پنج

گزارشی از پیشرفت پروژه باران ۴

نمودهای تکنیک ساخت در فازهای ۱ و ۲ پروژه



حمیدرضا کریمی
مدیر پروژه باران ۴

در زون ۱ پروژه، عملیات فاز یک تأسیسات برقی و مکانیکی سرعت بیشتری به خود گرفته است. در طبقات پارکینگ، عملیات ساخت و نصب کانال‌های تخلیه هوا و هوای تازه و سیستم اطفاء حریق، اجرای سینی کابل، لوله‌های فولادی و همچنین کابل کشی در جریان بودند. در طبقات مسکونی نیز اجرای لوله‌کشی آب باران، آب مصرفی، لوله‌کشی فاضلاب و ونت، سیستم اطفاء حریق، مونتاژ لوله‌های فن کویل و شیرزنی تأسیسات برقی به همراه اجرای داکت‌ها و رابرها و مکانیکی و برقی در دست اقدام بود. ضمن اینکه با توجه به گسترش فعالیت این پیمانکار، فاز ۲ تجهیز کارگاه ایشان در حال احداث می‌باشد.

در بخش نما، پیمانکار پنجره و شیشه ضمن تجهیز کارگاه خود، ورود مصالح فلزی را آغاز نمود و در حال انجام مقدمات فنی و مهندسی به منظور شروع عملیات اجرایی می‌باشد. پیمانکار نمای سیمانی هم در شرایطی که اجرای بخش‌های باقیمانده در طبقات میانی را طبق برنامه در دست اقدام دارد، اولویت‌گذاری خاصی جهت طبقات فوقانی اعمال نموده تا بدین وسیله امکان تکمیل سریع‌تر نمای زون ۱ فراهم گردد در همین حال دیوارچینی‌های طبقات زون ۱ در حال تحویل‌گیری می‌باشند.

در زون ۲ اجرای سازه طبقه ۲- تکمیل گردید و عملیات سازه‌ای در جبهه‌های مختلف طبقه ۱- شامل ستون‌ها، دیوارهای برشی و حائل و سقف در جریان می‌باشد.

در آذرماه مدارک لازم جهت برگزاری مناقصه سفت‌کاری تکمیلی و فاز ۱ نازک‌کاری آماده گردید و به زودی با برگزاری این مناقصه، پیمانکار جدیدی به پروژه اضافه خواهد شد.



برش کاری نبشی قوس نمای غرب طبقه ۱۹ از فاز یک



سنگ کاری کف ورودی دفتر اداری در طبقه همکف



سیمان سفید نمای جنوبی طبقه ۱۸ در فاز یک پروژه



بافت ستون چاله آسانسور منفی یک



نمایی زیبا از زون دو



معارفه مدیرعامل باران هوم



پنجشنبه یازدهم دی ماه، آیین معارفه مدیرعامل شرکت «آسمان بیکران هشتم طوس» در سالن جلسات دفتر مرکزی هلدینگ باران برگزار گردید. در این جلسه که به همت واحد ارتباطات برند و با حضور مشاور عالی مدیرعامل هلدینگ و قائم مقام مدیرعامل هلدینگ برگزار گردید، کلیه مدیران عامل شرکت‌های تابعه، اعضای هیئت مدیره شرکت آسمان و سایر مدیران هلدینگ نیز حضور به هم رساندند. در ابتدای این جلسه، رئیس هیئت مدیره شرکت آسمان، جناب مهندس معمارزاده، ضمن خوش آمدگویی به حاضرین، به توضیح بیانیه مأموریت شرکت پرداختند. در ادامه جناب دکتر اولاد در مقام مشاور عالی مدیرعامل هلدینگ، استراتژی‌های هلدینگ و اهمیت شرکت آسمان در چشم‌انداز طرح شده برای سازمان را تبیین نمودند. جناب مهندس اکبرپناه نیز به بیان چشم‌انداز و مأموریت‌های آسمان در زنجیره ارزش هلدینگ پرداختند. معرفی جناب دکتر علی آبادی بخش بعدی این مراسم بود.

در عصر یکشنبه ۳۰ آذرماه، در آخرین دقایق از پاییز و در آستانه‌ی یلدای ۱۳۹۹، جلسه هیئت مدیره شرکت «توسعه تجارت افق بیکران پارس» و توأمان مراسم معارفه مدیرعامل این شرکت در دفتر مرکزی هلدینگ باران برگزار گردید. در ابتدای این جلسه که به همت واحدهای «ارتباطات برند» و «برنامه‌ریزی و توسعه منابع» برگزار گردید، جناب مهندس حامد مقدسی به عنوان رئیس هیئت مدیره شرکت «توسعه تجارت افق بیکران پارس»، ضمن خوش آمدگویی به حاضران، به بیان سابقه کاری و نحوه شکل‌گیری مجموعه «باران هوم» و پروسه تبدیل آن به عنوان یکی از شرکت‌های رسمی هلدینگ باران پرداختند. در ادامه جناب دکتر اولاد در مقام مشاور عالی مدیرعامل هلدینگ، نکاتی در راستای تبیین استراتژی‌های هلدینگ و نقش باران هوم در زنجیره ارزش بیان نمودند. جناب مهندس معمارزاده و جناب مهندس اکبرپناه، به طرح چشم‌انداز و مأموریت‌های باران هوم در زنجیره ارزش



معارفه مدیرعامل شرکت آسمان



پنجشنبه یازدهم دی ماه، آیین معارفه مدیرعامل شرکت «آسمان بیکران هشتم طوس» در سالن جلسات دفتر مرکزی هلدینگ باران برگزار گردید. در این جلسه که به همت واحد ارتباطات برند و با حضور مشاور عالی مدیرعامل هلدینگ و قائم مقام مدیرعامل هلدینگ برگزار گردید، کلیه مدیران عامل شرکت‌های تابعه، اعضای هیئت مدیره شرکت آسمان و سایر مدیران هلدینگ نیز حضور به هم رساندند. در ابتدای این جلسه، رئیس هیئت مدیره شرکت آسمان، جناب مهندس معمارزاده، ضمن خوش آمدگویی به حاضرین، به توضیح بیانیه مأموریت شرکت پرداختند. در ادامه جناب دکتر اولاد در مقام مشاور عالی مدیرعامل هلدینگ، استراتژی‌های هلدینگ و اهمیت شرکت آسمان در چشم‌انداز طرح شده برای سازمان را تبیین نمودند. جناب مهندس اکبرپناه نیز به بیان چشم‌انداز و مأموریت‌های آسمان در زنجیره ارزش هلدینگ پرداختند. معرفی جناب دکتر علی آبادی بخش بعدی این مراسم بود.

محمدحسین علی آبادی، دانش‌آموخته کارشناسی حسابداری از دانشگاه تهران، کارشناسی ارشد حسابداری از دانشگاه فردوسی مشهد، کارشناسی ارشد توسعه و بهبود سیستم‌ها از دانشگاه علم و صنعت و دانشجوی دکتری حسابداری، با بیش از ۳۰ سال سابقه کاری و مدیریتی و همچنین دارای عنوان کارشناس رسمی دادگستری در رشته حسابداری و حسابرسی، عضو جدید خانواده بزرگ باران شدند. متن حکم انتصاب با امضای جناب مهندس مقدسی توسط جناب دکتر اولاد به نمایندگی از ایشان قرائت و تقدیم مدیرعامل جدید شرکت آسمان بیکران هشتم طوس گردید. بیان نظرات اعضای هیئت مدیره شرکت آسمان، مدیران عامل شرکت‌های تابعه و قائم مقام مدیرعامل هلدینگ نیز پایان بخش این مراسم بود. امید است در همراهی مدیران و توأمان هم‌گام با کلیه پرسنل هلدینگ باران، هر روز شاهد جوانه‌های تازه‌ای از بلوغ تحول و فرهنگ سازمانی جدید در نهال سبز باران باشیم.



نمایی از سفره زیبای یلدا در لابی هتل برج مسکونی باران ۲



یلدا در هتل برج‌های باران

سفره‌های زیبای یلدایی در لابی هتل برج‌های مسکونی باران ۱ و باران ۲ به رسم هر سال انداخته شد. این سفره‌آرایی زیبا به همت همکاران پر تلاش شرکت سایه و مدیران هتل برج‌ها انجام شد. سفره‌های یلدایی باران به رسم هر ساله پیش روی ساکنین و میهمانان برج‌ها قرار گرفت و جلوه‌ای گرم و زیبا به لابی هتل برج‌ها بخشید.

بر سرآئیم که گرز دست برآید
دست به کاری زخم که غصه سر آید
لبلب عاشق تو عمر خواه که آخر
باغ شود سبزه و شاخ گل به بر آید

نمایی از سفره زیبای یلدا در لابی هتل برج مسکونی باران ۱



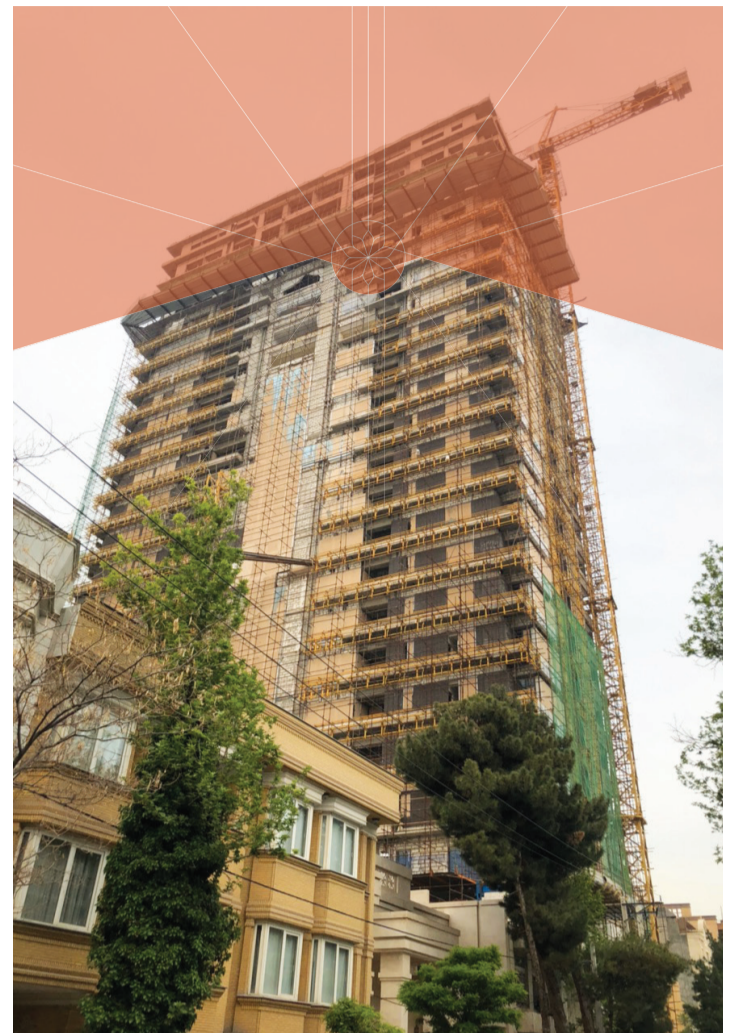


تفاوت‌ها و مزیت‌هایی که در باران ۳ می‌توان یافت، حجم بالای فضای سبز نماست که هم‌خوانی شگرفی با بافت سبز منطقه کوهستانی ایجاد کرده است. پیرامون برج، در قسمت تراس‌ها، باغچه‌هایی نواری وجود دارد و بدین ترتیب حلقه‌ای سبز در تمامی طبقات خودنمایی می‌کند. دسترسی به این تراس‌ها به کمک کلاچر صورت می‌گیرد و خدمات تعمیر و نگهداری این باغچه‌ها از طریق مدیریت یکپارچه برج و از بیرون انجام می‌پذیرد که راحتی و امنیت ساکنان را به دنبال دارد. در نتیجه، نمایی همیشه‌سبز و همیشه‌زنده را شاهد خواهیم بود.

تمامی این موارد در کنار سایر ویژگی‌هایی که برای این برج رقم خورده است، راهی است برای تأمین خواسته‌های مشتریان گروه باران.

برج باران ۳ در کنار شاخص‌های منحصر به فرد فوق‌الذکر، اولین برج دارای سالن ضیافت در فضای بام با چشم‌اندازی بی‌نظیر است که با توان ویژه تیم‌های طراحی و مهندسی، عملیاتی شده است. با ایجاد تغییراتی ویژه در نما و ارتفاع گرفتن تاج آن، انقادی زیبا و خاص در این برج رقم خورده است. این اتفاق، درخور نامی برگزیده و با شکوه است: عنوانی به شایستگی «سالن چشم‌انداز». این مورد یکی از شاخص‌های منحصر به فرد این پروژه است.

داستان تکنیک‌های ساخت در پروژه‌های باران ادامه دارد. روایت‌هایی برای ساکنان و برای شهر. از مقاومت ساختمان گرفته تا نمای زیبا. از جزئیات سازه‌ای تا چشم‌اندازها. از امروز تا فردا.



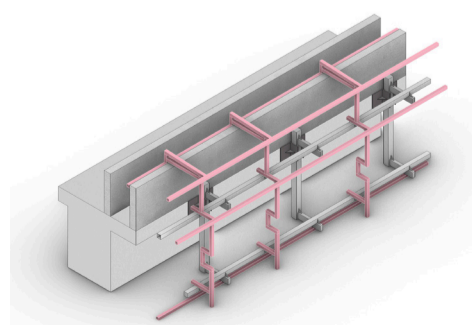
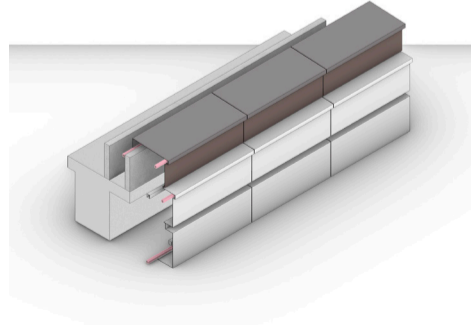
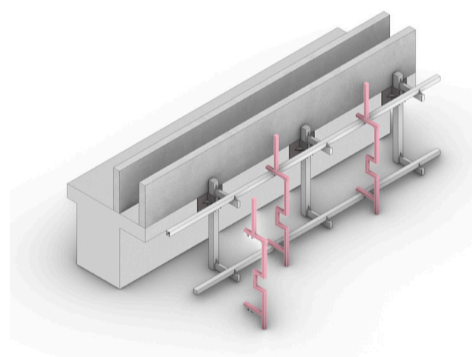
مروری بر روایت نما در پروژه باران ۳

نما؛ روایت چشم‌اندازی منحصر به فرد



سپاس

نوشتار صفحه تکنیک شماره پیشین و همین‌طور این شماره، وجود نداشت جز با یاری و لطف آقای دکتر وحید ابراهیمی، معاونت فنی و مهندسی شرکت آفتاب و مهندس یاسر مادرشاهی، مدیریت عامل شرکت آلومینیوم شیشه تهران.



زیرسازی نیمه‌پیش ساخته نمای سیمانی در بخش قوسی و المان عمودی در زون یک هتل برج مسکونی باران ۳

شیشه‌ای در واحد پنت‌هاوس به ابعاد ۶ متر در ۲/۵ متر مربع، طراحی ویژه‌ای را می‌طلبد که در نوع خود منحصر به فرد است. علاوه بر این نمونه، سایر شیشه‌های واحدها نیز در ابعاد بزرگ و ویژه طراحی و اجرا شده است. به همین دلیل است که چشم‌انداز بی‌نظیر، جزئی جدایی‌ناپذیر از مهندسی این واحدها محسوب می‌شود. این اتفاق، بدون دانش تخصصی نما، امکان‌پذیر نیست.

بحث بعدی که می‌بایست در کنار طراحی‌های ویژه و کیفیت مطلوب مهندسی به آن پرداخته شود، شاخصه زمان است. از آن جایی که زمان به‌مانند یک فرصت طلایی در عصر مدرن و ایجاد رقابت‌های سازنده متمرکز خواهد بود، گروه باران کوشید تا از فرصت پیش آمده در این پروژه در جهت بازنگری، بهبود و توسعه فرایندهای طراحی و مهندسی و همچنین برآورد کردن نیازهای به‌روز مشتریان خود و افزایش شاخص‌های کیفی و عملکردی شایسته برج‌های باران استفاده کند. هیچ عنصری به غیر از زمان

کافی، چنین خروجی رضایت‌بخشی را حاصل نمی‌کند. در نتیجه باید گفت که دست‌اندرکاران این پروژه کوشیده‌اند تا زمان را به عنوان ابزار کلیدی خود در جهت پیشبرد اهداف کلان مجموعه و تحقق رضایت‌مندی بیشتر مشتریان در رسیدن به بالاترین کیفیت در کنار معماری مدرن روز، استفاده کنند.

در پروژه باران ۳ استفاده از تکنیک پیش‌ساخته‌سازی با توجه به حجم وسیع نما، موجب صرفه‌جویی در زمان عملیات اجرایی شد. این‌گونه آنجا که لازم بوده، زمان مناسبی صرف تفکر سازنده، طراحی و مهندسی ایده‌آل شده و سرعت عمل قابل توجهی در اجرای تغییرات با نگاه به جلب حداکثری بهره‌مندی و رضایت مشتریان اتفاق افتاده است.

نمای سبز

«نمای سبز» یکی دیگر از شاخصه‌های اصلی پروژه باران ۳ است. یکی از

یکی از ویژگی‌های به‌کار رفته در نمای شفاف پروژه، استفاده از ساختار شیشه‌های سانرزی است که به‌صورت لمینیت دوجداره به‌کار رفته است؛ بدین مفهوم که کنترل شدت نور، محافظت در برابر انرژی خورشیدی و اشعه UV، جلوگیری از اتلاف انرژی و ورود آلودگی‌های صوتی خارجی، جلوگیری از صدای باد و بالا بردن فاکتورهای آسایش انسانی، به کمک شیشه‌هایی با این ویژگی امکان‌پذیر خواهد بود.

موقعیت ارزشمند مکانی پروژه باران ۳ و به‌خصوص اشراف آن به منطقه کوهستانی مشهد، موجب شد تا گروه باران، طراحی شیشه‌هایی با ابعاد بزرگ را در دستور کار خود قرار دهد تا چشم‌انداز ویژه و بی‌نظیری را برای پروژه در طبقات فوقانی به‌وجود بیاورد.

طراحی و مهندسی شیشه‌هایی با ابعاد بزرگ در ارتفاع زیاد، به دلیل وجود باد و شرایط سازه‌ای خاص، نیاز به زیرساخت‌های مخصوص دارد. به عنوان نمونه، وجود

بهاره گلکار

کارشناس ارشد معماری و روزنامه‌نگار



شکل‌گیری ساختمان با کمک نما امکان‌پذیر خواهد شد و این پوسته، تنها یک صفحه بیرونی نیست، بلکه دنیایی است از دیتیل‌ها، عوامل ارتباطی، آنالیزها و طراحی‌ها! تمام این عوامل، ضوابط خاصی خود را دارند، به‌علاوه اینکه موضوعات مربوط به معماری و سازه نیز در ارتباط با تکنولوژی، دنیای نیازها و البته پاسخ‌ها را به‌همراه دارد. در نتیجه، موضوع نما، از ابتدا تا انتها نیازمند توجه ویژه‌ای است.

از آنجایی که در پروژه‌های گروه باران مشاوره‌ی تخصصی نما صورت می‌گیرد، انتخاب شرکت «آلومینیوم شیشه تهران» برای پروژه برج باران ۳، مسیر اجرای نما را هموارتر کرد. در این پروژه چندین پیمانکار مختلف به کارگرفته شده و شرکت آلومینیوم شیشه تهران در کنار آنان حرکت کرده تا بر اساس آخرین ضوابط و معیارها، طراحی معمار پروژه یعنی شرکت «آراز پویان» به همراه نظرات کارفرما را تبدیل به نقشه‌های قابل ساخت و اجرا کند.

متریال نما شامل کامپوزیت پنل، کرتین وال و پنجره است.





نگاهی به کارکرد فضای سبز در هتل برج باران ۳

فردای بهتر با افزایش سهم سبز



کنترل دمای واحدها، هم‌زمان اتفاق افتاده است. علاوه بر این موضوع، نمای دو پوسته نیز به کمک آمده است تا تهویه طبیعی صورت گیرد و از اتلاف انرژی جلوگیری شود. لازم به ذکر است مصالح مخرب زیست تا حد امکان محدود و تلاش بر استفاده از مصالح ارگانیک بوده است. مصالحی چون چوب‌های فرآوری شده در دکوراسیون و نرده‌های نما؛ رنگ‌های دوست‌دار محیط زیست و بدون سرب و آلودگی شیمیایی؛ سنگ‌های معدنی طبیعی در سطوح تزئینی؛ استفاده از عایق‌های رطوبتی نانو در بخش‌هایی از ساختمان؛ شیشه‌های دوجداره و لمینیت کوتینگ با رده حفظ انرژی در ساختمان؛ لوله‌های PEX در سیستم آبرسانی که از متریاال قابل بازیافت تولید شده است؛ چراغ‌های LED با مصرف پایین و روشنایی مطلوب به جهت کاهش مصارف انرژی‌های فسیلی؛ استفاده از سیستم هوشمند کنترل روشنایی و انرژی مرکزی ساختمان جهت دستیابی به مصرف بهینه انرژی و در نهایت، استفاده از فضاهای سبز گسترده عمودی و افقی و سطحی به همراه انواع گونه‌های گیاهی و درخت‌های کهنسال؛ همه و همه از اهمیت سلامتی و سبزیگی سخن می‌گویند. موضوعی که از افتخارات گروه باران است. داستان دنیای بهتری که باران همیشه کوشیده برای ساکنان برج‌های باران و شهر رقم بزند.



خانه‌ها و فضاها اجازه طراحی حیاط‌هایی مشابه خانه‌های قدیمی ایرانی را نمی‌دهند، بایستی از سایر عناصر استفاده کرد. به عنوان مثال باغچه‌های زیبا و فرح‌بخش در برج باران ۳ می‌توانند حال و هوای خانه را متفاوت و تازه کنند. در واقع هدایت فضای سبز به خانه با کمک تراس‌های سبز اتفاق افتاده است و این مهم با ایده‌ای درخشان ظهور پیدا کرده است؛ ایده‌ی هر خانه، یک حیاط. به غیر از این موضوع، تعدیل انرژی نیز یکی از مزایای فضاهای سبز است. روایت تعدیل در زمستان بدین صورت است که با کمک رطوبت، درجه حرارت را بالا می‌برد و در تابستان با جذب ظرفیت حرارتی، حرارت را پایین می‌آورد. علاوه بر این، تراس‌های برج باران ۳ سعی می‌کنند از تابش مستقیم آفتاب جلوگیری کنند و با افزایش ظرفیت حرارتی، کاهش دمای تابستان و افزایش دمای زمستان را به همراه دارند. موضوع عایق حرارتی نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. ارزش چنین موضوعی گروه باران را بر آن داشت تا با تهویه مطبوع در واحدها تلاش کنند تا از انرژی‌های داخل ساختمان استفاده شود. برای نیل به این هدف، شیشه‌های سانرژی انتخاب شدند تا اثر گلخانه‌ای را به حداقل برسانند و اشعه آفتاب را نیز کنترل کنند. در نتیجه طراحی بر اساس استفاده حداکثری از نور طبیعی جهت تأمین روشنایی و

یک ساختمان شامل دیوار، سقف و عناصری شبیه به این موارد است؛ اما برای این که تبدیل به جایی شود که خاطرات‌مان را در آن بسازیم، دیوار و سقف کافی نیستند. زندگی در میان این دیوارها جریان پیدا می‌کند، اگر گروه سازنده نیازهای مردم را بدانند. این نیازها ممکن است تکنیکی باشند و ساکنان هرگز آن‌ها را نبینند؛ یا امکان دارد که کاملاً افراد را درگیر کنند. به عنوان نمونه هر نوع سبزیگی به صورت واضحی توسط مردم احساس می‌شود. حال در قالب دیوار سبز باشد، یا در قالب باغچه و یا فضای سبز. ابعاد تأثیرات مثبت سبزیگی تنها به ظاهر محدود نیست و از درون تا بیرون ساختمان را در بر می‌گیرد. در واقع مفهوم مهم‌تر و پیچیده‌تری به نام پایداری، دلیل وجودی آن است. باید عنوان کنیم که گروه باران همیشه با مفهوم پایداری آشنا بوده و از آن بهره برده است. علت وجودی یازده هزار مترمربع فضای سبز در قالب دیوارهای سبز، باغچه‌های نواری، درختان و... در پروژه برج باران ۳ نیز همین موضوع است. از طراحی لابی که خود بر اساس ایده ارتباط مستقیم با فضای سبز عمومی شکل گرفته است، تا درون خانه‌ها. گستردگی پایداری، شاخصه‌های متفاوتی دارد که یکی از آن‌ها داشتن سبزیگی و فرح‌بخشی است. در گذشته حیاط خانه‌ها این وظیفه را به عهده داشتند؛ اما اکنون که نوع چیدمان



کاربردهای سیستم مانیتورینگ هوشمند در باران



تیم هوش مصنوعی شرکت سایه

نقشه‌های گرافیکی، رصد هوشمند فعالیت‌های نگهبان با استفاده از تشخیص فعالیت‌های تعریف شده می‌باشد. از این رو طراحی این زیرسیستم، گام بزرگی در جهت کمک به هوشیاری نگهبان و در نتیجه حفظ امنیت محیط خواهد بود. از جمله چالش‌های موجود در حوزه امنیت فضای پیرامونی می‌توان وابستگی به حضور فیزیکی نیروها برای حفاظت مناطق حساس و ممنوعه را ذکر کرد. در این راستا، افزونه هوشمند تشخیص ورود به منطقه ممنوعه و عبور از خط فرضی را در دست طراحی و اجرا داریم. با کنار هم قرار دادن زیرسیستم‌ها و افزونه‌های ذکر شده، به هدف خود در مورد طراحی سیستم مانیتورینگ هوشمند و پوشش نیازهای امنیتی در بخش‌های مختلف سازمان خواهیم رسید. در شماره‌های بعدی آوند به تفصیل در مورد عملکرد و خروجی هرکدام از افزونه‌ها می‌نویسیم.

و ارایه انواع گزارشات کاربردی احساس می‌شود. از جمله چالش‌های موجود در سیستم مانیتورینگ سنتی می‌توان به عدم اطلاع‌رسانی به‌موقع در هنگام دست‌کاری عمدی دوربین‌ها، نداشتن آمار دقیق از افراد حاضر در بخش‌های مختلف برج، عدم تشخیص خودکار افراد ناشناس برای مناطق دارای محدودیت تردد، عدم کنترل خودکار و رصد میزان کارکرد نیروهای حفاظت فیزیکی در ساعات مختلف شبانه‌روز و سایر نیازمندی‌های مطرح‌شده اشاره کرد. لذا طراحی افزونه‌های هوشمند متناسب با چالش‌های ذکر شده، گزینه‌های مناسبی برای تقویت سیستم مانیتورینگ هوشمند هستند. به عنوان مثال، نظارت بر نیروهای حراست فیزیکی شامل زیرسیستم مدیریت هوشمند نگهبانی برای تشخیص ترک پست نگهبان (که در شماره قبلی توضیح داده شد)، گزارش حضور فیزیکی در حوزه استحضاتی نگهبان به صورت

مسکونی و تجاری پیردازیم. در شماره‌های بعدی پس از عملیاتی شدن هرکدام از افزونه‌ها، توضیح مفصلی در مورد آنها خواهیم داشت. ورود به بحث نظارت و امنیت هوشمند را ابتدا با تقسیم‌بندی مکان‌های مختلف از حیث درجه اهمیت برای بخش حراست شروع می‌کنیم. مکان‌های موجود را به سه دسته پارکینگ، فضاهای داخلی و فضاهای پیرامونی تقسیم‌بندی کرده‌ایم. مزیت این تقسیم‌بندی، شناسایی نیازهای موجود در بخش‌ها و فضاهای مختلف باران و سایر برج‌های مسکونی و تجاری است تا در نتیجه بتوان با دخالت هوش مصنوعی، به ارایه بهترین راه‌حل‌های مدیریتی و نظارتی پرداخت. در این راستا اولین پروژه این تیم، طراحی بخشی از زیرسیستم پارکینگ هوشمند برای ثبت تردد خودروها بود که در یکی از شماره‌های گذشته آوند به تفصیل در مورد آن صحبت کردیم. در این زیرسیستم با طراحی انواع سناریوهای حفاظتی و امنیتی که در آینده نیز تکمیل‌تر خواهد شد، علاوه بر افزایش امنیت پارکینگ‌ها (در راستای مفهوم نظارت و امنیت هوشمند)، ارایه گزارشات مهم و مفید مدیریتی را خواهیم داشت. در بخش فضاهای داخلی، موضوع حفاظت دوربین‌ها، نظارت بر نیروهای حراست فیزیکی و کنترل تردها، از جمله مسائلی است که در سیستم مانیتورینگ سنتی با کمبودهایی مواجه است. از این رو نیاز به وجود سیستم مانیتورینگ یکپارچه و هوشمند با قابلیت ارسال هشدارهای به‌موقع

در شماره قبلی آوند در مورد سیستم مانیتورینگ هوشمند که توسط تیم هوش مصنوعی شرکت سایه طراحی شده است، صحبت کردیم. هوشمندی این سیستم به معنای استفاده از تکنیک‌ها و روش‌های هوش مصنوعی در تحلیل‌های ویدیویی است که به منظور کاهش خطای انسانی در تشخیص به‌موقع رویدادهای مختلف در حوزه امنیت در نظر گرفته شده است. مزیت این سیستم، قابلیت اضافه کردن انواع افزونه‌های هوشمندی است که طراحی می‌شوند و به بستر اصلی نرم‌افزار اضافه می‌شوند و نرم‌افزار مانیتورینگ را در حوزه‌های مختلف امنیتی غنی‌تر و قدرتمندتر می‌کنند. با کنار هم قرار دادن تمام این افزونه‌ها می‌توان امنیت یکپارچه و با کیفیتی را در بخش‌های مختلف گروه باران و برج‌های باران شاهد بود. در این شماره قصد داریم به توضیح کاربرد افزونه‌های سیستم مانیتورینگ هوشمند در امنیت بخش‌های مختلف برج‌های



نظام نامه باران هوم

۳- توسعه و بهبود زنجیره تامین و تولید کالاهای لوکس ساختمانی

۴- ارتقای سطح تاب آوری و چابکی سازمانی

راهبردهای باران هوم

- توسعه و بهبود همکاری و مشارکت های برون سازمانی
- توسعه و بهبود تعامل با ذی نفعان
- بهبود سیستم مدیریت عملکرد پیمانکاران و تامین کنندگان
- شناسایی و توسعه به کارگیری ظرفیت های داخلی در تامین منابع
- توسعه و بهبود مدیریت ریسک
- توسعه و متنوع سازی سبد محصولات
- توسعه و بهبود مدیریت سرمایه انسانی
- توسعه و مدیریت سرمایه دانش سازمانی
- توسعه و بهبود خدمات فناوری اطلاعات و هوشمندسازی
- توسعه و بهبود فرایندهای حوزه مالی
- توسعه و بهبود مدیریت فرایندهای اجرایی
- توسعه و بهبود مدیریت پورتفوی، برنامه و پروژه
- توسعه مدیریت کیفیت

چشم انداز باران هوم در افق ۵ ساله

- کسب ۴۰ درصد از سهم بازار در حوزه سفارشی سازی پروژه های مسکونی در شرق کشور
- کسب رتبه اول در تامین و تولید زنجیره کامل کالاهای لوکس ساختمانی

ارزش های بنیادین در باران هوم

- ارزش آفرینی
- خلاقیت و نوآوری
- ریسک پذیری
- چابکی
- مشتری مداری
- مسؤلیت پذیری

اهداف کلان باران هوم

- ۱- شناسایی و ایجاد زمینه های سرمایه گذاری سودآور و پایدار
- ۲- ارتقای سطح کیفی خدمات تخصصی در حوزه طراحی و دکوراسیون داخلی

در جلسه انتصاب رسمی مدیرعامل شرکت «توسعه تجارت افق بیکران پارس» (باران هوم) سندی از سوی واحد «واحد برنامه ریزی و توسعه منابع هلدینگ باران» تحت عنوان نظام نامه راهبردی این شرکت، تقدیم مدیرعامل شد. هدف از ارائه آن سند این چنین عنوان شد:

«تبیین ساختار سازمانی و تعریف جهت گیری های کلان شرکت باران هوم برای شفاف سازی حدود فرایندها، حفظ یکپارچگی و انسجام اهداف، برنامه ها و اقدامات این شرکت با هلدینگ باران».

در این نوشتار به بخش های مهم این نظام نامه اشاره می شود:

بیانیه مأموریت باران هوم

«باران هوم» به عنوان عضوی از زنجیره ارزش هلدینگ باران، مأموریت های زیر را پیش روی خود دارد: مشاوره، طراحی، تامین و اجرای پروژه های سفارشی سازی در حوزه معماری و دکوراسیون داخلی، با رویکرد توسعه نوآورانه و افزایش رضایت مندی ذی نفعان.



ویدئوی ویژه باران هوم برای شب یلدا

باران هوم در راستای فعالیت هایش در حوزه ترویج و حمایت از گروه های فرهنگی، ویدئوی تازه ای را به مناسبت بزرگداشت شب یلدا با بهره گیری از توان و هنر هنرمندان سنتی مشهد رونمایی کرد. این کلیپ با نگاه به مفاهیم فرهنگ کهن ایرانی و با بهره گیری از توان هنرمندان جوان شهر تولید شد.

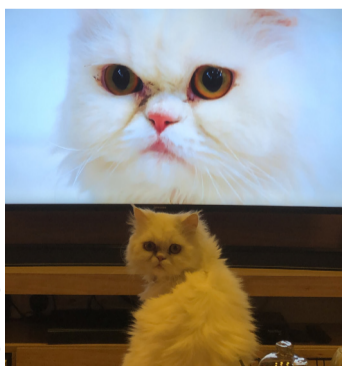
مشخصات کلیپ «ماه من»

تهیه کننده: مجموعه باران هوم
مدیر تولید: امیرحسین تیموری
تولید: استودیو فرافکر
خواننده: ابراهیم طهرانی پور
شاعر: جلال علی آبادی
تنظیم، ضبط، میکس و مسترینگ: استودیو آوای پردیس
طراحی و ایستایشن صحنه: آیدا علی بخش

این ویدئوی دیدنی را با اسکن لینک زیر در گوشی می توانید در اینستاگرام اختصاصی باران هوم ببینید:



بنای زنده، بنای یک زندگی هتل برج مسکونی باران ۳



با تشکر از مری، گریه پرشین زیبا و سرکار خانم رحیم اقلی (مادر معنوی ایشان!) برای بازی مؤثر در این کلیپ!

برج باران ۳ که در شهر مشهد قد برافراشته و نفس می کشد، مفهومی تازه از یک سبک زندگی متمایز است. خانه ای سبز و دوستدار محیط زیست با معماری فاخر، خدمات یک هتل و گارانتی.

هتل برج باران ۳ با نگاهی ویژه به کاهش مصرف سوخت های فسیلی و گنجاندن حجم عظیمی از فضای سبز در نما، فضاهای اشتراکی و آپارتمان ها، شایسته عنوان «خانه سبز پنج ستاره» است.

ویدئوی «بنای زنده؛ بنای یک زندگی» در پنت هاوس برج باران ۳ توسط استودیو چپ چین تولید شده و به مناسبت ۲۹ دی ماه، روز هوای پاک منتشر شده است.

ساخت این ویدئو پشت صحنه جذابی هم دارد که در اینستاگرام استودیو چپ چین و همچنین در سایت اینترنتی استودیو (www.ChapChinStudio.com) می توانید آن را ببینید. پشت صحنه ای از تلاش همکاران باران هوم، واحد ارتباطات برند، همکاران شرکت سایه و دوستان هنرمند استودیو.

این ویدئوی دیدنی را می توانید در IGTV اینستاگرام گروه باران ببینید (لینک روبرو را با گوشی اسکن کنید). ویدئو در سایت اختصاصی واحد ارتباطات برند نیز منتشر شده است: Brand.Baran.ir





به مناسبت ۲۳ دی، روز جهانی تحقق بخشیدن به رویاها

باران، رؤیایی که محقق شد!

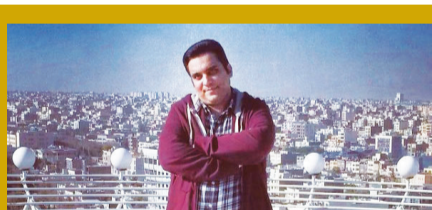
فرانک باباپور
نویسنده و روزنامه‌نگار

سال پیش، در ذهن مهندسانی جوان شکل گرفته بود. این‌ها را گفتیم که چه؟ ۲۳ دی ماه روز جهانی تحقق بخشیدن به رویاهاست. روزی که احتمالا می‌خواهد اهمیت رؤیا داشتن و تلاش برای رسیدن به آن را نشان دهد. تلنگری برای فکر کردن به تمام ایده‌های بزرگی که در سر داشته‌ایم و قطع به یقین تعدادی را از یاد برده‌ایم، چه پرسد به این که محقق شده باشند یا تلاشی هر چند کوچک در جهت محقق شدنشان برداشته باشیم. حالا هم نمی‌خواهم بگویم به رویاهای گذشته‌تان فکر کنید و ببینید کدام‌ها محقق شده‌اند یا برای کدام‌ها آستین همت بالا زده‌اید، که حسرتی بزرگ به دلتان ببینانم! می‌خواهم بگویم از این پس بیشتر به رویاهایتان فکر کنید، برایشان برنامه بریزید و برای به سرانجام رسیدن هر کدام تلاش کنید. ۲۳ دی ماه، هر سال می‌آید و می‌رود؛ اما سال دیگر می‌تواند طور دیگری بیاید؛ مثلا جشنی برای تحقق یافتن رؤیایی که همین امسال در ذهن‌تان ساخته‌اید.

حالا ۱۳ سال از آن موقع می‌گذرد و ساختمان‌سازی به راحتی تهیه یک وانت آجر و دو کیسه سیمان نیست! خانه‌ها بلندتر شده‌اند و علاوه بر ساختمان‌های بلندمرتبه مرسوم، برج‌ها نیز در گوشه و کنار شهر رُخ نشان می‌دهند. همان سال ۱۳۸۶ بود که رؤیای ساخت بُرجی مسکونی با خدمات هتلی، در ذهن مهندس هشام مقدسی جوان، ریشه گرفت و مشغول فراهم آوردن پیش زمینه‌ها بود. ساخت بُرجی چند طبقه با استفاده از بهترین مصالح و اضافه کردن خدمات هتلی و خدمات پس از فروش، در دورانی که عرض کردم، قطعا یک رؤیا بود که ممکن است به ذهن هر کسی رسیده باشد؛ اما در سرنوشت هر رؤیایی، تحقق یافتن نوشته نشده و به عناصر دیگری نیز نیاز دارد! با این حال، رؤیای بُرج باران ۱ در سال ۱۳۹۰ بالاخره تحقق یافت و پیش‌قراول بُرج‌های مسکونی باران با خدمات هتلی شد. خدماتی که روزبه‌روز به شمارشان اضافه می‌شد و از نظر کیفی ارتقا پیدا می‌کردند و نمود عینی رؤیایی بودند که ۱۳

آن هم طوری بود که اگر یک نفر ماشینش را جلوی خانه‌اش پارک می‌کرد، گذشتن از کوچه کمی مشکل می‌شد و یکی باید از خودگذشتگی می‌کرد، منتظر می‌ماند تا آن یکی کامل بگذرد و بعد خودش رد شود. خانه‌ها عموما دو طبقه بودند و اگر یکی می‌خواست طبقه دیگری به خانه‌اش اضافه کند، آجر و شن و سیمان هایش تا مدت‌ها توی کوچه بودند که همان دو وجب جای تردد را هم مسدود می‌کرد.

حقیقتی که در ذهن شما شکل می‌گیرد، روزی تبدیل به واقعیت خواهد شد. سال ۱۳۸۶ تازه وارد دبیرستان شده بودم. آن موقع سرویس مدرسه‌ام یک مینی‌بوس قدیمی بود که باید برای سوار شدن، کوچه درازی که خانه‌مان در آن بود را طی می‌کردم تا به خیابانی برسم که یک مینی‌بوس بتواند در آن تردد کند. کوچه‌ها عموما عرضی به اندازه دو ماشین سواری داشتند؛



رضا نوربانی در ستاره

رضا نوربانی از قدیمی‌های باران است و از اولین همکاران شرکت ستاره. او سال‌ها به عنوان مدیر روابط عمومی در شرکت ستاره مستقر و همراه گروه باران بوده و انتشار ۱۷ شماره فصلنامه وزین «خانه نو» از جمله یادگاری‌های او می‌باشند. رضا این روزها به عنوان مدیر تبلیغات و در جهت بازطراحی ساختار مارکتینگ و تبلیغات دوباره در شرکت ستاره و کنار ما قرار گرفته است. مدیریت روابط عمومی سازمان فرهنگی و اجتماعی شهرداری مشهد، ریاست اداره پیگیری‌های ویژه سازمان فرهنگی اجتماعی شهرداری مشهد و ریاست اداره بهره‌برداری شرکت گردشگری توسعه و عمران هفت حوض (وابسته به شهرداری مشهد) عناوین شغلی اخیر وی بوده‌اند. حضور مجددش را خیر مقدم می‌گوییم و برایش آرزوی موفقیت می‌کنیم.



برگزاری مناقصه خرید سرور



جلسه بازگشایی پاکت مربوط به مناقصه خرید سرور برای پروژه برج باران ۳ در محل شرکت سایه برگزار شد. در این جلسه آقای مهندس قربانی (مدیر واحد IT شرکت سایه)، آقای مهندس نجات (مدیر بازرگانی شرکت سایه)، جناب علوی (مدیر مالی شرکت سایه) و آقای مهندس سعید پاشایی (رئیس هیئت مدیره شرکت آرمان) حضور داشتند. ۸ شرکت در برای حضور در مناقصه اسناد را ارسال و اعلام قیمت کرده بودند که طی بررسی‌های، سه شرکت که پایین‌ترین قیمت را ارائه کرده بودند انتخاب شدند تا مراحل ارزیابی و بررسی سوابق اجرایی این سه شرکت بر اساس شواهد جاری انجام شود.

اسناد مناقصه در سایت جدید ارتباطات برند باران در آدرس <http://brand.baran.ir/tender> منتشر شد.

این پایگاه اینترنتی از این پس به عنوان پورتال آنلاین مناقصات گروه باران فعالیت خواهد کرد و تمام مستندات مناقصات شرکت‌های مختلف گروه باران روی آن منتشر می‌شود. این سامانه اینترنتی به همت واحد ارتباطات برند گروه باران راه‌اندازی شده است.

یکی از این رسانه‌ها، همین مجله‌ای است که زیر دست دارید. اکانتهای اینستاگرام باران، لینکدین، تلگرام و بلاگ‌های باران در سایت [brand.bran.ir](http://brand.baran.ir) و همچنین کانال‌های اختصاصی پرسنل در بستر پیام‌رسان‌های اجتماعی، از دیگر رسانه‌های بارانی هستند. ماجراهای تفصیلی‌تر را در سایت «واحد ارتباطات برند» <https://brand.baran.ir> بخوانید:

بالاخره: سایت اوند

یکی از اتفاقاتی که برای خودمان خیلی جالب و عجیب بود این بود که در این روزگار که همه چیز و همه کس در حال آنلاین شدن و روی وب رفتن هستند، اوند تنها به صورت یک مجله کاغذی منتشر می‌شد. از اولین پیش‌شماره اوند آدرس سایت را در صفحه اول کنار لوگو تایپ مجله آورده بودیم، با این امید که خیلی زود سایت را بالا بیاوریم & ولی ماجرا ۷ ماه طول کشید. حالا خوشحالیم که اعلام کنیم آرشیو شماره‌های قبلی و مطالب جدید اوند را می‌توانید در آدرس زیر بخوانید: avand.baran.ir به جز مطالب مجله، خواندنی‌ها و اتفاقات دیگری نیز برای آرایه به همکاران باران روی سایت داریم.

خبرنامه ایمیلی اوند

خبرنامه‌های ایمیلی اوند با روال انتشار هفتگی منتشر می‌شوند. مجله‌ای هفتگی در بستر ایمیل. تا الان همکاران زیادی در خبرنامه ایمیلی ثبت‌نام کرده‌اند. برای دریافت خبرنامه‌ها، می‌توانید به سایت اوند مراجعه کنید یا به avand@baran.ir ایمیل بزنید.

یادداشت سردبیر

محسن برجی
سردبیر اوند



سالنامه نوروزی اوند

شماره بعدی، شماره مشترک اسفند ماه ۱۳۹۹ و فروردین ۱۴۰۰ است. ویژه‌نامه مجله اوند به مناسبت عید نوروز و سالنامه‌ای با نگاه به تحولات باران در سالی که گذشت و چشم‌اندازهای هلدینگ باران در سال آتی. برای آماده کردن این شماره هیجان زیادی داریم و امیدواریم یک بسته خواندنی و دیدنی را در آخرین روزهای اسفندماه تقدیم‌تان کنیم. تلاش‌مان بر این است که شماره نوروزی اوند را به یک هدیه خواندنی و سالنامه‌ای برای رجوع در تمام سال ۱۴۰۰ تبدیل کنیم. ویژه‌نامه نوروزی اوند پرونده‌هایی برای شرکت‌های آفتاب، ستاره، سایه و باران هوم و آسمان دارد. همچنین پرونده‌ای محوری پیرامون موضوع تحولات سازمانی در باران داریم و زیربوم تحول در معماری هلدینگ باران را با کمک مدیران و تحول آفرینان باران بررسی می‌کنیم. در بخشی دیگر از ویژه‌نامه، باران در منظر شهر روایت می‌شود.

همکار - خبرنگاران

واحد ارتباطات برند گروه باران (که ناشر مجله اوند است) برنامه‌ای را در نظر گرفته برای مشارکت همکاران باران در تولید محتوا برای رسانه‌های مختلف گروه باران.

نظام نامه راهبردی آسمان

حمیدرضا اکبرپناه

مدیر برنامه ریزی و معماری سازمانی گروه باران



مقدمه و ساختار نظام نامه

برای آنکه یک سازمان بداند به کجا خواهد رفت، باید بداند اکنون دقیقاً کجا قرار گرفته است. پس از آن باید آنچه می خواهد باشد را به درستی تعریف کرده و چگونگی رسیدن به آن جایگاه را مشخص کند. مستندات حاصل از این فرایند را «برنامه راهبردی سازمان» می نامند.

مدیریت راهبردی (استراتژیک) باعث می شود که سازمان دارای ابتکار عمل باشد و فعالیت هایش به گونه ای درآید که اعمال نفوذ نماید و بدین گونه سرنوشت خود را رقم بزند و آینده را تحت کنترل درآورد.

در همین راستا و برای حفظ وحدت رویه در هماهنگی شرکت «آسمان» با «هلدینگ باران»، سندی تحت عنوان نظام نامه راهبردی برای افق ۵ ساله شرکت آسمان تهیه گردید که در آن به ساختار سازمانی، بیانیه مأموریت، ارزش های محوری،

چشم انداز، اهداف کلان و راهبردهای شرکت پرداخته شده است.

بیانیه مأموریت

مأموریت شرکت آسمان به عنوان عضوی از زنجیره ارزش هلدینگ باران، عبارت است از طراحی و ساخت پروژه های ساختمانی با رویکرد دانش محور و بهره گیری از فناوری های نوین، سرمایه فکری و مشارکت محوری در راستای درک و تأمین نیازهای تصریحی و تلویحی مشتریان و ارزش آفرینی برای ذی نفعان.

چشم انداز

قرار گرفتن در بین سه شرکت برتر صنعت ساختمان در بازار سرمایه (بورس اوراق بهادار) تا سال ۱۴۰۴

راهبردها

توسعه و بهبود مدیریت پورتفوی، برنامه و پروژه توسعه و بهبود نظام مدیریت کیفیت توسعه و بهبود قابلیت ها و مزیت های رقابتی توسعه و بهبود همکاری و مشارکت های برون سازمانی توسعه و بهبود تعامل با ذی نفعان توسعه و بهبود مدیریت زنجیره تأمین توسعه و بهبود مدیریت ریسک توسعه و متنوع سازی سبد محصولات توسعه و بهبود مدیریت سرمایه انسانی توسعه و مدیریت سرمایه دانش سازمانی توسعه و بهبود خدمات فناوری اطلاعات و هوشمندسازی توسعه و بهبود فرایندهای سازمانی.

ارزش های بنیادین

متمايز بودن، شفافیت، مشتری مداری، مسؤلیت پذیری.

اهداف کلان

شناسایی و ایجاد زمینه های سرمایه گذاری سودآور و پایدار در حوزه ساختمان توسعه و بهبود سیستم ها و بهره وری پروژه ها ارتقای سطح چابکی و تاب آوری سازمانی افزایش توان رقابتی و سهم بازار



معرفی کتاب

درباره کتاب «استراتژی خوب / استراتژی بد»
نوشته ریچارد روملت
ترجمه بابک وطن دوست

درباره استراتژی و روی دیگر آن

محمد رضا شعبانعلی

یا صنعت شویم».

کیست که این حرف های شیرین را دوست نداشته باشد؟ کیست که فریفته جذابیت این رؤیاها نشود؟ اما جرات و جسارت و گام استراتژیک از آن جا آغاز می شود که به جمله های بالا این توضیح را بیفزاییم:

«ما این هدف را می خواهیم، اما می دانیم که این مانع و آن مانع و این چالش و آن چالش پیش روی ما قرار دارد و اتفاقاً عبور از آن ها و فائق شدن بر آن ها ساده نیست».

جلسه هدف گذاری و تعیین استراتژی نباید «گل و بلبل» باشد. نباید «پر از حرف های خوب و شیرین و امیدبخش» باشد. باید تلخی ها و دشواری ها گفته شود.

گاهی آن مانع و سختی ها را نمی بینیم، اما معمولاً آن مانع را دیده ایم و می دانیم و می شناسیم، با این حال به هر علت رغبتی به طرح شان نداریم.

مسئله مانع و چالشی که کسی نخواهد یا نتواند از آن حرف بزند، هرگز حل نمی شود و در این حالت، استراتژی به یک «تصویر چشم نواز و دل نواز، اما دست نیافتنی و بی خاصیت» تبدیل خواهد شد.

پس اجازه بدهید باز هم تکرار کنم:

حرف زدن از استراتژی، تلخ و سخت و گزنده است. اگر جز این بود، در این که دارید درباره استراتژی حرف می زنید تردید کنید.

کتاب «استراتژی خوب / استراتژی بد» را روملت حدود یک دهه قبل نوشته است. متن کتاب و خصوصاً بخشی از مثال های آن کمی قدیمی هستند. روملت گاهی هم در واژه گزینی بی دقت بوده است (مثلاً آنتروپی را مترادف با بی نظمی به کار برده). اما هم چنان نکات بسیار ارزشمندی در کتاب وجود دارد که خواندن آن را توجیه پذیر و بلکه ضروری می سازد.

روملت توضیح می دهد که در تعریف استراتژی نمی توانید صرفاً از هدف ها و آرزوها و خواسته های خود بگویید، بلکه باید به «موانع و چالش ها» هم بپردازید.

فقط نگوئید می خواهیم این گونه یا آن گونه شود و به این هدف یا آن هدف دست پیدا کنیم. بگویید «چه مانعی سر راه وجود دارد که رسیدن به این هدف را دشوار و حتی شاید غیرممکن می کند».

این حرف خیلی ساده به نظر می رسد، اما تجربه به من نشان داده که در رابطه های دوستی، برنامه ریزی برای توسعه فردی، راه اندازی کسب و کار، پیش راندن یک فعالیت حرفه ای و حتی اداره یک کشور هم به کار می آید.

فرض کنید بگوییم «ما می خواهیم مشتریان مان را دو برابر کنیم»، «ما می خواهیم تولیدمان جهش کند»، «ما می خواهیم با هم بزرگترین رسانه کشور شویم»، «ما می خواهیم برترین برند شخصی یا سازمانی در فلان حوزه



معیارهای کلیدی برنامه ریزی پروژه‌ها



سید رضا علمدار
مدیریت بودجه گروه باران

است که هرگز افتتاح نشد.

هر ساله پروژه‌های شکست خورده زیادی در اطراف ما اتفاق می افتد:

- پروژه‌هایی که به دلایلی متوقف می‌شوند.
- پروژه‌هایی که مشتری ندارند.
- پروژه‌هایی که قیمت تمام شده آن بیشتر از مبلغ فروش آن می‌شود.

از این رو لازم است با استفاده از تجارب پروژه‌های گذشته و استفاده از ابزارها و مدل‌های برنامه‌ریزی، تمامی حوزه‌های مدیریت پروژه را در برنامه‌ریزی و اجرای پروژه مدنظر قرار داد تا بتوان از وقوع چنین حوادثی جلوگیری نمود.

از مهم‌ترین عوامل موفقیت پروژه‌ها در سازمان‌ها، انجام پروژه در چارچوب استانداردها و دستورالعمل‌های اجرایی پروژه است.

پیاده‌سازی استانداردهای موجود مانند PMBOK که در ۱۱ حوزه مدیریت پروژه به تدوین استانداردها، دستورالعمل‌ها و فرایندهای می‌پردازد و باعث ارتقاء سطح مدیریت پروژه‌های یک سازمان پروژه محور می‌شود.

از جمله ابزارهای دیگر جهت ارزیابی عملکرد پروژه می‌توان به جایزه ملی مدیریت پروژه PEM در ایران اشاره نمود که به شناسایی نقاط قوت و ضعف و الگوگیری از پروژه‌های برتر توجه دارد و به موضوع به کارگیری شیوه‌های بهبود، توانمندی‌ها و زمینه‌های بالقوه پیشرفت در پروژه می‌پردازد.

معیارهای کلیدی در برنامه‌ریزی پروژه‌ها

حوزه مطالعات و امکان سنجی

دقت در تعریف ایده مناسب متناسب با خواسته بازار

توجه به خواسته مشتریان هدف

فهم دقیق نیازها و توقعات ذی‌نفعان کلیدی

تحلیل وضعیت بازار

بررسی وضعیت رقبا

توجه به محیط جغرافیایی

توجه به محیط اقتصادی و شرایط موجود
بررسی و دریافت معارضات و مجوزها

حوزه هزینه پروژه

برآورد دقیق هزینه‌ها

پیش‌بینی تغییرات در قیمت‌ها

پیش‌بینی مشکلات پیش روی پروژه

در نظر گرفتن محدودیت‌های تأمین بودجه

پیش‌بینی تورم و نرخ ارز

توزیع مناسب نقدینگی در پروژه مطابق با برنامه زمان‌بندی و

سیاست‌های اجرای پروژه

در نظر گرفتن روش‌های تأمین بودجه پروژه

پیاده‌سازی مدیریت ارزش در پروژه

حوزه زمان در پروژه

تدوین منشور (شناسنامه) پروژه متناسب با طرح مصوب‌شده

تدوین ساختار شکست کار مناسب

برآورد درست زمان فعالیت‌ها

پیش‌بینی میزان در دسترس بودن منابع

مدیریت فعالیت‌های مسیرهای بحرانی در برنامه زمان‌بندی

کنترل محدوده اجرای پروژه

تخصیص درست منابع در برنامه زمان‌بندی پروژه

توجه به شناسایی فعالیت‌ها در برنامه‌ریزی پروژه

تعریف تقویم کاری متناسب با سازمان پروژه

شناسایی منابع و تجهیزات موجود در پروژه و برنامه‌ریزی

تأمین کسورات

حوزه خرید و قراردادها

انتخاب پیمانکاران با صلاحیت

در نظر گرفتن ریسک در قرارداد

در نظر گرفتن مسائل قراردادی و دعاوی پیمانکاران

در نظر گرفتن موارد مربوط به برنامه‌ریزی، پیگیری، بازرسی،

حمل‌ونقل و ترخیص و خاتمه قرارداد

تهیه و به‌روزرسانی لیست پیمانکاران مورد تأیید مدیر طرح و

کارفرما برای انجام موضوعات فعالیت یا مناقصه

استفاده از یک فرمت استاندارد در تهیه قراردادها

برآورد ریالی (آنالیز قیمتی) ریز فعالیت‌ها به تفکیک مصالح و
دستمزد در اسناد استعلام

تهیه متره دقیق جهت انجام هر آیتم کاری قراردادی

حوزه کیفیت

نظارت و کنترل بر مصالح ورودی به پروژه

نظارت بر عملکرد اجرای پروژه مطابق با رویه‌ها و

دستورالعمل‌های تعریف‌شده و یا استانداردهای ملی

انباش صحیح مصالح جهت کاهش پرت و مدیریت صحیح

به کارگیری مصالح

استفاده از ابزارهای لازم در اجرای کار

استفاده از مشاورین در خصوص تست‌ها و آزمایشگاه مواد

و مصالح

تهیه چک‌لیست‌های کیفی در روند اجرای هر فعالیت

موضوع قراردادی

حوزه منابع انسانی

تدوین ساختار سازمانی پروژه

تعریف و ابلاغ شرح وظایف محوله به هر واحد

انتخاب متخصصین خبره در پروژه

توجه به مباحث آموزشی نیروی انسانی

توجه به مباحث ایمنی نیروی انسانی در پروژه

پیاده‌سازی سیستم مدیریت دانش در پروژه

تهیه دستورالعمل‌های انگیزشی و پاداش

رویه‌های مناسب جذب و نگهداشت پرسنل

حوزه طراحی

توجه به خواسته ذی‌نفعان در طراحی پروژه

استفاده از ابزارها و متدهای به‌روز جهت جلوگیری از

تداخلات حوزه‌های طراحی

کاهش تغییرات طراحی در مدت اجرای پروژه

شناسایی مصالح نوین در اجرای پروژه

نظارت بر اجرای کار مطابق با طرح تأییدشده پروژه.



واحد HSE

اجرای معاینات دوره‌ای طب کار در پروژه باران ۴

نگاهی بر تاریخچه طب کار در جهان

از نقطه نظر تاریخی، بیماری‌های شغلی از هزاران سال پیش در جوامع بشری وجود داشته است. بیماری‌هایی مثل مسمومیت ناشی از فلزات سنگین در معادن، بیماری‌های تنفسی ناشی از ذرات ریز و معلق سیلیس در کارخانجات سیمان، بیماری‌های کم‌شنوایی در کارگاه‌های سنگ‌بری و تراش کاری، موارد مهمی از این دست می‌باشد.

شناخت علمی و آکادمیک از این بیماری‌ها از سال ۱۷۰۰ میلادی توسط کارشناسان و محققان این بخش شروع شد و با آغاز قرن بیستم با افزایش مواجهات زبان‌آور محیط کار، گرایش و توجه به بیماری‌های شغلی و انجام معاینات دوره‌ای طب کار در اکثر نقاط دنیا مورد توجه قرار گرفت.

سابقه طب کار در ایران

سابقه استفاده از عناوین طب کار، طب صنعتی و مشابه آن در ایران به بیش از ۸ دهه قبل بازمی‌گردد. با توجه به نیازهای متعدد کارگاه‌ها در کشور و توسعه فعالیت‌های صنعتی و عمرانی، این مهم نیز روزبه‌روز کاربردی‌تر و جدی‌تر گردید تا اینکه در قانون الزامات و آیین‌نامه‌های ایمنی در کارگاه‌های ساختمانی، در ماده ۹۰ و ۹۱ آن، انجام معاینات دوره‌ای طب کار الزامی گردید.

ما نیز در گروه باران با این باور که سلامت عمومی در جمیع ابعاد حق مسلم همه انسان‌ها است و حرکت، حیات، رشد و شکوفایی استعدادها، یک جامعه در گرو سلامتی جسمی، روانی و اجتماعی آنهاست، از شروع فصل جدید فعالیت

واحد ایمنی در پروژه باران ۴، همواره سعی در متقاعد کردن پیمانکاران و مدیران مربوطه جهت اقدام بر اخذ گواهی سلامت و انجام معاینات دوره‌ای طب کار در این پروژه نمودیم. هم‌اکنون در هفته‌های گذشته با معرفی یک شرکت ذی‌صلاح به پیمانکاران، موفق شدیم به سرانجام این کار نایل آییم و بخشی از رسالت خود را در جهت حفظ سلامت پرسنل مشغول در پروژه به سرانجام رسانیم.

با ورود به آخرین فصل از سال ۱۳۹۹ برای کلیه پرسنل شاغل در مجموعه بزرگ باران روزهایی شیرین و سرشار از موفقیت و سلامتی را آرزومندیم.



آزمایشات خون و کنترل فاکتورهای الزامی طب کار



شنوایی سنجی



نغمه ترابی‌زاده
مشاور ایمنی شرکت آسمان در پروژه باران ۴



چای، به دست شما نوشیدنی است

کاری سخت یا در ماندگی وسط یک جلسه مهم، تحریریه باران از همین جا، دست‌میرزاد می‌گوید به تک‌تک‌تان و آرزو می‌کند هیچ‌گاه در زندگی واقعا خسته نشوید.

عرض تشکری از چای‌سازان و باریستاها باران.
آن‌ان که چای لب‌سوسوز و لب‌دوز را به دست باران‌سازان می‌رسانند. عزیزانی که چای‌های روی میزهای باران را به فنجان‌هایی بهشتی تبدیل می‌کنند. از ایشان ممنونیم:
دفتر مرکزی هلدینگ / جناب دوبری - جناب ابراهیمی
شرکت ستاره / جناب باقریان - جناب سخدری
شرکت آفتاب / جناب حسین‌پور
شوروم باران ۳ / جناب شبان - جناب بولاچی
کارگاه باران ۳ / حاج آقای عرب
بهره‌برداری باران ۳ / جناب آشیانی - جناب ساقی
شوروم باران ۴ / جناب حسین‌زاده - سرکار خانم ملک جعفری
کارگاه باران ۴ / جناب طیبی
شرکت سایه / جناب رفیعی
شرکت سایه‌بان / جناب طهماسبی
شرکت باران هوم / جناب سلطانی

لیوان چای را به همراه یک دانه خرما آورد و گذاشت روی میز. واقعا در آن موقعیت حساس و در وسط آن تست هوش، هیچ چیزی مثل یک لیوان چای به همراه خرما، حالم را جا نمی‌آورد و باعث نمی‌شد تست را به خوبی و خوشی به پایان برسانم. اصلا همان چای بود که باعث شد نمره بالا بگیرم و حالا در این مجله همراه‌تان باشم!

متأسفانه هنوز آن آقای خوش‌قد و قامت را به فامیل نمی‌شناسم، اما انگار فقط او نبود که دستش در دم کردن چای خوب بود. بارهای بعد هم که به جلسات دعوت شدم و چای و دمنوش نوشیدم، فهمیدم همه همکاران بارانی دست‌خوبی در دم کردن چای دارند. چای به دست هر کسی نمی‌نشیند و خوب از آب در نمی‌آید. تنها بعضی نفرات هستند که لیمو درست چای دم کردن دست‌شان می‌آید و طوری چای دم می‌کنند که نه پرنگ است، نه کمرنگ؛ نه خیلی عطر دارد و نه بی‌عطر است؛ نه تلخ است، نه بی‌مزه یا جوش آمده.

پس جا ندارد تشکری بکنیم از همه دوستان عزیز که چنین چای‌های اعلایی دم می‌کنند و آن موقع که باید، به داد خستگی و در ماندگی‌مان می‌رسند! خستگی یک روز

حقیقت امر این است که خیانت بزرگی به یکی از سنت‌های قدیمی تاریخ بشریت و لذت‌های عزیز آن، روا داشته‌اند.

چای را قطع به یقین، تنها باید داخل قوری چینی یا سفال لعاب داده شده ریخت و بعد از ریختن آب جوش چند بار قل‌زده، روی حرارت ملایمی که ترجیحا حرارت بخار آب کتری است، دم کرد. تازه زیاد دیده‌ایم که برگ چای را با صافی‌های توری یا فلزی، از آب جوش جدا نگه می‌دارند تا مبادا کمی تفاله چای، روانه لیوان شود یا همراهی چای و آب جوش، به پُر رنگی یا جوش آمدن آن بیانجامد. باید بگویم این هم یک خیانت است! تفاله اگر داخل لیوان چای نباشد، من یک نفر به چای بودن آن مایع هم‌رنگ چای شک خواهیم کرد! مخصوصا که چای‌های کیسه‌ای همه جا را قبضه کرده‌اند و از کجا مطمئن باشیم دم‌کننده چای، به جای چند قاشق چای اصل لاهیجان، دو دانه چای کیسه‌ای را بعد از کندن کاغذ و نخ، توی قوری نینداخته؟!

از این‌ها که بگذریم، باید بگویم اولین باری که یک لیوان چای لیوانی پدرومادژدار، در باران نوشیدم را خوب یادم هست. نشسته بودم پشت لپ‌تاپ و داشتم تست هوش استخدام را پاسخ می‌دادم. یک آقای با لباس مرتب، یک

چه توفیری دارد آن کسی که برای اولین بار چند برگ چای خشک یا تر را ریخت توی آب جوش و بعد هم چند دقیقه گذاشت روی حرارت تا دم بکشد، چه کسی بوده؟! یک هندی بعد از کشف زمینی از برگ چای؟ یک چینی بعد از ریختن داروی گیاهی اشتباهی توی قوری؟ یا یک گیلانی بعد از ریختن سبزی توی پلو و تغییر رنگ و بویش؟ مهم این است که چای، این نوشیدنی عزیز و همراه، اکنون وجود دارد، چندین روش برای دم کردنش در جای‌جای دنیا کشف شده و هر کس آن را به شیوه‌ای دم می‌کند. شیوه‌هایی که با چای یکسان، طعم‌هایی متفاوت خلق می‌کنند.

طعم‌هایی که بنده به شخصه، نوع کیسه‌ای آن را هیچ نمی‌پسندم! شاید توفیر نکند اولین بار چه کسی دم کردن چای را کشف کرده، ولی مشخصا خیلی توفیر می‌کند که اولین بار چه کسی نرهمه‌های برگ چای خشک را به همراه مقدار معتناهی رنگ خوراکی ریخته توی یک کیسه و یک نخ بهش وصل کرده تا خلق الناس با چند بار بالا و پایین کردنش توی لیوان آب جوش، آن عطش نوشیدن چای را فرو بنشانند. شاید به خیالش از نظر صرفه‌جویی زمانی و راحتی و همه جا در دسترس بودنش، خدمتی به خلق کرده، اما

خدمات هتلی دائمی ساخته شود، ضمانت و خدمات پس از فروش هم داشته باشد؛ ضمانتی از کیفیت خدمات و همچنین کیفیت مصالح استفاده شده و ماندگاری امکانات و تجهیزات تا سال‌ها بعد، به همراه تعویض و تعمیر قطعات و اجزای فرسوده. یقیناً چنین منزلی به این سادگی‌ها قابل جای‌گزینی نخواهد بود. به عبارتی، ساکنین به دنبال چه آپشن ویژه‌ای، حاضرند محل سکونت‌شان را به جایی دیگر تغییر دهند؟!

سابقه‌وارانتی یا خدمات پس از فروش در باران، به سال ۱۳۹۰ برمی‌گردد. سالی که باران ۱ به بهره‌برداری رسید و ساکنان در آن ساکن شدند. حالا از آن زمان حدود ۱۰ سال می‌گذرد، اما کیفیت همچنان حرف محوری برند برج‌های باران است.

از موضوع روز، یعنی تعهد دور نشویم. ریچارد برانسون، یکی از کارآفرینان و سرمایه‌گذاران مشهور دنیا، اعتقاد جالبی دارد: «مشتری‌ها حرف اول را نمی‌زنند، بلکه این کارمندان هستند که حرف اول را می‌زنند». چون اگر مدیران هوای کارکنان خود را داشته باشند، قطع به یقین کارکنان‌شان نیز به فکر مشتریان خواهند بود و کارشان را با انگیزه بیشتری انجام می‌دهند.

حالا اگر مجموعه‌ای توانسته باشد منافع مشتریان را در نظر بگیرد و به آن‌ها بها دهد، می‌توان گفت مدیرانی دارد که حواس‌شان به کارکنان خود هم بوده. وارانتی ساختمان و خدمات پس از فروش آنها که به بهترین شکل به ساکنین برج‌ها ارائه می‌شود، تجلی توجه مدیران به کارکنان مجموعه است. توجهی که بدون داشتن تعهد، دوامی نخواهد داشت. می‌توان ادعا کرد که تعهد یکی از رکن‌های اصلی هلدینگ باران است؛ تعهد مدیران به کارکنان، تعهد کارکنان به مدیران و تعهد سازمان بزرگ باران به مشتریان.

روز تعهد و اولین روز سال نوی میلادی، مبارک.

۱۲ دی‌ماه روز جهانی تعهد است. احتمالا تا به حال به این موضوع فکر کرده‌اید که چرا هر روزی از سال به یک یا چند عنوان اختصاص پیدا کرده. اصلا این‌ها چطور به ذهن‌شان می‌رسد؟ مثلا همین تعهد! اولین بار چه کسی پیشنهاد داده یک روزی از سال را که اتفاقا یکم ژانویه است، به نام تعهد نام‌گذاری کنند؟! تازه آن هم چه روزی! اولین روز از سال میلادی.

یعنی آن ور آبی‌ها، سال جدیدشان را با روز تعهد آغاز می‌کنند! احتمالا برای این که تا آخر آن سال را وفادار بمانند و «تعهد» از زندگی و روابطشان کم نشود.

البته نباید خودمان را گول بزنیم؛ روزهای سال در واقع به نام چیزهایی نام‌گذاری می‌شوند که فراموش شده‌اند! برای اینکه حداقل در همان یک روز از سال، نام آن چیز مهم به گوش‌مان برسد و یادمان نرود چنین چیزهایی در زندگی‌مان داشته‌ایم و حالا هر چند هم که کم شده باشند، ولی هنوز قدرشان را می‌دانیم و برایشان عزیز هستند.

اما تعهد تنها به روابط عاطفی محدود نمی‌شود. تعهد را می‌توان در روابط کاری هم جست؛ چه وفاداری کارکنان به کارفرما، چه نگرانی کارفرما نسبت به کارکنان و در مجموع، تعهد و نگرانی یک مجموعه نسبت به مشتریان. اگر بگوییم گروه باران در این زمینه، دینش را به مشتریان ادا کرده، بی‌راه نگفته‌ایم. اثباتش هم ساخت خانه‌هایی است که علاوه بر خدمات هتلی طولانی‌مدت و ویژه، خدمات پس از فروش هم دارند.

به عبارتی مدیران باران، سال‌ها پیش از اینکه چنین مفهومی در کشورمان مطرح شود، دغدغه‌اش را داشته‌اند و واحدهای برج‌های باران را از همان باران ۱، همراه با وارانتی یا خدمات پس از فروش، شامل تعمیر و نگهداری و خدمات، تحویل مشتریان می‌دادند.

حالا فرض کنید منزلی مسکونی، جدای از اینکه با



راهکاری تازه

بازیافت در باران

شهروزاد رحیم اقلی

کارشناس شبکه‌های اجتماعی گروه باران



کردن مخزن‌هایی با ظرفیت بیشتر، مواد دیگری که در دفاتر کار قابل بازیافت هستند را نیز در نظر بگیرید. مواردی مانند قوطی‌های آلومینیومی، مقوا، پلاستیک‌ها (لطفاً از کیسه‌های پلاستیکی استفاده نکنید) و روزنامه قابل بازیافت هستند و با تفکیک صحیح می‌توانند بازیافت شوند.

متأسفانه اغلب این موارد بیشتر در محل‌های دفن زباله پیدا می‌شوند تا مراکز بازیافت!

مدیریت پسماند، زباله و بازیافت یک الزام است. بازیافت یک سرمایه‌گذاری ارزشمند و سازگار با محیط‌زیست به‌شمار می‌رود. به جای آنکه مواد قابل بازیافت را از طریق زباله‌های جدا نشده در سطل آشغال‌ها به محل‌های دفن زباله انتقال دهیم، هدف را تغییر دهیم تا از این طریق بتوانیم به اکوسیستم ارزشمندمان کمک کنیم.

حفظ درختان و محیط زیست

زباله‌های اداری اغلب در دسته زباله‌های تفکیک‌پذیر قرار می‌گیرند و به دلیل اینکه دارای حجم زیادی کاغذ و مدارک باطله هستند، می‌توانند در حفظ درختان و جلوگیری از قطع شدن مکرر آنها نقش داشته باشند. مواد قابل بازیافت را مستقیماً به محل دفن زباله نفرستید! برای آنکه به خودتان افتخار کنید که زباله‌های اداری را با یک روش کارآمد و سازگار با محیط‌زیست مدیریت کرده‌اید، مواد بازیافتی را در مرکز بازیافت محلی خود قرار دهید و به همه ثابت کنید که برای ارزش زمین و حفظ محیط‌زیست ارزش قائل هستید.

راهکارهای بارانی

هم‌زمان که این مجله به دست‌تان می‌رسد، باکس‌های جمع‌آوری کاغذ باطله توسط همکاران واحد ارتباطات برند گروه باران تقدیم شما می‌شود.

امیدواریم در سازمان باران بازیافت را از محل کار و پشت میزهایمان شروع کنیم و سازمان باران را بیش از پیش به یک سازمان سبز و حامی محیط‌زیست تبدیل کنیم.



تر و خشک را باهم نسوزانید!

سال‌های بسیاری است که شرکت‌ها و دفاتر مختلف با مسئله مدیریت زباله در چالش هستند. بسیاری از شرکت‌های خارجی برای اینکه از پس مقادیر زیاد زباله در شرکت بر بیایند، از خدمات جمع‌آوری زباله‌های فله‌ای استفاده می‌کنند. متأسفانه اگرچه بسیاری از موادی که به درون کامیون‌های حمل زباله ریخته می‌شوند، قابل بازیافت هستند، اما تفکیک و استفاده مجدد از زباله‌های قابل بازیافت به ندرت صورت می‌گیرد.

گاهی اوقات خدمات بازیافت، هزینه زیادی دارند و برخی شرکت‌ها و دفاتر خدماتی با دریافت هزینه‌های مشخص، این کار را انجام می‌دهند. باید بگوییم که به طور کلی بازیافت نباید گران و پرهزینه باشد. شروع برنامه بازیافت در دفاتر کار، نه سخت است و نه گران. برای این کار تنها به تعدادی ظرف یا سطل (مخزن نگهداری) و یک سیستم جمع‌آوری و حمل ارزان قیمت نیاز داریم!

مدیریت پسماند را از محل کارتان شروع کنید

مدیریت پسماندها و شروع برنامه بازیافت دفاتر کار، آسان و برای محیط‌زیست مفید است. کار خود را با بازیافت کاغذها شروع کنید. یک یا دو جعبه بردارید و روی آنها کلمه بازیافت را بنویسید. کاغذپاره‌ها و اسنادی که لازم ندارید را از مکان‌های مختلف و در دسترس دفتر کارتان جمع‌آوری کنید. اگر ظرف، سطل یا هر مخزنی که برای بازیافت در نظر می‌گیرید، در فاصله کمتر و نزدیک‌تر به کارمندان باشد، برای تفکیک زباله و بازیافت بیشتر ترغیب می‌شوند.

سعی کنید با کارمندان و همکاران خود جلسه بگذارید و در مورد حفاظت از محیط‌زیست و آسیب‌هایی که ورود زباله به محیط‌زیست وارد می‌کند، اطلاع‌رسانی کنید. حتی می‌توانید از طریق میزان زباله‌های تفکیک‌شده و یا برگزاری انواع مسابقات جمع‌آوری بازیافت، به کارکنان انگیزه بیشتری برای جمع کردن مواد بازیافتی بدهید. با پیش رفتن بیشتر برنامه‌ای که در نظر گرفته‌اید، به زودی محفظه و جعبه‌های کوچک، جای خود را به جعبه‌هایی با ظرفیت بالاتر خواهند داد.

بعد از آنکه مرحله اول به خوبی اجرا شد، می‌توانید با اضافه

تکنیک‌های مدرن ساختمان در باران

بهینه‌سازی مصرف انرژی در یک ساختمان چگونه انجام می‌شود؟

حسام الهی

مدیر تأسیسات شرکت آفتاب



بهینه‌سازی مصرف انرژی در صنعت ساختمان به‌طور کلی به دو بخش تقسیم می‌شود. یکی بخش ساخت و ابنیه است که شامل عایق کاری جداره‌های ساختمان، استفاده از مصالح پیش‌عایق و خود عایقی که در جداره ساختمان استفاده می‌شود و همچنین استفاده از شیشه‌های چندجداره می‌باشد.

در بخش دوم، بخش تأسیسات الکتریکی و مکانیکال قرار می‌گیرد. ما در بخش الکتریکی می‌توانیم از تجهیزات و وسایلی استفاده کنیم که مصرف انرژی‌شان بهینه شده است. به عنوان مثال از لامپ‌های کم‌مصرف استفاده می‌کنیم و در حالت‌های پیشرفته، از موتورهای دور متغیر استفاده می‌شود که مصرف انرژی را بهینه می‌کند.

در تأسیسات مکانیکال می‌توانیم از پروتکل‌ها و روش‌هایی استفاده کنیم که این تجهیزات را در سناریوهایی با مصرف انرژی پایین‌تر قرار بدهد. یعنی کل سیستم را تحت تأثیر قرار داده و در مصرف انرژی صرفه‌جویی شود.

پروتکل‌های اجرا شده در هتل برج‌های مسکونی باران کدام هستند؟

در گروه باران سعی کرده‌ایم از تمام این پتانسیل‌ها استفاده کنیم. در بخش معماری، همکاران ما طراحی‌هایشان را طوری انجام داده‌اند که انرژی خورشیدی کمترین تابش را در ساختمان انجام بدهد و در قسمت ساخت و اجرا، از سیستم‌های عایق کاری، شیشه‌های چندجداره و سان انرژی و مصالح پیش‌عایق شده استفاده می‌کنیم.

در بخش تأسیسات مکانیکی و الکتریکی نیز همین پروتکل‌ها را به‌منظور صرفه‌جویی در مصرف انرژی پیاده‌سازی می‌کنیم.

یکی از ویژگی‌های گروه باران در صنعت ساختمان این است که علاوه بر اینکه ساخت را توسط تیم نظارت حرفه‌ای و کارآزموده زیر نظر دارد، بهره‌برداری ساختمان هم تا ده سال به عهده تیم بهره‌برداری باران است. در حین اتمام پروژه و در مراحل ساخت، گروه بهره‌برداری همراه با تیم ساخت مراحل تکمیل پروژه برج‌ها را طی می‌کنند و با آشنایی کامل با سیستم می‌توانند راهبری را به‌دست بگیرند. این از ویژگی‌های مهم گروه باران است.

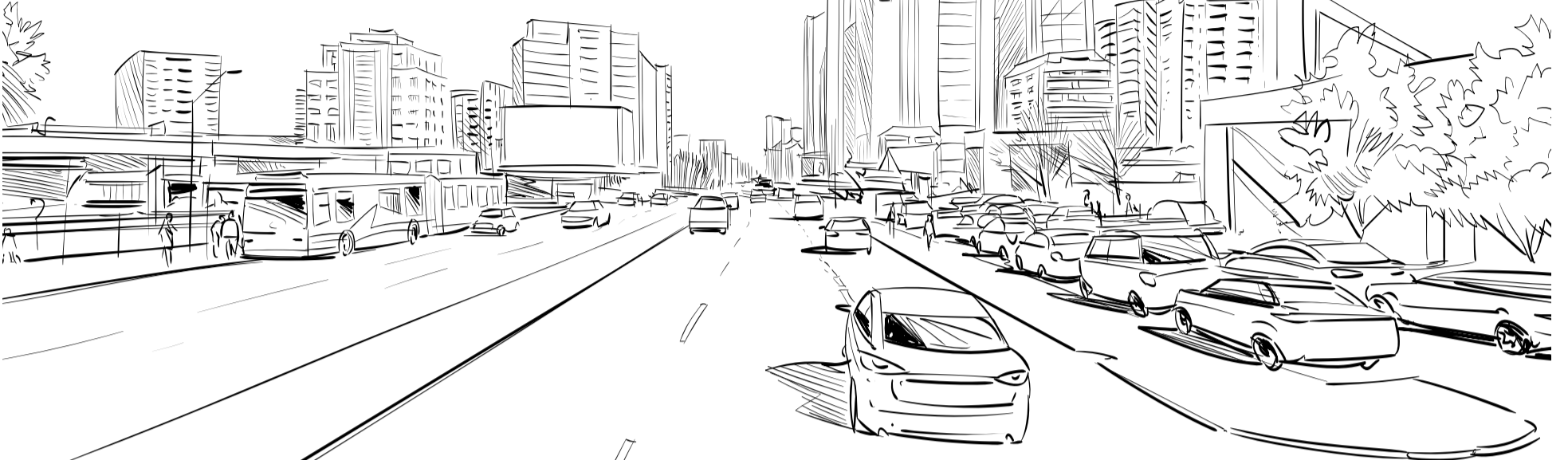
راهکارهای بهینه‌سازی مصرف انرژی در صنعت ساختمان چیست؟

در بحث راهکارها در صنعت ساختمان از چند مقوله استفاده می‌کنیم. در سال‌های اخیر استفاده از سامانه‌های BMS در برج‌های باران مورد توجه قرار گرفته است. سامانه‌های BMS هم در بخش الکتریکی و هم در بخش مکانیکال مورد استفاده قرار گرفته است. در بخش الکتریکی در داخل واحدهای مسکونی با عنوان «هوم اتومیشن» معروف است و علاوه بر واحدهای مسکونی، در قسمت مشاعات و موتورخانه‌های مرکزی هم می‌توانیم سیستم تأسیسات را با این سامانه‌ها تحت کنترل قرار بدهیم.

موضوع دیگری که به عنوان راهکار در برج‌های باران مورد توجه است، «آب خاکستری» است. با توجه به کمبود منابع آب که در کشور وجود دارد، بسیاری از ساختمان‌ها از این سیستم استفاده می‌کنند. در این راهکار، قسمتی از فاضلاب سیستم ساختمان که به «فاضلاب خاکستری» معروف است، تصفیه شده و با شبکه لوله‌کشی مجزا، دوباره در سیکل مصرف قرار می‌گیرد. برای مثال از این آب می‌شود در سیستم‌های لاندری استفاده کرد.



گذری در خیابان



شاید خیابان ما را می‌بیند.

زمانی بود که زندگی، بیشتر درون خانه‌ها جریان داشت و تعریف می‌شد. مسیرها، دلیلی برای رفتن به بازار و محل کار و تأمین مایحتاج خانواده و البته بازگشت به خانه بود. محل اصلی زندگی، خانه بود و بقیه شهر در خدمت آن. امروز اما داستان متفاوت شده است. فضای زندگی ما به بیرون منتقل شده و این خیابان‌ها هستند که کُنش اصلی را تشکیل می‌دهند. این روزها بیش از پیش نیازمند این هستیم که حس و حال بالقوه حیات را در خیابان‌ها نظاره کنیم. انقراض زیست در خانه و جان‌گرفتنش در خیابان: این یک انقلاب خاموش است.

پاسخ شهر و خیابان به این انقلاب، «دوگانه» است و این دوگانگی در برخورد «معماری» و «مردم» نمایان می‌شود. آنچه شهرها را می‌سازد، معماری است: تصویری که در ذهن آدمیان شکل می‌گیرد و تصویر می‌سازد؛ تصویری از حقوق مردم، از اینکه کُنش انسانی چه تأثیری بر معماری گذاشته و معماری چه بازتابی از رفتار و کردار و حرکت انسان‌ها نشان

می‌دهد. بعضی رفتارها که قابلیت حذف و تغییر دارند، معماری را نیز دگرگون می‌کنند و البته این روند می‌تواند برعکس هم باشد. این طور خلاصه می‌شود: مردم و معماری یکدیگر را شکل می‌دهند.

فضاهای مردم کدام‌ها هستند؟ خانه‌ها باید به خیابان پشت کنند یا آنها را در بر بگیرند؟ پیاده‌رو تا چه حد قابلیت پذیرش مردم را دارد؟

فضاهای مردم که آرگان‌های حیاتی شهر هستند، از درب ورودی ساختمان‌ها شروع می‌شوند. ارتباط و تصویری که برج‌های باران با خیابان دارند، زنده و پویاست. برای این ارتباط، اندکی عقب‌نشینی هم کافی است. جداسازی خیابان و ساختمان که بخشی از ضرب‌آهنگ روزمره مردم محسوب می‌شود، بایستی به نحوی باشد که آنها قابلیت

پذیرفتن مردم را داشته باشند.

دربی شفاف، کافی‌ست تا ارتباطی اجتماعی ایجاد شود. هر چند فضای سبز و صدای آب نیز روز را برای مردم خوش‌تر می‌کند. اما در هر حال مفهومی با عنوان «مقیاس انسانی» جز با تعریف ورودی و پیش‌ورودی میسر نیست. به علاوه تمام اقدامات ذکرشده در روابط اجتماعی نیز مؤثر هستند؛ چراکه ساکنان گویی مردم را در زیبایی خانه‌هایشان شریک می‌کنند و این به نوعی حس تعلق را افزایش می‌دهد. یادمان باشد خیابان‌های مهم، در برگزیده معماری‌های تأثیرگذار هستند.

اگر نرج می‌سازیم، در قبال خیابان نیز مسؤولیم.

اهمیت فضا آنجا خود را نمایان می‌کند که ساختمانی خود را بر شهر تحمیل می‌کند و ساختمان دیگری نگرش بیرونی را محترم می‌شمرد. تفاوت این دو برخورد، تفاوت در میزان حضور است. بدین معنی که هر زمان معماری از جنس مردم باشد، سرشار از عبور و مرور و سکون می‌شود. عبور و مرور یعنی «راه‌رفتن» و سکون یعنی «ماندن». هر کدام از این مفاهیم که تعریفی از جامعه هستند، فضاهای معماری خاص خود را نیاز دارند و زمینه را طوری می‌چینند که ما را به «گذشتن» یا «نشستن» وادار کنند.

پیش‌ورودی یا همان عقب‌نشینی و چند پله و سقفی زیبا و

کتاب «اگر به خودم برگردم»

معرفی کتاب



قدرت تخیل را لازم می‌داند. دلیل این تشبیهات شاید این باشد که مشاهده مستقیم منجر به بهتر خواندن و دقیق‌تر شناختن نقشه‌ها می‌شود. از خاطره‌های مراکز تاریخی شهر تا بزرگراه‌ها، همه و همه نیاز به انتزاع دارند و ما نیز توانایی‌مان در انتزاع بیش از تصور با جزئیات کامل است.

نویسنده مثال می‌زند که «با راه‌رفتن در مکزیکوسیتی نمی‌شود به هیچ تصور کاملی از آن رسید.» (صفحه ۴۴) در ادامه سرعت دوچرخه را ضروری می‌داند و حتی به طعنه می‌گوید: «اگر در گذشته قدم‌زدن نشانه آدم متفکر بوده، دیگر نمی‌شود این حرف را در مورد شهرنشینان امروزی زد؛ با اینکه شاید هنوز هم جاهایی باشد که بشود در آن‌ها غرق تفکر قدم زد.» (صفحه ۵۳)

در آخرین جستار کتاب با نام «اقامتگاه دائمی» در حالی که از پرسه‌زدن در مرکز مکزیکوسیتی می‌گوید، به قبرستانی می‌رسد که گویی تصور می‌کرده باغ است. اما هنگامی که به نزدیکی این باغ رسیده، متوجه شده که آرامگاه است؛ آن هم آرامگاه قهرمانان ملی و بنیان‌گذاران مکزیک. می‌رود و در آرامگاه قدم می‌زند. در میان آن هنرمندان و قهرمانان. نوشته‌های روی قبرها را می‌خواند و فکر می‌کند که روی قبر ما چه خواهند نوشت. اگر سال‌ها بعد شخصی در آرامگاه قدم بزند آیا چشمش آن دو متر قبر ما را خواهد گرفت؟ گویی نویسنده قصد دارد شهر و خیابان‌هایش را دوباره اختراع کند، با زمزمه‌هایی از مغز خودمان. قبرستان نام‌آوران یا مردم عادی؟ او می‌گوید: «مردم عادی».

والریا لوتیزلی، نویسنده جوان کتابی‌ست کوچک اما ارزشمند. جستارهایی روایی که هرکدام حال‌وهوا و سبکی دل‌نشین و لحنی شبیه به زبان شفاهی دارند. این نوع از نوشتار عجیب است؛ در عین حال که غیرداستانی‌ست، شامل دیدگاه شخصی نویسنده می‌شود و همین‌طور که اطلاعات مفیدی به خواننده می‌دهد، سعی در جلب اعتماد خواننده نیز دارد. نتیجه‌ی چنین نوشتاری می‌شود متنی ویژه با نگاهی خاص، برگرفته از روایتی زیسته.

نشر «اطراف» ناشر کتابی است از همین نویسنده با نام «اگر به خودم برگردم» که حاوی ده جستار درباره پرسه در شهر است و «کیوان سررشته» آن را ترجمه کرده است.

در این کتاب «خیابان» و سپس «شهر» توصیف و تبیین شده‌اند و این پرسش را مطرح می‌کند که: «آیا می‌شود شهر را مانند کتاب‌ها دسته‌بندی کرد و در قفسه‌های شخصی گذاشت؟» (صفحه ۱۹) سپس به سراغ جستارهایی می‌رود بس خواندنی که روح مخاطب را از این‌جا برمی‌دارد و می‌برد به بطن داستان؛ به پیچ‌وخم‌ها و دویدن در مسیرهای پیاده‌روی روستایی. از طبیعت و هنر مردم و خیابان‌ها می‌نویسد و تسخیر قلم نویسنده آن قدر دوست‌داشتنی است که روح انسان تمایل ندارد که برگردد به واقعیت. از تشبیهاتی استفاده می‌کند که مخاطب با خودش شکل و شمایل کشور و شیء خاصی را تصور کند؛ مثل تشبیه ایتالیا به چکمه! جالب آنجاست که نویسنده این تشبیهات را قبول دارد اما بعضی دیگر را خیر؛ مانند مقایسه ونیز و ماهی! اما در ادامه



مروزی بر شماره ۱۴ دو ماهنامه «مروارید»

نشریه «مروارید»

گرچه روی جلد شماره چهاردهم دو ماهنامه «مروارید» نوشته «کابوس خیابان» که مفهومی فروکاسته‌شدن خیابان به محلی صرفاً برای عبور است، اما در ادامه از آن به مثابه پدیده‌ای ایدئولوژیک سخن می‌گوید. مدیرمسئول، خیابان را نماد شهرنشینی می‌نامد و سردبیر، خیابان را از آن مردم می‌داند. مجله این پرسش را مطرح می‌کند که آیا خیابان مکانی برای مواجهه است؟ و سپس پاسخ می‌گوید این مواجهات، سطحی و گذرا هستند؛ چرا که کمتر پیش می‌آید که در خیابان با کسی هم‌کلام شویم. مفهوم این سخنان این است که خیابان اجازه شکل‌گیری گروه را نمی‌دهد. اکثر مقالات منتشرشده در این شماره، خیابان را به این دلیل به نقد کشیده‌اند که صرفاً مردمان را از محلی به محل دیگر سوق می‌دهند؛ طوری که حتی گاهی دست‌فروشی هم غیرقانونی اعلام می‌شود. در این مبحث، سؤال تفکربرانگیزی مطرح می‌شود که «انضباط شهری» مدنظر است یا «نظم مردمی»؟

پاسخ این‌گونه سؤالات عجیب و جالب است؛ چراکه مثلاً در پرسش قبلی، نظم انسانی به مراتب انسان‌ها را بیشتر به هم پیوند می‌دهد. زیرا نظمی برخاسته از توافقی‌ها و تضادهای مردم است. شهر بایستی ضرب‌آهنگی طبیعی و انسانی داشته باشد و نه ساختگی و مصنوعی؛ تا مردم چهره‌به‌چهره یکدیگر را ببینند و بیابند.

در ادامه به سراغ موضوعی فرهنگی می‌رود که آیا هویت اجتماعی جوانان در خیابان و در کنار اعضای جامعه شکل می‌گیرد؟ حرف کلی چنین یادداشت‌هایی در این است که اصولاً خیابان‌های ما چه فضایی را برای گپ و گفت و گذر زمان جوانان در نظر گرفته‌اند؟ از اینها گذشته، افراد مسن‌تر نیز مشروعیت زندگی اجتماعی در خیابان‌ها را با چه شیوه‌ای تجربه می‌کنند؟ در واقع فضای دموکراتیکی برای کل جامعه ما ساخته شده است یا فهم رایج در باب زندگی اجتماعی برای ما توهمی بیش نیست؟

در پایان باید از فرهنگ سرگرمی عمومی سخن بگوییم که مُفرح ذات است. تلاش در جهت پروراندن خیابان‌هایی اجتماعی که منجر به نزدیک شدن انسان‌ها می‌شود، نیاز به سازه‌ی فضایی پیوسته دارد که رویکردی است نه رادیکال و نه آرمان‌شهرگرا، بلکه انسان‌مدارانه!

بود و بالاخره سراغ من هم آمد. به مدت دو هفته با این ویروس درگیر بودم. البته من کرونا را لاکچری گرفته بودم و خیلی اذیت نشدم! ولی خودم را قرنطینه کرده بودم.

آوند بهترین ویژگی خودت را در کار چه می دانی؟

از ویژگی های خوبم اگر بخواهم تعریف کنم، یکی این است که مسؤولیت پذیرم. جدا از اینکه خیلی با همکارانم صمیمی هستم و دوست ندارم کسی از من دلخور باشد، اما خیلی هم در کارم جدی هستم و همیشه سعی می کنم کاری که در دست اجرا دارم را به نتیجه برسانم.

آوند چه انتظاری از مدیران باران داری؟

معمولا مدیران خودشان مستقیم در جریان اموری که انجام می شود نیستند و از طریق گزارشی که به آنها ارایه می شود، در جریان جزئیات کار قرار می گیرند. گاهی وقتها تلاش کارمندان خیلی دیده نمی شود. مدیران با وقتی که برای شنیدن توضیحات گزارشات می گذارند، با روی خوشی که به همکاران نشان می دهند، با خلاقیت گفتن به تلاش کارمندان، این حس را به کارمندان منتقل می کنند که حواس شان به کار افراد زیرمجموعه سازمان هست. این موضوع باعث ایجاد انگیزه و افزایش بهره وری پرسنل می شود.

بدون اغراق، مدیران گروه باران از این منظر بی نهایت پشتیبانی و حمایت می کنند و حواسشان به همکاران سازمان هست.

آوند چه انتظاری از همکاران باران داری؟

فشار کار و استرس در شغل ما بالاست. از همکارانم می خواهم مثل اعضای یک خانواده، برای اینکه شرکت را به هدفش برسانیم در هر شرایطی کنار هم باشیم و این مستلزم درک همدیگر و صبوری است.

آوند نظرت در مورد مجله آوند چیست؟ آن را می خوانی؟

چه پیشنهادهایی برای بهتر شدن مجله داری؟
با توجه به اینکه گروه باران یک مجموعه بزرگ است و همکاران زیادی در قسمت ها و شرکت های مختلف سازمان مشغول به کار هستند و حوزه های کاری شان هم خیلی متنوع است، شرایطی نبوده که بتوانیم همه بخش های سازمان باران و همکاران سایر قسمت های زیرمجموعه هلدینگ را بشناسیم.

با انتشار مجله آوند این فرصت فراهم شد که بخش های مختلف سازمان باران را به صورت دقیق تر بشناسیم. گفت وگوهایی که در شماره های گذشته با همکاران واحدهای مختلف انجام شده بود باعث شد با حوزه های فعالیت بقیه همکاران بیشتر آشنا شوم.

یکی از قسمت هایی که در مجله برایم جالب است، درج سالروز تولد همکاران است. اتفاق هایی که در داخل سازمان می افتد و پروژه هایی که انجام می شود و تا به حال کمتر از آنها شنیده بودیم و در مجله به آنها می پردازید، برایم جالب و خواندنی هستند و پیگیرشان هستم.



مایک خانواده هستیم

گفتگو با افسانه رضایی، از همکاران واحد مالی هلدینگ باران

استرس های فراوانی که هر روز در حین کار با آن مواجهیم، کار سختی است. وقتی که کار شما به صورت فیزیکی است و چند ساعت مشغول کار هستید، با استراحتی ۱۵ دقیقه ای و نوشیدن یک لیوان چای حالتان سرچایش می آید، اما وقتی با کار فکری و پیچیده سروکار دارید و ساعات های طولانی روی جزئیات فراوان موضوعات مالی متمرکز می شوید، دچار خستگی فکری می شوید و این خستگی با استراحتی کوتاه برطرف نمی شود. به سادگی نمی توان استرس و تنش فضای کاری را دور کرد. من همیشه بعد از ساعت کاری، زمانی را در خلوت و تنهایی می گذرانم و به هیچ چیزی فکر نمی کنم. با این کار تلاش می کنم از آن همه مشغله فکری دور شوم و ذهن و جسمم را آرام کنم.

آوند از خاطرات و ماجراهای جالبی که در دوران کاری در باران برایت پیش آمده تعریف کن.

تک تک روزهایی که با گروه باران همکاری داشتیم پر از خاطره است. اتفاقاتی نیز رخ می دهد که در ابتدا ناراحت کننده است، ولی در نهایت تبدیل به یک تجربه و خاطره می شود. اصلا مگر می شود کنار چنین همکاران خوبی، روز بد هم داشته باشیم؟!

مجموعه باران را به شکل یک خانواده می بینم و خودم را عضوی از این خانواده می دانم. خوشبختی این خانواده در پیشرفت روزبه روز است که این موضوع با همکاری همه اعضای خانواده اتفاق می افتد. همین احساس که می دانیم به عنوان عضوی از این خانواده باید برای پیشرفت آن سعی و تلاش داشته باشیم، بر محکم شدن بنیان خانواده باران تأثیرگذار است.

آوند با کرونا این روزها چه می کنی و چه تأثیری در کار شما داشته؟

در مدت ظهور کرونا، بخش مالی خیلی تحت تأثیر قرنطینه نبود و در تمام این روزها سرکارمان بودیم. البته تمام موارد بهداشتی در محیط کار رعایت می شود. مواردی مثل استفاده دائمی از ماسک و استفاده از لوازم ضدعفونی محیط کاری و دیگر موضوعات روتین بهداشتی. حتی مدتی از طرف گروه باران دستکش و شیلد در اختیار همکاران قرار گرفت و استفاده می کردیم. البته کرونا پیله تر از این حرف ها

همینطور وضعیت حساب مالکان چک می شود و اگر مشکلی باشد به واحد فروش گزارش می کنیم.

آوند چه همکاری در بخش مالی گروه باران فعالیت می کنند؟ چند نفر در واحد شما مشغول به کار هستند؟

هلدینگ باران فعالیت های متنوعی دارد و امور مالی هم بخش مهمی از سازمان است. من در واحد مالی دفتر مرکزی هلدینگ باران مستقر هستم و کار می کنم. در این واحد در مجموع ۱۱ نفر هستیم که شامل همکاران واحد انبار، اموال، خزانه داری و حسابداری مالی است.

آوند با چه قسمت هایی از سازمان بیشتر در ارتباط هستی؟

بیشتر با بخش فنی و همکاران مستقر در پروژه ارتباط دارم و کارکرد پیمانکاران را بررسی و برنامه ریزی می کنیم. با مدیران مختلف هلدینگ باران نیز به طور مستمر در ارتباط هستیم و متناسب با مسؤولیت های هر واحد مدیریتی، گزارش های اختصاصی برای ایشان تهیه می کنیم.



آوند از زندگی شخصی ات برای همکاران تعریف کن. ازدواج کرده ای؟

نه. تا الان ازدواج نکرده ام. شاید به این دلیل که به قدری درگیر مشغله های کاری هستم که تا الان به طور جدی به این موضوع فکر نکرده ام. وقت های آزاد و غیرکاری را با خانواده و دوستان می گذرانم.

آوند کار در حوزه مالی چه چالش ها و سختی هایی دارد؟ چگونه با این چالش ها مواجه می شوی؟

کار در واحد مالی به لحاظ حساسیت بالایی که دارد و

افسانه رضایی از همکاران گروه باران در واحد مالی است. او در بخش های مختلفی از سازمان باران در حوزه مالی کار کرده و حساب و کتاب های باران را انجام داده است. در یکی از روزهای زیبای ابتدای زمستان امسال پای صحبت هایش نشستیم و درباره باران و ماجراهای واحد مالی باران و زندگی خودش صحبت کردیم.

آوند افسانه، ممنون از فرصتی که برای مصاحبه گذاشتی. چه زمانی وارد مجموعه باران شدی و در چه قسمت هایی از سازمان فعالیت داشتی؟

سلام. ممنون از شما که این فرصت را در اختیار من گذاشتید. شروع همکاری من با گروه باران از سال ۱۳۹۶ بود و با توجه به ماهیت شغلی ام، در واحد مالی فعالیت داشتم.

آوند عنوان شغلی ات در گروه باران چیست و در کدام یک از زیرمجموعه های سازمان مشغول به کار هستی؟

در ابتدا حدود یک سال به عنوان حسابرس داخلی هلدینگ فعالیت داشتم و بعد از آن به عنوان مسؤول مالی شرکت آرمان فروزان (باران ۳) و همین طور هلدینگ باران این افتخار را داشتم که با گروه باران همکاری داشته باشم.

آوند لطفا در مورد روتین فعالیت های یک روز کاری برای همکاران باران توضیح بده. در یک روز چه کارهایی را پیگیری می کنی؟

در واحد مالی مسؤولیت های مختلفی دارم. مانند کنترل نقدینگی شرکت و بررسی وضعیت مشتریان و تهیه بهای تمام شده و تهیه گزارش های مختلف مالی برای مدیران.

یک روز مرسوم کاری من به این شکل است: اول از همه یک موجودی بانک از خزانه می گیرم. بعد گزارش پیمانکارها را بررسی می کنم تا ببینم وضعیت به چه صورت است. به کدام پیمانکار چقدر باید پرداخت شود و وضعیت پرداخت ها و نقدینگی و مدیریت پرداخت ها را بررسی می کنم. اگر نقدینگی کم باشد، برای تأمین اعتبار برنامه ریزی می کنیم یا با توجه به وصول نقدینگی در روزهای بعدی، پرداختی به پیمانکارها را مدیریت می کنیم.

سپاسی از تلاش های پلندایی

همکاران باران

در آخرین لحظه های پاییز، به همت واحدهای ارتباطات برند و منابع انسانی هلدینگ باران، برای قدردانی از زحمات همکاران پرتلاش مان در تمامی واحدها و شرکت های گروه، به سراغ ایشان رفته و ضمن تبریک شب یلدا و آرزوی دلی گرم، تلاش و کوشش این همکاران گرانقدر که همواره برای رشد و بالندگی هرچه بیشتر باران در تکاپو هستند را ارج نهادیم.

این مهم بدون تلاش هم دلانه همکاران باران انجام نمی شد. با تشکر از ترانه اصلانی، شهرزاد رحیم اقلی، فرشته سیف پور، علی احمدی و مجید ابراهیمی، برای کمک به واحد ارتباطات



برند، برای آماده سازی و توزیع ۴۰۰ بسته ویژه هدیه یلدایی. گزارش ویدئویی این تلاش را می توانید در اکانت اینستاگرام گروه باران (و همچنین در سایت مجله آوند) ببینید:



تبریک تولدهای بهمن ماه

- تبریک سالروز تولد سرکار خانم نرگس نجف پور در اولین روز از بهمن ماه همکار گرمای شرکت سایه
- تبریک سالروز تولد جناب آقای مجید ابراهیمی در ۳ بهمن ماه همکار گرمای شرکت آسمان
- تبریک سالروز تولد جناب آقای پیمان علی زاده در ۵ بهمن ماه همکار گرمای شرکت آرمان در پروژه باران ۳
- تبریک سالروز تولد جناب آقای محمدعلی فرح بخش در ۷ بهمن ماه همکار گرمای شرکت سایه در هتل برج باران ۱
- تبریک سالروز تولد سرکار خانم ندا خراشاد در ۸ بهمن ماه همکار گرمای شرکت آفتاب در پروژه باران ۳
- تبریک سالروز تولد جناب آقای حامد صحرایی در ۸ بهمن ماه همکار گرمای شرکت باران هوم
- تبریک سالروز تولد علیرضا مرادی در ۹ بهمن ماه همکار گرمای شرکت آسمان
- تبریک سالروز تولد جناب آقای داود کافی در ۱۰ بهمن ماه همکار گرمای شرکت سایه در هتل برج باران ۲
- تبریک سالروز تولد جناب آقای احسان حسین پور در ۱۱ بهمن ماه همکار گرمای شرکت سایه در هتل برج باران ۲
- تبریک سالروز تولد جناب آقای ناصر غفاریان در ۱۱ بهمن ماه همکار گرمای شرکت آرمان در پروژه باران ۳
- تبریک سالروز تولد جناب آقای بابک نیک مرام در ۱۱ بهمن ماه همکار گرمای شرکت سایه در هتل برج باران ۲
- تبریک سالروز تولد جناب آقای مجید بذرافشان مقدم در ۱۱ بهمن ماه همکار گرمای شرکت سایه
- تبریک سالروز تولد جناب آقای احمد شادلو در ۱۲ بهمن ماه همکار گرمای شرکت آفتاب در پروژه باران ۴
- تبریک سالروز تولد جناب آقای فرهاد قاسم زاده در ۱۲ بهمن ماه همکار گرمای شرکت سایه در هتل برج باران ۲
- تبریک سالروز تولد جناب آقای مهدی نودهانی در ۱۲ بهمن ماه همکار گرمای شرکت آرمان در پروژه باران ۳
- تبریک سالروز تولد سرکار خانم عالیبه اسماعیل زاده در ۱۳ بهمن ماه همکار گرمای شرکت باران هوم
- تبریک سالروز تولد جناب آقای سعید براتیان در ۱۳ بهمن ماه همکار گرمای شرکت سایه در پروژه باران ۳
- تبریک سالروز تولد جناب آقای جواد حسن زاده در ۱۶ بهمن ماه همکار گرمای شرکت آفتاب در پروژه باران ۳
- تبریک سالروز تولد جناب آقای کاظم قاسمی در ۱۹ بهمن ماه همکار گرمای شرکت سایه در هتل برج باران ۲
- تبریک سالروز تولد جناب آقای یوسف سرحدی در ۲۱ بهمن ماه همکار گرمای شرکت آفتاب
- تبریک سالروز تولد جناب آقای محمدمصطفی کریم پور در ۲۲ بهمن ماه همکار گرمای شرکت باران هوم در پروژه باران ۳
- تبریک سالروز تولد جناب آقای حجت رجبی در ۲۵ بهمن ماه همکار گرمای شرکت آرمان در پروژه باران ۳

تبریک تولدهای دی ماه

- تبریک سالروز تولد جناب آقای حسین قوی در اولین روز از زمستان زیبا همکار گرمای آسوده خاطر دیباج در هتل برج باران ۱
- تبریک سالروز تولد سرکار خانم شمس براتی در اولین روز دی ماه همکار گرمای شرکت سایه در هتل برج باران ۱
- تبریک سالروز تولد سرکار خانم مهناز رضوی در دومین روز دی ماه همکار گرمای شرکت سایه
- تبریک سالروز تولد جناب آقای سید محمد اورعی در ۳ دی ماه همکار گرمای شرکت آفتاب در پروژه باران ۴
- تبریک سالروز تولد جناب آقای ابراهیم صبوری در سومین روز از دهمین ماه سال همکار گرمای شرکت آسوده خاطر دیباج در پروژه باران ۴
- تبریک سالروز تولد سرکار خانم ام ایلا سجادی در ششمین روز دی ماه همکار گرمای شرکت آرمان
- تبریک سالروز تولد جناب آقای شهاب افتخاری در ۶ دی ماه همکار گرمای باران هوم
- تبریک سالروز تولد سرکار خانم زهرا مهباندوست در ۸ دی ماه همکار گرمای شرکت سایه در هتل برج باران ۱
- تبریک سالروز تولد سرکار خانم نیکو زوار در دهمین روز از دهمین ماه زیبای سال همکار گرمای شرکت ستاره
- تبریک سالروز تولد سرکار خانم آرزو خدیوی در دهمین روز از ماه دهم سال همکار گرمای شرکت سایه در هتل برج باران ۲
- تبریک سالروز تولد سرکار خانم راضیه غفوریان در دوازدهم دی ماه همکار گرمای شرکت آفتاب در پروژه باران ۴
- تبریک سالروز تولد جناب آقای حامد علوی نژاد در ۱۵ دی ماه همکار گرمای شرکت آفتاب در پروژه باران ۴
- تبریک سالروز تولد جناب آقای محمد تقی درودی در ۱۸ دی ماه همکار گرمای شرکت سایه در هتل برج باران ۱
- تبریک سالروز تولد جناب آقای احمد حیاتی در ۱۸ دی ماه همکار گرمای شرکت سایه در هتل برج باران ۲
- تبریک سالروز تولد سرکار خانم ملیحه عابدی در ۱۹ دی ماه همکار گرمای شرکت سایه در هتل برج باران ۲
- تبریک سالروز تولد جناب آقای بهروز شجری یزدی در بیستمین روز از دهمین ماه سال همکار گرمای شرکت آفتاب در پروژه باران ۴
- تبریک سالروز تولد جناب آقای حمید طیبی در بیستمین روز از دهمین ماه سال همکار گرمای شرکت آفتاب در پروژه باران ۴
- تبریک سالروز تولد جناب آقای مسعود زمانیان رحمتی در ۲۲ دی ماه همکار گرمای شرکت آرمان در پروژه باران ۳
- تبریک سالروز تولد جناب آقای علی شیخ الاسلامی در ۲۲ دی ماه همکار گرمای شرکت آفتاب
- تبریک سالروز تولد سرکار خانم حانیه باباپور در ۲۳ دی ماه همکار گرمای شرکت آرمان
- تبریک سالروز تولد جناب آقای غلامرضا علی زاده در آخرین روز از دی ماه زیبا همکار گرمای شرکت سایه در هتل برج باران ۲

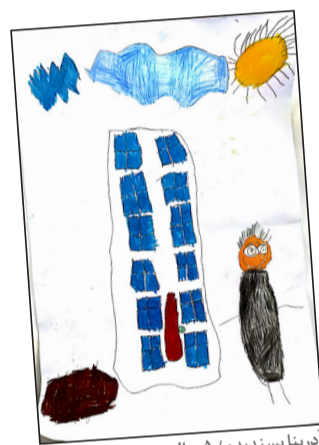


بهار خواجهی / ۷ ساله
فرزند جناب مجید خواجهی، از همکاران شرکت سایه

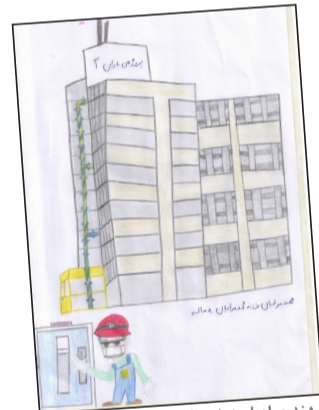
نگارگری فرزندان خانواده باران



از همکاران باران دعوت کرده بودیم تا نقاشی های فرزندان شان از کار پدر و مادرشان در مجموعه شرکت های گروه باران را برایمان بفرستند. در شماره قبل چند تا از نقاشی های زیبای فرزندان بارانی را چاپ کردیم و این شماره نیز نگاهی داریم به چند کار زیبای دیگر. آرزوی منیم قلمشان تیز باشد و بومشان همیشه برقرار، و روایت گر نقش های زیبا بر بوم نقاشی زندگی باشند. وعده کرده بودیم که کارت هدیه خرید از پردیس کتاب را تقدیم کنیم. به وعده وفا کردیم و کارت های هدیه به عزیزان بارانی تقدیم شد. همچنان پذیرای نقاشی ها هستیم.



آدرینا پستدیده / ۵ ساله
فرزند جناب مهندس متیس، مدیر پروژه باران ۳



مهندس مرادیان / ۸ ساله
فرزند جناب مرادیان، از همکاران پروژه باران ۳



محمدامین برچی / ۹ ساله
فرزند جناب برچی، از همکاران واحد ارتباطات برند

شناسنامه



آوند | نشریه ماهنامه درون سازمانی گروه باران

ناشر: هلدینگ باران
مجری: مدیریت ارتباطات برند | آرین انزان پور
سردبیر: محسن برچی
عکس: استودیو فرافکر | کیوان شهبازی
صفحه آرایی: رسانه فردا | RasanehFarda.com
همکاران آوند: فرانک باباپور، بهاره گلکار، شهرزاد رحیم آقلی، ترانه اصلانی
چاپ: ایران زمین
تیراژ: ۵۰۰ نسخه
(توزیع در بین همکاران گرمای شرکت های گروه باران)

آدرس: مشهد، بلوار هاشمیه، هاشمیه ۱۰، پلاک ۴۷، واحد ارتباطات برند گروه باران
تلفن: ۰۵۱) ۳۱۵۵۱
واتس اپ/تلگرام: ۰۹۰۵۳۳۷۲۰۱
نسخه آنلاین: www.Baran.ir/avand
آرشیو مجله در تلگرام: AvandMag
ایمیل: avand@baran.ir
avandmag@gmail.com

اینستاگرام: www.instagram.com/barangroup
کانال تلگرام باران: www.t.me/barangroupco
لینکدین: www.linkedin.com/company/18291681

قدم نورسیده مبارک!

با خبر شدیم که «امیرعباس» محفل خانوادگی جناب مجید حسینی (همکار حراست شرکت ستاره) را پر از نور و صدا کرده است. به ایشان تبریک می گوئیم و قدمش خیر باشد.

عرض تسلیت

سرکار خانم سارا مهباندوست، مدیریت محترم هتل برج باران ۱، درگذشت مادر گرمای تان را تسلیت می گوئیم. همکاران باران را در غم خود شریک بدانید.

گزارشی از اقدامات هم‌دلانه گروه باران در طولانی‌ترین شب سال

دیدار با کادر درمان شهر در شب یلدا

گزارشی از این رویداد بزرگ هم‌دلانه را در اینستاگرام گروه باران ببینید. گزارش کامل‌تری نیز در سایت اختصاصی واحد ارتباطات برند باران در آدرس وب brand.baran.ir منتشر شده است.



بر سراسر آنم که گر ز دست برآید
دست به کاری زخم که غصه سر آید
صحبت حکام ظلمت شب یلداست
نور ز خورشید جوی بو که برآید

در شب یلدا، به مناسبت تقارن شب یلدا و روز پرستار، با قلبی لبریز از سپاس بی‌کران، به دیدار قهرمانان فداکار شهرمان، کادر پرتلاش درمان در بخش‌های کوید ۱۹ در چند بیمارستان شهر مشهد رفتیم تا ضمن عرض خدایات، لحظاتی شاد برایشان رقم بزنیم و با اجرای موسیقی و برنامه‌های مفرح لبخندی در این شب طولانی بر لبانشان بنشانیم. چرا که در این شرایط سخت مبارزه با کرونا، دلگرم به دستان پر مهر قهرمانانی هستیم که در سال گذشته برای دفاع از سلامتی ما، از عزیزانشان دور بوده‌اند. یک‌های یلدایی با همراهی «بنیاد لبخند کودک» و «آجیل و تنقلات برادران حسینی»، برای تقدیر از کادر درمان در بخش‌های کوید ۱۹ چهار بیمارستان شهر مشهد بسته‌بندی گردید.

با همیم و هوای همدیگر را داریم.



پوستر اختصاصی برای رویدادهای یلدایی گروه باران / کاری از استودیو 9PM



اقدامات هم‌دلانه یلدایی گروه باران در مناطق کم‌برخوردار شهر

همدلی یلدایی بارانی‌ها



با همراهی «بنیاد لبخند کودک» و «آجیل و تنقلات برادران حسینی»، یک‌های ویژه یلدایی شامل ارزاق عمومی، میوه و آجیل و شکلات برای کودکان، بسته‌بندی شد و در شب زیبای یلدا در مناطق کم‌برخوردار شهر توزیع شد. این تلاش سستری، با یاری و هم‌دلی و مساعدت همکاران پر تلاش گروه باران انجام شد و صحنه‌های زیبایی از همدلی و مسؤلیت اجتماعی همکاران گروه باران را ایجاد کرد.



آرزوی دل‌هایی گرم برای همکاران خانواده بزرگ باران

یلدا در کنار همکاران باران



در آخرین لحظه‌های پاییز، به همت واحدهای ارتباطات برند و منابع انسانی هلدینگ باران، برای قدردانی از زحمات همکاران پرتلاش مان در تمامی واحدها و شرکت‌های گروه، به سراغ ایشان رفته و ضمن تبریک شب یلدا و آرزوی دلی گرم، تلاش و کوشش این همکاران گرانقدر که همواره برای رشد و بالندگی هرچه بیشتر باران در تکاپو هستند را ارج نهادیم.

