

بازاری که با زمستان جان می‌گیرد

هزینه کوهنوردی تفنی ۱۲۰هزار تومان



کوهنوردان در مسیر

هشت‌ساعت زمان و میزان بالایی انرژی می‌برد. صرف یک‌وعده غذای گرم در کوه علاوه بر لذت وصف‌ناشدنی، برای تجدیدقوا بسیار مفید است. اجاق‌های مخصوص کوه از دو بخش تشکیل شده‌اند که شامل یک سری و یک قفسد آل قابل‌تعویض است. قیمت اجاق‌ها از ۳۵هزار تومان شروع می‌شود. همچنین ظروف آشپزی با وزن پایین هم با قیمت‌های ۱۵ تا ۳۰هزار تومان به فروش می‌رسند. همچنین برای پوشاندن سر در مقابل آفتاب و سرما، انواع کلاه‌ها و سربندها وجود دارد. پایه‌ای‌ترین این پوشش‌ها سربندهای کشی هستند که بیشتر کوهنوردان برای عرق نکردن سر و همچنین زیبایی ظاهری از آنها استفاده می‌کنند. قیمت این سربندها ۱۰هزار تومان است. در کلاه‌های نقابی مخصوص کوه علاوه بر نقاب، یک پارچه نازک به عنوان سایه‌بان، برای محافظت از صورت و گردن در دور کلاه طراحی شده است.

قیمت این کلاه‌ها از ۱۵ تا ۳۰ هزار تومان متغیر است. علاوه بر این وسایل، شلوارها و جوراب‌های مخصوص کوهنوردی نیز در این بازار فروخته می‌شود. قیمت شلوارهای گورتکس ضدآب از حدود ۱۵۰هزار تومان شروع می‌شود. البته این شلوارها بیشتر مورد استفاده آنهاست که اسکی می‌کنند اما برای کوهنوردی حرفه‌ای لازم است. اگر قصد این را داشته باشید که شب را در طبیعت بگذرانید به‌علاوه آنچه گفته شد نیاز به چادر و کیسه‌خواب هم دارید. چادر و کیسه‌خواب در خرج کاملاً سنگین حساب می‌شوند که باید برای آنها حساب جداگانه‌ای باز کنید. قیمت کیسه‌خواب را یکی وزن آن و دیگری درجه هوای مناسب آن تعیین می‌کند. برای استفاده معمولی خرید یک کیسه‌خواب با درجه تحمل منفی ۲۰ درجه کافی است. جنس خوب این نوع کیسه‌خواب بیش از ۵۰۰ هزار تومان قیمت دارد. همچنین خرید یک چادر دونفره خوب با وزن کم نیز در همین حدود هزینه دارد.

در خرید لوازم کوه رنج قیمت‌ها بسیار وسیع است. در کل در بازار منبریه تهران هرچقدر بیشتر بگردید ضرر نمی‌کنید. قیمت مغازه‌ها تا حد زیادی به هم نزدیک است اما معمولاً می‌توان یک جنس را در برخی مغازه‌ها با قیمت پایین‌تری پیدا کرد. برخی از عمده‌فروشان و پخش‌کنندگان هم اقدام به تک‌فروشی در بازار می‌کنند که اگر بتوانید آنها را پیدا کنید، پول کمتری برای خرید وسایلمان پرداخت خواهید کرد.

وحید صابری: حداقل خیابان امام خمینی تا میدان منبریه بازار مرکزی لوازم مورد احتیاج کوهنوردان در تهران است. بازار مغازه‌داران این راسته با آغاز فصل سرد سال رونق می‌گیرد. در مغازه‌ها و پاساژهای این محدوده که قدم بزنید جمعیت زیادی را می‌بینید که برای خرید به این بازار آمده‌اند. اما برای کوهنوردی در کوه‌هایی نظیر کوه‌های نزدیک تهران چقدر باید هزینه کرد؟ مسلماً برای این سوال یک پاسخ واحد وجود ندارد. هرکسی به تناسب بودجه و میزان علاقه‌ای که به این رشته دارد به‌اندازهای که می‌خواهد، هزینه می‌کند.

اولین و مهم‌ترین هزینه‌ای که باید انجام دهید خرید یک کفش مناسب کوهنوردی است. فروشنده یکی از مغازه‌ها در مورد کفش‌های کوهنوردی می‌گوید: «اگر شما می‌خواهید سالی یکی دو بار کوه بروید و آن هم نه خیلی بالا، شاید بهتر باشد یک کفش ورزشی معمولی داشته باشید. اگر می‌خواهید مرتب کوهنوردی کنید و طوری کوه بروید که واقعا ورزش حساب شود و بدنتان در کوه ساخته شود، کفش، مهم‌ترین وسیله‌ای است که باید بخرید. فرق اصلی کفش کوه با کفش معمولی این است که این کفش‌ها باید مج پا را محکم بگیرند. مهم‌ترین وظیفه کفش کوه این است که اولاً ضمن حفظ گرمای پا، امکان تعریق داشته باشد تا پا بیش از حد عرق نکند و تانیا مج پا را محکم بگیرد و از پیچ‌خوردن پا، به‌خصوص هنگام پایین‌آمدن از کوه که عضلات مج پا خسته‌اند، محافظت کند.» جنس رویه کفش‌ها با هم متفاوت است. در بین کفش‌های کوه برندهای ایرانی هم وجود دارند. قیمت این کفش‌ها از ۱۲۰ هزار تومان شروع می‌شود. خریداری که به گفته خود بیش از ۱۵ سال کوهنوردی می‌کند، می‌گوید: «در خرید لوازم کوه همیشه بهتر است که حتی اگر شده بیشتر هزینه کنید اما چیزی را بخرید که چند سال برایتان کار کند. کفش خیلی وسیله مهمی است. مخصوصاً در ارتفاعات بالا اگر آب به داخل کفش نفوذ کند، واقعا کار برای کوهنورد مشکل می‌شود.» در بازار می‌توان با قیمتی بین ۲۵۰ تا ۳۵۰ هزار تومان کفش‌هایی مناسب ارتفاعات نه‌چندان بلند را پیدا کرد. چنانچه حرفه‌ای باشید و بخواهید کفش بهتری بخرید باید بیش از ۸۰۰ هزار تومان برای خرید تولیدات برندهای معروف مثل «نورث فیس» هزینه کنید.

وسيله مهم بعدی کاپشن مخصوص کوه است. استفاده از کاپشن‌های معمولی در کوه دو مشکل اصلی ایجاد می‌کند. اول اینکه بسیاری از کاپشن‌های معمولی در مقابل آب نفوذپذیرند و اگر در کوه بارندگی شود مدت زیادی نمی‌توان با آنها در فضای آزاد دوام آورد. دوم اینکه در کوه به‌خصوص هنگام بالا رفتن بر اسیر ارتفاعات در کاپشن‌های معمولی تعریق بدن بسیار زیاد خواهد بود. این تعریق موجب خیس شدن لباس‌ها می‌شود که این خود در هوای سرد می‌تواند یک خطر جدی باشد. برای همین در کاپشن‌های مخصوص کوه از جنسی به نام گورتکس استفاده می‌شود که در عین اینکه در برابر نفوذ آب مقاوم است، امکان نفوذ هوا و تعریق بدن را فراهم می‌کند. مسوول یکی از فروشگاه‌ها می‌گوید: «اگر بخواهید کاپشن گورتکس اصل بخرید باید بیش از یک میلیون و ۸۰۰ هزار تومان هزینه کنید. تجربه واقعی گورتکس فقط در این قیمت‌ها ممکن است. اما این کاپشن‌ها نیاز افراد معمولی و غیرحرفه‌ای نیست. برای افراد معمولی گورتکس‌های باکیفیت پایین‌تر کفایت می‌کند.» قیمت کاپشن‌های ارزان‌تر بین ۱۴۰ تا ۳۵۰ هزار تومان است. کاپشن‌ها در دو نوع دو پوش و تک‌پوش عرضه می‌شوند. کاپشن‌های دوپوش این مزیت را دارند که از دو لایه مجزا بهره می‌برند که با یک زیپ به هم وصل شده‌اند. کوهنورد می‌تواند اگر احساس گرما کرد لایه رویی را در بیاورد. در خرید این کاپشن‌ها باید دقت کرد که دوخت این کاپشن‌ها با نخ و سوزن انجام نگرفته باشد بلکه پارچه‌ها اصطلاحاً به هم پرس شده باشند. دوخت با سوزن در پارچه سوراخ‌هایی ایجاد می‌کند که در بارندگی‌های طولانی‌مدت باعث نفوذ آب به داخل می‌شود. در این رده کاپشن‌ها، جای دوخت پارچه‌های انتهایی که قیمت نسبتاً بالاتری دارند با چسب ضد آب، آینه‌بندی شده است. در تعیین قیمت این رده از کاپشن‌ها که بیشتر به کار کوهنوردان نیمه‌حرفه‌ای می‌آید، جنس لایه داخلی نقش مهمی ایفا می‌کند. جنس لایه داخلی عموماً از پارچه‌ای است که به «پولار» معروف است و جنسی شبیه به ژاکت دارد. جنس لایه داخلی کاپشن‌هایی که قیمتی حدود ۲۰۰ هزار تومان به بالا

نگاه

«حل‌وفصل آنلاین اختلافات فرصتی برای شرکت‌های ایرانی»



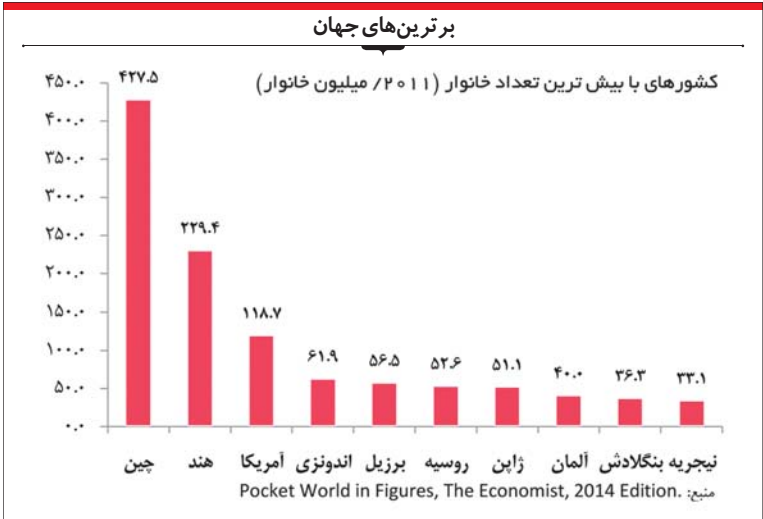
بهزاد صابری
کارشناس حقوق تجارت بین‌الملل

● می‌گویند اگر یک صددلاری از جیب بیل‌گیتس بیفتد، برایش صرفه ندارد که آن را بردارد؛ چراکه با درآمدی حدود ۴۲۲ دلار در ثانیه، درآمد وی در مدت‌زمان چندثانیه‌ای که باید صرف خم‌شدن و برداشتن آن کند، چندبرابر ارزش آن اسکناس است. واقعیت این است که برای همه فعالان اقتصادی، زمان از اهمیت زیادی برخوردار است، آنقدر که گاهی برای عقب‌نماندن از زمان، از مقداری منفعت مالی می‌گذرند. بسیاری از فعالان اقتصادی، در مواردی که به‌هردلیلی با طرف‌های تجاری خود به اختلاف برمی‌خورند، به‌جای آنکه مستقیماً به دادگاه بروند، سعی می‌کنند از روش‌های دیگری برای حل اختلاف استفاده کنند. استفاده از «میانجیگری» یا مراجعه به «داوری» از جمله متداول‌ترین این روش‌های جایگزین هستند. در تمام دنیا، رسیدگی قضایی، کند و زمانبر است و برای کسانی که «زمان» برایشان معادل «پول» است، این گزینه مطلوبی نیست. بنابراین در بسیاری از مواقع، این قبیل افراد حاضرند از بخشی از حق خود صرف‌نظر کنند تا در عوض، اختلاف هرچه سریع‌تر حل شود و بتوانند به روال عادی کسب‌وکار برگردند. حتی اگر اختلاف با مذاکره و میانجیگری قابل حل نبوده و نیاز به یک مرجع ثالث باشد که نظرش برای هردو طرف الزام‌آور باشد، باز هم روش «داوری» به‌دلیل انعطاف‌پذیری در مقایسه با دادگاه دارد، انتخاب مطلوب‌تری است. حال در شرایطی که در کشور ما، فعالان تجاری هنوز با مزایای روش‌هایی مانند «داوری» آشنا نیستند و به‌محض اختلاف، پراکست به محاکم قضایی مراجعه می‌کنند، از یک‌دهه پیش فعالان اقتصادی در جهان همگام با توسعه فناوری، پا را از حتمی فراتر گذاشته و به «حل‌وفصل اختلافات به‌صورت آنلاین» رو آورده‌اند. «حل‌وفصل اختلافات به‌صورت آنلاین» را می‌توان نتیجه مستقیم گسترش تجارت الکترونیکی دانست. درواقع، مساله «حل‌وفصل اختلافات آنلاین» زودتر از «حل‌وفصل آنلاین اختلافات» مطرح شد. به عبارت دیگر، چگونگی رسیدگی به اختلافاتی که در دادوستدهای کالا و خدمات به‌صورت اینترنتی رخ می‌دهند، خصوصاً دادوستدهایی که جنبه فرامرزی داشته و خریدار و فروشنده در کشورهای مختلفی هستند، خیلی زود تبدیل به موضوعی چالش‌برانگیز شد که نیاز به ارایه راه‌حل‌های متناسب داشت. طبیعتاً، مناسب‌ترین بستر برای حل‌وفصل این قبیل اختلافات، همان عرصه‌ای بود که تجارت اصلی در آن صورت می‌گرفت؛ یعنی فضای مجازی و اینترنتی. کشورهای مختلف شروع به تدوین مقررات و استانداردهایی در این زمینه کردند و خیلی زود، پای نهادهای منطقه‌ای مانند اتحادیه اروپایی یا سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD) هم به این موضوع باز شد. سازمان اخیر در سال ۱۹۹۹ میلادی اقدام به تدوین اصول راهنمای تجارت الکترونیک برای حمایت از مصرف‌کنندگان کرد و این اصول در سال‌های بعد مورد اصلاح و تکمیل قرار گرفت. اما استفاده از فضای اینترنت به حل‌وفصل اختلافات مربوط به تجارت الکترونیک محدود نماند بلکه تقریباً از همان آغاز، توجه دولت‌ها، مراکز داوری و حقوقدانان به قابلیت‌های نهفته در این فناوری برای حل‌وفصل سریع و ارزان همه‌گونه اختلافات تجاری جلب شد. مرکز داوری اتاق بازرگانی بین‌المللی پاریس در سال ۲۰۰۴ میلادی «اصول راهنمای استفاده از فناوری برای حل اختلافات تجاری» را منتشر کرد و از سال ۲۰۱۰، آنستیتال هم در حال تدوین مجموعه قواعدی در این زمینه با توجه ویژه به نیازهای کشورهای در حال توسعه است. طبیعتاً برای هر فعال اقتصادی‌ای، کاستن از زمان و هزینه فرآیند حل اختلاف، اهمیت دارد. در قراردادهای تجاری شرکت‌های ایرانی با اتباع کشورهای خارجی، معمولاً یک مرکز داوری در آن کشور یا یک کشور ثالث به‌عنوان مرجع رسیدگی به اختلافات احتمالی تعیین می‌شود. بنابراین در صورت بروز اختلاف، جدا از دست‌مزد وکلا و حق‌الرحمه داوری، هزینه‌های سفر و زمانی که باید صرف سفر شود نیز اهمیت می‌یابد. خصوصاً که طرف ایرانی برای سفرهای مکرر معمولاً با مشکلات بیشتری نسبت به طرف خارجی روبه‌رو است. در چنین شرایطی، استفاده از روش آنلاین برای ارسال و دریافت مدارک و حتی برگزاری جلسات استماع به‌صورت ویدئوکنفرانس می‌تواند برای شرکت‌های ایرانی یک‌گزینه سریع، کم‌هزینه و مطلوب باشد. از همین‌رو، مناسب است ابعاد مختلف حقوقی و فنی این موضوع به نحو جامع‌تری مورد توجه قرار گیرد.

خبر

قیمت نفت در نیمه دوم ۲۰۱۵ افزایش می‌یابد

● ایرنا: روزنامه تلگراف انگلستان از پیش‌بینی بانک کامرز آلمان مبنی بر افزایش قیمت نفت در نیمه دوم سال میلادی جاری خبر داد.



پاناسونیک

سفر به ژاپن

نوروز ۹۴

۴ خانواده ۴ نفره

قرعه کشی ۱۰ اسفند ۹۳

برای بازگشت و اطلاع رسانی به پاناسونیک

۸۸۶۷۱۰۲۰

۸۸۶۷۱۰۲۰

Panasonic call center

JAPAN PREMIUM