



زنده کردن
اژدهای مرده

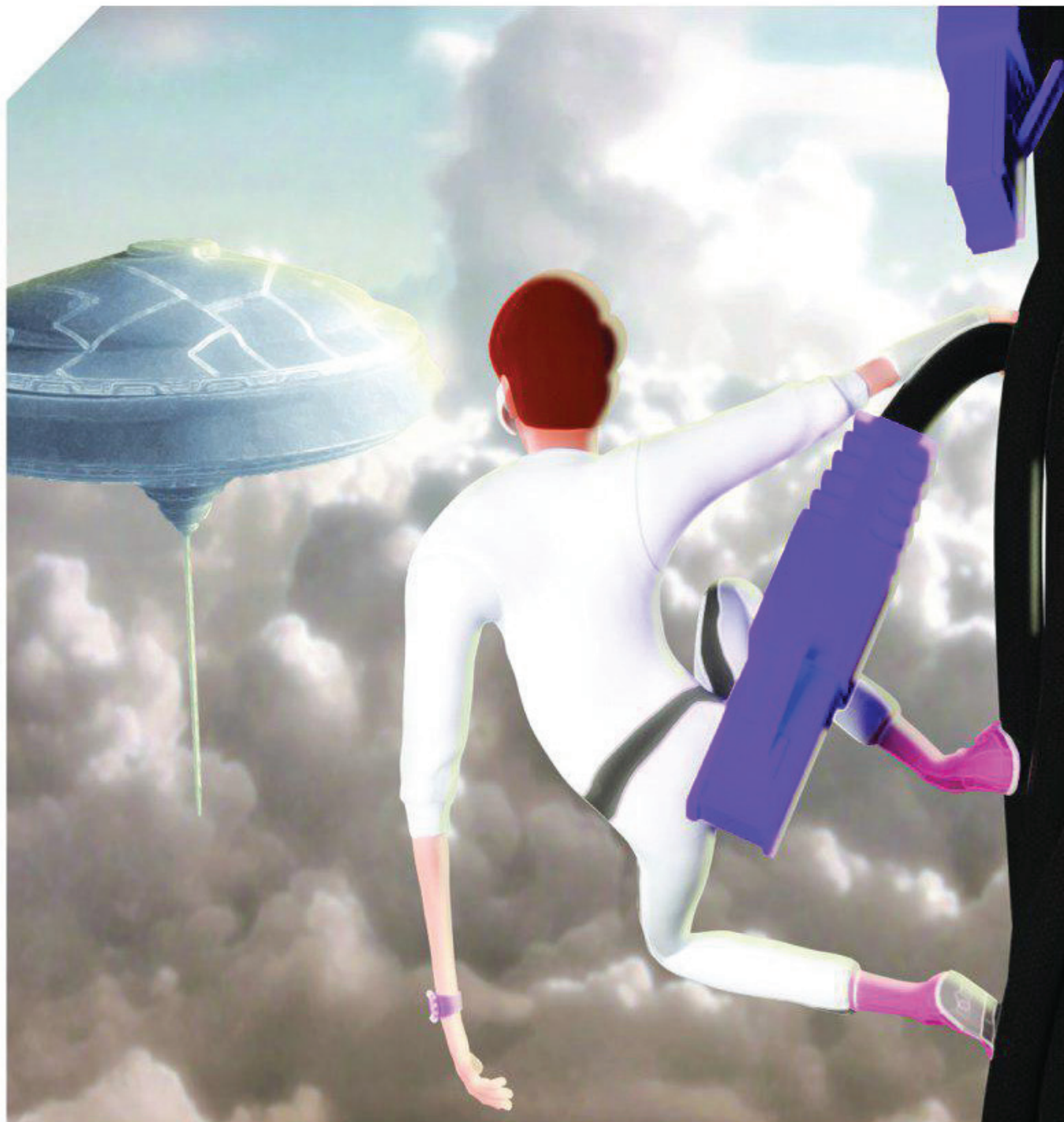
نگاهی به استراتژی رهبری
ساتیا نادلا، مدیر عامل مایکروسافت

استوریج پرسا قابل
رقابت با محصولات
خارجی است

مدیر عامل شرکت رمیس:

گامی نو برای
ساخت برند داخلی

تفاهم نامه میان پرسا و رمیس در زمینه
سامانه های ذخیره سازی داده امضا شد



remis®

برفرار دنیای داده‌ها

ارائه بستر آماده زیرساخت مرکز داده

- بستر مدیریت شده
- عدم نیاز به خرید تجهیزات و ایجاد خواب سرمایه
- شامل پشتیبانی ۲۴x۷ با استفاده از کارشناسان مجرب و دارای مدارک بین المللی
- ارائه سرویس با تکیه بر ۱۵ سال تجربه نصب و راه اندازی و همچنین پشتیبانی
- مراکز داده مختلف دولتی و خصوصی
- قیمت مناسب
- کیفیت بسیار بالا
- سطح امنیتی بالا
- طراحی شده بر اساس نیازمندی های کسب و کارهای حساس
- ذکر SLA در قرارداد
- بستر شامل سه سایت، دو سایت واقع تهران و یک سایت واقع در شهرستان
- استفاده از آخرین استانداردها و بهروش ها
- بهره جویی از ITIL V3 جهت افزایش کیفیت ارائه سرویس

تهران، خیابان ولیعصر، خیابان مطهری
خیابان سرداران، شماره ۲۸

تلفن مرکز تماس و مشاوره: ۴۲۰۸ ۴۰۰۰
فکس: ۴۲۰۸ ۴۲۰۸

www.remisco.com
contact@remisco.com



فهرست مطالب

۲	گلدانه پروژه‌ای برای سربیزی و آرامش
۲	دوست خوب کتاب
۲	دومین دوره آموزشی اکسل
۳	مسابقه مهرماهی
۴	گامی نو برای ساخت برند داخلی

مصاحبه و راهکار

۵	هدف همکاری بلندمدت با رمیس است
۷	استوریج پرسا قابل رقابت با محصولات خارجی است
۱۰	معرفی ذخیره‌سازهای ایرانی شرکت پرسا
۱۳	یک انتخاب هوشمندانه

جهان

۱۷	ابر فرصت‌های جدیدی برای توسعه ...
----	-----------------------------------

سوال

۱۸	نرم و سخت‌های یک واحد
۲۰	کارکنانی دلبسته و توانمند می‌خواهیم

مدیریت

۲۲	زنده کردن اژدهای مرده
----	-----------------------

سرگرمی

۲۴	روانشناسی رمزها
----	-----------------

ققنوس می‌شویم

پس از یک دوره کوتاه، که با گشایش‌هایی در اقتصاد و صنعت همراه بود، متأسفانه کشور مجدداً در آستانه روزهای سخت قرار گرفته است. روزهایی که از نظر برخی کارشناسان حتی می‌توانند سخت‌تر از سال‌های ۹۰ تا ۹۲ باشند. در چنین شرایطی، کسب‌وکارهای مختلف تأثیرپذیری‌های متفاوتی از این شرایط خواهند داشت. تجربه نشان داده است هر زمان که اتکای کشور به درآمدهای نفتی کاهش می‌یابد، گرایش به صناعی مانند ارتباطات و فناوری اطلاعات بیشتر می‌شود؛ به عنوان نمونه، در دوره قبل که کشور درگیر رکود شد، آمارهای رسمی نشان می‌دهند، صنعت ICT با رشد ۱۷ درصدی روبه‌رو بوده است. از این منظر شرایط پیش رو فرصت مناسبی برای رشد و توسعه ICT قلمداد می‌شود.

از سوی دیگر تحریم‌های اعمال‌شده بر اقتصاد و صنعت ایران، ارتباط به کشورهای خارجی را با دشواری‌های متعددی همراه کرده است. این وضعیت - که البته چندان با آن بیگانه نیستیم - نیز فرصت مناسبی را در اختیار کسب‌وکارها، تولیدکنندگان، برنامه‌نویسان و مدیران ایرانی قرار می‌دهد تا با توجه بیشتر به دانش و توانایی‌های بومی، برندهای داخلی را توانمند سازند.

تجربه رمیس از دوران تحریم‌ها و رکود و نگاه به توانمندی‌های داخلی باعث شد این شرکت همکاری گسترده‌ای را با شرکت دانش‌بنیان پرسا آغاز کند. همکاری‌ای که در آینده نزدیک اثرات خود را در زمینه‌های مختلف نشان خواهد داد و چه بسا از پس توفانی که برپا شده است بنایی شکوهمند را برای صنعت و اقتصاد ایران به جا بگذارد.

مازیار نوربخش رئیس هیات مدیره

نشریه داخلی شرکت رمیس، شماره ۲۸، پاییز ۱۳۹۷

صاحب امتیاز: شرکت افزارپرداز رمیس

مدیرمسئول: مازیار نوربخش

تهیه و تولید: موسسه پرسش (پویندگان راز ستاره شمال)

همکاران این شماره: مسعود مقیمی، زهره رفعتی، آزاده دودانگه، آرزو رخشانی

صفحه‌آرا: حامد کاظمی

ویراستار: نگار استادآقا

نشانی: تهران، خیابان ولیعصر (عج)، خیابان مطهری، خیابان سربداران، پلاک ۲۸

تلفن: ۴۲۰۸۴۰۰۰ دورنگار: ۴۲۰۸۴۲۰۸

از خوانندگان و علاقمندان دعوت می‌شود در صورت تمایل مطالب خود را برای چاپ در نشریه به ایمیل info@remisco.com ارسال کنند.



دوست خوب کتاب

یک سال از پویش فرهنگی دوست خوب کتاب در رمیس می‌گذرد و حالا فرزندان رمیسی با شروع هر فصل منتظر دریافت کتاب‌های خود هستند. این پویش فرهنگی که از پاییز سال گذشته در واحد منابع انسانی و اداری رمیس آغاز شده است با انتخاب کتاب‌هایی متنوع از موضوعات مختلف برای فرزندان رمیسی درصدد تشویق آنها به مطالعه بیشتر و ترویج فرهنگ کتابخوانی است. علاوه بر این، با تعریف این پویش، توانسته‌ایم حس خوب خانواده بودن رمیس را در فرزندانمان که خود نیز یکی از اعضای این خانواده بزرگ هستند ایجاد کنیم.



گلدانه پروژه‌ای برای سرسبزی و آرامش

پاییز امسال به پیشنهاد برخی از دوستان خوبمان بر آن شدیم تا با یک اقدام سبز حال و هوای شرکت را تغییر دهیم. برای همین منظور با خرید برخی از گیاهان آپارتمانی و اهدای آن به همکارانمان نشاط و حس خوب سرزندگی را در محیط کاری‌مان ایجاد کردیم.

دومین دوره آموزشی اکسل



دومین دوره آموزشی اکسل در فصل تابستان برای جمعی دیگر از همکاران با تدریس آقای سامان چراغی به مدت ۲۴ ساعت و با هدف «آشنایی با اصول و تجربه‌های کاربردی استفاده از نرم‌افزار Microsoft Excel» در شرکت رمیس برگزار شد. این دوره نیز با انجام آزمون تعیین سطح برای مشخص شدن سطح دانش اکسل شرکت‌کنندگان آغاز و در پایان دوره نیز جهت اندازه‌گیری میزان اثربخشی آن از شرکت‌کنندگان آزمون پایان دوره گرفته شد.



مسابقه مهر ماهی

کمیته رفاهی رمیس در راستای ایجاد حس شور و نشاط در میان کارکنان، مهر ماه ۹۷ مسابقات تخته نرد درون سازمانی برگزار کرد که پس از اطلاع‌رسانی از طریق ایمیل و درخواست ثبت نام، ۳۶ نفر از پرسنل رمیس ثبت نام نموده و برای شرکت در مسابقات اعلام آمادگی کردند. نکته جالب حضور مازیار نوربخش به عنوان یکی از مدیران ارشد در مسابقات بود که هیجان جالبی را به جو مسابقات اضافه کرده بود.

پس از قرعه‌کشی توسط کمیته رفاهی، ۸ گروه منتخب جهت مسابقه مشخص شدند. زمان برگزاری اولین مسابقه ۲۲ مهر ماه ساعت ۱۷:۳۰ در اتاق کنفرانس دفتر مرکزی بود و هر روز ۸ بازی به طور هم زمان انجام می‌شد که از هر گروه دو نفر به مرحله بعدی

دوم و بابک باقری از واحد فروش نفر سوم و محمدمهدی محبوبی از واحد اداری نفر چهارم شدند. هدایایی نیز به رسم یادبود توسط مدیران ارشد در برنامه ناشتانه‌ای که در ۳۰ آبان اجرا شد به افراد اول تا چهارم اهدا شد.

راه پیدا کردند و به همین ترتیب پس از مرحله یک هشتم نهایی، مرحله یک چهارم، نیمه نهایی و فینال آغاز شد. پس از گذشت یک ماه از مسابقات پریسا بدری از واحد فروش نفر اول، احسان صادقی‌زاده از همکاران پروژه نفر



تفاهم‌نامه میان پرسا و رمیس در زمینه سامانه‌های ذخیره‌سازی داده امضا شد

گامی نو برای ساخت برند داخلی



عرضه می‌کرده است در مورد همکاری و تقسیم کار با شرکت پرسا اعلام کرد: «خوشحالیم که یک محصول خوب داخلی پیدا کرده‌ایم و به مشتریان عرضه می‌کنیم. تولید محصول با پرسا و بازاریابی آن بر عهده رمیس خواهد بود.»

دکتر مازیار نوربخش، رئیس هیات مدیره رمیس، نیز در این مراسم بر اهمیت رابطه با دانشگاه در کنار رابطه با صنعت تاکید کرد و گفت: «رمیس پیش از این از طریق برگزاری سمینارها و کارگاه‌ها با دانشگاه‌ها در ارتباط بود اما بعد از آشنایی با پرسا این موضوع جدی‌تر شد.»

دکتر نوربخش در زمینه کیفیت محصولات پرسا نیز اطمینان داد: «این محصولات از سال گذشته در آزمایشگاه و دیپاسنتر ما بررسی و ضعف‌های آن به سرعت از سوی تیم پرسا برطرف شده تا نسخه بی‌نقصی را به بازار عرضه کنیم.»

زمینه تولید و فروش ۳۰۰ دستگاه برای وزارت ارتباطات با رمیس به عنوان یک شرکت با سابقه و خوشنام همکاری خود را شروع کرده‌ایم چون معتقدیم این مجموعه در زمینه توسعه بازار و ارتباط با مشتری و ارائه خدمات پس از فروش عملکرد بسیار خوبی دارد.»

دکتر اسدی با تاکید بر بازار رو به رشد سامانه‌های ذخیره‌سازی دیتا در سال‌های گذشته از ادامه همکاری با رمیس خبر داد و گفت: «ظرف یکی دو سال آینده با همکاری نزدیک شرکت رمیس تلاش خواهیم کرد ۴۰ تا ۵۰ درصد بازار داخل کشور را پوشش دهیم و با توسعه صادرات می‌خواهیم برند HPDS را قطعاً به یکی از پنج برند برتر در گزارش گارتنر تبدیل کنیم.»

در ادامه مهندس احسان پورمند، مدیرعامل رمیس، نیز با اشاره به اینکه رمیس تاکنون محصولات باکیفیت خارجی را به مشتریان

به دنبال دستیابی به فناوری پیشرفته تولید سامانه‌های ذخیره‌سازی در کشور از سوی شرکت دانش‌بنیان تولیدی پردازش و ذخیره‌سازی داده (پرسا)، که یکی از زیرمجموعه‌های موفق پژوهشکده فناوری اطلاعات و ارتباطات پیشرفته دانشگاه صنعتی شریف است، این شرکت تفاهم‌نامه‌ای با شرکت رمیس به عنوان یکی از باسابقه‌ترین شرکت‌ها در زمینه ارائه تجهیزات، راهکارها و خدمات و پشتیبانی تخصصی فناوری اطلاعات امضا کرد. در مراسم امضای این تفاهم‌نامه دکتر حسین اسدی، مدیر مرکز فناوری اطلاعات و ارتباطات دانشگاه صنعتی شریف، قائم‌مقام پژوهشکده فناوری اطلاعات و ارتباطات پیشرفته دانشگاه صنعتی شریف و رئیس هیات مدیره شرکت پرسا با اشاره به سابقه هشت‌ساله این مجموعه در زمینه ذخیره‌سازی داده درباره آغاز همکاری با رمیس گفت: «از یک سال و نیم گذشته در

رئیس هیات مدیره شرکت پرسا:

هدف همکاری بلندمدت با رمیس است

رشد سریع تکنولوژی و تولید حجم بالای داده در سال‌های اخیر این داده‌ها را تبدیل به دارایی ارزشمند افراد و مجموعه‌ها کرده است. همین موضوع اهمیت امنیت داده‌ها را بیش از پیش در کانون توجه قرار داده و نگرانی‌ها در زمینه نگهداری اطلاعات کاربران و همچنین ارائه سرویس مناسب در این زمینه افزایش یافته است. شرکت پردازش و ذخیره‌سازی سریع داده با نام رسمی پرسا از سال ۱۳۹۴ یکی از مجموعه‌های خلاق کشور بوده که در راستای کاهش این نگرانی‌ها و همچنین افزایش توان داخلی در عرصه تکنولوژی ذخیره‌سازی داده‌های حجیم گام برداشته است. این شرکت که با هدف تحقیق و توسعه (R&D)، طراحی و تولید سامانه‌های ذخیره‌سازی داده (SAN Storage) تاسیس شده، محصولات ذخیره‌سازی خود را با نام تجاری SAB و تحت برند HPDS (High Performance Data Storage and Processing) تولید می‌کند و به فروش می‌رساند. پرسا چندی پیش طی امضای تفاهم‌نامه‌ای با شرکت رمیس همکاری خود را با این مجموعه با سابقه در زمینه تولید و فروش محصولات ذخیره‌سازی آغاز کرده است. به بهانه همین همکاری، به سراغ دکتر حسین اسدی، مدیر مرکز فناوری اطلاعات و ارتباطات دانشگاه صنعتی شریف و رئیس هیات مدیره شرکت پرسا، رفتیم و گفت‌وگویی با او انجام دادیم که در ادامه می‌خوانید:

دلیل انتخاب رمیس برای انجام پروژه ذخیره‌سازی چه بود؟

سال گذشته سازمان فناوری اطلاعات، مناقصه‌ای در زمینه ذخیره‌سازی برگزار می‌کرد. شرکت پرسا نیز که به نمایندگی از پژوهشکده فناوری اطلاعات و ارتباطات پیشرفته دانشگاه صنعتی شریف قصد شرکت در این مناقصه را داشت از همان زمان به دنبال شرکت‌های خوشنام، با سابقه و حرفه‌ای در کشور بود. پس از مذاکرات متعدد و بررسی‌های طولانی، این مجموعه شرکت رمیس را انتخاب کرد و با همکاری این شرکت ما توانستیم وارد مناقصه شویم. شرکت رمیس یکی از خوشنام‌ترین شرکت‌ها در زمینه استوریج در کشور است؛ شبکه پشتیبانی بسیار خوبی دارد، ضمن اینکه توانسته است ظرف چند سال گذشته برندی قدرتمند در داخل کشور ایجاد کند.

نتیجه این مناقصه چه شد؟

توانستیم با همکاری دوستان رمیس در این مناقصه برنده شویم و این کار بزرگ را که تولید ۳۰۰ دستگاه استوریج برای وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات بود با یکدیگر انجام دهیم. کلیه این دستگاه‌ها بعد از انجام تمامی آزمایش‌ها به سازمان فناوری اطلاعات تحویل داده شد.

آیا برنامه‌ای برای ادامه همکاری در سایر

پروژه‌ها با مجموعه رمیس دارید؟

همکاری ما با رمیس محدود به این موضوع نمانده است. از همان ابتدای مناقصه به دوستان رمیس گفتیم فقط بحث مناقصه نیست و عملاً به دنبال یک همکاری بلندمدت هستیم و مذاکرات متعددی در این زمینه انجام داده‌ایم.

این همکاری در چه زمینه‌ای خواهد بود؟

دانشگاه صنعتی شریف و مجموعه پرسا در حوزه فناوری و مباحث طراحی تفصیلی و ایجاد صنایع نوین، قدرتمند است، با این حال در زمینه رویکرد بازار و ارتباط با مشتری، شرکت

استراتژی‌مان را در داخل

مجموعه پرسا بر این مبنا

استوار کردیم که بتوانیم ظرف

پنج سال برند HPDS را یکی از

پنج برند برتر در گزارش گارتنر

کنیم. واقعا به این هدف اعتقاد

داریم و برای آن می‌جنگیم.

می‌خواهیم هرچه زودتر

صادرات محصولات خود را آغاز

کنیم. به همین منظور در حال

حاضر نیز مذاکراتی جداگانه با

سه تیم انجام داده‌ایم

رمیس قطعاً تجربه بیشتری داشت.

یعنی تصمیم به تقسیم کار گرفتید؟

تصمیم گرفتیم هم تولید و هم فروش محصول را با یکدیگر به صورت مشترک انجام دهیم. مدلی که برای این همکاری طراحی شده است قطعاً یکی از مدل‌های موفق خواهد بود که ظرف دو سه سال آینده تبدیل به الگوی همکاری برای سایر دانشگاه‌ها و شرکت‌ها شود. به این ترتیب تقویت ارتباط صنعت و دانشگاه می‌تواند با همین الگوی مشترک محقق شوند. ارتباط پرسا با دانشگاه شریف به چه صورت است؟

شرکت پرسا موافقتنامه‌ای پنج‌ساله با ریاست محترم دانشگاه صنعتی شریف امضا کرده است که بر اساس آن درصد خوبی از کلیه درآمدهای حاصل از فروش محصولات حوزه ذخیره‌سازی را به این دانشگاه می‌دهد. ضمن اینکه کلیه مراحل تحقیق و توسعه ابتدایی محصولات نیز در آزمایشگاه تحقیقاتی ذخیره‌سازی، پردازش و شبکه‌های داده (DSN) مستقر در دانشگاه صنعتی شریف انجام می‌شود. این آزمایشگاه یکی از پنج آزمایشگاه تحقیقاتی برتر دنیا در حوزه ذخیره‌سازی است. در نتایج جستجوی گوگل (با کلید واژه‌های data storage lab یا حتی storage lab) نیز در این حوزه، اولین رتبه آزمایشگاه تحقیقاتی حوزه ذخیره‌سازی هستیم.

رویکرد مجموعه رمیس حتی از دولت هم بهتر بوده است. با رویکرد بسیار مثبتی وارد این همکاری شده‌اند. نگاه‌شان کوتاه‌مدت نبوده و دنبال همکاری طولانی‌مدت هستند. دیدگاه ما در داخل مجموعه پرسا نیز این‌گونه بوده که هر نوع تفاهم‌نامه‌ای که به دنبالش بودیم مبتنی بر یک همکاری برد-برد برای هر دو مجموعه باشد.

از چه زمانی تصمیم به ورود به بازار گرفتید؟

رویکرد داخل مجموعه پرسا در سه رده Entry level، Midrange و High end رویکرد و نگاه دقیقی بود. زمانی که قصد ورود به بازار را داشتیم از نقطه Midrange شروع کردیم که هم ارزش‌افزوده خوبی داشته باشد هم حساسیت اینترپرایز را تحریک نکند. می‌خواستیم هم سود خوبی داشته باشیم هم ورود به بازار دقیقی.

چه محصولاتی در دست تولید دارید؟

در حال حاضر یک محصول ما نهایی شده است. دو رده محصول دیگر نیز از All Flash در دست طراحی داریم. امیدواریم به زودی این محصولات را روانه بازار کنیم.

چه سهمی از این بازار را هدف‌گذاری کرده‌اید؟

طبق برنامه‌ریزی ما امیدوار هستیم ظرف یکی دو سال آینده حداقل ۴۰ تا ۵۰ درصد بازار استوریج در داخل کشور را از آن خود کنیم.

آیا برنامه‌ای برای حضور در بازارهای بین‌المللی دارید؟

استراتژی‌مان را در داخل مجموعه پرسا بر این مبنا استوار کردیم که بتوانیم ظرف پنج سال برند HPDS را یکی از پنج برند برتر در گزارش گartner کنیم. واقعاً به این هدف اعتقاد داریم و برای آن می‌جنگیم. می‌خواهیم هرچه زودتر صادرات محصولات خود را آغاز کنیم. به همین منظور در حال حاضر نیز مذاکراتی جداگانه با سه تیم انجام داده‌ایم. یکی از این مذاکرات تقریباً نهایی شده است. با تحقق صادرات اطمینان داریم که کسب‌وکارمان در داخل نیز به طور جدی رونق خواهد گرفت. چون مشتریان داخلی به شدت تحت تاثیر رفتار مشتریان خارجی هستند.



بین محصولات داخلی داشته باشند؛ یعنی این یک محصول آماده نیست و مشتری می‌تواند ویژگی‌های خاصی را از تولیدکننده درخواست کند. بنابراین قابلیت سفارشی‌سازی محصول برای مشتری وجود دارد و سطح رضایت‌مندی او را بالاتر می‌برد. علاوه بر اینها، در مورد پروانه نیز مشتریان اطمینان خواهند داشت که پروانه شرکت رمیس یک پروانه معتبر است که هر گونه پشتیبانی را از طریق آن دریافت می‌کند. **آیا در تعامل با شرکت رمیس، به عنوان بخش خصوصی، چالشی هم داشتید؟**

خروجی همکاری شما با رمیس چه خواهد بود؟

خروجی این همکاری عملاً اتفاقی مثبت برای مشتریان است؛ یعنی مشتریان محصولی را دریافت خواهند کرد که علاوه بر پشتیبانی لایه‌های یک و دو، می‌توانند از تولیدکننده و از طریق شرکت رمیس پشتیبانی لایه سه را نیز دریافت کنند. ارائه این سطح از پشتیبانی در مورد محصولات خارجی تاکنون بسیار مشکل بوده است. مزیت دیگر این پروژه برای مشتریان این است که می‌توانند قدرت انتخاب

استوریج پرسا قابل رقابت با محصولات خارجی است

شرکت رمیس و شرکت پرسا تفاهم‌نامه‌ای امضا کرده‌اند که بر اساس آن بازاریابی و فروش محصولات شرکت پرسا بر عهده رمیس خواهد بود. شرکت پرسا یک شرکت تولیدکننده استوریج داخلی است و به گفته احسان پورمند، مدیرعامل شرکت رمیس، اولین شرکتی است که در حوزه محصولات استوریج یک شرکت داخلی قدم به عرصه تولید گذاشته است. مدیرعامل رمیس بر این باور است که این محصول توان رقابت با محصولات خارجی را دارد و بر همین اساس نیز قابل دفاع و اتکاست. او اعلام می‌کند قیمت تمام‌شده این محصول برای مشتریان نسبت به نمونه‌های خارجی، ارزان‌تر است و پشتیبانی آنلاین را دیگر مزیت این محصول می‌داند. او تأکید می‌کند اگر می‌توانستیم مشکلات دست‌وپاگیر تجارت در ایران را برطرف کنیم، چه بسا بهای تمام‌شده این محصول کاهش زیادی پیدا می‌کرد. در حال حاضر در دیتاسنتر سازمان فناوری اطلاعات ۳۰۰ دستگاه نصب شده و در حال کار است. قراردادی هم با صدا و سیما بسته شده تا آنها نیز در برخی بخش‌ها از محصول استوریج پرسا استفاده کنند. حالا فرصتی دست داده که ما با این محصول شرکت پرسا بیشتر آشنا شویم و درباره نقاط اشتراک و برتری آن نسبت به محصولات خارجی بدانیم. بر همین اساس هم سراغ احسان پورمند رفتیم و با او در این باره به گفت‌وگو نشستیم. اگر می‌خواهید جزئیات بیشتری درباره این محصول بدانید، مشروح این مصاحبه را بخوانید:

مارکتینگ راهاندازی کند روی تحقیق و توسعه محصول تمرکز کند و این بخش از کار توسط رمیس انجام شود.

این اولین بار است که رمیس چنین کاری برای محصولات داخلی انجام می‌دهد؟

بله اولین بار است.

آیا نمونه‌های دیگری مانند شما وجود دارد که برای شرکت‌های داخلی این کار را کرده باشد؟

در حوزه فایروالینگ محصولات امنیتی بومی متعددی وجود دارد که در کشور استفاده می‌شود و شرکت‌هایی بوده‌اند که آنها را تولید کرده‌اند و شرکت‌هایی هم بوده‌اند که آنها را توزیع کرده‌اند. اما در حوزه محصولات استوریج این اولین محصول است.

در زمینه استوریج هم اولین بار است که چنین محصولی توسط یک شرکت داخلی تولید می‌شود؟

بله. تا جایی که ما اطلاع داریم اولین بار است محصول حرفه‌ای و قابل اعتمادی تولید شده که بتوان روی آن قسم خورد. تیم فنی ما چندین ماه روی این محصول کار کرده و تست‌ها انجام شده تا این اطمینان حاصل شود که می‌توان آن را به مشتریان عرضه کرد و این یک فرایند بوده است.

مزیت استوریج‌های پرسا برای مشتریان شما در مقایسه با شرکت‌های خارجی است

رمیس چگونه با این پروژه آشنا شد؟

این دوستان برای بازرگانی و وارد کردن قطعات به سراغ ما آمدند و ما به آنها کمک کردیم. یکی از حوزه‌های تخصصی کاری رمیس کار کردن روی استوریج است و دوستان به ما اعلام کردند برای راهاندازی محصول و جا انداختن آن در بازار به برخی حوزه‌ها مانند تحقیق و توسعه و ساخت محصول اشراف دارند، اما در برخی فعالیت‌های مورد نیاز دیگر مانند مارکتینگ -

که به نظر من بازاریابی است و نه بازاریابی و ایجاد اطمینان در مشتری که محصول قابل اعتماد است و می‌شود دیتا را روی آن نگهداری کرد - ضعف دارند و قرار شد رمیس این ضعف آنها را پوشش دهد. پوشش این ضعف در حوزه فنی به این معناست که در سایت‌های مشتریان حاضر باشیم و عملیات نصب و راهاندازی و پشتیبانی و مهاجرت را انجام و خدمات پس از فروش ارائه دهیم. مشتریان ما بیش از ۱۵ سال است که رمیس را می‌شناسند. در جاهای مختلف عملیات پشتیبانی و نگهداری را انجام می‌دهیم و سایت‌های مشتریان دست ماست و مشتری این اعتماد را دارد که دیتاسنترش دست رمیس است و مطمئن است که رمیس محصول ضعیف ارائه نمی‌دهد و اگر این‌گونه باشد، مسئولیت با رمیس است. بر همین اساس ما فکر کردیم مجموعه‌ای از فعالیت‌ها را رمیس انجام دهد و پرسا به جای اینکه تیم فروش و

خبری منتشر شد که بر اساس آن شما با شرکت پرسا قراردادی بسته‌اید و قرار است بازاریابی و فروش محصولات پرسا را، که تولیدکننده استوریج است، در ایران انجام دهید. محصولات پرسا چه مشخصاتی دارد و دقیقاً در چه جاهایی کارایی دارد که شما قصد دارید آن را به بازار وارد کنید؟

پرسا یک مجموعه دانش‌بنیان است که بر اساس تجربه تعدادی از نخبه‌های علمی کشور شکل گرفته است. تیمی که در پرسا مشغول به کار است تجربه کار کردن در برندهای معروف بازار استوریج دنیا را دارد؛ به عنوان مثال فردی مانند دکتر اسدی سال‌ها در آمریکا در شرکت EMC در واحد تحقیق و توسعه مشغول فعالیت بوده و در نتیجه از اتفاقاتی که آنها در طراحی و ترند ارائه محصول به بازار دنیا داشته‌اند آگاه است. در حال حاضر این افراد در کشور تیمی از افراد باهوش دانشگاه شریف را به کار گرفته‌اند و سلسله محصولاتی را در حوزه استوریج طراحی کرده‌اند. زمانی که عملیات طراحی به اتمام رسید نیاز داشتند که محصول طراحی‌شده را در بازار آزمایش کنند. بر همین اساس خط تولید راهاندازی و قطعاتی تامین و محصول تولید شد و با استفاده از متودولوژی‌های روز دنیا برای تست و آزمایش، محصول را آزمایش کردند و نتیجه مثبت بود.



این محصول را ارائه می کنند در چیست؟

سال هاست که ما در رمیس استوریج خارجی ارائه می کنیم و این کار با یک مشتری غیر واقعی انجام می شود. ما یک مشتری غیر واقعی در خارج از کشور تعریف می کنیم و به توزیع کننده خارجی اعلام می کنیم که محصول برای مشتری غیر واقعی می رود و در عمل نیز همین اتفاق می افتد. پس از آن تولید کننده محصول را برای توزیع کننده می فرستد و توزیع کننده به جای اینکه تجهیزات را به مشتری غیر واقعی بدهد به ما می دهد. این کار برای دور زدن تحریم ها انجام می شود. اتفاقی که می افتد این است که استوریج یا ذخیره ساز، با محصولات امنیتی فرق دارد. زمانی که مودم شما در خانه می سوزد آن را دور می اندازید و مودم جدید می آورید اما زمانی که این اتفاق برای هارد دستگاه شما می افتد بسیار ناراحت می شوید، زیرا اطلاعاتتان روی این هارد ذخیره شده است. استوریج و ذخیره سازها چهار مساله می شوند و ما نمونه های متعددی در این زمینه داشته ایم. زمانی که استوریج دچار مشکل می شود EMC باید به دستگاه وصل شود و شروع به بازیابی دیتا کند. زمانی که EMC می خواهد این کار را انجام دهد باید تکنیسین های خود را بفرستد و در اینجا یک مساله وجود دارد که اگر این اطلاعات برای کشور حیاتی است و به عنوان مثال اگر متعلق به بخش اورژانس یا سرشماری است، چرا پشتیبانی برای آنها تهیه نشده است و حالا که این اتفاق نیفتاده باید به سرعت تکنیسین های فنی برای حل مشکل فرستاده شوند. مانند شرکت BMW که برای ماشین هایش زاپاس نمی گذارد و می گوید هر کجای آلمان باشید ۱۰ دقیقه بعد نمایندگان شرکت BMW آنجا خواهند بود. تکنیسین های EMC که به محل اعزام می شوند باید با لطایف الحیل VPN نصب شود که تکنیسین به دفتر مشتری بیاید و تونلی به دیتا زده شود و این کار تقریباً دو سه روز زمان می برد؛ یعنی دو سه روز زمان تنها برای وصل شدن آنها احتیاج است. پس از آنکه وصل شدند برای بازیابی اطلاعات فایلی ارائه می شود که بین سه تا چهار گیگابایت حجم دارد و اطلاعات استوریج روی آن ذخیره می شود. این اطلاعات باید آپلود شود

بر اساس آن از دست رفتن اطلاعات وجود ندارد. مکانیسم طراحی سیستم به نحوی است که در برخی مدل ها ممکن است در دسترس پذیری دیتا دچار مشکل شوید اما مطمئنیم که دیتا از دست نمی رود و تحت هر شرایطی بازیابی اطلاعات امکان پذیر خواهد بود. نکته دیگر هم ارزان تر بودن محصولات داخلی است.

مواد اولیه شما وارداتی است؟

حتماً وارداتی است اما واقعیت این است که نقشی که قطعات و مواد اولیه دارند به اندازه محصول نهایی نیست. مواد اولیه ای وارد

و آنها بررسی کنند ببینند اشکال از کجاست تا آن را اصلاح کنند. آپلود این فایل یک عزای عمومی است. در نهایت باید این فایل لود شود و آنها فرایند را بررسی و متوجه مشکل شوند و آن را برطرف کنند. اما در محصولات ایرانی در لایه های اول، دوم و سوم پشتیبانی آنلاین وجود دارد؛ این بدان معنی است که اگر چنین اتفاقی برای اطلاعات بیفتد، متخصصان ایرانی به اطلاعات در لایه های پایینی (Low Level Access) دسترسی دارند و بازیابی با سرعت بیشتری اتفاق می افتد. ما گارانتی ۱۰۰ درصدی داریم و

در شرایط نرمال رقابت می‌کردیم، این امکان را داشتیم که محصول باظرفیت و کاملی ارائه دهیم. آزمایشگاه شریف جزو سه لینک اول برترین آزمایشگاه‌های استوریج دنیا است. حجم مقالاتی که در آزمایشگاه استوریج شریف ارائه می‌شود در دنیا بی‌نظیر است. زمانی که EMC قرارداد می‌بندد یک میلیون قطعه سفارش می‌دهد اما زمانی که ما می‌رویم، هزار قطعه سفارش می‌دهیم. بنابراین بهای تمام‌شده ما بیشتر می‌شود. اگر می‌توانستیم مشکلات دست‌وپاگیر تجارت در ایران را برطرف کنیم، چه بسا بهای تمام‌شده این محصول کاهش زیادی پیدا می‌کرد.

تفاهم‌نامه شما و دانشگاه شریف به چه صورت است؟ می‌توانید اعلام کنید که چند درصد از فروش را در بر گرفته یا تعهدات در آن به چه صورت است؟

بر اساس این تفاهم‌نامه، ما به عنوان فروشنده انحصاری این محصول با شریک تجاری خود پرسا قراردادی منعقد کرده‌ایم. طبیعی است که رمیس نمی‌تواند تمام بازار را پوشش دهد و بنابراین یک برنامه همکاری وجود دارد. رمیس در واقع کانالی از شرکت‌های همکار را ایجاد خواهد کرد تا بر اساس آن شرکت‌های دیگر بتوانند درباره این محصول آموزش ببینند و سپس آن را به مشتریان خود ارائه دهند. رمیس قصد ندارد خودش به تنهایی بازار را پوشش دهد و از همه شرکت‌های همکار دیگر که در این حوزه حضور دارند و علاقه‌مند هستند دعوت می‌کنیم که تشریف بیاورند تا بتوانیم تفاهم‌نامه‌ای برای ارائه محصول پرسا به مشتریان‌شان با آنها منعقد کنیم.

سود شما از محل فروش چقدر است؟

در دنیا مدل‌های همکاری‌های اینچنینی وجود دارد و ما نیز مانند آنها فعالیت می‌کنیم. پرسا تولیدکننده است و رمیس توزیع‌کننده، و قرار است شرکت‌هایی به عنوان همکار مشارکت کنند و سود توزیع‌کننده در افزایش حجم فروش است. ما درصدی از سود فروش دریافت می‌کنیم و طبیعتاً شرکت‌های همکار نیز درصدی از سود فروش خواهند داشت و هر چقدر حجم فروش بیشتر باشد سود ما هم بیشتر خواهد بود.

تا جایی که ما اطلاع داریم اولین بار است محصول حرفه‌ای و قابل اعتمادی تولید شده که بتوان روی آن قسم خورد. تیم فنی ما چندین ماه روی این محصول کار کرده و تست‌ها انجام شده تا این اطمینان حاصل شود که می‌توان آن را به مشتریان عرضه کرد و این یک فرایند بوده است

خبری استوریج‌های خاص خودشان را نیاز دارند. ما برای حوزه‌ها و منظورهای دیگری با صداوسیما قرارداد بسته‌ایم.

در هر حال زیر بار است؟

بله، زیر بار است و در حال استفاده از آن هستند. سازمان تنظیم مقررات تست‌های بسیاری روی محصولات ما انجام و در نهایت یک گواهی به ما دادند. رمیس همیشه اعتقادش بر این بوده که نباید چرخ را از اول اختراع کرد. اگر نمونه خوب خارجی برای چیزی وجود دارد، باید به سمت آن رفت و آن را انجام داد. بر همین اساس من با تمام اعتقاد می‌گویم این محصول، محصول خوبی است و ارزش دارد که از آن حمایت شود. من معتقدم در این حوزه فاصله ما با نمونه‌های خارجی زیاد نیست و قیمت تمام‌شده ما نسبت به آنها بهتر است. اگر ما توانایی فروش و مارکتینگ را داشته باشیم، حتی در خارج از کشور هم می‌توان این محصول را فروخت. ما این کار را شروع کرده‌ایم و برای محصول‌مان دنبال بازارهای بین‌المللی می‌گردیم. ما در GTEX قبلی محصولی را دیدیم که یک کمپانی آمریکایی به نام Pure Storage تولید کرده بود و من اطمینان دارم در یکی دو سال آینده EMC یا HP این کمپانی را می‌خرند. بسیاری از شاخص‌هایی که در Pure Storage وجود دارد در محصولات پرسا به شکل بهتر و کامل‌تری وجود دارد. اما از بد روزگار آنها چون آمریکایی هستند به بازار بین‌المللی دسترسی دارند و ما چون ایرانی هستیم برای یک افتتاح حساب ساده دچار معضלים. اما اگر

می‌شود که درصد آن نسبت به هزینه تمام‌شده تجهیز خیلی کمتر از نصف است.

یعنی شما می‌توانید استوریج پرسا را ۳۰ تا ۴۰ درصد ارزان‌تر از نمونه‌های خارجی نصب کنید؟

بله. باید نکته‌ای را که خیلی مهم است بدون تعارف بگویم. ما نمی‌توانیم امروز ادعا کنیم که تمام محصولات خارجی را با محصولات داخلی جایگزین می‌کنیم و پرسا هم این ادعا را ندارد. استوریج یک مقوله بسیار تخصصی است و سازمان‌ها بسته به مأموریتی که دارند دارای نیازهای متفاوتی برای ذخیره‌سازی هستند. ما نمی‌توانیم بگوییم تمام نیازهای سازمانی مانند بانک یا اپراتورها را برطرف می‌کنیم. تعداد محصولات قابل عرضه امروز ما به بازار محدود است و در حال حاضر هم جامعه هدف خاصی را از بازار مورد توجه قرار داده‌ایم. یک نگرانی در برخی از همکاران شکل گرفته بود که با تولید استوریج داخلی قرار است واردات استوریج‌های سازمانی متوقف شود. چنین چیزی درست نیست. ما مخالف ممنوعیت واردات هستیم، زیرا تجربه خودروسازی نشان داد زمانی که ممنوعیت ایجاد می‌شود اولین ضرر به تولیدکننده می‌رسد. ما در توان‌مان نیست که تمام محصولات بازار را پوشش دهیم و جلوی واردات را بگیریم. در برخی حوزه‌ها مدعی هستیم که محصولی قابل رقابت با محصولات خارجی تولید کرده‌ایم. در حوزه سازمانی هنوز محصولی تولید نکرده‌ایم و توان رقابت با رقبای خارجی را نداریم.

عرضه این محصولات آغاز شده است؟

بله.

فروش داشته‌اید؟

بله، در دیتاسنتر سازمان فناوری اطلاعات ۳۰۰ دستگاه نصب شده و در حال کار است. در مرکز تحقیقات مخابرات هم از تجهیزات پرسا استفاده شده است. به تازگی قراردادی برای صداوسیما بسته شده است.

با این حساب شما مشکلی در ارائه محصولات نداشته‌اید؟

خیر. اما باید بر نکته‌ای تاکید کنم؛ زمانی که می‌گویم صداوسیما منظور این نیست که مدیا استوریج استفاده می‌شود، زیرا سیستم‌های

معرفی ذخیره‌سازهای ایرانی شرکت پرسا

مسعود مقیمی

امروزه استفاده از بسترهای الکترونیکی برای اکثر سازمان‌ها - اعم از دولتی و خصوصی - و همچنین شرکت‌ها، به عنوان یک ضرورت درآمده است. داده‌های سازمان خون‌های جاری در رگ‌های سرویس‌های الکترونیکی سازمان‌ها هستند. افزایش حجم داده‌ها، استفاده از قابلیت‌هایی مانند کلاسترینگ که اغلب نیازمندی سیستم‌های ذخیره‌سازی خارجی به صورت مشترک بین چند سرور هستند، افزایش کاربردهای زیرساخت‌های مجازی‌سازی، افزایش میزان خواندن و نوشتن (IO) در بانک‌های اطلاعاتی، استفاده از امکانات replicate کردن داده‌ها بین چند مرکز داده و... از جمله پیش‌رانه‌های استفاده جدی‌تر و پرکاربردتر سیستم‌ها و شبکه‌های ذخیره‌سازی در مراکز داده به شمار می‌رود. در حقیقت وابستگی روزافزون سازمان‌ها به بسترهای الکترونیکی و نقش اساسی فناوری اطلاعات در ارتقا و بهبود کسب‌وکارها و نیز خدمات سازمان‌ها موجب شده است موضوع ذخیره‌سازی اطلاعات به یکی از دغدغه‌های اساسی مدیران فناوری اطلاعات بدل شود.

راهکارهای ذخیره‌سازی خارجی

راهکارهای ذخیره‌سازی برندهای خارجی شامل سه بخش عمده زیر است:

سخت‌افزار محصولات

محصولات شرکت‌های خوشنام ذخیره‌سازی در حقیقت محصولات "چند شرکتی" هستند. همان‌طور که در صنعت ماشین‌سازی شرکت‌های قطعه‌ساز نقش اساسی در تولید محصول نهایی ایفا می‌کنند، در زمینه محصولات ذخیره‌سازی نیز تعداد زیادی شرکت قطعه‌ساز مانند سامسونگ، Seagate، Intel، Qlogic و... نقش مهمی در تولید محصول انتهایی دارند. به گونه‌ای که محصولات ذخیره‌سازی شرکت‌های مختلف در اکثر بخش‌ها از سخت‌افزارهای شرکت‌های قطعه‌ساز استفاده می‌کنند. در حقیقت سخت‌افزارهای ذخیره‌سازی به دو بخش مختلف تقسیم می‌شوند. به طوری

که در محصول نهایی، بخش‌های مختلف دستگاه مونتاژ شده، پس از تست نهایی محصول وارد بازار می‌شوند.

بخش اول شامل قطعه‌هایی است که مستقیماً از شرکت‌های قطعه‌ساز دریافت و روی تجهیز نهایی OEM و مونتاژ می‌شوند. تجربه نشان می‌دهد بخش اعظم سخت‌افزارهای یک محصول ذخیره‌ساز از این نوع هستند.

بخش دوم شامل طراحی خاص شرکت تولیدکننده تجهیزات ذخیره‌سازی است که طراحی و معمولاً طی سفارش‌های خاص توسط یک شرکت قطعه‌ساز به نام تجاری شرکت تولیدکننده محصول ذخیره‌سازی (مانند HP و EMC) تولید می‌شود. از جمله این بخش‌ها می‌توان به برد کنترلر و طراحی صنعتی دستگاه اشاره کرد.

نرم‌افزار محصولات

در محصولات و تکنولوژی‌های جدید ذخیره‌سازی، نرم‌افزار محصولات ذخیره‌سازی نیز شامل سه بخش اصلی است.

بخش اول سیستم‌عامل و هسته تجهیز ذخیره‌سازی است. امروزه بازار در این بخش به دو دسته مختلف قابل تقسیم است. برخی از شرکت‌های تولیدکننده (مانند EMC) از سیستم‌عامل‌های عمومی به عنوان سیستم‌عامل اصلی دستگاه استفاده می‌کنند و در بخش‌های مورد نیاز تغییراتی در سیستم‌عامل می‌دهند؛ به عنوان مثال هسته سیستم‌عامل تجهیزات EMC VNX از سیستم‌عامل مایکروسافت ویندوز و هسته سیستم‌عامل EMC Unity از سیستم‌عامل لینوکس (Suse) استفاده می‌کند.

امروزه تجهیزات ذخیره‌سازی اطلاعات نقش بسزایی در ارائه سرویس‌های الکترونیکی سازمان‌ها برعهده دارند

دسته دوم شامل شرکت‌های تولیدکننده‌ای می‌شود که هسته دستگاه ذخیره‌سازی را نیز خود شرکت تولیدکننده تهیه می‌کند. بررسی شرکت تولیدکننده‌های مختلف ذخیره‌سازی نشان می‌دهد در تجهیزات ذخیره‌سازی نسل جدید بیشتر از سیستم‌عامل‌های عمومی استفاده می‌شود.

بخش دوم، شامل ماژول‌های نرم‌افزاری است که توسط شرکت تولیدکننده به سیستم اضافه می‌شود. این ماژول‌ها شامل تعدادی ماژول در سطح هسته سیستم‌عامل دستگاه و نیز تعدادی ماژول نرم‌افزاری در سطح نرم‌افزار کاربردی است که عملاً قابلیت‌ها و Job‌های دستگاه ذخیره‌سازی را شامل می‌شود؛ به عنوان مثال می‌توان به ماژول‌هایی که قابلیت Replication، Snapshot، Clone و حتی یکپارچه‌سازی با واسطه‌هایی مانند VASA یا VAAI را ارائه می‌دهند اشاره کرد.

بخش سوم شامل پنل مدیریتی تجهیز است که برای مدیریت دستگاه استفاده می‌شود. این بخش نیز توسط شرکت تولیدکننده ذخیره‌سازی تولید می‌شود.

خدمات فنی و تسهیلاتی

در سال‌های اخیر، شرکت‌های تولیدکننده راهکارها و محصولات ذخیره‌سازی، به غیر از ارائه تجهیزات و تکنولوژی‌ها، سرویس و خدمات نیز به مشتریان ارائه می‌کنند؛ از جمله سرویس‌ها و خدمات مهمی که توسط شرکت‌های تولیدکننده خوشنام محصولات ذخیره‌سازی ارائه می‌شود می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

طراحی، نصب و راه‌اندازی، مشاوره فنی و Tuning

خدمات سفارشی‌سازی محصول

خدمات پشتیبانی در سطوح مختلف (به عنوان مثال پشتیبانی نقره‌ای، برنزی و طلایی)

خدمات بازپایی داده

خدمات تعویض تجهیزات با تجهیزات نسل جدید همراه با ارائه تسهیلات

اخیر، تغییرات زیادی در زندگی شهروندان و کسب و کار شرکت‌ها و سازمان‌ها ایجاد کرده‌اند. برخورداری از بیش از یک دهه تجربه در تولید و ارائه نرم‌افزارهای قدرتمند بومی پشتوانه مناسبی جهت سرمایه‌گذاری هدفمند در حوزه تولید سامانه‌های نرم‌افزاری در کشور محسوب می‌شود.

معرفی راهکارهای ذخیره‌سازی بومی شرکت پارسا

راهکارهای ذخیره‌سازی شرکت پارسا، با هدف رقابت با شرکت‌های تولیدکننده خوشنام خارجی، به بازار عرضه شده است؛ از جمله مشخصات کلان این راهکارها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- استفاده از قطعه‌سازهای سخت‌افزاری خوشنام خارجی مانند Samsung، Seagate، Intel و QLogic
- طراحی مورد اصلی در داخل کشور و تامین آن از قطعه‌سازهای خوشنام سخت‌افزاری
- مونتاژ سخت‌افزار در داخل کشور و انجام تست‌های متنوع مبتنی بر استانداردهای روز دنیا جهت ارزیابی کیفیت و یکپارچگی قطعات
- سیستم‌عامل مبتنی بر لینوکس مانند اکثر محصولات رقیب خارجی
- پیاده‌سازی قابلیت‌های پیشرفته نرم‌افزاری ذخیره‌سازی قابل رقابت با مشابه خارجی در کشور
- پیاده‌سازی پنل مدیریتی دستگاه در داخل کشور
- ارائه تمامی خدمات و سرویس‌هایی که توسط شرکت تولیدکننده‌های خوشنام رقیب ارائه می‌شود در داخل کشور، از جمله سفارشی‌سازی محصول، پشتیبانی لایه سه مستقیم توسط شرکت تولیدکننده و خدمات بازایی اطلاعات در شرایط احتمالی بحران
- امکان ارائه خدمات مانیتورینگ پیشگیرانه از طریق پنل رایانش ابری
- ارائه محصولات دارای سرعت، امنیت، قابلیت اطمینان و کیفیت بالا و قابل رقابت با محصولات معادل خارجی.

قابلیت‌های محصول

برخی از قابلیت‌های محصول عبارتند از:

- استفاده از سخت‌افزار با کیفیت

سازمان‌ها ارائه می‌شود. راهکار ارائه پشتیبانی غیرمستقیم شرکت تولیدکننده، اتصال راه دور به تجهیزات سازمان است که با توجه به ملاحظات امنیتی برخی سازمان‌ها، علاوه بر اینکه از دید واحد حراست سازمان قابل پذیرش نیست، برای مدیران فناوری اطلاعات سازمان نیز نگرانی‌هایی به دنبال دارد. همچنین برخی از خدمات و سرویس‌هایی که توسط خود شرکت تولیدکننده ارائه می‌شود در ایران به سازمان‌ها ارائه نمی‌شود؛ از جمله این خدمات می‌توان به مواردی مانند سرویس سفارشی‌سازی، بازایی اطلاعات و مدیریت در رایانش ابری اشاره کرد.

تحریم‌ها در برخی زمینه‌ها فرصت‌سازی می‌کند

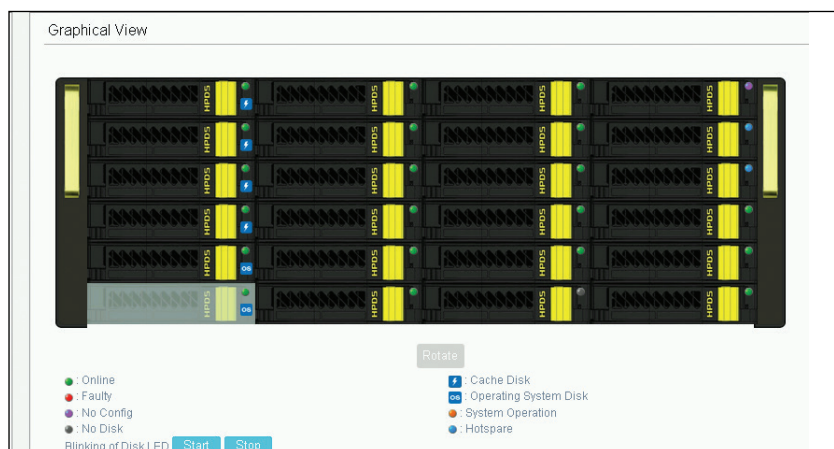
حضور نیافتن مستقیم شرکت‌های تولیدکننده مختلف خارجی در بازار ایران طی چند سال اخیر، در کنار تهدیدهایی که برای سازمان‌ها ایجاد کرده است، فرصت‌هایی نیز برای کشور به همراه داشته است؛ از جمله این فرصت‌ها می‌توان به تربیت تعداد زیادی نیروی فنی و نیز رشد قابل توجهی که در سال‌های اخیر در حوزه تولید نرم‌افزار در کشور مشاهده شده است اشاره کرد. هم‌اکنون بسیاری از سازمان‌ها، مانند بانک‌ها، بیمه‌ها، شرکت‌های مالی و اعتباری، PSP ها، سازمان‌های دولتی و بسیاری از شرکت‌های خصوصی، از نرم‌افزارهای بومی بابت مدیریت کسب و کار یا سازمان خود استفاده می‌کنند. وجود نرم‌افزارهای متعدد و مرغوب در دو رده سازمانی و کسب و کار در کشور مؤید این موضوع است. به گونه‌ای که همین سامانه‌های بومی، در دهه

خدمات مدیریت در رایانش ابری

یکی از سرویس‌هایی که در سال‌های اخیر توسط شرکت‌های تولیدکننده ذخیره‌سازی ارائه می‌شود سرویس مدیریت در پنل رایانش ابری شرکت تولیدکننده است. به این ترتیب که، در صورت تمایل مشتری، تجهیزات را در پنل رایانش ابری خود شرکت تولیدکننده رجیستر کرده، خدمات مانیتورینگ پیشگیرانه و توصیه‌های مختلف فنی را ارائه می‌کنند؛ از جمله استفاده از این گونه سرویس، اطلاع‌رسانی پیشگیرانه در زمینه مشکلات احتمالی، اطلاع‌رسانی در زمینه گلوگاه‌ها و راهکارهای حل مشکلات مربوطه، مقایسه یک مشتری با مشتری‌های دیگر و گزارش‌های تحلیلی و آماری از وضعیت کارکرد محصول است.

سایه تحریم روی راهکارهای ذخیره‌سازی اطلاعات در ایران

با توجه به مسائل مربوط به تحریم‌ها، شرکت‌های ارائه‌کننده تجهیزات و راهکارهای ذخیره‌سازی در ایران، بخش‌های سخت‌افزار و نرم‌افزار و لایسنس را به صورت آماده و غیرمستقیم از شرکت تولیدکننده خریداری کرده، برخی از سرویس‌ها را - بسته به توانمندی‌های خود - مستقیم به سازمان‌ها ارائه می‌کنند. به دلیل ملاحظات تحریم برخی از سرویس‌ها مانند خدمات مشاوره، طراحی و راه‌اندازی معمولاً توسط شرکت‌های داخلی ارائه می‌شود و در موارد خاص، با استفاده از کانال‌های بازرگانی خاص شرکت ایرانی، برخی خدمات پشتیبانی فنی از طریق تیکت به صورت غیرمستقیم از شرکت تولیدکننده دریافت و به



■ استفاده از معماری افزونه در لایه‌های مختلف نرم‌افزاری و سخت‌افزاری

■ دارای مدل‌های متنوع Block، File و Object پشتیبانی از پروتکل‌های متنوع مانند FTP و FC، iSCSI، NFS، CIFS، HTTP

■ پشتیبانی از درایوهای SSD به عنوان Cache

■ پشتیبانی از انواع درایو مانند SAS، NL-SAS، SSD

■ پشتیبانی از Disk Enclosure های متنوع

■ امنیت بالا در حفظ داده سازمان

■ پشتیبانی از انواع RAID مانند ۶۰/۶/۵۰/۵/۱۰/۱/۰

■ پشتیبانی از قابلیت‌های پیشرفته مانند Thin Provisioning، Auto-Tiering، Snapshot، LUN Migration، LUN Copy، Remote Replication

■ سازگار با San Switch های مورد استفاده در بازار ایران مانند EMC، Brocade، Cisco، HP

■ سازگار با انواع سیستم‌عامل از جمله لینوکس، ویندوز و یونیکس

■ سازگار با محیط‌های مختلف مجازی‌سازی مانند VMware ESXi، Microsoft hyper-V، Citrix و XenServer KVM

■ سازگاری با محیط‌های مختلف Virtual Desktop مانند راهکار شرکت‌های Citrix و VMware

■ سازگار با بسترهای رایانش ابری مانند Open Stack، Cloud Stack

■ رایانش ابری شرکت‌های VMware، Cisco، Oracle و HP

■ قابل رقابت با محصولات مشابه خارجی در زمینه سرعت و قابلیت اطمینان

■ دارای پنل مدیریت و مانیتورینگ پیشرفته HTML5

■ دارای گزارش‌های متنوع در زمینه نحوه کارکرد دستگاه.

تولیدکننده در داخل کشور

■ امکان حضور شرکت تولیدکننده در تمامی مراحل فنی اعم از طراحی، مشاوره، راهاندازی و پشتیبانی فنی

■ عملیات بازیابی اطلاعات در صورت خرابی دیتا

■ امکان سفارشی‌سازی محصول

■ امکان یکپارچه‌سازی محصول با واسط‌های مورد نظر

■ امکان ارائه سرویس راهبری پیشگیرانه توسط پنل رایانش ابری شرکت تولیدکننده

■ بازبینی دوره‌ای محصول و ارائه گزارش‌های دوره‌ای فنی.

■ گارانتی Performance مورد نیاز.

مزایای رقابتی

از جمله مزایای استفاده از محصولات ذخیره‌سازی پرسا نسبت به راهکارهای مشابه خارجی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

■ امکان ارتقای یک محصول به محصول رده بالاتر از همان نوع با ارائه تسهیلات مقرون به صرفه

■ امکان ارائه پشتیبانی لایه سه (پیشرفته) محصول به صورت شبانه‌روزی توسط خود شرکت

معرفی مدل‌های مختلف تجهیزات

Hybrid Storage شرکت پرسا

محصولات شرکت پرسا در دسته Object Storage و Hybrid Storage و All Flash Storage عرضه می‌شوند.

جدول زیر مشخصات کلی مدل‌های مختلف محصولات Hybrid Storage این شرکت را نشان می‌دهد.

Specifications	SAB-HB-150	SAB-HB-250	SAB-HB-500
Max No. of Drives	150	250	500
CPU	2x Intel Xeon 2600 V4	2x Intel Xeon 2600 V4	2x Intel Xeon 2600 V4
Memory	32G	64G	128G
Connection Protocols	FC(Block)/NFS/CIFS	FC(Block)/NFS/CIFS	FC(Block)/NFS/CIFS
Max cache Size	1 TB	4 TB	8 TB
Max RAW Capacity	2.3 PB	3.8 PB	7.6 PB
Disk support	SSD/SAS/NL-SAS	SSD/SAS/NL-SAS	SSD/SAS/NL-SAS
Redundancy	Dual controller, Dual paths, Redundant components	Dual controller, Dual paths, Redundant components	Dual controller, Dual paths, Redundant components
RAID options	0/1/10/5/50/6/60	0/1/10/5/50/6/60	0/1/10/5/50/6/60
FC ports	8G/16G	8G/16G	8G/16G
iSCSI support	1G/10G	1G/10G	1G/10G
Max number of FC/iSCSI ports	16	24	24
Max LUN size	256TB	256TB	256TB
Max Number of Pools	30	50	100
MAX Number of LUNs	1000	2000	3000
Max File systems Per Array	500	1000	1500
Max Attached Snapshots	1000	1500	2500

برون سپاری خدمات زیر ساخت مرکز داده یک انتخاب هوشمندانه



مسعود مقیمی

طبق گزارش IBM، در کشورهای توسعه یافته ۸۰ درصد سازمان‌ها تمایل به برون سپاری بستر زیر ساخت فناوری اطلاعات خود دارند. همچنین طبق آمارهای معتبر جهانی، تمایل به برون سپاری در کشورهای در حال توسعه نیز به صورت روزافزون در حال افزایش است. در این مقاله سعی شده مزایا و ملاحظات برون سپاری زیر ساخت فناور اطلاعات مورد بررسی قرار گیرد. امروزه فناوری اطلاعات، قلب تپنده بسیاری از کسب و کارها محسوب می شود. در بسیاری از سازمان‌ها، سرویس‌های الکترونیکی و سامانه‌های نرم افزاری یا چرخه اصلی کسب و کار را مدیریت می کنند یا نقش مهمی در پیشبرد مأموریت سازمان بر عهده دارند. از این رو راه اندازی مراکز داده به عنوان بستر سامانه‌های سازمان - در کشور روبه روز بیشتر مشاهده می شود. هزینه مستقیمی که برای راه اندازی و راهبری مراکز داده پرداخت می شود از یک طرف، و ریسک‌هایی که اختلال در مراکز داده به سازمان

وارد می کند از طرف دیگر، موضوع مدیریت استراتژیک و سیاست گذاری‌های کلان مرکز داده را حائز اهمیت می کند. طبق گزارش‌های معتبر، ۷۰ درصد سازمان‌هایی که دچار بحران اساسی در مراکز داده خود شده‌اند، به طور کامل ورشکست شده‌اند. این موضوع، مدیران حوزه فناوری اطلاعات و نیز مدیران ارشد سازمان‌ها را بر آن می دارد که انتخاب‌های هوشمندانه‌ای در زمینه سرمایه گذاری بستر فناوری اطلاعات داشته باشند. ارائه سرویس با کیفیت، همراه با پوشش ریسک‌های احتمالی، مأموریت امروز مراکز داده است که با فاکتور SLA (Service Level Agreement) قابل ارزیابی است.

از طرفی کسب و کارهای حساس، طبق به روش‌ها (Best Practice) توصیه‌های بالادستی و استانداردهای مربوطه، بابت مدیریت ریسک به دو الی سه عدد مرکز داده با فاصله فیزیکی مناسب از هم نیاز خواهند داشت. هر کدام از این مراکز داده، به دلیل استهلاك تجهیزات، هر چند سال یک بار نیاز به سرمایه گذاری مجدد دارند،

علاوه بر آن، هزینه‌های جاری نگهداری مراکز داده نیز موضوع قابل توجهی است. طبق گزارش شرکت معتبر گارتنر، ۷۰ درصد هزینه‌های مراکز داده مربوط به هزینه‌های جاری اعم از برق، آب، پرسنل، قراردادهای نگهداری و پشتیبانی و... هستند.

۱. معرفی انواع مدل مدیریت سرمایه در مراکز داده

انواع هزینه‌هایی که در مراکز داده قابل بررسی است به دو نوع Capex و Opex تقسیم می شود. امروزه در دنیا برخی از مراکز داده از مدل ترکیبی Capex و Opex استفاده می کنند و برخی نیز تنها بر اساس مدل Opex مراکز داده خود را مدیریت می کنند. در این بخش ابتدا هر یک از این دو مدل معرفی و سپس مزایا و معایب هر کدام از این دو سیاست تحلیل می شود.

۱.۱. معرفی نوع سرمایه گذاری Capex

در مدل Capex، تجهیزات و امکانات، با سرمایه گذاری اولیه سازمان بهره‌بردار، تامین

می‌شود و مالکیت منابع از آن خود سازمان است. ممکن است این استراتژی سرمایه‌گذاری در مورد زیرساخت غیرفعال مرکز داده یا زیرساخت فعال (مانند تجهیزات شبکه، امنیت، ذخیره‌سازی و پردازشی) یا هر دو بخش استفاده شود.

۱.۲. معرفی نوع سرمایه‌گذاری مدل Opex
در مدل سرمایه‌گذاری Opex، به جای خرید منابع، منابع (و خدمات) مورد نیاز به صورت مرحله‌ای به مرور زمان و حسب نیاز اجاره می‌شود.

۲. مزایای برون‌سپاری زیرساخت فناوری اطلاعات

منظور از زیرساخت فناوری اطلاعات، بسترهای لازم برای ارائه سرویس‌های الکترونیکی است. مزایای برون‌سپاری عبارت‌اند از:

۲.۱. کاهش هزینه‌ها:
آمارها و بررسی تجربیات مدل سرمایه‌گذاری Opex در دنیا نشان می‌دهد استفاده از این مدل سرمایه‌گذاری در بلندمدت موجب کاهش هزینه می‌شود؛ از جمله عوامل موثر در کاهش هزینه‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

کاهش هزینه‌های مربوط به نوسازی دوره‌ای تجهیزات و منابع: بررسی تجربیات موفق در دنیا نشان می‌دهد تجهیزات مختلف مرکز داده هر چهار تا هفت سال یکبار نیاز به خرید مجدد خواهند داشت. این موضوع دلایلی مانند استهلاک تجهیزات و مزایای استفاده از تکنولوژی‌های جدید را دارد. تحلیل مالی مراکز داده نشان می‌دهد در یک بازه ۱۵ ساله، مراکز داده به میزان چند برابر هزینه اولیه انجام‌شده نیاز به سرمایه‌گذاری مجدد خواهند داشت.

کاهش خواب سرمایه: مراکز داده خصوصی سازمان‌ها، به دلیل عدم استفاده از ظرفیت کامل تجهیزات، خواب سرمایه بدون ضرورت را تجربه می‌کنند. بررسی تجربیات سازمان‌های مختلف ایرانی نشان می‌دهد بین ۲۰ الی ۵۰ درصد هزینه انجام‌شده برای مراکز داده شامل چنین نوعی از خواب سرمایه بدون ضرورت می‌شوند. دلیل این امر آن است که هنگام طراحی مرکز داده لازم است تا حدی نیاز آینده نیز در نظر گرفته شود. بسیاری از منابع، با قدرت و ظرفیت بیشتری نسبت به نیاز یک یا دو سال اول

خرید می‌گردند تا در بلندمدت سازمان نیازمند دورریز تجهیزات و تهیه تجهیزات جدیدتری با قدرت بالاتر نشود. در حالی که شرکت‌های Service Provider، که منابع از آنها اجاره می‌شود، به دلیل استفاده اشتراکی از منابع خود، از بهره‌وری بیشتری از منابع موجود سود می‌جویند و این نوع از خواب سرمایه را به حداقل می‌رسانند.

علاوه بر آن شرکت‌های Service Provider معتبر به دلیل اینکه به صورت سالانه خریدهای زیادی در بخش آی تی می‌کنند طبیعتاً با قیمت تمام‌شده بهتری اقدام به تهیه منابع مورد نیاز خواهند کرد. لذا در مجموع هزینه تمام‌شده شرکت‌های Service Provider به میزان محسوسی از خود سازمان کمتر است.

کاهش هزینه در زمینه نیروی انسانی:
نگهداری یک مرکز داده نیاز به دانش و تخصص‌های متعددی دارد. همچنین برای ارائه یک سرویس با سطح کیفی بالا، بر اساس بهروش ITIL، یک مرکز داده می‌بایست دارای یک ساختار منسجم سیاستی و فرایندی باشد. تشکیل واحدی که همه تخصص‌های لازم را برای ارائه سطح بالایی از کیفیت برای یک مرکز داده نیاز دارند - به خصوص با در نظر گرفتن بحث افزونگی در نیروی انسانی - هزینه‌های سربار زیادی به مراکز داده تحمیل خواهد کرد. در بسیاری از مراکز داده کوچک و متوسط، به‌کارگیری تعداد زیادی نیروی انسانی در زمینه پشتیبانی فنی و فرایندی مرکز داده

طبق گزارش‌های معتبر، ۷۰ درصد سازمان‌هایی که دچار بحران اساسی در مراکز داده خود شده‌اند، به طور کامل ورشکست شده‌اند. این موضوع، مدیران حوزه فناوری اطلاعات و نیز مدیران ارشد سازمان‌ها را بر آن می‌دارد که انتخاب‌های هوشمندانه‌ای در زمینه سرمایه‌گذاری بستر فناوری اطلاعات داشته باشند

توجیه اقتصادی ندارد. چه بسا تعداد زیادی از این نیروها حجم کاری بالایی نداشته باشند ولی مراکز داده برای ارائه سرویسی با کیفیت بالا-به دلیل جدا بودن تخصص‌های مختلف- نیازمند استخدام نیروهای زیادی هستند. شرکت‌های Service Provider از استراتژی منابع مشترک در بخش نیروی انسانی نیز استفاده می‌کنند و با افزایش بهره‌وری نیروها، کاهش قابل ملاحظه‌ای در زمینه هزینه به‌کارگیری نیروی انسانی فراهم می‌سازند.

کاهش هزینه در زمینه نگهداری به‌روز دانش و تجربیات فنی: ارائه سرویس با کیفیت بالا، ایجاب می‌کند دانش و تجربیات فنی نیازمند به‌روزرسانی هرروزه باشند. با توجه به اینکه نگهداری و توسعه مرکز داده نیازمند تخصص‌ها و تجارب متنوعی است، معمولاً سازمان‌ها نیازمند برگزاری آموزش‌های دوره‌ای و نیز استفاده از مشاوران تخصصی فنی و فرایندی هستند. مرکز داده در طول مدت‌زمان نیازمند تغییرات است و توسعه دوره‌ای آن، بررسی تکنولوژی‌های جدید و انتخاب راهکارهای جدید مناسب و انجام تغییرات شامل هزینه سربار در زمینه نیروی انسانی و انجام پروژه‌های متعدد اجرایی خواهد شد.

کاهش سربارهای سازمانی: مراکز داده‌های متوسط و بزرگ در طول زمان نیازمند خرید تجهیزات جهت توسعه و جایگزینی تجهیزات قدیمی و نیز انجام پروژه‌های متعدد اجرایی خواهند بود. این موضوع ایجاب می‌کند سازوکار نسبتاً سنگینی در زمینه مدیریت مناقصات و پروژه‌ها ایجاد کنند که خود شامل صرف انرژی و هزینه‌های مستقیم و غیرمستقیم زیادی خواهد شد. علاوه بر آن، در طول زمان با چندین پیمانکار مختلف همکاری خواهند داشت. مدیریت پیمانکاران متعدد علاوه بر سربارهای جنبی، در فاکتور عکس‌العمل سریع در زمان بروز مشکلات احتمالی موثر خواهد بود. تجربیات مشابه در کشور نشان می‌دهد ساخت و تجهیز یک مرکز داده متوسط در کشور شامل تمامی مراحل فنی و اجرایی، به طور متوسط یک تا دو سال و ساخت یک مرکز داده بزرگ و مجهز، به طور متوسط چیزی بین دو تا چهار سال به طول می‌انجامد. در طول ساخت و ایجاد مرکز داده،

کیفی بسیار بالاتری را در زمینه امنیت اطلاعات در اختیار سازمان قرار دهند.

۲.۴. افزایش کیفیت سرویس و کاهش ریسک

مرکز داده‌هایی که نیاز به ارائه سطح کیفی بالایی از سرویس دارند نیازمند استفاده از روش‌های مدیریت ریسک هستند. زمانی که سازمان نیازمند SLA (سطح کیفی سرویس) بالا باشد، علاوه بر اینکه نیازمند انجام هزینه‌های سربار زیادی در بخش تجهیزات و تکنولوژی‌هاست، در دو بخش نیروی انسانی و همچنین فرایندها و سیاست‌ها نیز نیازمند انجام هزینه و بعضاً اجرای پروژه‌های تخصصی است. برای مراکز داده کوچک و متوسط، معمولاً نتیجه بررسی مالی نیازمندی‌ها، این است که به دلیل عدم توجیه اقتصادی انجام برخی هزینه‌ها، سازمان‌ها در برخی حوزه‌ها ریسک را پذیرفته، از انجام هزینه‌های کیفی خودداری می‌کند. همین پذیرش ریسک علاوه بر اینکه ریسک تبعات کیفی روی سرویس‌های سازمان را افزایش می‌دهد، ریسک‌های مالی و غیرمالی زیادی متوجه سازمان می‌کند؛ به عنوان مثال سازمان‌های کوچک و متوسط به دلایل اقتصادی معمولاً تمایل چندانی به استفاده از آخرین استانداردهای مرکز داده ندارند. در حالی که می‌توانند با استراتژی برون‌سپاری زیرساخت فناوری اطلاعات به یک Service Provider که از آخرین تکنولوژی‌های روز استفاده می‌کند، علاوه بر کاهش هزینه، کیفیت بالایی را تجربه کنند.

مثلاً ممکن است برای یک سازمان با مرکز داده متوسط توجیه اقتصادی نداشته باشد که از چندین نیروی فنی متخصص جهت نگهداری شبانه‌روزی مرکز داده استفاده کند یا برای یک سازمان نسبتاً کوچک به لحاظ هزینه‌ای توجیه نداشته باشد از تجهیزات و امکانات کیفی مطابق با آخرین استانداردهای روز دنیا استفاده کند. شرکت‌های معتبر Service Provider علاوه بر اینکه از تجهیزات و تکنولوژی‌های پیشرفته استفاده می‌کنند، در بخش فرایندها و سیاست‌ها دارای تجربیات زیادی هستند و نیز در بخش نیروی انسانی از نیروهای زبده و کارآمد استفاده می‌کنند و این موضوع، علاوه بر افزایش کیفی سطح خدمات، موجب کاهش ریسک سازمان‌ها

مقوله امنیت سایبری نسبت به سال‌های قبل چند برابر شده است. تجربه نشان می‌دهد تکنولوژی‌های مربوط به امنیت اطلاعات با سرعت بیشتری نسبت به بخش‌های دیگر مراکز داده تغییر می‌کنند و سازمان‌ها معمولاً مجبور به سرمایه‌گذاری‌های مجدد کوتاه‌مدت سه تا چهار ساله در این حوزه می‌شوند. از طرفی نیروی انسانی زبده در این زمینه در کشور بسیار کم است و استفاده از نیروهای کم‌کیفیت خطرات زیادی برای مقوله امنیت سازمان‌ها خواهد داشت. بر اساس آمار رسمی شرکت سیسکو، حدود ۷۵ درصد ریسک‌های امنیتی سازمان‌ها نه به خاطر تجهیزات امنیتی بلکه به خاطر ضعف در حوزه استفاده از نیروهای امنیتی زبده، فرایندها و دستورالعمل‌ها و عدم تسلط فنی کافی به مقوله راهبری امنیت مرکز داده است. از طرفی پوشش زوایای مختلف امنیت اطلاعات علاوه بر اینکه به خودی خود نیاز به تخصص‌های متنوع در زیرشاخه امنیت دارد، نیاز به اجرای پروژه‌های متعدد امنیتی از جمله پروژه‌های ISMS، تست نفوذ و SOC دارد که در بسیاری از مواقع هزینه واحد امنیت سازمان را به میزان غیرمنطقی بالا خواهد برد. شرکت‌های Service Provider قدرتمند، ضمن بهره‌مندی از ابزارها، فرایندها، سیاست‌ها و نیروی انسانی کارآمد می‌توانند با استفاده از استراتژی اشتراک منابع، با هزینه‌ای به مراتب کمتر از هزینه خود سازمان، سطح

از آنجا که کسب‌وکار سازمان‌ها روزبه‌روز وابستگی بیشتری به زیرساخت الکترونیکی سازمان پیدا می‌کند،

امروزه Service providerها شریک‌های تجاری سازمان‌ها محسوب می‌شوند و نقش بسیار مهمی در افزایش کیفیت سرویس‌های سازمان و حتی نقش مهمی در حصول سازمان به مأموریت‌های خود از جمله سود و درآمد خواهند داشت

سازمان انرژی زیادی در حوزه‌های مدیریت منابع انسانی، پیمانکاران مختلف بازرگانی و اجرایی و مشاوران و ناظران و همچنین مدیریت مناقصات و قراردادهای صرف خواهد کرد. بررسی‌های میدانی شرکت رمیس در سازمان‌هایی که اقدام به ایجاد مرکز داده کرده‌اند نشان می‌دهد مدیران سازمان‌ها، میزان انرژی لازم جهت ایجاد یک مرکز داده پیشرفته را "بالا" و یا "بسیار بالا" ارزیابی می‌کنند.

۲.۲. تمرکز سازمان بر اهداف اصلی سازمانی

توسعه و نگهداری مرکز داده، انرژی و تمرکز زیادی در واحد فناوری اطلاعات سازمان‌ها نیاز دارد. امروزه واحدهای فناوری اطلاعات سازمان‌ها در کشورهای پیشرفته به جای تمرکز بر توسعه و نگهداری بستر زیرساخت فناوری اطلاعات، تمرکز خود را بر فناوری اطلاعات به عنوان ابزار بهبود کسب‌وکار سازمانی می‌گذارند. توسعه سامانه‌های جدید، ایجاد گزارش‌های تصمیم‌ساز و بهره‌جویی از قدرت تکنولوژی‌ها و به‌روشنی‌های جدید فناوری اطلاعات در راستای افزایش سودآوری و بهره‌وری سازمانی از جمله مأموریت‌های واحد فناوری اطلاعات شرکت‌ها و سازمان‌های نسل جدید است. امروزه واحدهای فناوری اطلاعات سازمان‌ها تمرکز خود را بر بخش‌های تولید نرم‌افزار و سامانه‌های هوشمند و روی بسترهایی مانند وب و موبایل جهت تسریع و افزایش کیفیت سرویس‌های سازمانی و ایجاد فرصت‌های جدید کسب‌وکار معطوف می‌کنند و برون‌سپاری در بخش زیرساخت مرکز داده می‌تواند موجب شود واحد فناوری اطلاعات سازمان با تمرکز بیشتری به مأموریت‌های اصلی خود بپردازد.

۲.۳. افزایش سطح امنیت اطلاعات

امروز مبحث امنیت سایبری به مقوله بسیار پیچیده‌ای تبدیل شده است. طبق آمارهای رسمی، میزان جرائم سایبری در فاصله سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۰ دو برابر خواهد شد. بررسی آمارهای رسمی سال‌های اخیر نشان می‌دهد به دلیل تنوع و پیچیدگی روش‌های نفوذ سایبری سازمان‌ها هزینه‌های زیادی بابت بالا بردن سطح امنیت اطلاعات مراکز داده خود متحمل می‌شوند و میزان سرمایه‌گذاری سازمان‌ها در

خواهد شد.

۲.۵. چابکی و توسعه سریع

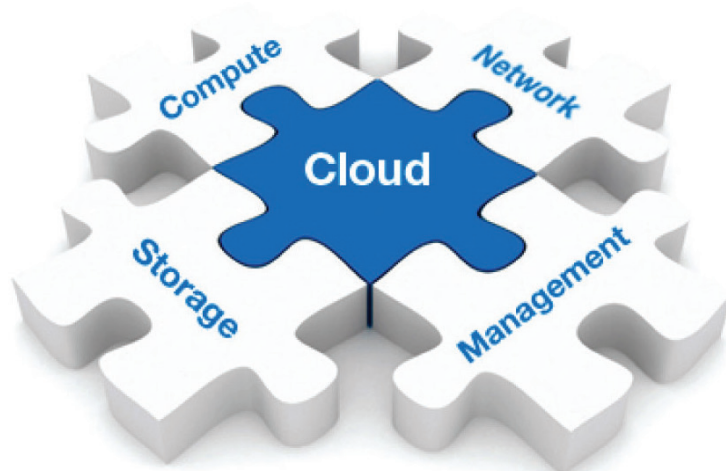
سرویس‌های الکترونیکی سازمان‌ها روز به روز در حال گسترش است و افزایش ضریب نفوذ اینترنت در کشور موجب شده سازمان‌ها سرمایه‌گذاری بیشتری در زمینه بهره‌جویی هرچه بیشتر در حوزه فناوری اطلاعات از طریق سامانه‌های تحت وب و موبایلی جدید انجام دهند. این موضوع سبب می‌شود چابکی در توسعه و تغییر در مراکز داده یکی از ضرورت‌های مراکز داده نسل جدید شود. در حالتی که خود سازمان اقدام به ایجاد مرکز داده می‌کند، توسعه مرکز داده -جهت افزایش ظرفیت یا ارائه سرویس‌های جدید- نیاز به انجام مراحل اداری مانند تهیه اسناد مناقصه، برگزاری مناقصه، انتخاب برنده، عقد قرارداد و مدیریت پیمانکار منتخب خواهد داشت، از این رو توسعه و تغییر مرکز داده در بسیاری از شرایط، پروسه زمان‌بر و انرژی‌بری خواهد بود. در حالی که در صورت برون‌سپاری زیرساخت مرکز داده، سازمان می‌تواند ظرف چند ساعت اقدام به توسعه و تغییر مرکز داده خود کند. این موضوع پشتوانه بسیار محکمی برای تصمیمات مدیران سطح بالای سازمان‌ها در راستای توسعه کسب‌وکار و افزایش درآمد خواهد بود.

۲.۶. ملاحظات برون‌سپاری زیرساخت فناوری اطلاعات

برون‌سپاری خدمات زیرساخت فناوری اطلاعات برای برخی سازمان‌ها ملاحظاتی به دنبال دارد که در ذیل به برخی از آنها اشاره می‌شود:

مقوله امنیت محل قرارگیری داده: برخی از سازمان‌ها به دلیل ملاحظات سازمانی از این موضوع که اطلاعات خود را بیرون از سازمان قرار دهند آگاه دارند. از آنجا که سمت‌وسوی فناوری اطلاعات در دنیا شدیداً به سمت برون‌سپاری در حوزه زیرساخت فناوری اطلاعات است، ابزارهای جدیدی در حوزه تکنولوژی ابداع شده که از لحاظ Privacy می‌توان سطح بسیار بالایی از امنیت را برای داده‌های سازمان‌ها ایجاد کرد.

ریسک سازمانی: تصور برخی از سازمان‌ها این است که این سطح از حساسیتی که سازمان نسبت به سرویس‌ها و داده‌های الکترونیکی خود دارد در Service Provider ها وجود ندارد. بررسی تجربیات مشابه در زمینه برون‌سپاری خدمات



۳. فاکتورهای مهم

در انتخاب Service Provider مناسب

در صورت برون‌سپاری زیرساخت فناوری اطلاعات، مسئولیت بسیاری از بخش‌های زیرساخت فناوری اطلاعات بر عهده Service Provider خواهد بود. علاوه بر آن، در صورت عدم انتخاب Service Provider مناسب، نه تنها سازمان نمی‌تواند از مزایای برون‌سپاری بهره‌مند شود، ریسک خود را نیز افزایش می‌دهد. برون‌سپاری مرکز داده در دنیا در سال‌های قبل شامل برون‌سپاری زیرساخت فیزیکی مرکز داده بوده است. این مدل از برون‌سپاری بسیاری از چالش‌های سازمان‌ها را حل نخواهد کرد. امروزه سازمان‌ها اقدام به برون‌سپاری در حوزه‌های بیشتری از سرویس الکترونیکی می‌کنند و علاوه بر زیرساخت غیرفعال مرکز داده، مسئولیت سرویس‌های سازمان را بر عهده Service Provider قرار می‌دهند. از آنجا که کسب‌وکار سازمان‌ها روز به روز وابستگی بیشتری به زیرساخت الکترونیکی سازمان پیدا می‌کند، امروزه Service provider ها شریک‌های تجاری سازمان‌ها محسوب می‌شوند و نقش بسیار مهمی در افزایش کیفیت سرویس‌های سازمان و حتی نقش مهمی در دستیابی سازمان‌ها به مأموریت‌های خود از جمله سود و درآمد خواهند داشت. در شماره بعد مجله به فاکتورهای مهم در انتخاب شرکت مناسب Service Provider در حوزه زیرساخت مرکز داده پرداخته خواهد شد.

فناوری اطلاعات در بانک‌ها، بیمه‌ها، برخی شرکت‌های مالی و حساس نشان می‌دهد این موضوع در سطوح مهمی مانند سامانه‌های Core Banking در بانک‌های بزرگ کشور نیز حل شده است؛ به عبارت دیگر برخی سازمان‌های بزرگ در بعضی از حوزه‌ها اقدام به برون‌سپاری خدمات فناوری اطلاعات کرده‌اند و این موضوع در سطوح بالا در کشور در جریان است. در صورت ارزیابی و انتخاب شرکت Service Provider مناسب، با پیش‌بینی ریسک‌های مربوطه در قرارداد مانند SLA، نه تنها برون‌سپاری زیرساخت فناوری اطلاعات ریسک سازمان‌ها را افزایش نخواهد داد بلکه به میزان قابل توجهی موجب کاهش ریسک سازمان خواهد شد.

سرمایه‌گذاری‌های قبلی انجام‌شده در

حوزه فناوری اطلاعات: برخی سازمان‌ها هم‌اکنون اقدام به ایجاد مرکز داده کرده‌اند. همچنین در زمینه نیروی انسانی نیز دارای واحد پشتیبانی مرکز داده و تعدادی نیروی فنی هستند. بسیاری از این سازمان‌ها برای سایت‌های افزونه خود یا جایگزینی تجهیزات قدیمی با تجهیزات و تکنولوژی‌های جدید، می‌توانند از استراتژی برون‌سپاری استفاده کنند.

همچنین بسیاری از نیروهای کنونی سازمان‌ها می‌توانند در راستای ارتقای سطح کیفی خدمات و سرویس‌ها، نقش‌های فرایندی و نظارتی بر عهده گیرند و تضمین‌کننده منافع سازمان در قرارداد فی‌مابین شوند.

ابر، فرصت‌های جدیدی برای توسعه اپلیکیشن به همراه می‌آورد

بلکه اپلیکیشن کاملاً امن خواهد بود. همچنین سرعت اپلیکیشن نسبت به پلتفرم‌های قدیمی بسیار بهتر است.

ویژگی‌های عصر جدید: پلتفرم ابر همچنین مجموعه‌ای از عناصر عصر جدید مثل نتورکینگ شبکه اجتماعی و موقعیت‌یابی جغرافیایی را به توسعه‌دهندگان ارائه می‌دهد. این امر یکی از دلایل اصلی‌ای است که توسعه‌دهندگان می‌توانند بهتر از پیش و با پایداری بیشتری کار کنند و عملکردهای مختلف را یکپارچه سازند. به این ترتیب پلتفرم ابر توانسته است فرایند توسعه اپلیکیشن همراه را متحول کند.

چالش‌های توسعه ابر

با وجود استحکام و همه‌جانبه بودن، مسائل معدودی وجود دارد که در زمان استفاده از پلتفرم ابر با آنها مواجه خواهید شد. باید این مسائل را شناسایی کرد، زیرا شناسایی آنها باعث می‌شود عملکرد بهبود و ارتقا یابد. در ادامه به این مسائل اشاره خواهد شد.

قابلیت اطمینان: اگر پلتفرم ابر با مشکل مواجه شود، اپلیکیشن نیز با مشکل مواجه خواهد شد. باید ارائه‌دهنده ابر خود را به دقت انتخاب کرد و برنامه بک‌آپ را نیز در ذهن داشت.

یادگیری: بین توسعه اپلیکیشن‌ها به روش سنتی و توسعه آنها بر ابر تفاوت وجود دارد. برای کار کردن در فضای ابر باید چیزهای جدیدی مثل XML، SQL و... را آموخت.

محدودیت‌های مجوز: قبل از اینکه پلتفرم ابر مورد نظر را انتخاب کنید محدودیت‌های مجوز را بررسی کنید تا اطمینان یابید می‌توانید اپلیکیشن خود را بسازید.

یکپارچه‌سازی با اپلیکیشن‌های on-site: اگر قبلاً اپلیکیشن‌های on-site را نصب کرده‌اید، باید روی ارائه یکپارچگی کامل بین اپلیکیشن‌های on-site و اپلیکیشن‌های ابرمحور کار کنید. این امر می‌تواند چالش‌هایی را در اوایل دوره پدید آورد. با این حال می‌توان با استفاده از API‌ها بر این موانع غلبه کرد. اینها برخی از چالش‌هایی هستند که توسعه‌دهنده در ابتدای توسعه در ابر با آنها مواجه است.

منبع: جکسنتر

فضای ابر لازم‌اند، از سوی ارائه‌دهنده ابر اجاره می‌شوند. مشتری تنها باید به ازای منابعی هزینه پرداخت کند که مورد استفاده قرار می‌گیرند. هزینه نگهداری سرورها و مراکز داده بر عهده مشتری نیست و هزینه‌ای که مشتری پرداخت می‌کند کمتر است.

عملکرد ساده: توسعه‌دهندگان یا کسب‌وکارهایی که از اپلیکیشن‌ها استفاده می‌کنند دغدغه‌ای در مورد زیرساخت ابر ندارند. نگهداری توسط شرکت زیرساخت ابر انجام می‌شود. به این ترتیب استفاده از فناوری ابر ساده است. فرصت‌هایی که پلتفرم فناوری ابر به توسعه‌دهندگان اپلیکیشن‌ها ارائه می‌دهد منحصر به آنهاست.

انقلاب در توسعه اپلیکیشن

پلتفرم ابر ویژگی‌هایی ارائه می‌دهد که پلتفرم‌های قدیمی توسعه اپلیکیشن ارائه نمی‌دادند. ابر توانسته است در توسعه اپلیکیشن تحول ایجاد کند. برخی از این ویژگی‌ها به این ترتیب‌اند:

راه‌حل‌های کاملاً یکپارچه: هنگامی که اپلیکیشن را روی پلتفرم ابر توسعه می‌دهید با پلتفرم یکپارچه می‌شود. هر ویژگی اپلیکیشن از ویژگی‌های پلتفرم ابر استفاده می‌کند. در نتیجه نه تنها اپلیکیشن کاملاً یکپارچه ارائه می‌شود

این روزها کسب‌وکارها به اپلیکیشن‌هایی نیاز دارند که سریع‌تر عمل می‌کنند و از هر جای دنیا قابل دسترسی‌اند. آنها نمی‌خواهند برای اجرای برنامه به دستگاه یا سخت‌افزار محدود باشند. این همان نقطه‌ای است که توسعه اپلیکیشن در ابر، وارد ماجرا می‌شود

رایانش ابری ساز و کار اپلیکیشن‌ها را به کلی تغییر داده است. در حال حاضر توسعه‌دهندگان می‌توانند راحت‌تر از قبل اپلیکیشن‌های شرکتی را روی ابر بسازند. به کمک توسعه برنامه ابر دسترسی به چنین اپلیکیشن‌هایی از طریق نرم‌افزار، پلتفرم و همچنین زیرساخت به عنوان سرویس افزایش یافته است. علاقه موسسه‌های توسعه اپلیکیشن نیز به یکپارچه‌سازی زیرساخت ابری افزایش یافته است. این مساله با اکوسیستم تلفن همراه و اپلیکیشن‌های همراه پررنگ‌تر شده است؛ اما بسیاری از توسعه‌دهندگان هنوز هم برای ایجاد اپلیکیشن‌ها از فناوری ابر استفاده نمی‌کنند.

فرصت‌های ابر برای توسعه اپلیکیشن

این روزها کسب‌وکارها به اپلیکیشن‌هایی نیاز دارند که سریع‌تر عمل می‌کنند و از هر جای دنیا قابل دسترسی‌اند. آنها نمی‌خواهند برای اجرای برنامه به دستگاه یا سخت‌افزار محدود باشند. این همان نقطه‌ای است که توسعه اپلیکیشن در ابر، وارد ماجرا می‌شود. اپلیکیشن‌ها می‌توانند به کمک راه‌حل‌های شرکتی روی پلتفرم ابر ساخته شوند و از هر جایی در دنیا در دسترس باشند. علاوه بر این فرصت‌های بسیاری در زمینه توسعه اپلیکیشن‌ها، توسط فناوری ابر ارائه می‌شود.

سرعت بیشتر: اپلیکیشن‌هایی که به ابر تکیه می‌کنند، به سرعت آزمایش و پیاده‌سازی می‌شوند. علاوه بر این سرعت آنها بیشتر است و هیچ تأخیری وجود ندارد. این امر به کسب‌وکارها اطمینان می‌دهد که آنها می‌توانند از برنامه‌ها در زمان واقعی و بدون هیچ تأخیری استفاده کنند. **مقیاس‌پذیری:** فناوری ابر می‌تواند برای ارائه منابع مناسب به اپلیکیشن‌ها مورد استفاده قرار گیرد. نیازی به سخت‌افزار اضافی نیست. همه سرورها در فضای ابر همیشه آنلاین هستند. در نتیجه به کمک یک کلیک، پهن باند و همچنین منابع به اپلیکیشن اختصاص و افزایش می‌یابند. **مقرون‌به‌صرفه:** مراکز داده و سرورها که برای

آشنایی با مسئولیت‌ها و اقدامات بخش منابع انسانی نرم و سخت‌های یک واحد

در شماره پیشین مجله، گزارشی از فعالیت‌های واحد منابع انسانی شرکت رمیس در زمینه استقرار ارزش‌های سازمانی این شرکت، منتشر کردیم. در این شماره، با وظایف و اقدامات این واحد به صورت کلی آشنا می‌شوید. گفت‌وگوی ما با عزیز میردار، مدیر منابع انسانی شرکت رمیس را در ادامه می‌خوانید.

واحد منابع انسانی داشته باشید که فقط دستورالعمل تولید نموده و شیوه‌ها و روش‌ها را تعیین می‌کند. در عوض شما به چیزی نیاز دارید که بتواند همراه مدیران و سرپرستان واحدهای مختلف سازمان باشد، دانش و تجربه آنها در کار کردن با انسان‌ها را تقویت کند تا آنها بتوانند مدیریت بهتری روی کارکنان سازمان داشته باشند و محیط کاری سازمان را به طور مستمر به سمت بهتر شدن ببرند.

برای انجام این مسئولیت واحد منابع انسانی نیاز به طراحی و اجرای دو گونه اقدام دارد که من اسم این گونه‌ها را اقدامات نرم و اقدامات سخت منابع انسانی می‌گذارم. هر کجا نیاز داریم جو حاکم بر شرکت بهتر شود، گفت‌وگوها در سازمان شکل گیرد و توافقات روانی مثبت بین همکاران و شرکت ایجاد شود نیاز به اقدامات نرم در حوزه منابع انسانی داریم. این اقدامات کمک می‌کنند فضای شرکت به فضای کاری مهربانانه و دوستانه‌تری برای کارکنان تبدیل شود. اگر بخواهم در این مورد مثالی بزنم، می‌توانم به رویدادهایی مثل صبحانه‌های رمیس اشاره کنم که به آن «ناشتانه» می‌گوییم، یا هدایای فصلی کتاب برای فرزندان رمیسی که بر اساس طبقه‌بندی سنی آنها در هر فصل یک کتاب هدیه می‌گیرند که به آن «دوست خوب کتاب» می‌گوییم، برنامه‌های موردی مانند «گلدانه» که موضوع آن هدیه گلدان گل برای تلطیف فضاهای کاری همکاران است؛ و در نهایت اقدامات کمیته رفاهی مانند مسابقات تخته‌نرد، فوتبال دستی، کارتنینگ، تماشای دورهمی مسابقات فوتبال جام جهانی برای کارکنان و خانواده آنها.

اقدامات نرم منابع انسانی معمولاً اقداماتی



برای دستیابی به اهداف رمیس بهره ببریم.
چرا مسئولیت خودتان را همراهی با شرکت می‌دانید نه اجرای مستقیم وظایف مرتبط با منابع انسانی؟

مدیریت کارکنان و ایجاد یک اتمسفر مثبت در محیط کار چیزی نیست که بشود آن را به صورت متمرکز از یک واحد ایجاد کرد و توسعه داد. ممکن است شما بتوانید سیاست‌های مالی یا زیرساخت‌های فناوری اطلاعات را به طور متمرکز اداره کنید اما در مورد منابع انسانی نمی‌شود این کار را کرد. شما نمی‌توانید یک

ماموریت واحد منابع انسانی رمیس چیست و دقیقاً چه کاری انجام می‌دهد؟

برای تعیین دامنه کار واحد منابع انسانی می‌توانم بگویم ماموریت ما در منابع انسانی رمیس قبل از پیوستن همکاران به مجموعه شروع شده و تا بعد از جدا شدن آنها از رمیس ادامه خواهد داشت. این ماموریت همه کارکنان و همه واحدها را شامل می‌شود. مسئولیت اصلی ما در این مسیر همراهی با شرکت برای ایجاد و توسعه مستمر یک محیط کاری مناسب است تا در آن بتوانیم از توانایی‌های همکاران



هستند که باعث ایجاد فضای روانی مثبت می‌شوند و معمولاً تأثیراتی کوتاه‌مدت دارند، بنابراین باید به طور مستمر با شیوه‌هایی خلاقانه به اشکال مختلف اجرا شوند تا بتوانند در ایجاد و نگهداشت اتمسفر مثبت تأثیرگذار باشند.

اقدامات نرم را توضیح دادید، اقدامات سخت منابع انسانی کدام‌اند؟

این تمام مسئولیت واحد منابع انسانی نیست. در کنار این اقدامات به طراحی و پیاده‌سازی سیستم‌هایی نیاز داریم که خروجی آنها بتواند به سازمان کمک کند بهترین افراد را برای موقعیت‌های شغلی سازمان استخدام کند، آنها را آماده کار کردن کند، کمک کند این افراد بتوانند توانایی‌های خود را برای انجام مسئولیت‌هایشان توسعه دهند، جبران خدمتی متناسب با واقعیت‌های بازار کار بیرون و اتفاقات درون سازمان برای آنها تعریف شود و زمانی که سازمان را ترک می‌کنند بازخوردی ارزش‌آفرین از آنها دریافت کند. من طراحی و پیاده‌سازی این سیستم‌ها را اقدامات سخت منابع انسانی می‌دانم که طراحی مبتنی بر مدل‌های موفق جهانی و متناسب با واقعیت‌های سازمان می‌تواند اثراتی بلندمدت و ماندگار در این زمینه داشته باشد. طراحی و پیاده‌سازی این سیستم‌ها معمولاً اقداماتی زمان‌بر و بلندمدت است و برای رسیدن به بلوغ باید به صورت مستمر بازنگری شوند و بهبود یابند. اگر بخواهم در این مورد مثالی بزنم، می‌توانم به طراحی سیستم‌های اجتماعی‌سازی کارکنان جدیدی اشاره کنم که در آن کارکنان جدید در ماه‌های اولیه کاری همراه با یک منتور (حامی) کار خودشان را شروع نموده و کتابچه راهنمای کارکنان دریافت می‌کنند؛ همچنین طراحی سیستم ارزیابی عملکرد که در آن کارکنان در بازه‌های زمانی شش‌ماهه طی دو جلسه رسمی با مدیرشان نسبت به برنامه‌ریزی عملکرد و دریافت بازخورد از مدیر شرکت می‌کنند. البته این سیستم در سال جاری در واحدهای منابع انسانی، مالی، زنجیره تأمین و امور مشتریان به صورت پایلوت اجرا می‌شود و در سال ۲۰۱۹ برای تمامی شرکت انجام می‌گیرد.

از دیگر سیستم‌هایی که می‌توانیم آنها را به

شناسنامه‌های شغلی باید به سیستم استخدام و ارزیابی عملکرد ورودی بدهد و این چرخه دائماً کار کند و خودش را به‌روز کند تا بتواند به حیات خود ادامه دهد. ما در واحد منابع انسانی یکی از مسئولیت‌های اصلی خود را گرداندن این چرخه سیستم‌های مختلف می‌دانیم و امیدوارم موفق باشیم.

آیا ارتباطی هم بین اقدامات نرم و سخت منابع انسانی وجود دارد؟

بله وجود دارد. این دو اقدام باید در یک راستا باشند. برای مثال شما نمی‌توانید در طراحی اقدام‌های نرم محوریت را بر گفت‌وگو و تعامل بین همکاران و سازمان بگذارید و از سوی دیگر سیستم‌هایی طراحی کنید که مانع گفت‌وگو شوند. اجازه بدهید یک مثال بزنم؛ در نگرش سنجی که در سال قبل بر اساس مدل هی‌گروپ انجام دادیم یکی از بازخوردهای پرنگی که گرفتیم این بود که لازم است سازمان و کارکنان گفت‌وگوی بهتری داشته باشند. این رویکرد را در هر دو حوزه اقدامات نرم و سخت پیگیری کردیم. تمام برنامه‌های رفاهی و دوره‌هایی که شکل گرفت به گونه‌ای طراحی شد که بتواند تعامل و گفت‌وگوی بین همکاران واحدهای مختلف و همچنین همکاران و سازمان را تسهیل کند؛ مثل برنامه‌های ناشتانه‌ها یا دیدارهای دوره‌ای تیم مدیریت ارشد با کارکنان واحدهای مختلف. در کنار اینها سیستم ارزیابی عملکردی طراحی و پیاده‌سازی شد که پایه اصلی آن گفت‌وگو بین مدیر و کارمند است. همچنین در سیستم منتورینگ همکاران جدید، به جای

عنوان یک اقدام سخت که در واحد منابع انسانی رمیس انجام شده در نظر گیریم سیستم طراحی و به‌روزرسانی شناسنامه‌های شغلی است که در آن ضمن شناسایی مشاغل مختلف مسئولیت‌های کلیدی مرتبط با هر شغل، چالش‌های آن، ارتباطات، دانش و مهارت و ویژگی‌های فردی مورد نیاز برای تصدی آن شغل تدوین و به‌روزرسانی می‌شود.

نکته دیگری که در این زمینه باید مد نظر قرار گیرد ارتباط بین این سیستم‌هاست که باید برقرار شود تا این سیستم‌ها بتوانند بیشترین اثربخشی را داشته باشند. سیستم‌های مدیریت منابع انسانی باید به یکدیگر متصل باشند تا بتوانند اثربخشی و کارایی لازم را داشته باشند؛ به طور مثال سیستم ارزیابی عملکرد باید به سیستم‌های آموزش و پاداش متصل باشد و به آنها ورودی تزریق کند، همچنین سیستم

مدیریت کارکنان و ایجاد یک اتمسفر مثبت در محیط کار چیزی نیست که بشود آن را به صورت متمرکز در یک واحد ایجاد کرد و توسعه داد. ممکن است شما بتوانید سیاست‌های مالی یا زیرساخت‌های فناوری اطلاعات را به طور متمرکز اداره کنید اما در مورد منابع انسانی نمی‌شود این کار را کرد

برگزاری یک آموزش بدو استخدام مثلاً یک یا چندروزه، تاکید بر گفت‌وگوی متور و همکار جدید صورت گرفت.

برای آینده چه اقدامات دیگری در برنامه دارید؟

به نظر من مدیریت منابع انسانی برای یک سازمان مانند یک سفر دائم است و یک پروژه نیست که نقطه پایانی داشته باشد. سازمان‌ها مانند موجودات زنده در طول حیات خودشان با پدیده‌ها و موضوعات مختلفی مواجه هستند و واحدهای منابع انسانی موظفاند بر اساس این واقعیات اقدامات خود را طراحی و اجرا کنند. در واحد مدیریت منابع انسانی رمیس نیز سعی می‌کنیم این‌طور پیش برویم. معمولاً رویکردها و پروژه‌های مرتبط با منابع انسانی قبل از شروع سال جدید میلادی توسط مدیرعامل به واحد منابع انسانی ابلاغ می‌شود. این پروژه‌ها که معمولاً از نتایج نگرش‌سنجی کارکنان و اتفاقات پیش روی شرکت ورودی می‌گیرند محوریت اقدامات ما در سال جدید میلادی خواهد بود.

با توجه به شرایط حاضر می‌توانم بگویم در سال ۲۰۱۹ تمرکز اصلی خودمان را باید بر پیاده‌سازی سیستم ارزیابی عملکرد در همه واحدهای سازمان و برقراری ارتباط آن با سیستم پاداش بگذاریم.

در انتها آیا صحبت دیگری مانده که به همکاران خود در رمیس بگویید؟

در انتها یک درخواست از همه همکارانم در رمیس دارم؛ در هر سطحی از سازمان که هستند از مدیران ارشد تا کارمندان، از آنها می‌خواهم با شیوه‌های مختلف به ما در واحد منابع انسانی بازخورد دهند؛ نظرات‌شان را اعلام کنند و به ما پیشنهاد بدهند. معتقدم هیچ سیستمی بدون دریافت بازخورد امکان تکامل ندارد، بنابراین درخواست می‌کنم هر جا فکر کردند مسأله‌ای در حوزه منابع انسانی وجود دارد که می‌توان آن را با روشی بهتر حل کرد، آن را به ما منتقل کنند. البته در واحد منابع انسانی به شیوه‌های مختلف سعی می‌کنیم از همکاران بازخورد بگیریم و با اطمینان می‌توانم اعلام کنم هیچ اقدامی در منابع انسانی رمیس صورت نگرفته مگر اینکه از بازخورد یک یا چند نفر از همکاران آمده باشد.

درباره طرح سنجش نگرش کارکنان

کارکنانی دلبسته و توانمند می‌خواهیم

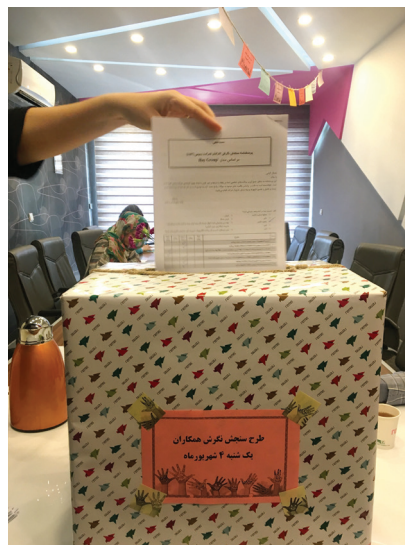
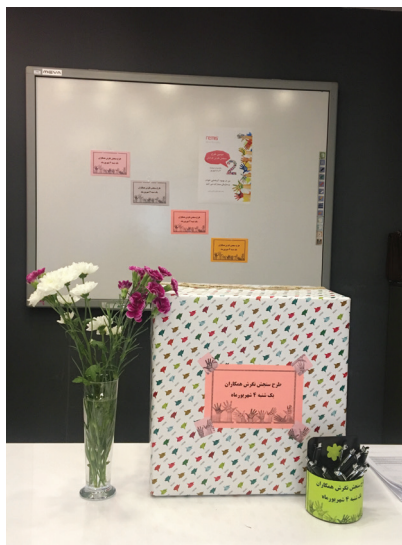
آزاده دودانگه

طرح سنجش نگرش کارکنان مدل هی‌گروپ شهریورماه سال جاری در شرکت اجرا شد؛ در این رابطه گفت‌وگویی با آزاده دودانگه، کارشناس منابع انسانی رمیس، انجام داده‌ایم که در ادامه می‌خوانید.

چه شد که رمیس به فکر برگزاری این طرح افتاد و هدف از برگزاری این طرح در رمیس چه بود؟

رمیس نیز مانند خیلی از شرکت‌ها در گذشته برای سنجش میزان رضایت کارکنان از شغل‌شان از مدل‌های مختلف استفاده کرده است. مدل‌هایی که تنها میزان رضایت شغلی کارکنان را اندازه می‌گرفته است. اما همه ما می‌دانیم که تنها رضایت از شغل کافی نیست بلکه ما کارکنانی دلبسته و توانمند می‌خواهیم تا در مسیر اهداف خود و شرکت تلاش کنند. به همین منظور در سال ۹۶ به پیشنهاد مدیریت ارشد شرکت، استفاده از مدل هی‌گروپ در دستور کار واحد منابع انسانی و اداری قرار گرفت. این واحد نیز طی مذاکره و عقد قرارداد با یکی از مشاوران متخصص خود اقدام به برگزاری این طرح در کل شرکت کرد. طرح سنجش نگرش کارکنان مدل هی‌گروپ، که برای اولین بار در مردادماه سال گذشته با هدف مشخص شدن وضعیت کنونی شرکت برگزار شد، امکان مقایسه ما با شرکت‌های حوزه خاورمیانه، جهان و شرکت‌های با عملکرد مالی برتر را فراهم





از سال دوم اجرای طرح بگویید: آیا پروژه‌های بهبود تعریف شده‌اند؟

امسال طرح سنجش نگرش همکاران در شهر یورماه برگزار شد. در ابتدا جلساتی به تفکیک واحدهای سازمانی و پروژه‌ها ترتیب دادیم و ضمن یادآوری رخداد سال گذشته و علاوه بر بیان مجدد نتایج و اقدامات بهبودی که در راستای این طرح در سال گذشته انجام شد، همکاران را به مشارکت در این طرح دعوت کردیم. امسال ما چون از شیوه برگزاری و تمامی اقدامات آگاه بودیم توانستیم در زمان کوتاه‌تر و با هزینه کمتر این طرح را برگزار کنیم و بالطبع مشارکت بالاتری را نیز نسبت به سال گذشته به دست آوردیم.

میزان مشارکت همکاران در این طرح طی دو سال متوالی بیشتر از ۹۰ درصد (سال اول: ۹۳ درصد و سال دوم ۹۷ درصد) بود که این اعداد چیزی نیست جز ایجاد مسئولیتی مهم از سوی همکاران برای ما که بایستی در مقابل خواسته‌های آنان پاسخگو باشیم.

تا به امروز نتایج حاصل به مدیریت ارشد، سایر مدیران و همکاران همه واحدهای سازمانی به صورت مجزا ارائه شده است. پروژه‌های بهبود نیز با توجه به نتایج به دست آمده تعریف و طی گزارشی به مدیریت ارشد پیشنهاد خواهد شد تا پس از تصویب به منزله اهداف واحد منابع انسانی و اداری در سال ۲۰۱۹ در نظر گرفته شود.

کلی توسط مشاور طرح در ابتدا به مدیران ارشد شرکت و سپس به سایر مدیران ارائه شد. نتایج جزئی‌تر نیز توسط واحد منابع انسانی و اداری به صورت مجزا برای هر واحد سازمانی ارائه شد. پس از ارائه نتایج، حال نوبت تعریف پروژه‌های بهبود و اقدامات اصلاحی بود که در واحد منابع انسانی تعریف و پس از تایید مدیریت ارشد در مسیر طراحی، پیاده‌سازی و اجرا قرار گرفت. یکی از مهم‌ترین و ارزشمندترین پروژه‌های بهبودی که در راستای این طرح در سال گذشته طراحی شد، پروژه مدیریت عملکرد بود که هم‌اکنون همکاران برخی از واحدها به صورت پایلوت در این سیستم مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند. علاوه بر مدیریت عملکرد، پروژه‌های دیگری نیز تعریف و در یک سال گذشته پیاده‌سازی شد که هم‌اکنون به صورت روتین جزو برنامه‌های این واحد هستند؛ همچون برنامه‌های ناشتانه رمیسی، دیدارهای دوستانه مدیریت و همکاران، پویش فرهنگی دوست خوب کتاب، برنامه‌های آموزشی برای مدیران، پروژه منتورینگ و...

همه ما می‌دانیم که تنها رضایت از شغل کافی نیست بلکه ما کارکنانی دلبسته و توانمند می‌خواهیم تا در مسیر اهداف خود و شرکت تلاش کنند

ساخت. ضمن اینکه ما توانستیم خود را با یک شرکت بنام ایرانی که در حوزه منابع انسانی در ایران سرآمد است مقایسه کنیم.

از نحوه برگزاری این طرح در رمیس برایمان بگویید؛ چگونه همکاران را به مشارکت در این طرح تشویق کردید؟

سال گذشته که برای اولین بار می‌خواستیم این طرح را در رمیس برگزار کنیم، برای اینکه با یک رخداد جدید مواجه بودیم، نیاز به تبلیغات و معرفی این طرح به همکاران داشتیم. برای همین منظور در گام نخست طی یک جلسه رسمی به معرفی آن به مدیران ارشد و میانی شرکت پرداختیم و در رابطه با ماهیت و اهداف طرح، شیوه برگزاری و کارکردهای آن (پس از به دست آمدن نتایج) صحبت کردیم و در نهایت از مدیران خواستیم تا با همکاران گروه خود در رابطه با طرح مورد نظر گفت‌وگو و آنها را به مشارکت دعوت کنند. علاوه بر این با انجام تبلیغات محیطی (نصب ریس و پوستر) در ساختمان‌های شرکت و ارسال ایمیل، اطلاع‌رسانی‌های لازم را انجام دادیم. اجرای طرح در کل شرکت سه روز کاری به طول انجامید و ما از پرسشنامه‌های کاغذی به جای پرسشنامه‌های الکترونیکی استفاده کردیم. هدف ما از این انتخاب این بود که همکاران را تشویق کنیم تا نظرات خود را بدون محافظه‌کاری اعلام کنند و این اعتماد را ایجاد کنیم که ما به نظرات آنان دسترسی نداریم. ناگفته نماند که تمامی پرسشنامه‌های کاغذی نیز توسط خود آنان در صندوق آرا ریخته و تحویل مشاور طرح شد و تنها نتایج حاصل توسط ایشان ارائه شد.

نتایج چطور تجزیه و تحلیل شد و اقدامات بعدی چه بود؟

پرسشنامه‌های جمع‌آوری شده در نرم‌افزار اکسل مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و نتایج کمی به دست آمد. علاوه بر نتایج کمی جهت استخراج نتایج کیفی، جلسات هم‌اندیشی برای ۲۰ نفر از همکاران که به صورت تصادفی انتخاب شده بودند برگزار شد و آنها با دکتر بهزاد بوالعلائی (مشاور شرکت در حوزه منابع انسانی) به گفت‌وگو پرداختند و نظرات و دغدغه‌های خود را با ایشان بازگو کردند. ماحصل نتایج کمی و کیفی جمع‌آوری شده نیز طی یک گزارش

نگاهی به استراتژی رهبری ساتیا نادلا، مدیرعامل مایکروسافت

زنده کردن ارزدهای مرده

پیش از اینکه ساتیا نادلا سکان مایکروسافت را به دست بگیرد وال استریت و سیلیکون ولی این شرکت را نامربوط به بازار امروز و در حال محو شدن خواندند. صنعت فناوری از رایانه‌ها به سمت تلفن‌های هوشمند در حال حرکت بود و مایکروسافت در مقابل اپل و گوگل کم آورده بود. در نهایت بالمر، مدیرعامل قبلی، در آگوست ۲۰۱۳ استعفا داد. در این میان بلومبرگ مطلبی با این عنوان منتشر کرد: «چرا آدم نباید بخواهد مدیر مایکروسافت باشد؟»

عنصر کلیدی رهبری

رهبری عنصر کلیدی‌ای است که موفقیت سازمان و تاثیر آن را مشخص می‌کند. محققان حوزه مدیریت با بررسی فرهنگ سازمانی و رهبری متوجه شده‌اند که فرهنگ و رهبری در ارتباط مستقیم با عملکرد سازمان قرار دارد. آنها همچنین به این مساله اشاره کرده‌اند که رهبری فرهنگ سازمان را توسعه می‌بخشد و بر پیشرفت رهبری سازمان تاثیر می‌گذارد. این امر یکپارچگی بین رهبری و فرهنگ سازمانی را نشان می‌دهد. در حالت کلی دو نوع رهبر وجود دارد: رهبران تحول‌آفرین (Transactional leaders) و رهبران تعاملی (Transformational leaders). رهبران تعاملی فرهنگ سازمان و فرایندها و قوانین موجود را دنبال می‌کنند؛ در مقابل، رهبران تحول‌آفرین کار خود را با مرور فرهنگ فعلی سازمان آغاز می‌کنند و سپس سعی می‌کنند دیدگاه‌های جدید، ارزش‌ها و اصول خود را به نوعی تغییر دهند. رهبران تحول‌آفرین سه نقش اساسی دارند: الف) تشخیص نیاز به تجدید حیات، ب) ایجاد دیدگاه جدید و ج) نهادهای سازی تغییر. برخی از محققان دیگر به چهار ویژگی این رهبران اشاره کرده‌اند: الف) نفوذ آرمانی، ب) انگیزش الهام‌بخش، ج) ملاحظات فردی و د) ترغیب ذهنی.

می‌توان گفت ساتیا نادلا به عنوان مدیری که خود را فرد معمولی‌ای معرفی می‌کند که بر آموزش افراد، همکاری، نوآوری، تفکر و نتایج بیش از

فرهنگ رقابتی و تهاجمی تمرکز دارد، ذیل رهبران تحول‌آفرین جهان قرار می‌گیرد. مایکروسافت با نادلا وارد مرحله‌ای جدید شد: رهبر تحول‌آفرینی که با شیوه مدیریتی متفاوت خود توانست تغییر بزرگی در مایکروسافت و فرهنگ، ارزش‌ها، اهداف، ساختار و استراتژی‌های آن پدید آورد.

از سال ۲۰۱۴ که ساتیا نادلا به عنوان مدیرعامل مایکروسافت مشغول به کار شد مسیر این شرکت تغییر کرد. او همکاری درازمدتی را با راهاندازی برنامه Microsoft Office برای آی‌فون ترتیب داد، موجانگ (Mojang) و لینکدین را خریداری کرد و همچنین از لینوکس استقبال کرد. سبک مدیریتی نادلا به مایکروسافت این امکان را داد که دوباره به عنوان شرکت فناوری نوآورانه و هیجان‌انگیز در بازار ظاهر شود. شرکت با مدیریت او توانست بیش از ۲۵۰ میلیارد دلار ارزش بازار در عرض سه سال و نیم کسب کند. فقط مدیران مشهوری مثل بزوس، کوک و زاک‌برگ چنین رزومه‌ای را در حوزه مدیریت دارند. نادلا یکی از رهبران جالب توجه حوزه فناوری اطلاعات است که در هند به دنیا آمده و در حال حاضر مشغول هدایت شرکت به سمت آینده است. او یکی از رهبران تحول‌آفرین است که می‌داند موفقیت یک‌شبه رخ نمی‌دهد. با توجه به همین مساله، به جای اندیشیدن به دراز مدت، سعی می‌کند دانه‌هایی برای آینده بکارد و در عین توجه به فردا امروز را از نو بسازد. این امر به معنای توجه به همه نکات مدیریتی در کسب‌وکار است؛ از فرهنگ و عملیات گرفته تا استراتژی و استعداد. در ادامه نگاهی می‌اندازیم به نکته‌های مدیریتی ساتیا نادلا و رویکردهایی که او در مایکروسافت اتخاذ کرده است.

روز اول شرکت: دهه ۲۰۰۰ دهه ضرر برای مایکروسافت بود، این شرکت در این تاریخ با بحران و کاهش مشتریان مواجه شد. نوآوری‌های متعدد گوگل و اپل و روانه شدن تبلت‌ها به بازار سبب شد رشد افسانه کسب‌وکار نرم‌افزاری متوقف شود. نادلا در سال ۲۰۱۴ در جایگاه مدیرعامل جدید از بازی جدیدی با عنوان «روز اول شرکت» حرف

زد: هر روز شرکت روز جدیدی برای آزمایش و نوآوری است. برای نادلا روز اول شرکت به معنای سه سوال است:

■ چقدر در ایجاد محصولات و خدمات جدید و الگوهای کسب‌وکار موفق هستیم؟

■ در سازگاری با تغییرات جدید یا اختلالات تا چه میزان موفق و تاثیرگذاریم؟

■ آیا فرهنگ ما از ریسک و شکست استقبال می‌کند؟

فرهنگ: تصمیم‌ها به چه شیوه‌ای گرفته می‌شوند و فرهنگ سازمان چگونه است؟ فرهنگی که از ذهنیت «دانستن همه چیز» به سمت «یادگیری همه چیز» می‌رود فرهنگی است که می‌تواند حرفی برای گفتن داشته باشد: یکی از اولین حرکت‌های جسورانه نادلا تغییر فرهنگ قدیمی به سمت فرهنگی بود که در آن به هر فرد در سازمان قدرت داده می‌شود که تصمیم بگیرد. تیم‌ها در این رویکرد به تمرکز بر پروژه‌هایی تشویق می‌شوند که نسبت به آنها شوق دارند. به این ترتیب که مایکروسافت به عنوان شرکتی ۴۲ ساله دیده نمی‌شود، بلکه سازمانی است که روز اول کاری خود را شروع کرده است. این ایده از آن ایده قدیمی در ذهن که باعث می‌شود افراد به نوآوری فکر نکنند آنها را دور می‌کند. در ادامه نگاهی می‌اندازیم به عناصر کلیدی در اندیشه و روش کار نادلا که باعث می‌شود او مدیرعامل تحول‌آفرین محسوب شود.

از اندیشه تا عمل: نادلا از روندهای جدید استقبال می‌کند و سعی می‌کند از ایجاد موانع جلوگیری کند. در جهان بی‌ثبات، ناپایدار، پیچیده و مبهم او متوجه است که انتظار برای اطمینان صد درصد باعث می‌شود روند تصمیم‌گیری بسیار کند شود. نتایج مایکروسافت در سال ۲۰۱۷ قدرت عکس‌العمل نشان دادن سریع و تفکر تدریجی را نشان می‌دهد؛ برای مثال خدمات ابر قبلاً ۳۲ درصد از درآمد را به خود اختصاص داده بودند اما در سال ۲۰۱۷ این آمار دو برابر شد.

یادگیری، یادگیری و یادگیری: نادلا تیم خود را تشویق به یادگیری، درس گرفتن از اشتباه‌ها و ادامه دادن می‌کند. این رویکرد باعث می‌شود افراد اعتماد به نفس داشته باشند، ریسک کنند و اشتباه‌های خود را به عنوان تجربه و فرصت‌هایی برای یادگیری در نظر بگیرند. به نظر نادلا هیچ



بگویند که خب، من امروز می‌روم سر کار و دکمه همدلی‌ام را روشن می‌کنم... من ادعا نمی‌کنم که همدلی درونی یا ذاتی است، چیزی است که باید یاد گرفت و در درون خود رشد داد.» به این ترتیب نادلا به ۱۲۴ هزار کارمند مایکروسافت الهام داد. او توانست کارکنان، مشتریان و سرمایه‌گذاران را تشویق به انتخاب راه‌های جدیدتر و مدرن‌تر کند.

رهبری تحول‌آفرین و رشد

توسعه رهبری تحول‌آفرین برای تقویت یا بازسازی سازمان به کار برده می‌شود و بخش موثری از فرایند تغییر است. نادلا با تمرکز بر مسائل اساسی و توسعه منابع انسانی و تجربه شغلی افراد توانسته است این سبک از رهبری را پیاده کند. می‌توان اجزائی را که برای مدیریت تحول‌آفرین برشمرده می‌شود در سبک مدیریتی او مشاهده کرد: در درجه اول هدف و استراتژی او در تمام نقل قول‌ها و تحلیل‌ها مشخص است. او با اتکا به این هدف سعی بر بهره‌برداری درست از منابع و توسعه آنها دارد. از سوی دیگر فرهنگ اثربخشی سازمان را تقویت می‌کند و با تاکید بر رویه‌های اخلاقی، مثل همدلی، فرهنگ سمی را از سازمان دور می‌کند. ارتباط مثبتی بین رهبری تحول‌آفرین و عملکرد سازمانی وجود دارد و نمونه آن در زمینه عملکرد مایکروسافت و مدیریت نادلا مشخص است. همچنین می‌توان این تاثیر را بین رهبری تحول‌آفرین با تعهد کارکنان، سطوح پایین استرس شغلی، رضایت شغلی و رضایت از رهبر، خلاقیت و نوآوری و هوش عاطفی دید.

یکی از ویژگی‌های حیاتی رهبری نادلا را همکار او بیل هیلف این‌گونه توصیف می‌کند: «او آدم‌ها را وارد بحث می‌کند و آنها را در مورد روند کارها هیجان‌زده می‌کند. فکر می‌کنم جادوی او الهام‌بخشی است، او بقیه را هول نمی‌دهد، به آنها انگیزه می‌دهد که کار را انجام دهند. این جزئی از اوست، چه شرکت فناوری را مدیریت کند چه موسسه خیریه را. او همیشه همین رفتار را خواهد داشت.»

همدلی: ممکن است همدلی نامربوط به این موضوع بنماید. نادلا این‌طور توضیح می‌دهد که همدلی کیفیتی است که مأموریت قدرت بخشیدن به مایکروسافت و کار تیمی را شکل می‌دهد؛ باعث می‌شود سازمان‌ها بیشتر به نظرات و احساسات مشتری بیندیشند و نیازهایی را پوشش دهند که در مورد آنها صحبت نشده است. اولین درخواست نادلا از مدیران اجرایی شرکت این بود که کتاب *ارتباط بدون خشونت* روزنبرگ را بخوانند که در مورد همکاری همدلانه است. همین مساله نشان می‌داد روش مدیریت نادلا با بقیه فرق دارد. نادلا می‌گوید: «ارزشی که من یاد گرفته‌ام عمیقاً از آن قدردانی کنم و چیزی است که می‌خواهم در مورد آن صحبت کنم همدلی است.» به نظر نادلا توانایی درک دیگران برای غول‌های فناوری‌ای مثل مایکروسافت ضروری است. به عقیده نادلا «همدلی صرفاً ویژگی خوبی نیست که باید داشت، بلکه هسته نوآوری در شرکت است.» با این حال او اعتراف می‌کند که نشان دادن همدلی آن قدرها هم آسان نیست. او می‌گوید: «نمی‌توانید

ایرادی در پذیرفتن شکست وجود ندارد. او بر اهمیت تقویت ذهنیت یادگیری مستمر برای نوآوری و ایجاد انگیزش نترسیدن از شکست تاکید می‌کند.

نادلا عاشق رهبری است، او از آموزش‌های آنلاین استفاده می‌کند و مدام در حال کتاب خواندن است. توسعه مهارت‌ها و گسترش دانش فردی باعث می‌شود فرد بتواند دید فراتری داشته باشد.

تاثیرگذاری: هنگامی که از نادلا پرسیده شد چرا این سمت را قبول کرده پاسخ داد: تاثیر. جایگاه مدیرعامل یکی از جایگاه‌هایی است که به او امکان می‌دهد پتانسیل انسان‌ها را در جهانی با شیوه‌های قابل توجه به کار بگیرد.

یافتن راه‌های نوآوری: هدف اصلی نادلا در این زمینه مشخص است: از میان برداشتن موانعی که سر راه نوآوری قرار دارند. او می‌خواهد تمرکز شرکت بر نوآوری باشد.

کار تیمی: هر سازمان بزرگی فقط چند گام با بوروکراسی و روندهای معیوب فاصله دارد. گاه رهبران در مورد اینکه چه کارهایی می‌توانند انجام دهند ایده‌هایی دارند اما به این فکر نمی‌کنند که بقیه افراد سازمان چه کارهایی می‌توانند در راستای پیشرفت سازمان انجام دهند. نادلا می‌داند عضو از تیم است. او موفقیت کسب‌وکار را به بازی کریکت تشبیه می‌کند و می‌گوید: «من فکر می‌کنم از کریکت در مورد کار تیمی و رهبری آموختم و اینها همچنان با من باقی مانده است.» هدایت یا کنترل: رهبران باید بتوانند با تیم‌های خود همکاری کنند نه اینکه آنها را کنترل کنند.

روانشناسی رمزها

بعد از اینکه از روانشناسی رنگ‌ها و روانشناسی ماه تولد رسیدیم به روانشناسی «چه میوه‌ای دوست داری»، «ماشین مورد علاقه‌ت چیه، بگو تا بگم چه شخصیتی داری»، «تاریخ تولدتو بگو بهت بگم باید توی کدوم کشور به دنیا میومدی» و... متوجه شدم که همه ما لاف‌ل به یک بیماری روانی مبتلا هستیم که قصدی برای درمان آن نداریم و سعی می‌کنیم بدون مراجعه به پزشک و از طریق روش‌های کاملاً متعارف! حفره‌های شخصیتی‌مان را شناسایی و ترمیم کنیم. بنابراین تصمیم گرفتم برای اولین بار در کشور روانشناسی رمزها را که تماماً توسط اینجانب تحقیق و تالیف شده است به خوانندگان گرامی تقدیم کنم. این تحقیق بر اساس سال‌ها تفحص میدانی در صف بقالی و نانوايي و بازار روز و گوش دادن به پاسخ شهروندان به سوال فروشنده که می‌گویند «رمزتون؟» انجام گرفته است. در این میان جا دارد از تمامی صنوف که در پنهان کردن کارتخوان در پشت پیشخوان زمینه‌ساز اعلام بلند رمز در ملاء عام و خاص شده‌اند تشکر کنم و از قشر محترم پزشکان هم که کلاً با عدم نصب کارتخوان زمینه‌سازی لازم برای حفظ رموز هموطنان را فراهم کرده‌اند تقدیر و تشکر به عمل آورم. امید است این مطلب مورد بهره‌برداری همگان به‌خصوص قشر زحمت‌کش کیف‌قاپ و هکر واقع شود.

۱۳xx

کسانی که شماره رمزشان به فرمت بالاست و با هزار و سیصد و یک چیزی شروع می‌شود، رمزشان تاریخ تولد خودشان است و

عمدتاً مجردند.

■ یک زوج عدد بین ۴۰ تا ۷۰ مانند ۴۷۶۱ یا ۵۲۵۹

این رمزها ترکیبی از تاریخ تولد دو زوج بوده که یکی سال تولد صاحب کارت و دیگری سال تولد همسرشان است که طبیعتاً عدد بزرگ‌تر سال تولد خانم است. این افراد اهل خانواده و خانواده دوست هستند. با نگاهی گذرا به صورت صاحب کارت متوجه خواهید شد که سن‌شان به رمز کارت‌شان می‌خورد یا خیر و آیا اختلاف سنی‌شان برای این ازدواج کافی بوده یا نه.

■ یک عدد رند مانند ۱۲۳۴

این رمز را کارمند محترم بانک یا نوه صاحب کارت روی کارت گذاشته تا این بزرگواران رمز را فراموش نکنند.

■ شروع با ۱۹ مانند ۱۹۸۵

سال تولد صاحب کارت به میلادی. غرب‌زدگی در ریخت و قیافه نام‌برده موج می‌زند. بعضاً تاریخ انقضای کارت این عزیزان به صورت ژانویه یا فبرای هم چاپ شده است!

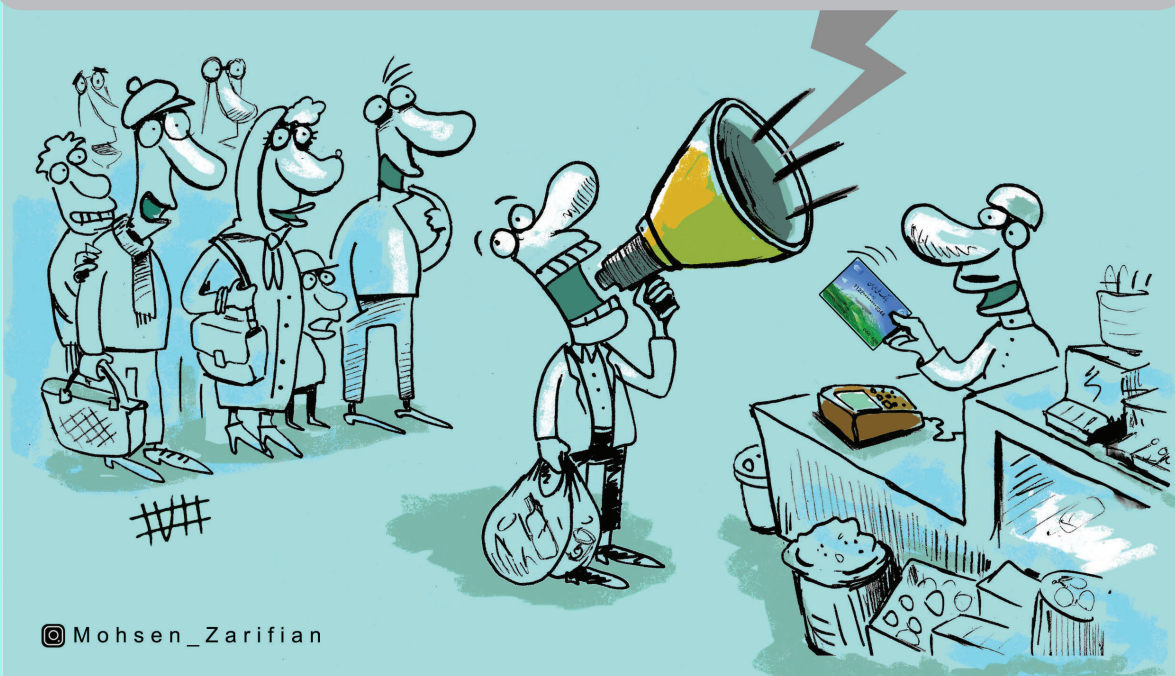
■ رمز ۴۰۳۰

نام‌برده فوتبال‌دوست و طرفدار تیم چلسی و لیگ برتر انگلستان است.

■ رمز با تکرار یک عدد مضرب پنج مانند ۸۵۸۵ و ۷۵۷۵

نام‌برده دارای سیم‌کارت ایرانسل بوده و کدهای دستوری پرکاربرد ایرانسل را رمز کارت خود قرار داده است. تلفن روابط عمومی برج میلاد نیز برای اطلاع از برنامه‌ها و همایش‌ها و ساعات بازدید نیز ۸۵۸۵ است.

بادمجون میرزا





remis®

برفراز دنیای داده‌ها



تهران، خیابان ولیعصر، خیابان مطهری
 خیابان سربداران، شماره‌ی ۲۸
 تلفن مرکز تماس و مشاوره: ۴۲۰۸ ۴۰۰۰
 فکس: ۴۲۰۸ ۴۲۰۸
www.remisco.com
contact@remisco.com

ارائه، اجرا و تامین راهکارهای

– مراکز داده نوین

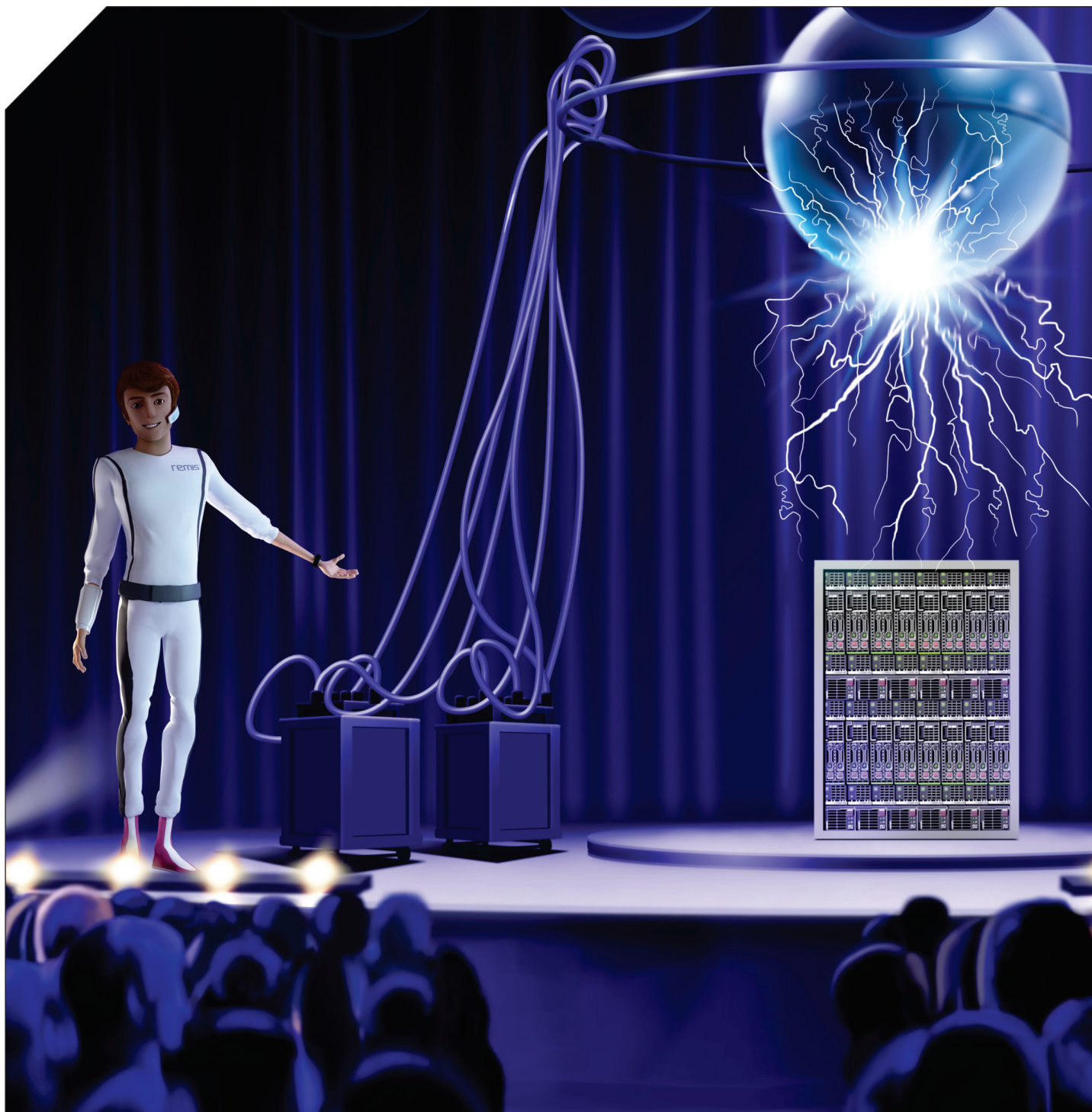
– سایت های پشتیبان و DR PLAN

– ذخیره سازی هوشمند اطلاعات

– پشتیبان گیری کارآمد داده

– رایانش ابری و مجازی سازی

– برون سپاری بستر فناوری اطلاعات



remis®

برفراز دنیای داده‌ها

تهران، خیابان ولیعصر، خیابان مطهری
خیابان سریداران، شماره ۲۸
تلفن مرکز تماس و مشاوره: ۴۲۰۸ ۴۰۰۰
فکس: ۴۲۰۸ ۴۲۰۸

www.remisco.com
contact@remisco.com



طراحی، مشاوره، تامین و اجرای راهکارهای ذخیره سازی و پشتیبان گیری اطلاعات اعم از

All Flash و Hybrid شامل ذخیره سازهای Block Storage –

File Storage –

Object Storage –

Disaster Recovery و High Availability در لایه ذخیره سازی

Performance Tuning در لایه ذخیره سازی

– پشتیبان گیری اطلاعات همراه با کاهش چشمگیر زمان و فضای مورد نیاز جهت پشتیبان گیری و

بازیابی اطلاعات

– ارائه خدمات "پشتیبانی حرفه ای" با SLA متنوع، در حوزه ذخیره سازی و پشتیبان گیری