

رسمی



نشریه داخلی شرکت رمیس • شماره ۱۱ • تابستان ۱۳۹۲

گفت‌وگو با مازیار نوربخش؛ مدیرعامل شرکت رمیس

تصمیمات در رمیس شخصی و فردی نیست

- افتتاح مرکز داده استان قم
- HP MSA 2040 محصول ذخیره‌سازی جدید
- Cloud OS سیستم عامل جدید شرکت HP
- نگاهی به نسخه سوم پروتکل SNMP
- استراتژی نام تجاری

ریمیسکو

افزارپرداز ریمیسکو سهامی خاص

Information Technology P.J.S. Co.



اصل بودن محصولات HP عرضه شده توسط شرکت ریمیسکو تحت نظارت دقیق کارشناسان رسمی HP تضمین شده است.



- مشاوره و فروش سرورهای Proliant با تحویل فوری
- مشاوره و فروش انواع تجهیزات ذخیره سازی اطلاعات (EVA, SAN)
- ارائه راهکارهای آرشیو اطلاعات
- ارائه خدمات پس از فروش توسط کارشناسان رسمی HP
- گارانتی تعویض بی‌قید و شرط کلیه قطعات



- مجری پروژه‌های ملی فناوری اطلاعات و ارتباطات
- کامل‌ترین تیم پشتیبانی فنی
- ارائه خدمات پس از فروش در مراکز استانها
- ارائه تجهیزات اصلی هولوگرام‌دار سیسکو
- تحویل در کوتاه‌ترین زمان ممکن
- گارانتی تعویض

آن چه در این شماره می خوانید:

کوتاه از رمیس

- آغاز برگزاری سمینارهای رمیس در دانشگاه‌های کشور / ۲
- استقرار نظام پیشنهادهای رمیس در سراسر ایران / ۳
- رمیس و برگزاری جشن اوپتو 13.04 / ۴

گزارش یک پروژه

- افتتاح مرکز داده استان قم / ۵

گفتگو

- تصمیمات در رمیس شخصی و فردی نیست / ۷

تازه‌های فناوری

- HP MSA 2040 محصول ذخیره‌سازی جدید / ۸
- Cloud OS سیستم‌عامل جدید شرکت HP / ۹

گفتگو

- به سمت الکترونیکی کردن امور اداری حرکت کردیم / ۱۰
- رضایت مشتری همواره سرلوحه فعالیت‌های ما است / ۱۱

مدیریت

- استراتژی نام تجاری / ۱۲

فناوری

- نگاهی به نسخه سوم پروتکل SNMP / ۱۴

سلامت و بهداشت

- کارمندان و کار نشسته / ۱۶

فرهنگ و هنر

- باغ فردوس و موزه سینمای ایران / ۱۷

کسب‌وکار

- توانایی‌ها و درآمدهای حوزه IT در سال ۲۰۱۳ / ۱۸

سرگرمی

- قهوه مبادا / ۱۹
- شوخی: تذکره مدیران / ۲۰

رمیس

نشریه داخلی شرکت رمیس • شماره ۱۱ • تابستان ۱۳۹۲

صاحب امتیاز: شرکت افزارپرداز رمیس

مدیر مسئول: ایرج شفیعی

سردبیر: میثاق محمدی‌زاده

تحریریه: سمیرا محمدی - پریسا بدری - طاهره رحیمیان - فاطمه کاشفی -

یاسمن شیرازی - بابک پوربخش - البرز محمودی - هومن فروزان - رضا قصاب

عکس: امید تیرانداز

نشانی: تهران، خیابان مطهری، خیابان سربداران، پلاک ۲۸

تلفن: ۸۸۹۲۵۸۰۸ - دورنگار: ۸۸۹۳۶۰۶۸

از خوانندگان و علاقمندان دعوت می‌شود در صورت تمایل، مطالب خود را برای چاپ در نشریه به پست الکترونیک Info@remisco.com ارسال کنند.

سرمقاله

سال توسعه زیرساخت‌ها

در کشورهای توسعه‌یافته یک اصل مورد پذیرش تمامی مدیران کسب‌وکارها و شرکت‌های تجاری است و همه بزرگان روی آن تأکید ویژه دارند. براساس این اصل نمی‌توان بدون توسعه زیرساخت‌ها و تقویت زیربناها اقدام به توسعه و گسترش کسب‌وکار کرد. برای موفقیت شرکت‌های تجاری و مهم‌تر از آن استمرار این موفقیت‌ها و دستیابی به یک رشد مستمر ابتدا باید زیرساخت‌های بنیادین شرکت تقویت و توسعه یابند و سپس بر روی آن‌ها طرح‌های توسعه‌ای کسب‌وکار را پیاده‌سازی کرد.

رمیس نیز با نگرش به این اصل مهم و حیاتی، اهداف و برنامه‌هایی را در ابتدای سال ۱۳۹۲ برای تقویت و توسعه زیرساخت‌های خود و تحکیم فرآیندهای زیربنایی شرکت ترسیم نموده و یک‌به‌یک در حال انجام و عملیاتی‌سازی آن‌ها است.

تکمیل پروژه برندینگ، ارتقاء نظام مدیریت ارتباطات با مشتری (CRM)، توسعه سامانه اعلام خرابی و درخواست سرویس (Ticketing)، پایش میزان رضایت‌مندی مشتریان، راه‌اندازی سیستم مکانیزه پرسنلی و تقویت نظام پیشنهادات از عمده برنامه‌هایی است که مدیران و کارکنان رمیس به انجام آن‌ها همت گمارده‌اند که آثار و فواید آن‌ها به‌زودی در سطح شرکت نمودار خواهد شد.

برای نمونه پروژه نظام پیشنهادات در بهمن ماه سال ۹۱ آغاز و فاز سوم آن با حضور مسئول دبیرخانه مرکزی در برخی از شعب شهرستان، پیاده‌سازی شده و قرار است به کلیه شعب رمیس در شهرستان‌ها توسعه یابد.

همچنین طرح سنجش رضایت‌مندی مشتریان که از سال ۱۳۹۱ کلید خورد با جدیت ادامه پیدا کرده و واحد مارکتینگ پس از جمع‌بندی اطلاعات، نتایج آن‌را منتشر کرده است.

تمامی این پروژه‌ها و طرح‌های زیربنایی در جهت بهبود ارتباطات مشتریان با شرکت و همچنین همکاران و نمایندگان شرکت با یکدیگر و در نتیجه بهبود کارایی سیستم و افزایش چابکی در پیگیری فرآیندهای کاری است. ماحصل تمامی این اتفاقات رضایت‌مندی بیشتر در میان مشتریان و کارکنان شرکت رمیس بوده که امکان گسترش و توسعه پایدار شرکت را فراهم می‌کند.

لازمه توسعه یک شرکت بهاء دادن به بخش‌های زیربنایی و حیاتی آن مانند مارکتینگ، تحقیق و توسعه، فروش و... است. در غیر این صورت توسعه بی مطالعه یا صرفاً کمی کسب‌وکارها نتایج موقت و زودگذری داشته و به مرور مشکلات و چالش‌های جدیدی را به وجود خواهد آورد که جبران آن‌ها صرف هزینه و نیروی انسانی بیشتری را طلب می‌کند.

در همین راستا تغییر و تحولاتی نیز در فصل‌نامه رمیس صورت گرفته است که نخستین شماره آن پیش‌روی شما است. فراخوان تهیه مطالب و محتوا به دست نیروهای داخلی شرکت، افزایش کیفیت طراحی و گرافیک فصل‌نامه و درنهایت بهره‌مندی از چاپ و توزیع بهتر، گامی دیگر در جهت افزایش کیفیت فعالیت‌ها در شرکت رمیس است.

■ ایرج شفیعی



◆ آغاز برگزاری سمینارهای رمیس در دانشگاه‌های کشور

با برگزاری سمیناری با عنوان «فناوری‌های بنیادین شبکه‌های اجتماعی» در آمفی تئاتر دانشکده فنی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران- جنوب، سلسله سمینارهای شرکت رمیس در سال ۱۳۹۲ کلید خورد. در این سمینار که صبح روز ۱۶ اردیبهشت ۱۳۹۲ با همکاری انجمن علمی و با حضور دانشجویان این دانشکده برگزار شد مباحثی با محوریت مقدمه‌ای بر شبکه‌های اجتماعی، مشکلات فنی و مسائل پیش‌رو در شبکه‌های اجتماعی بزرگ، فناوری پردازشگرها در شبکه‌های اجتماعی و گمانه‌زنی از ذخیره‌سازهای مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی توسط آقای فرگام جمشیدی، مدرس مؤسسه آموزش عالی آزاد ارژنگ مطرح شد. در پایان مراسم پرسش و پاسخی میان دانشجویان حاضر و سخنران برقرار شد که بیان‌کننده علاقه‌مندی حاضران به موضوع این سمینار بود.



◆ اخبار واحد اداری و منابع انسانی

• شرکت رمیس در جهت بهبود و توسعه فعالیت‌های خود در حوزه منابع انسانی، از ابتدای تیرماه سال جاری همکاری خود را با جناب آقای دکتر ابوالعلائی توسعه داده و از دانش و تجربه‌های ایشان در حوزه منابع انسانی بهره‌مند شده است. از جمله اهداف موردنظر رمیس در این همکاری، می‌توان به ارتقای سطح کیفی فرآیند جذب و استخدام، تسهیل‌گری در تعاملات بین فردی در داخل سازمان، نظارت بر فعالیت و مسیر حرکت پروژه نظام پیشنهادها در رمیس (که از نیمه بهمن ماه سال ۹۱ شروع به فعالیت کرده است) و طراحی و پیاده‌سازی پروژه مدیریت عملکرد اشاره کرد. لازم به ذکر است که جناب آقای دکتر ابوالعلائی، از اساتید برجسته در حوزه منابع انسانی و مدرس دانشکده مدیریت دانشگاه شریف و سازمان مدیریت صنعتی می‌باشند و با مجموعه‌های صنعتی و خدماتی بزرگ ایران از جمله شرکت‌های ایران خودرو، مینا و... همکاری داشته‌اند.

• واحد اداری و منابع انسانی رمیس، در نظر دارد با مشارکت تعدادی از همکاران، اقدام به برگزاری مسابقات درون سازمانی کند. از همین رو و در مرحله نخست، با اعلام فراخوان عمومی به تمامی واحدهای رمیس، جهت برگزاری مسابقه‌های پرتاب دارت، فوتبال دستی و... افراد داوطلب شرکت در این مسابقه‌ها اعلام آمادگی کرده‌اند و با فراهم آمدن امکانات و انجام کلیه برنامه‌ریزی‌ها، پس از پایان ماه مبارک رمضان، فاز نخست این مسابقات برگزار خواهد شد.

• واحد اداری شرکت، مطابق روال سال‌های گذشته، جهت رفاه حال همکاران در استان تهران، اقدام به تمدید قرارداد با مجموعه ورزشی انقلاب کرده است تا همکاران بتوانند با برخورداری از تخفیفات، از امکانات این مجموعه استفاده کنند.



◆ استقرار نظام پیشنهادهای رمیس در سراسر ایران

پروژه پیاده‌سازی نظام پیشنهادهای در شرکت رمیس، از ابتدای خرداد ماه سال جاری، با استقرار این نظام در شعب شهرستان و با حضور مسئول دبیرخانه مرکزی آن، وارد مرحله جدیدی شده است. با اضافه شدن تدریجی شعب شهرستان، تعداد پیشنهاددهندگان و به نسبت آن، تعداد پیشنهادهای دریافتی نیز افزایش یافته است. در مدت کوتاهی که از آغاز به کار این نظام در رمیس می‌گذرد، میزان دریافت پیشنهاد ۴۲ به ازای هر نفر بوده که در مقایسه با سرانه ۱ پیشنهاد در کل کشور، رضایت‌بخش است. در این مقطع از پروژه، پی‌گیری اجرای پیشنهادهای تصویب شده در بازه زمانی معین، ترویج مشارکت در این نظام از طریق برگزاری جلسه‌های خلاقیت و ایده‌یابی در واحدها و پروژه‌های مختلف رمیس، از اولویت‌های دبیرخانه مرکزی و متعاقب آن کمیته‌های واحدی نظام پیشنهادهای می‌باشد. همکاری تمامی مدیران ارشد و میانی در برگزاری جلسه‌های بررسی پیشنهادهای، با وجود حجم وظایف سنگین ایشان، از جمله دلایل موفقیت این نظام در شرکت رمیس می‌باشد.

◆ تقویت توان مالی صندوق کارکنان

در جلسه مورخ ۹۲/۴/۲۲ هیئت مدیره شرکت رمیس تصمیم گرفته شد تا شرکت معادل ۵۰ درصد سرمایه صندوق کارکنان شرکت را به عنوان کمک جهت اعطاء تسهیلات به همکاران در اختیار این صندوق قرار دهد. طبق مصوبات قبلی، حدود ۳۰ درصد از سرمایه شرکت در اختیار صندوق کارکنان قرار گرفته بود که با مصوبه اخیر این رقم به ۵۰ درصد افزایش یافت. همچنین تصویب شد که هر ساله و بدون نیاز به اخذ مجوز هیئت‌مدیره، مطابق با افزایش سرمایه صندوق کارکنان رمیس، شرکت رمیس نیز کمک مالی خود را تا سقف ۵۰ درصد سرمایه صندوق انجام دهد.

◆ نتایج سنجش رضایت مشتریان منتشر شد

پروژه (Voice Of Customer) VOC از جمله فعالیت‌هایی است که به‌طور جدی در سال ۱۳۹۱ در شرکت رمیس پی‌گیری شد. به این منظور در نیمه دوم سال فرم‌های نظرسنجی در اختیار مشتریان قرار گرفت تا میزان رضایت‌مندی خود را از خدمات ارائه شده توسط رمیس درج و به شرکت منعکس کنند. براساس گزارش ارائه شده توسط واحد مارکتینگ، جمع‌بندی اطلاعات دریافتی از بیش از ۷۰ مشتری جاری شرکت بیانگر آن است که بیشترین رضایت‌مندی ایشان از میزان چابکی شرکت، نحوه برخورد کارکنان و کیفیت تجهیزات تحویل شده و در مقابل، کمترین درجه رضایت‌مندی مشتریان از کیفیت مستندات ارائه شده در مناقصه‌ها، کیفیت سایت و کیفیت نشریه داخلی رمیس می‌باشد. ارزیابی رضایت مشتریان امسال هم ادامه پیدا کرده و برنامه‌ریزی‌های لازم برای ارتقاء شاخص رضایت‌مندی مشتریان از ۷۶ در سال گذشته به ۹۰ در سال جاری در دستور کار قرار گرفته است.

◆ صعود به قله آیدر

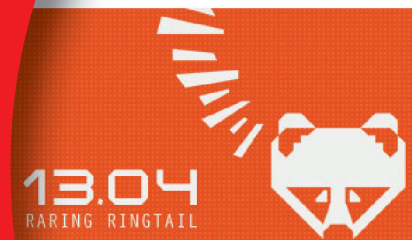
کارکنان مستقر در استان کردستان طی اقدام جالبی بنر شرکت رمیس را در ارتفاعات آیدر واقع در سنندج به اهتزاز درآوردند. کوه آیدر با ارتفاعی حدود ۲۳۵۰ متر به‌عنوان یکی از تفرج‌گاه‌های اصلی مردم سنندج به‌شمار می‌رود. آن‌چه باعث محبوبیت این کوه شده است، نزدیکی آن به شهر سنندج، بلند بودن آن نسبت به ارتفاعات اطراف و از همه مهم‌تر، وجود چشمه‌های زیر زمینی فراوان آن می‌باشد. در واقع واژه آیدر (آب‌بدر) به مفهوم جایی است که از آن آب فراوان تراوش می‌کند. محمد حسین نژاد سرپرست گروه مستقر در استان کردستان می‌گوید: «چند روز قبل از صعود تصمیم به انتخاب یک روز تعطیل برای رفتن به دامن طبیعت گرفتیم. در نهایت در آخرین روز کاری هفته تصمیم به طراحی و چاپ بنر رمیس با پس زمینه‌ای از طبیعت کوهپایه آیدر برای ثبت افتخار این صعود به نام رمیس گرفته شد.» چنین فعالیت‌هایی در رمیس با هدف نزدیکی بیشتر همکاران به یکدیگر، خارج از روابط مرسوم کاری و شادابی بیشتر جهت ادامه فعالیت‌های کاری روزمره انجام می‌شود.



◆ رمیس و برگزاری جشن اوبونتو 13.04

پنجشنبه نوزدهم اردیبهشت ماه سال جاری، دانشکده فنی دانشگاه تهران شاهد همایش پرشور انتشار نسخه جدید اوبونتو بود. جامعه دانشجویی کشور و همچنین علاقه‌مندان به سیستم‌عامل لینوکس، در این گردهمایی که با حمایت و اسپانسرری شرکت رمیس توسط تیم اوبونتو ایران و انجمن ACM دانشگاه تهران برگزار شد، حضور چشمگیری داشتند.

شرکت‌کنندگان در این همایش از ساعت ۹ الی ۱۴ در سالن اجتماعات ساختمان مرکزی دانشکده فنی دانشگاه تهران گردهم آمدند تا شاهد آخرین اخبار و اطلاعات درباره سیستم‌عامل گنو/لینوکس، نرم‌افزارهای جدید معرفی شده در اوبونتو 13.04، لینوکس به عنوان روتر و فایروال و... باشند. سخنرانان این همایش جمعی از اعضاء تیم اوبونتو ایران به همراه آقای پیمان هوشمندی از مدرسان مؤسسه آموزش عالی آزاد ارژنگ بودند. در پایان، پس از صرف ناهار، Feras Abou Chakra، مدیر خاورمیانه مؤسسه LPI به دعوت مؤسسه آموزش عالی آزاد ارژنگ، به صورت آنلاین درباره مهم‌ترین دستاوردهای اخیر در Motivating Generation با دانشجویان حاضر در جلسه به گفت‌وگو پرداختند.





افتتاح مرکز داده استان قم



به گزارش روابط عمومی شرکت رمیس، طی مراسمی در پنجشنبه ۳۰ خرداد با حضور وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات، رئیس سازمان فناوری اطلاعات ایران، استاندار و مدیران فناوری اطلاعات استان قم و جمعی از مدیران شرکت رمیس در استانداری قم، از چهارمین مرکز داده استانی کشور در شهر قم رونمایی به عمل آمد.

محمدحسن نامی، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات دولت دهم طی سخنانی در این مراسم گفت: «خوشبختانه استان قم در زمینه ضریب استفاده از تلفن ثابت، همراه اینترنت و دیگر امکانات فناوری در جایگاه مناسبی قرار دارد اما تلاش ما این است که این وضعیت را بهبود داده و به سطح مطلوب و ایده آل آن برسانیم.»

علی حکیم جوادی، معاون وزیر ارتباطات و رئیس سازمان فناوری اطلاعات کشور نیز در این مراسم گفت: «امروزه اطلاعات، نه تنها به عنوان یکی از منابع و دارایی های اصلی سازمان ها شناخته می شود، بلکه در حکم وسیله و ابزاری برای مدیریت مؤثر سایر منابع و دارایی های سازمان است.»

وی با بیان این که، فناوری اطلاعات به عنوان ابزار زمینه ساز انتقال، جابه جایی، به کارگیری و مدیریت مؤثر اطلاعات در کشورها شناخته می شود، افزود: «بر همین اساس، سازمان فناوری اطلاعات ایران، اقدامات لازم به منظور ایجاد مراکز داده در تمامی استان های کشور را آغاز کرده است.»

معاون وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات گفت: «باتوجه به قانون برنامه پنجم توسعه کشور، به منظور بسط خدمات دولت الکترونیک، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات مکلف است نسبت به ایجاد و توسعه شبکه ملی اطلاعات و مراکز داده داخلی امن و پایدار با پهنای باند مناسب اقدام کند.»

تقدیر از شرکت رمیس

حکیم جوادی همچنین اظهار داشت: «ما قرار بود ابتدا مرکز داده استان همدان را افتتاح کنیم، اما با همت استاندار قم و پیمانکار پروژه، پیش از همدان به قم آمدیم.»

رئیس سازمان فناوری اطلاعات ایران از همه کسانی که از مراحل ابتدایی پروژه مرکز داده استان قم تا به امروز برای راه اندازی آن تلاش کرده اند تقدیر و تشکر کرد. وی همچنین خاطر نشان کرد: «بخش عمده پیشرفت و توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات کشور مرهون زحمات بخش خصوصی است. دولت و حاکمیت نباید و نمی توانند تصدی گری در این حوزه داشته باشند و ما نیازمند شرکت های توانمند داخلی برای اجرا و حمایت از پروژه های دولت هستیم.»

وی در ادامه گفت: «باید به طور ویژه از شرکت رمیس به عنوان پیمانکار مرکز داده قم تشکر کنم زیرا این شرکت با وجود مشکلات ارزی به وجود آمده، با تعهد و تلاش زیاد این پروژه را به پایان رساند. انشا... در آینده نیز همکاری با شرکت رمیس و دیگر شرکت های توانمند بخش خصوصی ادامه داشته باشد.»





تصمیمات در رمیس شخصی و فردی نیست

گسترش زیرساخت‌ها و برنامه‌های توسعه منابع انسانی مانند نظام پیشنهادها با هدف توانمندسازی نیروهای انسانی از اهداف شاخص ما در سال ۲۰۱۳ می‌باشد. در کل چشم‌انداز خوبی برای امسال داریم و فکر می‌کنم نقطه عطفی باشد جهت رشد و حرکت‌های پایهای برای سال‌های آینده.

آیا در حال حاضر، در راستای چشم‌انداز ترسیمی حرکت کرده‌ایم و تا چه اندازه به اهدافی که مدنظر بوده رسیده‌ایم؟
نمی‌توان گفت که فاصله نداریم اما حرکتان قابل قبول و در راستای اهداف و چشم‌انداز می‌باشد. سعی بر این است تا این فاصله‌ها را در حوزه‌هایی که با این اهداف فاصله دارند تا پایان سال میلادی که سال مالی شرکت می‌باشد به حداقل برسانیم.

در سال گذشته شما جایگزین دکتر غیاث‌الدین به عنوان مدیرعامل شرکت رمیس شدید. دلایل این جابه‌جایی چه بود؟ آیا تأثیر در روند سیاست‌های شرکت و برنامه‌ها داشته است؟

دکتر غیاث‌الدین، قریب به ۱۰ سال مدیریت ارشد اجرایی شرکت را به عهده داشته‌اند. در تمامی شرکت‌ها

گفت‌وگو با مازیار نوربخش؛ مدیرعامل شرکت رمیس

یک سال از مدیرعامل بودن مازیار نوربخش در شرکت رمیس می‌گذرد. وی که در حال حاضر، همزمان مسئولیت اداره شرکت و نیز واحد تعمیر و نگهداری را به عهده دارد، در گفت‌وگویی به تشریح دستاوردهای شرکت رمیس در سال ۲۰۱۲ میلادی پرداخته و چشم‌اندازی که توسط مدیریت شرکت برای سال ۲۰۱۳ ترسیم شده را تشریح کرده است.

عمل می‌کند. با توجه به اضافه شدن مدیریت فروش به این واحد امیدوارم در برنامه‌های افزایش سهم بازار و نفوذ در بازار وضعیت مطلوبتری پیدا کنیم.
واحد آموزش نیز رویکرد مستقل شدن خود را بسیار خوب در پیش گرفته و در حوزه‌های یادگیری الکترونیکی و ارائه آموزش‌های جدید خوب و موفق عمل می‌کند.
واحد تعمیر و نگهداری هم در اجرای برنامه‌های تعیین شده، هم از لحاظ بودجه‌ای و هم از لحاظ زیرساختی خوب و موفق عمل کرده است.

در ابتدا، دستاوردهای سال ۲۰۱۲ شرکت رمیس را تشریح کنید. به عبارت دیگر رمیس در سال گذشته، تا چه حد به اهداف پیش‌بینی شده دست یافت؟

طی ۱۲ سالی که از تأسیس شرکت رمیس می‌گذرد هر ساله برنامه‌های عملیاتی داشته‌ایم. هم در آغاز تأسیس که برنامه‌های مدون تهیه و بودجه مورد نیاز تأمین شد و هم در طی سال‌هایی که پشت سر گذاشته‌ایم این روند همواره ادامه داشته است. در سال ۲۰۱۲ به بیشتر اهداف تعیین شده چه از نظر مالی و درآمدی و چه از نظر مسائل زیرساختی و پروژه‌های تعیین شده دست یافتیم. در مجموع با توجه به مشکلات زیادی که پیش‌رو داشتیم سال راضی‌کننده‌ای بود و توانستیم به بسیاری از اهدافمان برسیم.

همواره باید زیرساخت‌های شرکت را بهبود بخشیم و در حرکت باشیم

واحد مارکتینگ نیز علاوه بر پروژه برندینگ، پروژه‌های مهم دیگری از قبیل پیاده‌سازی CRM جدید، پایش رضایت‌مندی مشتریان و طراحی سایت جدید رمیس را پی‌گیری می‌کند.
در واحد مالی آقای کریمی و گروهشان بهبودهای جدید و خوبی را در گزارش‌ها و ساختارها به‌وجود آورده‌اند و سطح گزارش‌ها نسبت به قبل بسیار متفاوت شده است. سایر واحدها نیز برنامه‌های مشابهی دارند. در کل از وضعیت راضی هستیم هر چند که کافی نیست و باید با تلاش بیشتر مشکلات موجود را از سر راه برداریم.

چشم‌انداز شما برای پایان سال ۲۰۱۳ چیست؟
چشم‌انداز در برنامه‌هایی که قبل از شروع سال ۲۰۱۳ میلادی تدوین شده بود مدنظر قرار گرفت و براساس آن اهداف و راهبردها مشخص شد. گرفتن استانداردها، افزایش حجم فروش و پروژه‌ها، اضافه کردن محصولات EMC به سبد محصولات که چند پروژه نیز در این زمینه در حال پیاده‌سازی و آموزش است. همچنین

در نیمه دوم سال مالی ۲۰۱۳ هستیم. برنامه‌هایتان برای امسال چه بوده است؟
امسال اهداف سال گذشته را بازنگری کرده و بهبود داده‌ایم. اجرای برخی اهداف که ضروری‌تر بوده است را در اولویت قرار داده‌ایم تا جدی‌تر از قبل دنبال کنیم. این اهداف به همراه اهداف جدید سال جاری در برنامه تک تک مدیران قرار گرفته است. بنابراین، مدیران هر واحد علاوه بر این که مسئولیت تحقق بودجه از نظر سود و میزان فروش را به عهده دارند، پروژه‌هایی را نیز برای بهبود عملکرد واحد خود انجام خواهند داد.

وضعیت فعلی و عملکرد واحدها را طی چند ماهی که از سال می‌گذرد چگونه ارزیابی می‌کنید؟
چه برنامه‌هایی برای آن‌ها دارید؟
با توجه به طرحی که از دو سال پیش شروع شد که واحدها به تدریج مستقل شوند وضعیت فعلی را راضی‌کننده می‌بینم. ضمن این که بحث‌های برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری‌های مالی و مدیریتی مستقل‌تر و به تبع آن چابک‌تر شده است. در حال حاضر، در واحد ICT پروژه‌های خوبی اجرا شده که این واحد را به یک مجموعه موفق تبدیل کرده است.

واحد Trading که قدیمی‌ترین واحد شرکت است با تلاش‌های آقای دکتر غیاث‌الدین برای اصلاح و بهبود زیرساخت‌های این واحد برنامه‌های خوبی پیاده‌سازی کرده و به مرحله اجرا درآورده است. این واحد نیز به اهداف بودجه‌ای و زیرساختی خود دست یافته و خوب



اگر هر فرد یک قسمت از فرآیند کارها را اصلاح کند می‌تواند یک حرکت بزرگ انجام شود.

استفاده از چنین نرم‌افزاری برای شرکتی مثل ما که در استان‌های مختلف فعالیت می‌کنیم و چند ساختمان داریم باعث می‌شود تا اطلاعات پرسنلی را به راحتی دریافت کنیم و بتوانیم به‌طور کامل با یک نرم‌افزار اتوماسیون اداری بخش اعظمی از فعالیت‌های اداری مان را انجام دهیم.

نظام پیشنهادات در حال حاضر در چه وضعیتی است و کمکی به روند تصمیمات و فعالیت‌های جاری شرکت کرده است؟

این پروژه خیلی خوب شروع شده است و با توجه به این‌که سرانه پیشنهادات در ایران ۱ است، در رمیس این میزان ۴۲ بوده است. در نظام پیشنهادات همکاران بسیار خوب عمل کردند و با ارائه راه‌حل‌های مناسب برای اشکالاتی که در شرکت می‌دیدند پیشنهاداتشان را ثبت کردند. از نزدیک به ۳۸۰ نفر نیرویی که در رمیس کار می‌کنند اگر هر فرد یک قسمت از فرآیند کارها را اصلاح کند می‌تواند یک حرکت بزرگ به وجود آید.

سخن پایانی؟

موفقیت شرکت تنها موهون مشارکت مدیران با کارمندان و افراد خاص نیست، بلکه فرد کارکنان در این مسئله سهیم هستند که این اتفاق خوشبختانه در رمیس افتاده است. افراد همدل هستند و محیط دوستانه، یک دست و صادقانه‌ای داریم. اختلاف نظر و اختلاف سلیقه در همه جا وجود دارد اما من فکر می‌کنم در مجموع نیروهای رمیس روحیه کار گروهی را درک کرده‌اند و کارها را پیش می‌برند. من خیلی علاقه‌مندم که افراد بکوشند تا این محیط و فضا پایدار بماند و تلاش کنند که روزبه‌روز بهتر بشود.

شرکت را بهبود بخشیم و در حرکت باشیم، با این آگاهی که در ابتدای راه بار سنگین پیاده‌سازی و اجرای پروژه‌های زیرساختی بر دوش افراد است. اما مطمئنم بعد از یک دوره استفاده سه‌ماهه یا حداکثر شش ماهه راحتی کار نشان داده خواهد شد. در واحد تعمیر و نگهداری ابزار Ticketing جدیدمان را راه‌اندازی کردیم. ابزار قبلی اشکالاتی داشت اما این سیستم با قابلیت‌های خود مانند گزارش‌های کاربردی می‌تواند انواع مختلف گزارش‌ها را تهیه کند تا از طریق آن بتوانیم پاره‌ای از مشکلات را به‌صورت ریشه‌ای برطرف کنیم.

مرکز تماس شرکت به زودی پیاده‌سازی و اجرایی می‌گردد و به مشتریان شماره پشتیبانی ۵ رقمی اعلام می‌شود تا هر مشکل، مسئله و درخواستی، در این سامانه ثبت و پی‌گیری گردد. از طریق این سیستم می‌توانیم SLA فیما بین ما و مشتریان و رفع خرابی‌ها را در موعد مقرر کنترل کنیم. از دیگر پروژه‌های زیرساختی به سایت جدید شرکت می‌توانم اشاره کنم. این پروژه پیشرفت خوبی داشته و فکر می‌کنم در فصل پاییز عملیاتی شود. نرم‌افزار پرسنلی در واحد اداری نیز اجرایی شد. این نرم‌افزار قابلیت‌های بیشتری هم دارد که در آینده به‌صورت کامل پیاده‌سازی می‌شود.

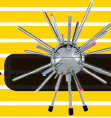
بعد از یک دوره زمانی جابه‌جایی‌هایی انجام می‌شود تا هم از فرسودگی و خستگی ناشی از کار سنگین اجرایی و پیگیری‌های روزانه امور بعضاً پروکراتیک جلوگیری شود و هم روح و انرژی تازه‌ای در کالبد شرکت دمیده شود. آقای دکتر غیاث‌الدین در سمت رئیس هیئت مدیره، فرصت بیشتری برای پرداختن به استراتژی‌های کلان شرکت و به ثمر رساندن طرح‌ها و پروژه‌های بهبود سازمانی خواهند داشت. ضمن این‌که آشنایی و تعامل ما به قبل از تأسیس رمیس برمی‌گردد و طی سال‌ها همکاری به زبان مشتری رسیده‌ایم و در زمان مدیرعاملی ایشان هم مسئولیت اداره بخشی از واحدهای شرکت بر عهده بنده بوده است. تصمیم‌ها در رمیس اساساً شخصی و فردی نیست. برنامه‌ها و تصمیم‌های کلان به‌طور معمول در جلسه‌های هیئت مدیره و جلسه‌های شورای مدیران مطرح می‌شود و همواره سعی بر این است که با مشورت، هم‌فکری، بحث و تعامل برای پیش‌برد کارها به نقطه نظر مشتری برسیم.

باتوجه به زیرساخت‌هایی که

در حال حاضر در شرکت در حال پیاده‌سازی است مانند CRM، نرم‌افزار پرسنلی، نظام پیشنهادات و... به‌نظر شما پیشرفت چطور بوده؟
ما همواره باید زیرساخت‌های



**نیروهای
رمیس روحیه
کار گروهی را
درک کرده‌اند
و کارها را پیش
می‌برند.**



HP MSA 2040

محصول ذخیره‌سازی جدید با امکانات فوق‌العاده



البرز محمودی

در ۱۳ ماه می ۲۰۱۳ شرکت HP محصول جدید ذخیره‌سازی خود را با هدف کمک به محیط‌های کوچک و متوسط تجاری (SMB) و سازمان‌های دولتی جهت افزایش توانایی خرید و داشتن فضای مورد نیاز در یک بستر سریع و قابل اطمینان عرضه و به بازار معرفی کرد.



Replace the controller Data stays on HDDs



این محصول که با نام شناخته شده MSA (Modular Smart Array) عرضه شده است یادآور نسل‌های قدیم MSA1000 و MSA1500 است. برخی از ویژگی‌ها و امکانات مهم این محصول در ادامه مرور می‌شوند:

- محصول اشاره شده همانند سری P2000 G3 دارای دو مدل (Large Form Factor) LFF و (Small Form Factor) SFF است و قابلیت استفاده از هر دو مدل هارددیسک و همچنین امکان استفاده از هارددیسک‌های SSD (Solid State Disk) را فراهم می‌آورد.
- قابلیت پشتیبانی از یک یا دو کنترلر را دارا است که نسبت به اهمیت دسترسی اطلاعات در مواقع بروز مشکل قابل سفارش هستند.

SSD Integration



- در هر کنترلر شاهد قرار گرفتن چهار پورت میزبانی با سرعت هشت و ۱۶ گیگابیت نسبت به تعداد دو پورت میزبانی در سری P2000 G3 با سرعت هشت گیگابیت هستیم.

- افزایش حافظه Cache از دو گیگابیت برای هر کنترلر به چهار گیگابیت برای هر کنترلر

- قابلیت استفاده از Snapshot (64 free license) - Volume Copy - Remote Snap

- افزایش توان خروجی به میزان چهار برابر نسبت به محصولات دیگر موجود در بازار

- افزایش پهنای باند پورت‌های میزبانی با تعویض SFP از هشت گیگابیت به ۱۶ گیگابیت

- قابلیت توسعه محصول تا هفت عدد Disk Enclosure در هر دو مدل نسبت به پنج Disk Enclosure در P2000 G3 SFF و هفت عدد Disk Enclosure در P2000 G3 LFF.

- امکان استفاده هر دو مدل با هم

- تعداد هارددیسک‌های مورد استفاده در مدل LFF برابر با ۹۶ و در مدل SFF برابر با ۱۹۹ عدد است.

- پشتیبانی از RAID 0/1/3/5/6/10/50

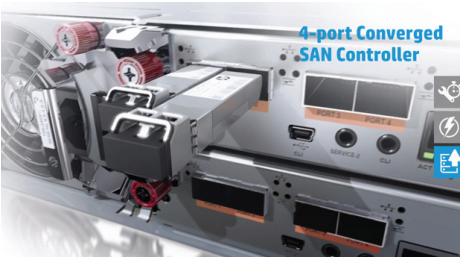
- قابلیت Vdisk Spanning

اگر شما جزء سازمان‌هایی هستید که روی بستر مجازی‌سازی حرکت می‌کنید ما به شما این محصول را پیشنهاد می‌دهیم.

4-port Converged SAN Controller



4-port Converged SAN Controller



Up to 199 SFF Drives



Up to 96 LFF Drives



Cloud OS

سیستم‌عامل جدید شرکت HP

با رنگ و بوی پردازش ابری



شرکت HP در روز دوم کنفرانس سالانه HP Discover User لاس‌وگاس، محصول جدید خود با نام Cloud OS را با تأکید ویژه روی فناوری‌های Cloud Computing معرفی کرد. این محصول در زمان خرید محصولات این شرکت به صورت FIO (Factory Integrated Option) مانند MoonShot عرضه می‌شود.

Saar Gillai، مدیر ارشد پروژه Converged Cloud در این کنفرانس به راهبرد شرکت اچ‌پی در قبال درهم آمیختن سیستم‌عامل و سرویس‌های Cloud اشاره داشت و اعلام کرد که ۷۵ درصد سرویس‌دهنده‌ها در سطح گسترده (Enterprise) از پردازش‌های ابری ترکیبی بهره می‌برند. یکی از مشکلات اصلی سرویس‌دهنده‌ها ارائه سرویس به وسیله یک سیستم‌عامل پردازش ابری مناسب است که شرکت اچ‌پی با سیستم‌عامل جدید خود به این مهم تحقق بخشید. این سیستم‌عامل بر پایه Open Stack Open Source بنا شده و دارای ویژگی نصب آسان است. * به عنوان مثال، کاهش Packet یا همان بسته‌های نرم‌افزاری و اجماع آن در یک بسته اصلی به نوبه خود باعث بالا بردن سرعت فرآیند نصب و همچنین قابلیت به‌روزرسانی خودکار و Swap Workload میان Cloud Service و on-Premise Cloud ها می‌شود.

Saar Gillai در این کنفرانس به قرار گرفتن این نرم‌افزار در سایت شرکت HP جهت دریافت و استفاده به صورت آزمایشی اشاره داشت. شایان ذکر است که این محصول روی سرور MoonShot نصب و به بازار عرضه شده است که برای مصارف وب سرور و میزبانی وب در اندازه‌های بزرگ کاربرد دارد.

مدیر ارشد پروژه Converged Cloud در ادامه به این نکته اشاره داشت که سرورهای MoonShot حاصل یک انقلاب در زمینه IaaS هستند و هیچ سازمانی تا این رده به این مهم دست پیدا نکرده است.

شرکت اچ‌پی بسته‌های جانبی برای این سیستم‌عامل ارائه داده است که این قابلیت را فراهم می‌آورند که بتوانید اطلاعات خود را به‌صورت کاملاً امن به داخل سرویس و تجهیزات ذخیره‌سازی پردازش ابری مورد نظر انتقال داده یا آن را در قالب یک دیسک CD/DVD برای شرکت اچ‌پی ارسال کنید تا این عملیات به‌وسیله کارشناسان آن شرکت صورت پذیرد. این شرکت برای سهولت کار مشتریان، سرورهایی با حجم حافظه ۱۲۰ گیگابایت به همراه ۱۶ پردازنده جهت ارائه سرویس بهینه و تجزیه و تحلیل دیتا با حجم بالا در Cloud راستای سرویس ارائه نموده است.

پانویس:

* Open Stack: پروژه Cloud Computing جهت ایجاد IaaS (Infrastructure as a Service) تحت لایسنس آپاچی است





به سمت الکترونیک کردن امور اداری حرکت کردیم

گفت‌وگو با محمد مهدی محبوبی؛ سرپرست واحد کارگزینی شرکت رمیس

محبوبی، سرپرست واحد اداری شرکت رمیس از فعالیت‌ها در واحد متبوع خود سخن می‌گوید که در مسیر ایجاد و گسترش واحد اداری الکترونیک و تحت وب حرکت کرده است. وی دلیل اصلی این امر را آسانی و راحتی هر چه بیشتر مدیران، کارمندان و همکاران شرکت رمیس اعلام می‌کند.

• نحوه اجرایی شدن این پروژه به چه صورت بوده است؟

در بهمن ماه سال ۹۱ قرار داد منعقد شد و در اسفند ماه فاز شناخت و بررسی فعالیت‌ها از سوی شرکت انجام شد که در مرحله نخست سیستم حقوق و دستمزد و به موازات آن سیستم حضور و غیاب باید راه‌اندازی می‌شد. از ماه پایانی سال ۹۱ کارکردهای کارکنان با این نرم‌افزار محاسبه شد که میزان خطای آن بسیار کم بود. از اردیبهشت ماه سال جاری همکاران در ساختمان مرکزی، ساختمان آموزش و انبار شمس‌آباد می‌توانستند زمان ورود و خروج را از طریق این سیستم مشاهده و در خرداد ماه برگه‌های مرخصی، مأموریت و اضافه‌کاری را در آن ثبت کنند.

• از مزایای این نرم‌افزار چیست؟ و

استقبال کارمندان چگونه بوده است؟ خوشبختانه نرم‌افزار تحت وب است و نیازی به حضور در محل شرکت نیست و در هر نقطه‌ای که دسترسی به اینترنت مقدور باشد می‌توان از امکانات این نرم‌افزار استفاده کرد. با توجه به قابلیت سفارشی‌سازی و بومی‌سازی می‌توانیم ساعت کاری شناور که این سیستم قابلیت پیاده‌سازی آن را دارد نیز اجرایی کنیم. خوشبختانه در رمیس استقبال کارکنان خوب بوده و از این که می‌توانند ساعات تردد



خود را پیشرو در فناوری اطلاعات می‌داند دیر راه‌اندازی شده است.

• علت تأخیر در راه‌اندازی این سیستم چه بود؟

علت تأخیر در راه‌اندازی این سیستم، نبود برنامه‌ای جامع است که توان پاسخگویی و پوشش به تمامی نیازهای واحد امور اداری را داشته باشد. از سال ۸۹ که من به مجموعه ملحق شدم برای شروع پروژه اقدام شد که با چندین شرکت برای اجرایی کردن آن مذاکره کردیم اما در هر مورد یا نیازها به‌طور کامل پوشش داده نمی‌شد یا خدمات پشتیبانی مطلوب حاصل نمی‌گشت که در نهایت تصمیم به استفاده از نرم‌افزار پیوست و بومی‌سازی آن برای شرکت رمیس گرفته شد.

• در آغاز کلام اشاره‌ای به فعالیت‌های اجرایی واحد اداری در سال ۹۱ داشته باشید.

واحد اداری و منابع انسانی شرکت رمیس واحدهای هماهنگ با یکدیگر هستند که در بیشتر موارد فعالیت‌ها را با هم‌فکری و همکاری یکدیگر انجام می‌دهند. در سال گذشته مهم‌ترین فعالیت‌های اداری که با کمک واحد منابع انسانی انجام شد، راه‌اندازی نظام پیشنهادات، اجرای تورهای تفریحی برای کارمندان رمیس و اقدام برای شروع پروژه نرم‌افزار تحت وب شرکت جهت کنترل تردد بود.

• درباره نرم‌افزار کنترل تردد توضیح بیشتری بدهید. نحوه فعالیت‌ها در گذشته به چه صورت بوده است؟

باتوجه به این که در گذشته تمامی تردها اعم از مرخصی، مأموریت و اضافه‌کاری از طریق تکمیل فرم‌های کاغذی و دستی انجام می‌شد و زمان زیادی از واحد اداری و کارکنان جهت تکمیل و پی‌گیری و ثبت گرفته می‌شد. در حال حاضر، با پر کردن فرم‌های درخواستی از طریق نرم‌افزار تحت وب به‌صورت خودکار برای مدیران و سرپرستان، ایمیل ارسال شده و تأییدیه از این طریق اخذ می‌شود. هرچند که به‌نظر من این سیستم در شرکت رمیس که

رضایت مشتری همواره سرلوحه فعالیت‌های ما است

گفت‌وگو با محمود افروغ: نماینده شرکت رمیس در استان یزد

محمود افروغ، رئیس هیئت مدیره شرکت رمیس است که در سال گذشته به‌عنوان نماینده برتر شرکت رمیس انتخاب شد. در گفت‌وگو با وی از ایشان خواستیم تا شمه‌ای از فعالیت‌هایی را که منجر به این انتخاب شده است، توضیح دهد.

• آقای افروغ! از چه زمانی با رمیس همکاری می‌کنید؟

یک سال و نیم پیش با شرکت رمیس قرارداد همکاری بستیم. البته، سابقه فعالیت ما در حوزه فناوری اطلاعات به ۱۵ سال پیش بازمی‌گردد. سال‌ها است در این کار هستیم و نمایندگی‌های بسیاری را هم تجربه کردیم و بیش از یک سال پیش تاکنون به‌عنوان نماینده شرکت رمیس برای تأمین و تعمیر و نگهداری تجهیزات رایانه‌ای مشغول فعالیت هستیم.

• از دلایلی بگویید که باعث شد شما به عنوان نماینده برتر این شرکت معرفی شوید؟

ما برای راضی نگه‌داشتن مشتریان خود، زمان را در اولویت قرار دادیم. به عبارتی در صورت اعلام خرابی از طرف مشتریانمان، در کوتاه‌ترین زمان در محل خرابی حاضر و مشکلات آن‌ها را برطرف می‌کنیم. تا آنجا که توانستیم، بهترین نیروهای متخصص خود را در این کار قرار داده‌ایم. همچنین از نظر ارتباط با مشتریان می‌توانم به جرأت بگویم کارمندان ما همواره حسن اخلاق را در برخورد با مشتریان و مشکلات سرلوحه کار خود قرار داده‌اند. دلیلی که ما موفق شدیم عنوان نماینده برتر را دریافت کنیم، هم تخصص بوده است و هم این که نیروهای ما از نظر اخلاقی استانداردهای رایج در دنیا را مدنظر قرار داده‌اند.

• در طول همکاری با شرکت رمیس، آیا شده که به مشکلی با این شرکت برخورد داشته باشید؟

از نظر ارائه تجهیزات و همکاری فیما بین هیچ مشکلی با شرکت رمیس نداریم. رمیس در کوتاه‌ترین زمان و با کیفیت مناسب، قطعات و تجهیزات را به ما ارائه می‌کند تا در صورت خرابی سریع عمل کنیم. اما با وجود سابقه ۱۵ ساله در صنعت آی تی و داشتن نیروهای زنده و تخصص‌های لازم برای انجام بهینه کارها، به نظر رمیس بهتر است از لحاظ مالی توجه بیشتری به شرکت ما داشته باشد.

• پروژه تعمیر و نگهداری تجهیزات و دستگاه‌های کامپیوتری بانک سپه یزد از جمله پروژه‌های بزرگ شما است. در این باره کمی توضیح دهید؟

پروژه تعمیر و نگهداری تجهیزات و دستگاه‌های رایانه‌ای بانک سپه یزد به‌عنوان یکی از پروژه‌های موفق ما از بهمن ماه سال ۹۰ و بعد از عقد قرارداد همکاری با شرکت رمیس آغاز شد. این پروژه شامل ارائه خدمات و سرویس‌دهی به PC و کامپیوترهای کلاینت، چاپگر، سرور و تجهیزات بانکی است. ماهیانه تمام شعب باید سرویس شده و بررسی شوند و در صورت بروز مشکل و خرابی، این موانع رفع شود. این قرارداد دو ساله است و یک سال و نیم از اجرای آن گذشته است.

خود را مشاهده کنند احساس رضایت می‌کنند، به‌خصوص برای کارکنان عملیاتی بخش بانکی که ترددشان در طی روز زیاد بوده و چندین مرتبه جهت ارائه سرویس به شعب بانک‌ها از شرکت خارج می‌شوند.

• برنامه‌های آتی واحد اداری

چیست؟

فاز بعدی کنترل تردد برای کارکنان پروژه‌های واحد تعمیر و نگهداری و ایجاد امکان مشاهده فیش‌های حقوقی از طریق این نرم‌افزار می‌باشد، که تأثیر چشمگیری در هزینه و زمان ارسال فیش‌های حقوقی خواهد داشت.

درضمن اجرایی کردن پروژه مدیریت اسناد که تمامی سوابق و مدارک کارکنان (پرونده پرسنلی) به‌صورت الکترونیکی در این سیستم قرار می‌گیرد نیز در دستور کارمان قرار دارد.

در پایان از همکاران که با صبر و شکیبایی خود برای راه‌اندازی این پروژه ما را همراهی کردند تشکر می‌کنم و سعی بر این است تا در آینده با رفع مشکلات و بومی‌سازی نرم‌افزار، بسیاری از خواسته‌های کارکنان برطرف شود.



استراتژی نام تجاری



بابک پوربهش

در ادبیات کلاسیک اقتصاد، نیروی کار، سرمایه و زمین (مواد خام) سه عنصر اصلی تولید و سرچشمه‌های اصلی ثروت به‌شمار می‌آید. در روش‌های سنتی حسابداری صنعتی نیز برای محاسبه قیمت فروش، هزینه دستمزد، مواد اولیه و سربار با یک میزان سود معقول جمع‌زده می‌شود. اما هیچ‌یک از این دو الگو قادر نیستند توضیح دهند که چگونه یک ساعت رولکس با کارآیی، کیفیت و زیبایی مشابه، به سه برابر قیمت یک ساعت سیکو به فروش می‌رسد! رویکردهای نوین بازاریابی این پدیده را با هویتی که نام تجاری برای مشتری به همراه دارد توضیح می‌دهند. امروزه هویت نام تجاری همانند سرمایه برای سازمان و محصولات آن ارزش می‌آفریند و از این رو ارتقای نام تجاری در بسیاری موارد به استراتژی سازمان تبدیل می‌شود.

استراتژی چیست؟

برای استراتژی تعاریف متعددی ارائه شده است. هریک از این تعاریف از منظر خاص خود این رویکرد را تبیین کرده‌اند. از نظر کارکردی، استراتژی رویکردی است که برای مشتری «ارزش» و برای سازمان «مزیت رقابتی» می‌آفریند. خلق مزیت رقابتی برای سازمان کارکرد اصلی استراتژی است و اثر بخشی استراتژی به میزان مزیت رقابتی ایجاد شده و پایداری آن در طول زمانی بستگی دارد.

مزیت رقابتی عاملی است که سبب ترجیح سازمان بر رقیب توسط مشتری می‌شود. این مفهوم در کسب‌وکار، در شرایط رقابتی نهایت اهمیت را داشته و تمامی تلاش‌های سازمان برای نوآوری، کیفیت، بهره‌وری و مدیریت را معنا می‌بخشد. تغییرات مزیت رقابتی همبستگی زیادی با تغییرات «سهم بازار» و «بازده سرمایه» دارد و به‌همین دلیل از این متغیرها به عنوان شاخص سنجش مزیت رقابتی و اثربخشی استراتژی سازمان نیز استفاده می‌شود. بنگاه‌ها در محیط رقابتی چنان‌چه به دنبال سودآوری بهتر، سهم بازار بالاتر و بازده سرمایه بیشتر هستند باید مزیت‌های رقابتی خود را تقویت کنند و این امر از طریق استراتژی و دستیابی به جایگاه برتر رقابتی حاصل می‌شود.

روش‌های ایجاد مزیت رقابتی

روش‌های دستیابی به مزیت رقابتی بی‌شمار

است اما همه آن‌ها بدون استثناء از گذر خلق ارزش برای مشتری، برای سازمان مزیت‌رقابتی می‌آفرینند. خلق ارزش برای مشتری و شکل‌گیری مزیت رقابتی برای سازمان متناظر با یکدیگر هستند و هرگاه اولی حاصل شود، دومی نیز در پی خواهد بود.

مفهوم ارزش در مباحث مدیریتی جایگاه ویژه‌ای دارد. درک مفهوم ارزش از دیدگاه مشتری و آگاهی از چگونگی شکل‌گیری آن، پنجره‌ای به سوی مفاهیم ارزشمند مدیریتی می‌گشاید. ارزش از دیدگاه مشتری عبارت است از مجموعه فایده‌هایی که از یک محصول (کالا یا خدمات) نصیب او می‌شود، منهای کلیه هزینه‌هایی که از این بابت متوجه او می‌شود. مفهوم فایده و هزینه در این تعریف بسیار گسترده است و شامل کلیه مطلوبیت‌هایی که مشتری در دستیابی محصول به دنبال آن می‌باشد (فایده) و تمامی مواردی که برای دستیابی به محصول باید بپذیرد (هزینه) می‌شود. کیفیت محصول، کارکرد مناسب، زیبایی، پرستیژ و هویت برخی از مصادیق مطلوبیت و هزینه‌های مالی، اجتماعی، روحی و زمانی برخی از مصادیق هزینه در این تعریف هستند. سازمان‌ها برای خلق ارزش برای مشتری یا باید فایده‌های محصول خود را (با حفظ هزینه‌ها) افزایش دهند یا به ازای فایده مشابه هزینه کمتری را متوجه مشتری کنند.

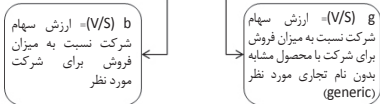
نام تجاری و ارزش

یکی از مطلوبیت‌های مشتری در انتخاب یک محصول، نام تجاری معتبر و هویت‌ساز است. در

بسیاری از بازارها، نام تجاری هویت ویژه‌ای برای مالک محصول می‌آفریند و آن‌ها را به گروه خاصی از جامعه پیوند می‌دهد. تملک و استفاده از محصولاتی که به‌طور متمایزی کیفیت و قیمت بالا به نام آن‌ها پیوند خورده است، خریدار را به طبقه پردرآمد جامعه منتسب می‌کند. راندن خودروی بنز با برچ بستن یک ساعت پنج هزار دلاری رولکس یا بر سر کردن یک روسری اصیل با نام تجاری گوچی (Gucci)، نمونه‌هایی از مطلوبیت نام تجاری برتر است. از نظر روانشناسی این‌گونه کالاها علاوه بر کاربرد ظاهری، برای مشتری تشخیص و اعتماد به نفس می‌آفریند و از این‌رو مشتری آماده است، برای آن‌بهای متفاوتی بپردازد. علاوه بر این، نام تجاری برتر به‌طور ناخودآگاه برای مشتری به مفهوم کیفیت بهتر محصول است. مشتری با خرید یک محصول با نام برتر تجاری باور دارد که در مقابل پول خود چیز با ارزشی دریافت کرده است. پروفیسور آکر استاد برجسته بازاریابی در تحقیقات خود به این یافته رسیده است که به عنوان یک قاعده کلی، نام تجاری قوی برای مردم به مفهوم کیفیت بهتر است. در برخی از حوزه‌های کسب‌وکار (به‌طور مثال لوازم آرایشی)، قدرت نام تجاری اهمیت بیشتری از کیفیت محصول دارد.

مفاهیم مذکور به روشنی اهمیت نام تجاری در خلق ارزش برای مشتری را نشان می‌دهند و چرایی پرداخت بیشتر مشتری برای نام تجاری برتر را آشکار می‌کند. واقعیت این است که نام تجاری، همانند سرمایه، فناوری و مواد اولیه در ایجاد ارزش افزوده

میزان فروش $= (V/S) b - (V/S) g$ = ارزش نام تجاری



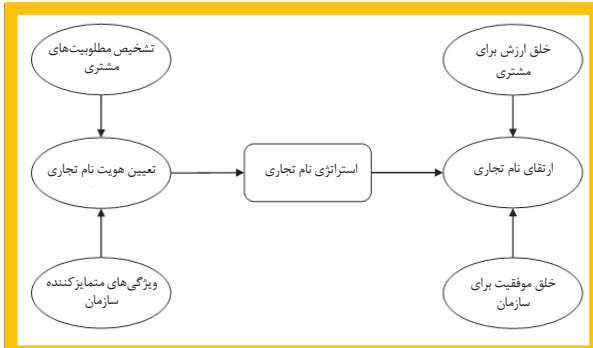
شکل ۱ - چگونه محاسبه ارزش مالی نام تجاری

مختلف و تمرکز سازمان بر پاسخگویی به یک بخش خاص از بازار این پیچیدگی را کاهش و احتمال اثر بخشی را افزایش می‌دهد (بخش بندی بازار).

استراتژی نام تجاری با تشخیص مطلوبیت‌های مشتری و انتخاب هوشمندانه هویت متمایز برای محصول خود، نام تجاری را ارتقا می‌دهد و از این راه برای مشتری ارزش و برای سازمان مزیت رقابتی می‌آفریند (شکل ۲).

نتیجه‌گیری

سازمان‌ها صرف‌نظر از این‌که چه محصولی را تولید می‌کنند باید موفقیت خود را در گرو خلق ارزش (بیشتر از رقیب) برای مشتری بدانند. این مفهوم ساده در عمل در قالب الگوهای متنوعی



شکل ۲ - الگوی استراتژی نام تجاری

۱. متناسب با قابلیت‌های سازمان و استراتژی کسب‌وکار، آن بازار را بخش‌بندی کنید و بخش موردنظر برای استراتژی نام تجاری را برگزینید.
 ۲. بخش موردنظر را عمیقاً مطالعه و مطلوبیت‌های مشتری را شناسایی کنید. هر چه این مطلوبیت‌ها بر نیازهای اساسی‌تر مشتری متکی باشند، ارزشمندتر هستند.
 ۳. مطلوبیت‌هایی که می‌توانید با ویژگی‌های محصول خود پاسخگویی کنید را انتخاب کنید و با زنجیره‌ای از اقدامات، روابط عمومی و تبلیغات، هویت محصول خود را با آن پیوند بزنید. این ویژگی‌ها باید برای محصول شما منحصر به فرد باشند و رقیب نتواند به‌سادگی به آن‌ها دست یابد.
- چنانچه این اقدامات به درستی انجام شود، برای مشتری ارزش و برای سازمان مزیت رقابتی، سهم بازار بیشتر و سودآوری بالاتر به همراه خواهد داشت.

از کسب‌وکار ظاهر می‌شود. درنمایه اصلی طرح‌های تجاری موفق و استراتژی‌های اثربخش پاسخگویی مؤثر به این پرسش ساده اما عمیق است که چگونه برای بازار ارزش بیشتری نسبت به رقیب خلق شود. یکی از رویکردهای مؤثر در خلق این ارزش، هویت‌بخشی و ارتقای نام تجاری است. این رویکرد در شرایط خاصی می‌تواند به‌عنوان محور اصلی حرکت و استراتژی سازمان قرار گیرد. استراتژی نام تجاری از طریق ایجاد یک نام تجاری با هویت ویژه و ارتقای آن، ارزش خاصی را برای مشتری خلق می‌کند که به‌سادگی توسط رقیب قابل تقلید نیست. این استراتژی سبب افزایش حاشیه سود و بازده بیشتر سرمایه خواهد شد، همان‌گونه که نام‌هایی مانند رولکس (در مقابل سیکو) و توبوتا آن را تجربه کرده‌اند.

برای بهره‌گیری از این راهبردی سه توصیه اساسی برای مدیران و سازمان‌ها وجود دارد:

برای یک سازمان نقش دارد و از این رو مدیریت نام تجاری به یکی از مهم‌ترین نقش‌های مدیران امروز تبدیل شده است.

یکی از ابعاد جذاب مدیریت نام تجاری سنجش قدرت نام تجاری از طریق قیمت‌گذاری مالی است. همه ساله سازمان‌های متعددی در دنیا ارزش مالی نام تجاری شرکت‌های بزرگ را محاسبه می‌کنند و از آن طریق، قوی شدن (یا ضعیف شدن) نام تجاری در طول سال گذشته را نشان می‌دهند (جدول ۱). این محاسبه از طریق مقایسه نقش نام تجاری با سرمایه در افزایش ارزش سهام شرکت انجام می‌گیرد (شکل ۱).

استراتژی نام تجاری

یکی از معمول‌ترین روش‌های ارتقای نام تجاری، تبلیغات است. تبلیغات چنان‌چه به‌طرز صحیحی طراحی و اجرا شود نقش مؤثری در ارتقای نام تجاری و ایجاد نما برای سازمان خواهد داشت، هر چند باید توجه داشت که تبلیغات فقط یک ابزار است و هدف از به‌کارگیری آن ارتقای نام تجاری و توسعه بازار است. این مفهوم به بهترین نحو توسط مدیرعامل شرکت AT & T به این‌گونه بیان شده است که تبلیغ خوب آن نیست که مردم خوششان بیاید بلکه آن است که فروش را بالا ببرد. تبلیغات باید به نام تجاری هویت بخشند و آن را با یک ویژگی مورد علاقه بازار پیوند زنند.

لازمه اثربخشی تبلیغات، تشخیص صحیح ارزش از دید مشتری است. چنانچه در این تشخیص خطایی حاصل شود، تمام تلاش و هزینه‌ها به هدر خواهد رفت. تمایز یک محصول تنها زمانی موفقیت‌ساز است که بر شناخت مطلوبیت‌های مشتری شکل گرفته باشد و در غیر این صورت هیچ تأثیری بر خلق ارزش برای مشتری (و ایجاد مزیت رقابتی برای سازمان) نخواهد داشت. شناخت مطلوبیت‌های مشتری کار به‌نسبت پیچیده‌ای است. تقسیم بازار به بخش‌های

جدول ۱ - ارزش نام تجاری شرکت‌های بزرگ دنیا در سال‌های ۲۰۱۲ و ۲۰۱۱

رتبه در سال ۲۰۱۲	رتبه در سال ۲۰۱۱	نام شرکت	ارزش نام تجاری در سال ۲۰۱۱ (میلیون دلار)	ارزش نام تجاری در سال ۲۰۱۲ (میلیون دلار)	تغییر در ارزش به درصد
۱	۱	Coca Cola	۷۱/۸۶۱	۷۷/۸۳۹	+۸
۲	۱۷	Apple	۳۳/۴۹۲	۷۶/۵۶۸	+۱۲۹
۳	۲	IBM	۶۹/۹۰۵	۷۵/۵۲۲	+۸
۴	۴	Google	۵۵/۳۱۷	۶۹/۷۲۶	+۲۶
۵	۳	Microsoft	۵۹/۰۸۷	۵۷/۸۵۳	-۲
...
۱۴	۱۴	CISCO	۲۵/۳۰۹	۲۷/۱۹۷	+۷
۱۵	۱۰	HP	۲۸/۴۷۹	۲۶/۰۸۷	-۸

منبع: ماهنامه تدبیر، شماره ۱۹۲

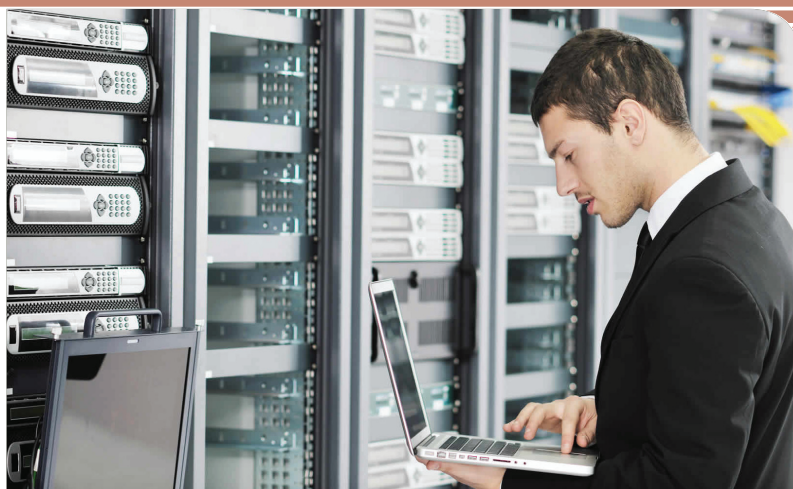


نگاهی به نسخه سوم پروتکل SNMP

Simple Network Management Protocol



هومن فروزان



نسخه سوم پروتکل SNMP، با حفظ ماهیت پروتکل قبلی، ویژگی‌های امنیتی و مدیریت از راه دور را به آن افزوده است. از زمان پیدایش پروتکل SNMP، نقطه ضعف اصلی آن امنیت پایین این پروتکل بوده است. در نسخه‌های ۱ و ۲ این پروتکل، رمز عبور (Community String) با امنیت بسیار پایین به صورت متنی یا به صورت Clean Text ارسال می‌شود. ویژگی‌های امنیتی در نسخه سوم پروتکل SNMP به طور کلی تغییر کرده است، هر پیغام SNMP V3 پارامترهای امنیتی خاص خود را داشته که بر اساس مدل امنیتی استفاده شده، از سطوح امنیتی متفاوتی برخوردار می‌باشد.

۲ - سطح امنیتی AuthNoPriv

در این سطح امنیتی، شناسایی توسط ایجاد نام کاربری و رمز عبور با استفاده از الگوریتم Message Digest 5 یا الگوریتم SHA (Secure Hash) انجام می‌شود. در این سطح امنیتی پیغام‌های SNMP کدگذاری نمی‌شوند.

۳ - سطح امنیتی AuthPriv

این سطح بالاترین سطح امنیتی SNMP V3 می‌باشد که در آن شناسایی توسط الگوریتم MD5 یا SHA صورت گرفته و کدگذاری پیغام‌های SNMP براساس استاندارد Cipher Block Chaining DES توسط الگوریتم DES 56-bit انجام می‌شود. در این روش کدگذاری، Payload پیغام‌های SNMP کدگذاری می‌شود. لازم به ذکر است که در نسخه‌های قبلی SNMP تنها سطح امنیتی NoauthNoPriv پشتیبانی می‌شد که شناسایی با استفاده از Community String انجام می‌شد (شکل ۱).

به طور خلاصه ویژگی‌های جدید اضافه شده به SNMP V3 شامل شناسایی (Authentication)، حفظ تمامیت پیغام (Message Integrity) و کدگذاری (Encryption) است. در SNMP می‌توان مدل‌های امنیتی و سطوح امنیتی تعریف کرد. به یک استراتژی شناسایی که بر ای یک کاربر یا گروهی از کاربران تعریف می‌شود، مدل امنیتی می‌گویند. سطوح امنیتی به معنی سطح امنیت مجاز در یک مدل امنیتی تعریف شده است. ترکیبی از مدل امنیت و سطح امنیت مکانیسم امنیتی را در مورد پیغام‌های SNMP تعیین می‌کند. در SNMP V3 قابلیت اعمال سه مدل امنیتی وجود دارد.

انواع سطوح امنیتی

۱ - سطح امنیتی NoauthNoPriv

در این سطح امنیتی که پایین‌ترین سطح امنیتی SNMP V3 می‌باشد، شناسایی توسط ایجاد نام کاربری انجام می‌شود. در این سطح امنیتی پیغام‌های SNMP کدگذاری نمی‌شوند.

گروه‌های کاربری

- در SNMP V3 هر کاربر (USER) می‌تواند عضو یک گروه باشد.
- در هر گروه می‌توان سیاست‌های دسترسی (Access Policy) جداگانه‌ای در مورد کاربران آن گروه تعریف کرد.
- سیاست دسترسی، اجازه دسترسی خواندن، ایجاد تغییرات و ساختن آبجکت‌های SNMP را تعیین می‌کند
- هر گروه، نحوه دریافت اخطارهای کاربران را مشخص می‌کند
- هر گروه همچنین مدل امنیتی و سطح امنیتی را برای کاربران آن گروه مشخص می‌کند

عملکرد

در SNMP V3، دستگاه‌های SNMP شناسایی می‌شوند تا تبادلات SNMP تنها بین دستگاه‌های

SNMP SECURITY MODEL PER LEVEL

Version	Level	Authentication	Encryption	Process
V1	noAuthNoPriv	Community String	No	Uses a community string match for authentication
V2c	noAuthNoPriv	Community String	No	Uses a community string match for authentication
V3	noAuthNoPriv	Username	No	Uses a username match for authentication
V3	authNoPriv	MD5 or SHA	No	Authenticates based on HMAC-MD5 or HMAC-SHA
V3	authPriv	MD5 or SHA	DES	Same as previous plus 56-bit DES encryption

Based on Chart from http://www.cisco.com/en/US/docs/ios/12_0t/12_0t3/featureguide/Snmp3.html

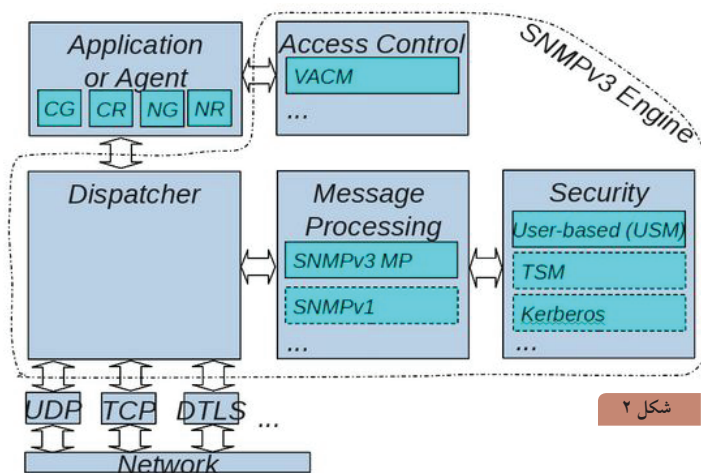
شکل ۱

و طوری تنظیم می‌کنیم که trap ها را در مدل امنیتی authnpriv بگیرد:
 snmp-server group remotegroup v3 auth
 snmp-server user remoteAuthUser remoteAuthGroup remote
 16.20.11.14 v3 auth md5 password1

در مثال زیر، کاربر Remoteuser را در گروه Remotegroup می‌سازیم و طوری تنظیم می‌کنیم که trapها را در مدل امنیتی authpriv بگیرد:
 snmp-server group remotegroup v3 priv
 snmp-server user remote PrivUser remotePrivGroup remote
 16.20.11.14 v3 auth md5
 password1 priv des56 password2

مزایا

- در SNMP V3، می‌توان دیتا را از دستگاه‌های SNMP با امنیت بالا و بدون نگرانی از مخدوش شدن و دزدیده شدن محتوای آن جمع‌آوری کرد
- محتویات در SNMP محرمانه باقی می‌مانند. به‌عنوان مثال، می‌توان پیغام‌های دستوری که پیکربندی (Config) روتر را تغییر می‌دهند را کدگذاری کرد تا از افشا شدن آن در شبکه جلوگیری کند.
- SNMP V3 در مقابل استراق سماع در تبادلات بین SNMP Engine ها محافظت می‌شود.



مجاز صورت پذیرد. هر دستگاه SNMP یک شناسه منحصر به‌فرد دارد که به آن SNMPEngine ID می‌گویند. تبادلات SNMP تنها در صورتی انجام می‌شود که دستگاه فرستنده SNMP از هویت یا SNMPEngine ID سمت مقابل مطلع باشد. در SNMP V3 طی فرآیند شناسایی، ID های دستگاه‌های SNMP شناسایی می‌شوند و طی فرآیند همگام‌سازی (Synchronization) شناسایی بین دستگاه‌ها انجام می‌شود.
 در SNMP V3 از USM MIBs جهت اعمال فرآیندهای شناسایی و کدگذاری و از VACM MIBs جهت کنترل دسترسی به Object های MIB به‌منظور انجام عملکردهای مختلف پس از فرآیند شناسایی استفاده می‌شود (شکل ۲).

اجزای مهم پیغامها

- 1 - MsgVersion: در این قسمت ورژن SNMP مشخص است، شماره ۳ مشخص کننده SNMP V3 است
- 2 - MsgMaxSize: حداکثر حجم پیغام SNMP که یک دستگاه SNMP می‌تواند دریافت کند را مشخص می‌کند.
- 3 - MsgFlags: این قسمت سطح امنیتی پیغام را مشخص می‌کند، بیت ۰ نشان‌دهنده شناسایی پیغام است. بیت ۱ مشخص کننده استفاده از کدگذاری است. بیت ۳ مربوط به گزارش‌گیری است.
- 4 - MsgSecurityModel: مشخص کننده مدل امنیتی است. مقدار ۳ نشان‌دهنده استفاده از USM و کدگذاری است.
- 5 - MsgEngineID: در این قسمت شناسه دستگاه SNMP مشخص شده است که در تبادلات SNMP استفاده می‌شود.
- 6 - MsgUserName: در این بخش، کاربری که درخواست را ایجاد کرده مشخص شده است. قسمت‌های Msgusername و MsgEngine ID جهت شناسایی اطلاعات امنیتی مربوط به پیغام مربوطه از دیتابیس USM استفاده می‌شود.
- 7 - msgSecurityParams: در این قسمت، پارامترهای امنیتی مرتبط به مدل‌های امنیتی مشخص است که پارامترهای شناسایی و کدگذاری USM را شامل می‌شود.
- 8 - PDU: در SNMP جهت تبادلات بین دستگاه‌های SNMP از PDU (Protocol Data Unit) استفاده می‌شود. PDU انواع مختلفی دارد که شامل تمامی تبادلات SNMP می‌شود، به‌عنوان مثال، از انواع PDU می‌توان از Response-PDU، Request-PDU، Trap-PDU و... نام برد.

شکل ۲

- در SNMP V3، هویت کاربری که پیغام‌های SNMP را دریافت می‌کند و پیغام‌های دریافتی از جانب او ایجاد می‌شود مشخص است.

معایب

- افزایش بار پردازشی روی روتر به دلیل کدگذاری روش شناسایی و کدگذاری Payload های SNMP و همچنین Header طولانی‌تر و پیچیده‌تر پیغام‌های SNMP V3 نسبت به نسخه‌های قبلی. محاسبات رمزنگاری می‌تواند تا ۲۰ درصد بار CPU را بالا ببرد.
- کند شدن SNMP در صورت استفاده از روش کدگذاری DES
- نیاز به تغییر کل تنظیمات SNMP در تمامی دستگاه‌ها و در نتیجه لزوم صرف زمان زیاد برای پیکربندی دوباره SNMP که شامل دستورات بیشتر نسبت به ورژن‌های قبلی SNMP است.
- با توجه به این‌که تنظیمات جدیدی اعمال می‌شود فرآیند مدیریت، نگهداری و عیب‌یابی نسبت به نسخه‌های قبلی SNMP پیچیده‌تر است. در صورتی که مدیریت Community string در نسخه‌های قبلی به مراتب ساده‌تر بود
- لزوم پشتیبانی IOS روتر از قابلیت SNMP V3

مثال‌ها

```
snmp-server engineid remote 16.20.11.14
00000063000100a1ac151003
snmp-server enable traps config
snmp-server manager
```

در مثال زیر، کاربر Remoteuser را در گروه Remotegroup می‌سازیم و تنظیم می‌کنیم که trap ها را در مدل امنیتی Noauth بگیرد و گروه Remotegroup را طوری تنظیم می‌کنیم که دسترسی Read و Write داشته باشد:

```
snmp-server group remotegroup v3 noauth read write
snmp-server user remoteuser remotegroup remote 16.20.11.14 v3
snmp-server host 16.20.11.14 informs version 3 noauth remoteuser
config
```

در مثال زیر، کاربر Remoteuser را در گروه Remotegroup می‌سازیم



کارمندان و کار نشسته



طاهره رحیمیان

افراد حتماً باید در اوقات فراغت خود در طول روز، ورزش‌های مخصوص کمر، پشت و گردن را انجام دهند تا این عضلات استحکام خود را حفظ کنند. همان‌طور که پشت میز کار خود نشسته‌اید می‌توانید عضلات شکم و سرین را چند بار و هر بار به مدت ۱۰ دقیقه سفت و بعد رها کنید. بهتر است بیش از ۵۰ دقیقه به‌طور ممتد پشت میز خود ننشینید، بلکه بعد از ۵۰ دقیقه نشستن چند دقیقه بلند شوید، کمی راه بروید، کمر خود را به طرفین خم و راست کنید. دست‌هایتان را از ناحیه کتف بچرخانید. بکوشید دستان خود را باز کرده و حالت کششی به بدن بدهد تا عضلات گردن، کمر، پشت، ران، شانه و سینه به حالت کشش در آیند و تقویت شوند.

۳ - استفاده از صندلی مناسب با قابلیت تنظیم را فراموش نکنید. ارتفاع صندلی تان باید به‌گونه‌ای باشد که کف پایتان روی زمین قرار گرفته و زانوهایتان زاویه ۹۰ درجه داشته و ران‌هایتان موازی زمین باشد. ارتفاع ۴۱ تا ۵۲ سانتی‌متر مناسب است. صندلی باید در قسمت گودی کمر، محدب و در قسمت پشت دارای کمی قوس مقعر باشد. صندلی‌های کامپیوتر بهتر است دسته‌دار باشند. فراموش نکنید حتماً هنگام کار با کامپیوتر به پشتی صندلی تکیه کنید تا از کمر و ستون فقرات شما حمایت کند. در ضمن فقط هنگامی که با موس کار نمی‌کنید و تایپ انجام نمی‌دهید، ساعد شما باید روی دسته صندلی قرار گیرد.

۴ - مانیتور مناسب به کار ببرید. بهتر است مانیتور در مرکز میز و درست در مقابل چشم شما قرار گیرد. هر چه صفحه مانیتور بزرگتر باشد تصویر راحت‌تر دیده می‌شود و دیرتر خسته می‌شوید. فاصله مناسب مانیتور تا چشمان شما ۵۰ تا ۶۰ سانتی‌متر یا معادل یک دست کشیده شما است. بخش بالایی مانیتور باید هم سطح چشمان شما باشد. برای این کار می‌توانید صندلی خود را بلندتر کنید یا مانیتور تان را پایین‌تر بیاورید. فراموش نکنید اگر از عینک استفاده می‌کنید، مانیتور را کمی به سمت بالا بچرخانید، طوری که بخش پایینی آن به چشم شما نزدیک‌تر باشد.

۵ - خستگی چشم از دیگر عوارض کار با رایانه است. هرگز به مدت طولانی به مانیتور نگاه نکنید. حداکثر پس از هر ۲ ساعت، ۵ دقیقه چشمان خود را ببندید. یک روش دیگر برای رفع خستگی چشم این است که هر ۲۰ دقیقه، ۲۰ ثانیه به چشمانتان استراحت دهید و اشیاء دور را در فاصله ۶ متری نگاه کنید. اندازه حروف باید ۲ تا ۳ مرتبه بزرگتر از ریزترین متنی باشد که شما می‌توانید بخوانید. همچنین خواندن مطالب با رنگ مشکی روی صفحه سفید بسیار آسان و واضح است. اگر مطلبی را در صفحه مانیتور مطالعه می‌کنید، به علت تغییرات دائمی جسم دیدنی و تغییرات دائمی نور

مشاغل اداری و پشت‌میزنشینی این روزها بسیار زیاد شده است و متأسفانه اثرات مضر آن بر جسم افراد روزبه‌روز بیشتر دیده می‌شود. کارهای نشسته و فکری نیاز به فعالیت ماهیچه‌ای کمتری دارند اما عوارض آن‌ها کمتر از وظایفی نیست که مستلزم فعالیت جسمانی بیشتری هستند. درواقع بدن ما طوری طراحی نشده است که بتوانیم ساعت‌های متمادی را پشت میز بنشینیم، اما به ناچار بسیاری از ما به انجام چنین کاری مشغول هستیم، به‌خصوص اگر با رایانه کار می‌کنیم، فشار زیادی به بدن ما وارد می‌شود. در اینجا سعی می‌کنیم به عوارض شایع و متداول چنین مشاغلی و نیز راه‌های حفظ سلامت جسم اشاره کنیم.

۱ - از عوارض شایع و دردسرافرین این مشاغل، افزایش وزن است. بنابراین، این‌گونه افراد باید حتماً در طول روز برنامه پیاده‌روی، دو یا ورزش‌های دیگر را داشته باشند. باید توجه داشت که این برنامه ورزشی حتماً در طی روز انجام شود.

۲ - خطر دیگر این‌گونه مشاغل ضعف عضلانی مثل عضلات سرین، شکم و پشت است که موجب کمردرد یا تغییر شکل بدن می‌شود و گاهی این تضعیف عضلات به حدی شدید است که فرد بارها و بارها به دلیل کمردرد و درد پشت مجبور به استراحت در منزل می‌شود. بنابراین، این



بالا یا پایین زاویه دار قرار نداشته باشد. گاهی به مچ‌هایتان استراحت دهید و به آن‌ها ورزش دهید.

۷- دردهای مزمن گردن و شانه هم می‌تواند از الطاف کار با رایانه باشد. به منظور پیشگیری از این عارضه نخست این‌که صفحه مانیتور را دقیقاً روبه‌روی خود قرار دهید و از قرار دادن آن در گوشه‌های میز خودداری کنید تا مجبور نشوید هنگام استفاده از آن، به‌خصوص موقع تایپ، به‌طور مرتب گردن خود را به این سو و آن سو بگردانید. همچنین سعی کنید در نزدیکترین فاصله از صفحه کلید باشید تا از مشکلات مختلف گردن و شانه در امان باشید.



منابع

- ۱) کتاب کلیات بهداشت حرفه‌ای (چوبینه)
- ۲) کتاب بهداشت کار (حلم سرشت)

خواندن بسیار خسته‌کننده می‌شود و این عمل فشار زیادی به عضلات چشم وارد می‌کند. نکته مهم دیگر برای کاستن از خستگی چشم این است که نور مانیتور را تنظیم کنید. شما باید نور مانیتور تان را به‌گونه‌ای تنظیم کنید که تقریباً مشابه سطح روشنایی محیطی باشد که دقیقاً در پشت آن قرار دارد. اگر بین روشنایی مانیتور و محیط پیرامون آن تفاوت روشنایی شدید وجود داشته باشد، شما دچار سردرد و مشکلات بینایی خواهید شد. بنابراین، در ساعات مختلف روز، نور مانیتور تان را با نور اتاق تنظیم کنید.

۶- درد انگشتان و مچ دست از عوارض استفاده مستمر از کامپیوتر و سایر وسایل اداری محیط کار است. برای پیشگیری باید صفحه کلید کامپیوتر هم سطح آرنج شما یا هم ارتفاع با دسته صندلی قرار گیرد. در هنگام تایپ کردن از هر دو دست کمک بگیرید و با نیروی متوسط و ملایمی روی صفحه کلید فشار وارد کنید. فراموش نکنید که هنگام تایپ کردن نباید مچ دستتان روی جایی قرار گیرد یا خم شود و به سمت

باغ فردوس و موزه سینمای ایران

یک پیشنهاد تفریحی فرهنگی

یاسمن شیرازی



محوطه‌ی موزه بازسازی شده و در معرض دید عموم قرار دارد.

خانه فرهاد

بخش صدا در سینمای ایران یا خانه مرحوم فرهاد مهراد هنرمند نام آشنا و صاحب سبک دنیای موسیقی. لازم به ذکر است که این موزه دارای دو تالار دیگر به نام‌های «اتاق نمایش خانگی» و «اتاق سینما و کودک» است.

ساعات بازدید:

همه روزه از ۹ صبح تا ۵ عصر
جمعه‌ها ۲ بعد از ظهر تا ۵ عصر
آدرس: تهران، خیابان ولی عصر، باغ فردوس
تلفن: ۹-۲۲۷۰۵۰۵



تالار افتخارات و جوایز

مشاهده جوایز جهانی سینمای ایران (مانند نخل طلای کن، شیر ونیز، خرس برلین و...)

اتاق سالن سینما از آغاز

عکس‌هایی از نخستین سینماداران و پرفروش‌ترین فیلم‌های تاریخ سینمای ایران

اتاق سینما و دفاع مقدس

تصاویر فیلم‌های دفاع مقدس، معرفی کارگردانان و عوامل اصلی سینمای دفاع مقدس و غرفه اختصاصی شهید آوینی پایه‌گذار فیلم‌های مستند روایت فتح

اتاق سینما در گذر تاریخ

آگاهی از نخستین کوشش‌های بشری در شرق (به ویژه ایران) برای ثبت جنبش و حرکت با دیدن دستگاه نمایش مولاز جام بز جهنده (۲۰۰۰ سال پیش از میلاد)

اتاق صدا، موسیقی، دوبله

در این اتاق دیدار از تجهیزات و ابزار قدیمی صدابرداری و شماری از نخستین صفحه‌های تولیدی موسیقی فیلم‌ها و معرفی صداپردازان، آهنگ‌سازان و صدایگان سینمای ایران امکان‌پذیر است.

اتاق ارامنه و سینما

این اتاق به منظور یادآوری نقش مؤثر ارامنه در سینمای ایران راه‌اندازی شد.

اتاق تاریخ

اتاق تاریخ آموزشی برای آشنایی با پدیده‌ی انتقال مستقیم نور و تابش آن که «بن‌هیثم» دانشمند مسلمان ایرانی آن را کشف کرد، در

پیشینه موزه

برپایی موزه سینمای ایران تحقق یک رؤیا است که با هدف گردآوری، حفظ، ثبت و عرضه مناسب میراث سینمای ایران در شهریورماه ۱۳۷۳ شکل گرفت.

موزه سینمای ایران واقع در عمارتی زیبا در شمال تهران در خیابان ولیعصر محل باغ فردوس است. این مکان زیبا در گذشته کاخ و تفرج‌گاه محمد شاه قاجار، سفارتخانه، بعدها محل هدایت جشن‌های دو هزار و پانصدساله و بعد از انقلاب محل آموزش فیلم‌سازی به علاقه‌مندان و اکنون گوشه‌ای از گنجینه ارزشمند تاریخ فیلم‌سازی در ایران است.

معرفی کوتاه تالارها

تالار آغازگران

در تالار آغازگران با نخستین تصویربرداری‌های تاریخ سینمای ایران که میرزا ابراهیم‌خان عکاس‌باشی انجام داده و نخستین آگهی‌های سینمای حرفه‌ای روبه‌رو و با مفاهیم سینمایی نظیر آفیش یا اعلان، بازیگر، کارگردان، فیلم‌نامه‌نویس، تهیه‌کننده، فیلم‌بردار، تدوین‌گر و سایر عوامل فیلم‌سازی آشنا می‌شویم.

تالار معاصران

در این تالار تصاویر صحنه و پشت صحنه فیلم‌ها، پرتره کارگردانان، فیلم‌برداران، چهره‌پردازان، طراحان صحنه و لباس و همچنین نمونه‌هایی از اکسسوار و طراحی‌های صحنه و لباس سینمای ایران در معرض دید قرار گرفته است.

توانایی‌ها و درآمدهای حوزه IT در سال ۲۰۱۳

گزارشی از Global Knowledge و Windows IT Pro

«یک انسان خوشبین در هر مشکل یک فرصت می‌بیند و یک انسان بدبین در هر فرصتی یک مشکل»
وینستون چرچیل

با این‌که بحران اقتصادی دنیا حداقل براساس شاخص‌های اقتصادی به پایان رسیده اما بررسی‌هایی که در مورد توانایی‌ها و درآمدهای حوزه IT صورت گرفته نشان می‌دهد که این حوزه به کندی در حال خارج شدن از بحران می‌باشد. سازمان‌ها هنوز هم اقتصادی را کد را احساس می‌کنند، اما داده‌های برگرفته از ارزیابی امسال نشان می‌دهد که برای بسیاری، شرایط رو به بهبود است. بسیاری از افراد فعال در حوزه IT و صاحبان کسبوکار، درآمدهای خود را افزایش داده و پروژه‌های بسیاری در حال اجرا هستند و رضایت کلی از شغل در سال گذشته روندی ثابت را پشت سر گذاشته است.

این ارزیابی در پاییز سال ۲۰۱۲ به صورت آنلاین انجام پذیرفته است. بیش از نیم میلیون دعوت‌نامه برای شرکت‌های مختلفی که در فهرست دو مؤسسه Global Knowledge و Windows IT Pro و شرکت‌های همکار این دو بودند، فرستاده شد. ۴۹ درصد از ۲۳۸۰۰ نفری که به‌طور کامل به پرسش‌ها پاسخ دادند از ایالات‌متحده و کانادا بودند. در این ارزیابی که با تمرکز روی امریکای شمالی تنظیم شده بود ۱۱۶۴۶ نفر متشکل از افراد شاغل و فعال در زمینه IT به پرسش‌ها پاسخ دادند. به‌نظر می‌رسد افراد حرفه‌ای از کارمندان گرفته تا مدیران اجرایی با بالاترین رده، در به اشتراک‌گذاری ایده‌های خود و یادگیری از دیگران علاقه نشان می‌دهند.

گرایش‌های مهم

با این‌که چالش‌های جاری به قوت خود باقی هستند، اما همه اعداد و ارقام تیره و بدبینانه نیستند. در حقیقت، نتایج ارزیابی امسال نشان می‌دهد که دلایل زیادی برای خوشبین بودن می‌توان داشت.

پاداش‌ها رو به رشد هستند

۳/۲٪ از شرکت‌کنندگان اعلام کردند که حقوق‌شان در سال گذشته با افزایش مواجه بوده است و نیمی هم اعلام کردند که پاداش دریافت کرده‌اند. اگرچه افزایش حقوق‌ها به‌نسبت کم بوده است اما بسیاری از افراد حرفه‌ای ارزش سازمانی خود را با یاد گرفتن مهارت‌های جدید و پذیرفتن مسئولیت‌های گسترده‌تر بیشتر کرده و پاداش گرفته‌اند.

سطح رضایت شغلی ثابت می‌ماند

در ارزیابی سال گذشته، ۶۰ درصد از پاسخ‌دهندگان، نسبت به جایگاه شغلی جاری خود اعلام رضایت کرده بودند و بعضی هم رضایت بالایی داشتند، که نسبت به دو سال قبل با رشد چهل درصدی، پیشرفت چشمگیری را شاهد بوده‌ایم. امسال، نرخ رضایت شغلی حول و حوش ۵۸ درصد بوده است.

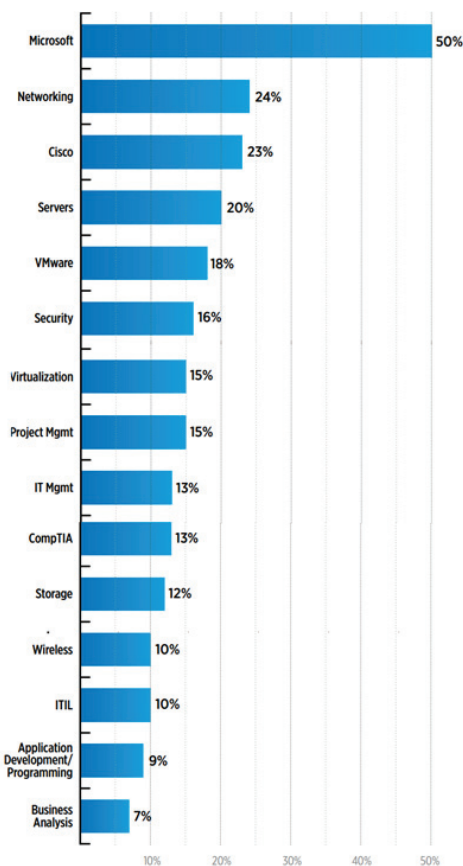
اهمیت آموزش

بیشتر از ۸۰ درصد شرکت‌کنندگان در این ارزیابی که سال گذشته دوره آموزشی را گذرانده‌اند، گفتند که دوره آموزشی سرمایه‌گذاری مثبتی برای سازمان و مسیر شغلی‌شان بوده و ۹۰ درصد از آن‌ها هم اعلام کردند که دانش جدیدی که کسب کرده‌اند را می‌توانند در جایگاه شغلی کنونی‌شان به کار گیرند. به‌طور معمول، کسب مهارت‌های جدید به معنی افزایش درآمد است و این افزایش درآمد به احتمال برای کسانی بوده که دوره‌های آموزشی را تجربه کرده‌اند یا در ۱۲ ماه گذشته موفق به کسب مدرک شده‌اند.

شرایط رو به بهبود است

همانند آن‌چه در نتایج ارزیابی سال گذشته دیده شد، نزدیک به ۸۰ درصد از افراد شرکت‌کننده در ارزیابی امسال، گفته‌اند که پروژه‌های کسبوکار و حوزه IT در حال اجرایی شدن هستند یا روند پیشبردشان تداوم دارد. این رقم حتی برای سازمان‌هایی که از رشد پایدار گزارش می‌دهند، بیشتر است (۸۸ درصد). علاوه بر آن، بیش از نیمی از شرکت‌کنندگان گفته‌اند که شرایط کسبوکار سازمان‌شان با بهبود روبه‌رو بوده و خوب است.

شکل ۱: ۱۵ توانایی حوزه IT که تأثیر مثبت روی درآمد داشته‌اند



پی‌نوشت

متن کامل این مقاله در سایت مؤسسه آموزش عالی ارژنگ به نشانی arjang.ac.ir در دسترس است.



چرا به شیری که آب از آن خارج می‌شود می‌گوییم «شیر»؟

بر سر خروجی آب می‌گذاشتند. مثلاً در فرانسه از سر خروس استفاده می‌کنند. او دید در اتریش، هر جا خروجی آب است؛ سردیسی از شیر هست. پس بر سرچشمه آب که برای مردم فراهم کرد، سر شیری گذاشت و مردم هر وقت برای برداشتن آب به آنجا می‌رفتند و می‌گفتند: رفتیم از سر شیر آب آوریم!

یکی از این قنات‌ها که به سرچشمه معروف بود (و هست) متعلق به سرمایه‌داری بود که بچه‌دار نمی‌شد. او نذر کرد اگر بچه‌دار شود؛ برای تهرانیان آب لوله‌کشی فراهم کند. پس از مدتی بچه‌دار شد و برای ادای نذرش به اتریش رفت تا مهندسانی را از آنجا برای لوله‌کشی آب بیاورد. در هر کشوری حیوانی که برای آن‌ها مقدس است را

در سال‌های دور ایران؛ تنها دوشهر بیرجند و تبریز آب لوله‌کشی داشتند که آن صنعت را از روسیه به امانت برده بودند و در کلان شهری مثل تهران مردم از آب چاه که تمیز و سالم نبود استفاده می‌کردند. در شهر تهران تنها سه قنات وجود داشت که آن هم متعلق به سه سرمایه‌دار تهرانی بود.

قهوه مبدا

این داستان شما را بیشتر از یک فنجان قهوه در یک روز سرد زمستانی گرم خواهد کرد.

با یکی از دوستانتان وارد قهوه‌خانه‌ای کوچک شدیم و سفارش دادیم،

به‌سمت میزمان می‌رفتیم که دو نفر دیگر وارد قهوه‌خانه شدند و سفارش دادند: پنج قهوه لطفاً ... دو عدد برای ما و سه عدد هم قهوه مبدا... سفارش‌شان را حساب کردند و دو قهوه‌شان را برداشتند و رفتند... از دوستم پرسیدم: ماجرای این قهوه‌های مبدا چی بود؟

دوستم گفت: آگه کمی صبر کنی تا چند لحظه دیگه حقیقت را می‌فهمی...

آدم‌های دیگری وارد کافه شدند، دو دختر آمدند، نفری یک قهوه سفارش دادند، پرداخت کردند و رفتند، سفارش بعدی هفت عدد قهوه بود از طرف سه وکیل، سه قهوه برای خودشان و چهار قهوه مبدا. همان‌طور که به ماجرای قهوه‌های مبدا فکر می‌کردم و از هوای آفتابی و منظره زیبای میدان روبه‌روی کافه لذت می‌بردم، مردی با لباس‌های مندرس وارد کافه شد که بیشتر به فقیرها شباهت داشت، با مهربانی از قهوه‌چی پرسید: قهوه‌ی مبدا دارید؟

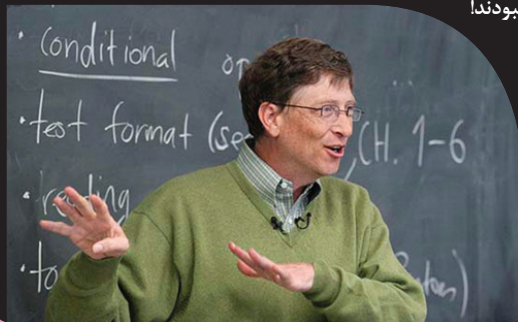
خیلی ساده است! مردم به جای کسانی که نمی‌توانند پول قهوه و نوشیدنی گرم بدهند، به حساب خودشان قهوه مبدا می‌خرند.

سنت قهوه‌ی مبدا از شهرنایاپل ایتالیا شروع شد و کم‌کم به همه‌جای جهان سرایت کرد. بعضی جاها است که شما نه تنها می‌توانید نوشیدنی گرم به جای کسی بخرید، بلکه می‌توانید پرداخت پول یک ساندویچ یا یک وعده غذای کامل را نیز تقبل کنید. قهوه مبدا برگردانی است از suspended coffee. گاهی لازم است که ما هم کمی سخاوت به‌خرج بدهیم. قهوه مبدا، ساندویچ مبدا، آب میوه مبدا، لیخن مبدا و مبادهای دیگر... که دل خیلی‌ها می‌خواهد؛ و چشم انتظار هستند که ما همت کرده و قدمی در سرزمین محبت و عشق بگذاریم و به انسان‌های امیدوار و آرزومند توجهی کنیم.

از نظر بیل گیتس

۷ پایه اساسی زندگی

۶. اگر در کار خودتان موفق نیستید، پدر و مادرتان را ملامت نکنید. از نالیدن دست بکشید و از اشتباهات خود درس بگیرید. نکته آخر که شامل حال خیلی‌ها می‌شود: ۷. قبل از آن‌که شما متولد بشوید، پدر و مادر شما هم جوانان پرشوری بودند و به قدری که اکنون به‌نظر شما می‌رسد، ملال آور نبودند!



۱. در زندگی همه چیز عادلانه نیست، بهتر است با این حقیقت کنار بیایید.
۲. دنیا برای عزت نفس شما ارزشی قائل نیست. در این دنیا انتظارها از شما این است که قبل از این‌که نسبت به خودتان احساس خوبی داشته باشید، کار مثبتی انجام دهید.
۳. پس از فارغ‌التحصیلی و استخدام کسی به شما پول زیاد یا رقم نجومی نمی‌دهد. به این ترتیب قبل از آن‌که بتوانید به مقامی همچون معاون ارشد یا خودروی مجهز و تلفن همراه برسید، باید برای مقام و مزایای آن زحمت بکشید.
۴. اگر تصور می‌کنید معلم سختگیری دارید، سخت در اشتباه هستید. پس از استخدام در می‌یابید که ریاستان خیلی سختگیرتر از معلمان است، چون امنیت شغلی او را ندارد.
۵. آشنایی در رستوران‌ها با غرور و شأن شما در تضاد نیست. نیاکان ما برای این کار از اصطلاح دیگری استفاده می‌کردند. از نظر آن‌ها این کار یک فرصت بود.



« شوخی: تذكرة المديران

« ذکر شیخ بهراد غیاث الدین

بود ایشان کفایت کردند. ایشان را در خاطر آمد که دکان را به انترپرایز ریسورس پلانیگ تجهیز باید نمود. پس در جا بجست و رو به دیار ژرمان نمود. سیدی بیافت بسیار کارآموده و بخرد. او را آتاس^۱ بدادش. آن را بیاورد و در دکان آویخت. زان پس دگر هیچ کس در دکان نخسبید الا خودش. بعون... و حسن توفیقه.

و دیگر نقل است وقتی با اصحاب نشست بود که کلاغی بر آنان وارد شد. کلاغ بگرفت و در وی نگریست و گفت: «کلاغ حیوان نجیبی است.» کلاغ به ندا آمد: «ای بهراد! شرم نداری نام نجیب بر من می نهی؟» گفت: «خو چی کار کنم کلاغ خعلی دوس دارم.» در حال کلاغ از این جمله خوشش آمد و چشم از جهان فروبست. پس چندان بگریست تا از هوش بشد. پس گفت: «سوگند خوردم تا زنده باشم، جوجه کباب نخورم» و چهل سال دیده بانی دل کرد.

نقل است یکصد و بیست و هشت سال عمر یافت. ۲ به قوه هفت در مبنای دودویی و این منزلت در دگر کس نبود. چون نزدیک وفاتش بود اجل سایه انداخت. سر از مانیور برداشت و گفت: «عافاک... توقف کن که تو را گفته اند جان او را بردار و مرا گفته اند که مناقصه بگزار. آن چه تو را فرموده اند فوت نمی شود اما از آن من فوت می شود.» پس مرگ را سخت در پیچ نهاد و سر در مانیور فرو برد و به بستن مناقصه قبل از اتمام مهلت مقرر قانونی پرداخت.

بادمجون میرزا!

آن همیشه در پرواز بین آسمان و زمین، آن آورنده متاع از روم و چین، آن خداوندگار اچپی پروداکت بولتین، شیخ بهراد ابن ناصر غیاث الدین - رضی... عنه - از اکابر مشایخ سمنان بود و به همه زبانها محمود. و در انواع معاملات و اصناف حظی تمام داشت و مقبول همه بود. در علم و رفاقت نظیر نداشت. از محتشمان طریقت بود و از محترمان مدیریت. در فنون علم ارتباطات احوالی پسندیده داشت و مشایخ انواع سرور را یافته بود.

نقل است چون از سمنان به طهران رسید به مکتب بهشتی وارد گشت و یک هزار و شونصد استاد را شاگردی کرد و چند اشتر کتاب حاصل تا در علوم رقومیه به مدرکی دست یازد. چون از تحصیل فارغ گشت رهنما استادش را وصیتی خواست. گفت: «راه موفقیت در سه چیز است: یکم بیزینس، دویم بیزینس و سیم بیزینس!» پس کتب را که به سبب آن رنجهای عظیم کشیده بود در جوی آب رها کرد و در طلب کار به سوی ثبت دکانین روان شد و افزار پرداز زمیس بنا نمود که راهبری دکان به از راه بُری در بیابان.

نقل است در این راه ده سال مجاهدت نمود و سختیها کشید و نخسبید و نیاساید و هر روز به دکان شدی و هاتف به دست سرور فروختی. شبی یکی از بزرگان به خوابش درآمد و گفت: «دانی که تو را چرا خواب و خور نیست؟» گفت: «نمی دانم.» پس گفت: «از آن جهت که طلب علم رها کردی و به پاسبانی دکان مشغول گشتی.» در حال از خواب بجست و به دیار افرنگ بشد و مجاور گشت و تا دکتری نگرفت و بهترین خلق نشد بازنشست. جزاک... خیراً.

نقل است او را چند مرید بود که از خواص او بودند و هر اندیشه ای که

(1) abas Enterprise Resource Planning (ERP), more info: <http://www.abas.de>

« جدول سودگو

	۵				۲	۸	۹	
		۶						۲
	۸	۹		۳			۵	
	۱	۲	۴			۷		۹
	۶			۸			۱	
۵		۸				۴	۳	
	۲		۸			۹	۷	
						۳		
		۱	۷				۲	

سخت

						۲		
۵			۱			۳	۶	
۴	۸				۶			۷
۲					۳	۹	۱	
۱		۸		۴		۵		۶
	۵	۶	۷					۳
۳			۲		۵		۹	۵
	۴	۲	۸					۱
		۵						۴

متوسط



افزارپرداز **رمیس** سهامی خاص

Information Technology P.J.S. Co.



● مشاوره، طراحی و پیاده‌سازی

- مراکز داده (Data Center)
- مراکز عملیات امنیت (SOC)
- مراکز عملیات شبکه (NOC)
- راهکارهای مجازی سازی (Virtualization)
- ابرهای پردازشی (Cloud Computing)
- Desktop های مجازی
- راهکارهای ذخیره‌سازی (Storage)

● مشاوره و ارائه راهکارها و خدمات امنیت اطلاعات

● ارائه سرور و تجهیزات شبکه

● تعمیر و نگهداری زیرساخت های فناوری اطلاعات (براساس بهروش هایی نظیر ITIL)

● برگزاری دوره‌های آموزش پیشرفته

REMISCO

افزارپرداز **رمیس** سهامی خاص

Information Technology P.J.S. Co.



- مشاوره و فروش سرورهای Proliant با تحویل فوری
- مشاوره و فروش انواع تجهیزات ذخیره سازی اطلاعات (EVA, SAN)
- ارائه راهکارهای آرشیو اطلاعات
- ارائه خدمات پس از فروش توسط کارشناسان رسمی HP
- گارانتی تعویض بی‌قید و شرط کلیه قطعات



- اصل بودن محصولات HP عرضه شده توسط شرکت رمیس
- تحت نظارت دقیق کارشناسان رسمی HP تضمین شده است.



- مجری پروژه‌های ملی فناوری اطلاعات و ارتباطات
- کامل‌ترین تیم پشتیبانی فنی
- ارائه خدمات پس از فروش در مراکز استانها
- ارائه تجهیزات اصلی هولوگرام‌دار سیسکو
- تحویل در کوتاه‌ترین زمان ممکن
- گارانتی تعویض

تهران، خیابان ولیعصر، خیابان مطهری، خیابان سرداران، شماره ۲۸
تلفن: ۸۸۹۲۵۸۰۸ | فکس: ۸۸۹۳۶۰۶۸ | پشتیبانی: ۴۲۵۹۲
www.remisco.com | info@remisco.com

