



زهره اسماعیلی، برای کسانی که در حوزه مدیریت شرکت‌های آی‌تی و به ویژه شرکت‌های هاستینگ فعالیت دارند، نامی آشنا است. دست کم دو بار در دو سال گذشته، نام او به عنوان مدیر شایسته در صدر خبرهای این حوزه قرار گرفت. شرکتی که وی مدیرعامل آن است، نیز شرکتی نام‌آشنا است. پارس دیتا، در سال 1394 به عنوان برند برتر حوزه آی‌تی شناخته شد. انتخاب او به عنوان مدیر شایسته سال در اجلاس سراسری مدیر شایسته ملی، آن هم دو بار پیاپی، در سال‌های ۹۳ و ۹۴، خبری نبود که بتوان بی‌تفاوت از کنار آن گذشت. پس با او تماس گرفتیم و او نیز بی‌تکلف پذیرفت و همین‌طور بی‌تکلف به پرسش‌های ما پاسخ داد. زهره اسماعیلی در سال ۱۳۶۰ در تهران به دنیا آمد. مدرک کارشناسی را از دانشگاه تبریز و کارشناسی ارشد را از تهران اخذ کرده است و در حال حاضر مشغول تحصیل در رشته MBA است؛ اگرچه در دوره دانشجویی، تجربیات کاری چندی داشت؛ اما کار حرفه‌ای او از سال ۱۳۸۳ با پیوستن به پارس دیتا، شروع شد.

### از چه سالی به عنوان مدیر عامل پارس دیتا انتخاب شدید؟

از سال 1389 رسماً به عنوان مدیر عامل پارس دیتا مشغول به کار شدم. قبل از آن به مدت دو سال، معاون مدیر عامل و قبل از آن نیز مدیر داخلی شرکت بودم. یعنی پله‌های ترقی را یکی یکی طی کرده تا به اینجا رسیده‌ام.

### شما دوبار به عنوان مدیر شایسته ملی شناخته شدید. خودتان فکر می‌کنید به چه دلایلی این انتخاب صورت گرفت؟

فکر کنم مهمترین دلیل آن، نظم و انضباطی است که در شرکت ما حاکم بوده است. پارس دیتا تنها شرکتی است که در حوزه خودش ISO گرفته است. برای گرفتن ایزو باید برنامه‌ریزی و قواعد خاصی رعایت شود. از طرف دیگر ما توانستیم به اهداف شرکت برسیم. ما اولین CMS خودکفا را در سال 82 تولید کردیم. بعد از آن، تمام توان‌مان را روی تولید پرتال گذاشتیم و با کمک همکاران به این هدف نیز رسیدیم. در سال 1393 بررسی‌هایی نسبت به عملکرد ما و رضایت مشتریان و قواعدی که در شرکت حاکم بود، انجام شد.

### چه ارگانی این بررسی‌ها را انجام داد؟

مجموعه‌ای زیر نظر مجمع متخصصین ایران و اتاق بازرگانی تهران بود. زمینه کاری ما، هم به اتاق بازرگانی مربوط می‌شود و هم به سازمان نظام صنفی و هم شورای عالی انفورماتیک. ارزیابی‌ها از طریق این ارگان‌ها انجام شد.

### چه معیارهایی را برای این انتخاب در نظر گرفته بودند؟

معیارهای متعددی بودند؛ مانند قوانینی که در شرکت وضع شد، اجرایی شدن این قوانین، اهداف و چشم‌اندازی که

تعریف کرده بودیم و این که چه میزان به این هدف‌ها رسیدیم، رضایتی که پرسنل از شیوه مدیریتی داشتند و آموزش‌هایی که در شرکت داشتیم. همه این عوامل بررسی و ارزیابی شدند و در نهایت مدیر شایسته را انتخاب کردند.



### آنها چگونه توانستند اهداف شما را اندازه‌گیری کنند و این که به چه میزان به آنها رسیده‌اید؟

این انتخاب به يك باره صورت نگرفت، بلکه به صورت یک فرآیند بود. در ابتدای کار، جلساتی با ما گذاشتند و اهداف را به صورت مستند از ما پرسیدند و سپس در طول زمان میزان پیشرفت‌ها، در جهت رسیدن به این اهداف، ارزیابی شد؛ شاید ذکر این نکته ضروری باشد که یکی از مهم‌ترین وظایف ما در شرکت، مستندسازی کارهاست؛ نه به خاطر اینکه بخواهیم جایزه بگیریم، نه؛ این قانون شرکت ماست. همکاران من در پارس دیتا، این کارها را انجام می‌دهند و من معتقدم اگر این جایزه به من تعلق گرفت، در واقع به تمام همکاران من تعلق گرفته است، چون آنها زمینه‌ساز این موفقیت بوده‌اند.

در سال دوم نیز با دخالت تخصصی سازمان نظام صنفی این کار انجام شد و در اینجا کیفیت کارهایی که انجام دادیم نیز بررسی شد؛ همچنین رضایت مشتریان هم از طریق امکانات خود شرکت ارزیابی شد؛ از طرف دیگر، آنها مشاهده کردند که خود من هم به لحاظ دانش مدیریت شخصی و کسب اطلاعات جدید، پیشرفت‌هایی داشته‌ام. با وجود حدود يك دهه تجربه مدیریتی، کماکان در حال آموختن هستم؛ تحصیلاتم را در دانشگاه ادامه می‌دهم و اطلاعاتم را افزایش می‌دهم. همچنین بعضی از آموزش‌ها در شرکت ما الزامی شده است. مجموعه این عوامل باعث شد که بار دوم هم به عنوان مدیر شایسته انتخاب شوم.

### پارس دیتا چند نفر پرسنل دارد؟

پارس دیتا حدود 70 نفر همکار در دفتر مرکزی دارد که خود من با تمام آنها به نوعی ارتباط دارم؛ شاید یکی از دلایل انتخاب من همین موضوع بود. چون معمولاً مدیران ارشد یا مدیران دیگر و سرپرست‌ها در ارتباط هستند؛ ولی من در تمام بخش‌های شرکت، يك صندلی مخصوص دارم، کنار همکارانم می‌نشینم و هم عملکرد آنها را از نزدیک می‌بینم و اگر مشکلی داشته باشند، می‌توانند مستقیماً با من در میان بگذارند.

### به غیر از دفتر مرکزی دفترهای دیگری هم دارید؟

پارس دیتا هم در تهران و هم در شهرستان‌ها، نمایندگی دارد.

### آیا شما پارس دیتا را به عنوان شرکتی که زیرساخت فنی مانند هاستینگ و... را مهیا می‌کند معرفی می‌کنید؟

پارس دیتا يك دیتاستر است و امور فنی را خودمان انجام می‌دهیم و نرم‌افزارهایمان را هم خودمان تولید می‌کنیم.

## از چه زمانی دیتاسنتر پارس دیتا تشکیل شد؟

در سال‌های 1386-1387 ما به این نتیجه رسیدیم که باید در داخل کشور دیتاسنتر داشته باشیم. پارس دیتا در سال 1377 فعالیت خود را شروع کرد و در سال 1381 به طور رسمی ثبت شد. آن زمان ما رجیسترار در ایران نداشتیم؛ البته در حال حاضر هم به غیر از دامنه IR که توسط فیزیک نظری ثبت می‌شود، ثبت‌کننده نداریم. در زمینه هاستینگ، همه با کشورهای خارجی کار می‌کردیم؛ ولی ما در جلسات متعدد، معایب و مزایای راه‌اندازی سرور در ایران را بررسی کردیم. در همان زمان شرکت‌های دولتی موظف شدند که هاست را از داخل ایران تامین کنند. تلاش ما این بود که در این زمینه به شرکت‌های خارجی وابستگی نداشته باشیم. پارس‌دیتا اولین شرکتی بود که این کار را انجام داد و در حال حاضر هم تنها شرکتی است که صرفاً این کار را انجام می‌دهد.

## شرکت‌های دیگر این کار را انجام نمی‌دهند؟

انجام می‌دهند اما اغلب، هاست‌هایشان در خارج از کشور است؛ چون در آن صورت هزینه‌ها و سختی‌های کار، فوق‌العاده کمتر است. با توجه به پهنای باند مخابراتی که ما داریم و موارد دیگر، داشتن دیتاسنتر بسیار دشوار است. این مشکلات عمدتاً پشت‌پرده است و به چشم نمی‌آیند.



## به غیر از کاهش وابستگی، چه عواملی دیگری باعث شد که شما در نهایت تصمیم بگیرید که دیتاسنترتان را در داخل کشور راه‌اندازی کنید؟

مشکلات فراوانی که داشتیم. طبیعت هاستینگ به گونه‌ای است که ممکن است کاربر به مشکل برخورد. مثلاً کاربری از برنامه‌ای استفاده می‌کرد که نمی‌توانست سایتش را بالا بیاورد. خوب این مورد باید بررسی می‌شد؛ چون سرور قبلاً داخل کشور نبود، ما باید با متخصصان شرکت میزبان خارجی تماس می‌گرفتیم، ممکن بود روزهای تعطیل آن‌ها باشد و مشکلات دیگر. ممکن بود یک کاربر، چندین ساعت دچار مشکل شود. شما می‌دانید که سایت اگر به لحاظ هاست به مشکل برخورد، روی SEO آن به شدت تاثیر می‌گذارد.

همچنین ما در زمینه حواله کردن ارز و کارهای مالی خیلی مشکل داشتیم و صرافی‌ها قوانین خاص خودشان را داشتند. مسئله دیگر، موضوع سرعت است. شاید بعضی‌ها فکر می‌کنند که سرعت سرورهایی که در کشورهای خارج مثل کانادا، آلمان یا آمریکا قرار دارند، بالاتر است. نه، آنجا پهنای باندشان بیشتر است. اما سرعت واقعی سرورهای داخل، به دلیل اینکه در داخل کشور هستند بالاتر است. وقتی مجموع این عوامل را بررسی کردیم، به این نتیجه رسیدیم که اگر قرار است سرویس‌های باکیفیت ارائه کنیم، بهتر است سرورها در داخل کشور باشند؛ چون در لحظه

می‌توانیم پاسخ بدهیم. ما الان در سه نوبت کاری، مانیتورینگ انجام می‌دهیم و هر مشکلی برای کاربری پیش بیاید، در لحظه به آن رسیدگی می‌کنیم.

### **شما دیتاسنتر دارید یا سرور روم؟**

نه می‌توانم بگویم دیتا سنتر است نه سرور روم. چون سرور روم امکانات بسیار محدودتری دارد؛ ولی ما امکاناتی در حد يك دیتاسنتر فراهم کرده‌ایم که هزینه‌های بسیار زیادی برای ما داشته است. جدای از پهنا باند، یکی از مهمترین موضوعات برای ما، برق است. برای اینکه کوچکترین مشکلی برای کاربران پیش نیاید، باید ژنراتور برق، UPS‌های بسیار قوی، سوئیچ و KVM، سیستم سرمایشی و بک‌آپ سرمایشی داشته باشیم. IP‌هایی که باید تامین کنیم و... همه این موارد باعث شده است که سرور روم ما هزینه بسیار زیادی داشته باشد.

### **از اینکه سرورهای شما در ایران است، راضی هستید؟**

صد در صد. شاید این سوال پیش بیاید که چرا پارس دیتا با این هزینه سنگین، این راه را انتخاب کرده است؛ چون هدف‌های ما خیلی بالاتر از این‌هاست. یکی از هدف‌ها، عدم وابستگی است که برای ما واقعاً مهم است؛ از طرف دیگر بسیاری از کاربران به ویژه سازمان‌های دولتی، می‌خواهند فضایی را که قرار است سرورشان آنجا باشد، ببینند. خب؛ آن‌ها می‌توانند به راحتی بیایند اینجا و امکانات ما را ببینند.

### **اگر مشتریان سازمانی شما رشد زیادی داشته باشند، آیا راهکارهای فعلی شما قابل توسعه است یا فقط مثلاً سرورها قدرتمندتر می‌شوند؟ آیا قابلیت گسترش افقی و مقیاس‌پذیری را دارند یا نه؟**

بله این قابلیت را دارند؛ زیرا یکی از امکاناتی که ارائه می‌شود Colocate است که همین موضوع مورد اشاره شماست. معمولاً شرکت‌ها، بسته به حجم سایت‌ها، روی يك سرور 700 تا 800 سایت قرار می‌دهند؛ اینکه چرا هزینه‌های ما نسبت به دیگران بالاتر است، يك موردش به همین موضوع برمی‌گردد. اولاً ما حق امتیازهای اصلی را می‌خریم و دیگر این که به جای 700 تا 800 سایت، ما 300 تا 400 سایت می‌گذاریم. در مورد رشد مشتریان هم باید بگویم که سازمان‌هایی که رشد زیادی دارند، از هاست اشتراکی استفاده نمی‌کنند؛ بلکه یک سرور اختصاصی تهیه می‌کنند و يك یا دو سایت را روی آن می‌گذارند و از امکانات کلی سرورها استفاده می‌کنند.



### **پارس دیتا به غیر از پارس پورتال، چه محصولات دیگری دارد؟**

Help Desk، اولین محصولی است که در زمینه پشتیبانی آنلاین در ایران تولید شد؛ البته قبلاً هم وجود داشت؛ اما ماژول‌های مربوط به Help Desk و اتوماسیون را با هم در قالب پورتال ارائه می‌کردند و مجزا نبود و ترجمه شده نرم افزار خارجی بودند. این‌ها هر کدام کاربرد خودش را دارد. Help Desk می‌تواند در شرکت‌هایی که بیش از یک نفر کارمند دارند، بسیار مورد استفاده قرار بگیرد؛ چون مدیر می‌تواند بدون هیچ تماسی با کارکنان، روی کار آن‌ها نظارت داشته باشد.

## شما گفتید که برای آموزش پرسنل اهمیت زیادی قائل هستید، می‌توانید نمونه‌هایی ذکر کنید؟

متأسفانه برای من ثابت شده است که تحصیلات، لزوماً به معنای آگاهی نیست. بسیاری از نیروهایی که از دانشگاه فارغ‌التحصیل شده‌اند، وقتی بحث عملی به میان می‌آید مهارت خاصی ندارند. وقتی نیرویی مراحل جذب را پشت سر می‌گذارد، تازه باید خودش را به لحاظ گیرایی، مسئولیت‌پذیری و دقت نشان دهد. در این مرحله، همکار جدید وارد فاز آموزش می‌شود نه آزمون؛ البته برای طراحی و برنامه‌نویسی آزمون داریم؛ اما در مورد سایر سمت‌ها، آموزش داریم. ما سه جلسه آموزش سه ساعته داریم که سرپرست هر بخش، مسئول آموزش است و اطلاعات کلی را در مورد کار به نیروی جدید می‌دهد. بعد از سه جلسه، آزمون کتبی گرفته می‌شود. اگر در آن آزمون نمره قبولی بگیرد، وارد مرحله عملی می‌شود که خودش سطوح مختلفی دارد.

حالا چه چیزهایی آموزش می‌دهیم؟ چون پارس دیتا یک برند شناخته شده است و خوشبختانه به‌عنوان برند برتر هم شناخته شده است، توقع کاربران این است که هیچ سوالی بی پاسخ نماند؛ به همین دلیل ما این طور فکر نمی‌کنیم که همکار ما در واحد فروش کارش فقط فروش است و احتیاجی نیست که اطلاعات فنی داشته باشد یا حتی نیروی فنی احتیاجی نیست که از فروش سر در بیاورد. کارشناسان فروش ما باید طراحی بدانند؛ البته نه در حد تخصصی. ما بیش از 90% کارمان به صورت تلفنی است؛ در تن صدای همکاران ما باید اعتماد به نفس وجود داشته باشد. ما به صورت هفتگی آموزش داریم. آموزش اجباری و تخصصی است. سرپرست هر واحد موضوعات آموزش را مشخص می‌کند. با توجه به بازار، اطلاعات علمی جدیدی که به دست می‌آوریم؛ در این جلسات به کارکنان منتقل می‌شود. بعد از گذشت حدود یک ماه، از همان مطالب آزمون گرفته می‌شود. من به این نتیجه رسیده‌ام که وجود آموزش، در وهله اول کارها را رویتین و منظم می‌کند و به همکاران ما اعتماد به نفس می‌دهد. از طرف دیگر، همکاران باور می‌کنند که در یک شرکت خیلی تخصصی کار می‌کنند.

## آیا برای آموزش کارکنان، از خارج از شرکت هم کمک می‌گیرید؟

بله. ما از اساتید بزرگی برای همکاری دعوت کرده‌ایم. من خودم تمرکز زیادی روی بخش فروش و بازاریابی دارم. صدای همکاران را هم به صورت آنلاین و هم ضبط شده، گوش می‌دهم. مشکلات کد گذاری می‌شود و در جلسات مطرح می‌شوند؛ به ویژه وقتی کسی با ناراضی با شرکت زنگ می‌زند؛ این موارد از پایه موشکافی می‌شود؛ نحوه برخورد همکاران، سوابقی که در شرکت داشته و موارد دیگر. در این‌گونه موارد، در مرحله آخر، اغلب من خودم با افراد ناراضی صحبت می‌کنم. حاصل این بررسی‌ها، یک مستند می‌شود که برای آینده از آن استفاده می‌کنیم. ما با افراد مختلفی سروکار داریم؛ مثلاً فردی که هاستش بالا نمی‌آید، کاملاً از ما ناراضی می‌شود؛ اما در نظر نمی‌گیرد که شاید دامینی که در جای دیگری ثبت کرده، زمان اعتبارش تمام شده است، یا برنامه طراح سایت اشکال دارد. ما باید بدانیم که چگونه با این افراد برخورد کنیم.

## می‌توانید در مورد مراحل طراحی محصولات توضیحاتی را به خوانندگان مجله بدهید؟

بله. دریافت ایزوهای ما حدود نه ماه طول کشید و یکی از مواردی که به عنوان نقطه قوت ما در نظر گرفته شد، بخش طراحی و تولید محصول بود. برای تولید یک محصول، ما واحدهای مختلفی داریم. اول تحقیق است که در آن تحقیق بازار انجام و امکاناتی که مورد نظر است، سنجیده می‌شود. آیا این محصول متقاضی دارد یا نه؟ بعد نوبت تحلیل است و ما در آنجا، از زبده‌ترین متخصصان استفاده می‌کنیم؛ چون بیشترین موفقیت محصول، به این بستگی دارد که چه تحلیلی روی آن انجام می‌شود؛ پس بحث طراحی و معماری چندلایه و رعایت استانداردها و استفاده از آخرین تکنولوژی‌های روز است و آخرین مرحله کنترل و پشتیبانی است. مرحله‌ای که واقعاً هزینه‌بر است بحث کنترل و داشتن پروتوتایپ است. ما در هر مرحله، تحلیل پروتوتایپ داریم که باید به تایید تمام اعضای مدیریت تولید نرم‌افزار برسد. بعد از این مرحله، وارد طراحی و توسعه می‌شویم. ما برای مرحله کنترل و تست، در یک دوره خاص، چندین نیرو استخدام کردیم که به عنوان کاربر از سیستم استفاده می‌کردند و اطلاعاتی از خود سیستم و طراحی آن نداشتند. به عنوان یک کاربر، اشکالات سیستم یا نیازهایشان را به ما اعلام می‌کردند. یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های محصولات ما، این است که به صورت هسته مرکزی هستند، به این صورت که ما یک هسته مرکزی داریم با تمام استانداردهای روز که یکی از شاخه‌های آن پورتال است، یکی Help Desk و یکی CRM و... هر کدام ماژول‌های مخصوص به خود را دارند؛ ولی چون هسته مرکزی آن‌ها یکی است، وقتی می‌خواهید سفارشی‌سازی کنید یا کار دیگری روی آن‌ها انجام دهید، می‌توانید همه را با هم انجام بدهید؛ همچنین نرم‌افزارهای ما به صورت SSO هستند؛ یعنی می‌توانید با یک نام کاربری و رمز عبور، وارد هر کدام از نرم‌افزارها بشوید.

## آیا در پروژه‌های شرکت، مواردی هم بوده که به شکست منجر شود و اگر جواب مثبت است، علت آن چه بوده است؟

بله، عمدتاً در اوایل کار بود. علت عمده آن هم عدم وجود تحلیل درست بود؛ البته دلایل دیگری هم وجود داشت؛ مثلاً

يك پروژه خیلی مهم ما به خاطر ارتباطی که با ارز و دلار داشت، به دلیل تحریم‌ها کنار گذاشته شد که امیدواریم بتوانیم در آینده آن را دوباره شروع کنیم؛ ولی به لحاظ طراحی چنین پروژه‌هایی نداشتیم؛ چون به نیاز و سلیقه کاربر و خلاقیت ما برمی‌گردد؛ البته مشکلات صنف ما فقط به تحریم‌ها مربوط نمی‌شود. ما برای اینکه بتوانیم دامین ثبت کنیم، باید با رجیسترارهای خارجی کار کنیم. ما هر ماه چند ده میلیون تومان هزینه، بابت این دامین‌ها پرداخت می‌کنیم؛ اما اداره مالیات این را به عنوان هزینه از ما قبول نمی‌کند؛ چون صرافی‌ها گزارش و فاکتور را نه به ما می‌دهند نه به اداره مالیات. ما تمام لایسنس‌ها را با دلار می‌خریم؛ اما نمی‌توانیم در هزینه‌هایمان بیاوریم. بزرگ‌ترین مشکل ما این است که کاربران ما اصلاً در جریان این مشکلات نیستند و نمی‌دانند که ما به خاطر این‌گونه مسائل، متحمل چه هزینه‌هایی می‌شویم. مطمئناً ما خیلی بهتر از این می‌توانستیم کار کنیم؛ اگر حمایت می‌شدیم و یا حداقل چهارچوب‌هایی مشخص می‌شد که مطابق آن، تسهیلاتی به ما تعلق می‌گرفت. امیدواریم که با رفع تحریم‌ها، برای خرید سخت‌افزارها و لایسنس‌ها مشکلات کم‌تری داشته باشیم.



**البته تقریباً همه شرکت‌ها این هزینه‌ها را دارند؛ اما هاست‌های ویندوزی یا لینوکسی، داخلی یا خارجی پارس دیتا، گران‌تر از جاهای دیگر است یا حتی ثبت يك دامین در پارس دیتا گران‌تر از اغلب جاهای دیگر است؛ مثلاً بعضی از شرکت‌ها، دامین با پسوند .com را با 35 هزار تومان ثبت می‌کنند؛ اما پارس دیتا با 45 هزار تومان. چرا؟**

اجازه بدهید اول از ثبت دامین شروع کنیم. بله با 35 هزار تومان هم دامین ثبت می‌کنند؛ اما کدام رجیسترار ثبت می‌کند؟ ما دامین‌ها را از طریق شرکت توکاس (TUCOWS) ثبت می‌کنیم. شما وقتی با يك رجیسترار معتبر ثبت می‌کنید، امکانات زیادی به شما می‌دهد. قیمتی که توکاس، برای ثبت دامین در نظر گرفته، بالاست؛ اما در کنترل پنل، بدون آنکه وابسته به شرکت باشید، می‌توانید Name Server و مالکیت را تغییر دهید. در اینجا مالک قطعی دامین، خود شما هستید. همین حس که دامین من متعلق به خودم است، امتیاز مهمی است. ما موارد زیادی داریم که به مشکل بر می‌خورند؛ مثلاً مدیر عامل شرکتی به کارمندش می‌گوید که برایش دامین ثبت کند؛ کارمند هم دامین را به نام خودش ثبت می‌کند یا حتی برخی از شرکت‌ها امکان انتقال دامین را نمی‌دهند. در مورد دامنه .ir. موضوع کاملاً متفاوت است. خود NIC، این دامنه را 16 هزار تومان ثبت می‌کند که 2 هزار تومان با هزینه ثبت ما اختلاف دارد. شما اگر .ir. را ثبت کنید؛ مثلاً اگر پسوند اسمتان را ذکر نکنید، ممکن است مالک دامین شناخته نشوید؛ ولی در مورد دامنه‌های .com و .net. اینگونه نیست. در پارس دیتا، يك کنترل پنل با اختیارات کامل و به نام خودتان در اختیار شما قرار می‌گیرد و دامنه .ir. را ثبت می‌کنید. همچنین این امکان را دارید که صاحب قانونی دامین را تغییر داده و به يك شناسه دیگر در NIC ببرید. پس این مالکیت مطلق که ما به کاربر می‌دهیم، قیمت‌های ما را تحت تاثیر قرار می‌دهد؛ از طرفی، ما نماینده داریم و قیمت‌هایی که به آن‌ها می‌دهیم خیلی پائین‌تر از قیمت کاربر است. گذشته از این، درصدهای تخفیف NIC به فروشندگان هم متفاوت است.

اینکه چرا قیمت‌های ما گران‌تر از بقیه است، اجازه بدهید با یک مثال توضیح بدهم. شما وقتی می‌خواهید يك

تلویزیون بخريد، قيمت سونی مشخص است، قيمت توشیبا هم مشخص. وقتی برند باشید، قيمت متفاوت است؛ چون کیفیت و جوابگویی پیرو آن وجود دارد. پشتیبانی 24 ساعته دارد. این بحث به ویژه در مورد هاستینگ مصداق دارد. شما فرض کنید سروری دارید و می‌خواهید هاستی را با ظرفیت صد یا پانصد مگابایت ارائه بدهید. اغلب شرکت‌های ارائه‌دهنده برای کاهش هزینه‌ها، میل سرور، بانك‌های اطلاعاتی و وب‌میل را روی يك سرور قرار می‌دهند؛ از لایسنس خریداری شده هم استفاده نمی‌کنند. این‌ها باعث می‌شود که قيمت کاهش پیدا کند. به این ترتیب با یک سرور، همان هاست را به شما می‌دهند؛ اما وقتی میل شما به مشکل بر بخورد، بانك اطلاعاتی شما به مشکل برمی‌خورد، کل سایت شما به مشکل می‌خورد؛ اما پارس دیتا این کار را نمی‌کند. ما يك شبکه تشکیل می‌دهیم. برای وب‌میل، سرور و لایسنس جدا می‌خریم. بانك اطلاعاتی، سرور جدا دارد؛ سرور وب نیز جداست. یعنی هر کدام سرور جداگانه دارند. پس فقط همین مورد، هزینه ما را سه برابر شرکتی می‌کند که این هزینه‌ها را ندارد. درست است که هزینه هاست ما بیشتر از جاهای دیگر است، اما آن‌ها هزینه‌های ما را ندارند. بله، پارس دیتا برند است. هزینه‌های بیشتری می‌کند و در عوض، شرکت‌هایی که با ما کار می‌کنند و اغلب دولتی هستند، خیالشان راحت است. يك دلیل مهم دیگر، پشتیبانی 24 ساعته است. ما برای پشتیبانی، نیروی مستقر داریم و اگر مشکلی پیش بیاید، سرپرست‌ها در هر ساعتی باید خودشان را به شرکت برسانند. خب، همه این‌ها هزینه دارد.

### **معمولاً چقدر طول می‌کشد شما به يك درخواست جواب بدهید؟**

ما سیستم تیکتینگ داریم و بخش‌های فنی حداکثر تا 15 دقیقه، باید يك جواب موقت به کاربر بدهند تا کاربر متوجه شود که مشکل، منتقل شده است. بخش فروش که باید در لحظه جواب بدهد. یکی از وظایف سرپرست‌های هر واحدی، بررسی تیکت‌ها و زمان پاسخ‌گویی است و در آخر هر هفته گزارش آن به من هم می‌رسد.

### **و حرف خاصی که مایل هستید بگویید؟**

من واقعاً از پرسنل پارس دیتا راضی هستم. خیلی دلسوزانه کار می‌کنند؛ البته بستر رشد هم فراهم است. يك نمونه‌اش خود من هستم. کسی که دلسوز باشد، به راحتی می‌تواند رشد کند. پارس دیتا به هر جایی رسیده، به خاطر کارکنانش است.

### **دلیل این دلسوزی را چه می‌بینید؟**

از محیط کاری راضی هستند؛ در عین حال که خیلی قواعد را رعایت می‌کنیم، ارتباط دوستانه‌ای بین ما وجود دارد؛ بر خلاف خیلی جاهای دیگر، ما حاشیه نداریم؛ در عین حال که در شرکت آزادی وجود دارد، حریم‌ها هم رعایت می‌شود. شرکت نیز خود را نسبت به آن‌ها مسئول می‌داند. همکاران هم همگی شرکت را متعلق به خودشان می‌دانند و خود را مقید به رعایت قوانین می‌دانند. کلیه همکاران به ویژه خانم‌ها، با فراق خاطر کار می‌کنند؛ زیرا می‌دانند در محیطی بسیار سالم که اخلاقیات حرف اول را می‌زند، مشغول به کار هستند و این در کنار آموزش، بزرگ‌ترین سرمایه‌های من هستند.

### **آیا فعالیت پارس دیتا، فقط در همین حوزه خواهد بود؟**

بیشتر در همین حوزه خواهیم بود؛ اما محصولات و خدمات ما شاخ‌وبرگ بیشتری خواهند داشت.

### **بهترین تجربه شما در دوره مدیریت‌تان؟**

وقتی پارس دیتا برند برتر شد، بهترین تجربه من بود؛ آنقدر که برند برتر برایم مهم بود، شاید مدیر شایسته شدن، برایم مهم نبود.

### **برند برتر جدای از مدیر شایسته بود؟**

بله. انتخاب برند برتر در زمینه ارائه خدمات و محصولات در زمینه آی‌تی بود که توسط سازمان نظام صنفی و اتاق صنایع و بازرگانی تهران، در دو مرحله انجام شد.



### و تجربه تلخ؟

یک زن شاغل، به ویژه اگر مسئولیت بالایی داشته باشد، متحمل فشارهای زیادی می‌شود؛ به ویژه در اوایل کارم این فشار بسیار زیاد بود. به دلیل مشغله زیاد و به دلیل این که ساعات بسیار زیادی را مجبور بودم در شرکت بگذرانم، شاید نتوانستم مادر خیلی خوبی برای فرزندم باشم. من عملاً فشار اینکه پنج سال از پسرم دور بوده‌ام را احساس می‌کنم؛ شاید به لحاظ امکانات کمبودی نداشته باشد؛ اما احتمالاً به خاطر این که همیشه کنارش نبودم، آسیب‌هایی خورده است.

### پارس دیتا ممکن است رقبای زیادی داشته باشد، شما در کشور چند رقیب برای پارس دیتا می‌شناسید؟

اولاً ما از واژه همکار به جای رقیب استفاده می‌کنیم؛ شاید دو شرکت نزدیک به ما وجود داشته باشند؛ اما تعیین‌کننده قیمت در بازار پارس دیتا است

### تاریخ انتشار:



