



WWW.CCWMAGAZINE.COM

دنیای کامپیوتر و ارتباطات



چشم انداز صنعت هاستینگ از نگاه مدیران بخش خصوصی

نسخه pdf

نسخه مناسب چاپ

سرویس‌های جدید Shared Server در سرورهای **فراکارانت** Hosting

اشاره: برای بررسی بهتر دیدگاه و چشم‌انداز مدیران فعال حوزه هاستینگ در باره این حرفه، و نیز مسائل و مشکلات آن، همزمان با طرح موضوع هاستینگ در ویژه نامه ماهنامه، سؤالاتی طرح و از سوی دفتر ماهنامه برای مدیران محترم چندین شرکت ارسال شد؛ مایه خرسندی و مباحثات است که غالب این عزیزان، با اعتنای درخور و با بذل توجه و دقت، پاسخ خود را به دفتر ماهنامه فرستادند.

سؤالات ما به شرح زیر بود:

1. تاریخچه و زمینه فعالیت‌های شرکت (آیا شما فقط در زمینه هاستینگ فعالیت می‌کنید؟)
2. نقش و جایگاه صنعت هاستینگ در حوزه فناوری اطلاعات
3. با توجه به گسترش سایت‌های ایرانی، چشم‌انداز آینده صنعت هاستینگ در ایران را چگونه می‌بینید؟
4. جایگاه شرکت شما در این حوزه (هاستینگ) در ایران.
5. توجه شما به خدمات ارائه شده به مشتریان، با در نظر گرفتن دو پارامتر «قیمت» و «امنیت»
6. روش‌های مناسب و معقول در ارائه سرویس به مشتریان از طرف شرکت‌ها را چه می‌دانید؟ (کاهش قیمت، افزایش کیفیت، سرویس‌های جنبی و ...) به ویژه با توجه به گسترش این صنعت
7. مسائل و مشکلات اصلی صنعت هاستینگ در ایران چیست؟
8. چرا اعضای این صنف هنوز دارای یک تشکل صنفی نیستند؟ و نظرتان در این خصوص چیست؟

مدیران محترمی که پاسخ‌هایشان را دریافت کردیم عبارتند از:

- روزبه هاشمی‌ها - مدیر عامل شرکت روند تازه (Ouriran)
- سید مجید اورعی - مدیر عامل شرکت سنکام
- محمد جواد حاجاتی - مدیر عامل شرکت سازین رسانه
- بهرنگ موسوی - مدیر فنی شرکت فرارایانه

اخبار ۱۲

آرشیو ماهنامه

آخرین شماره

Download

پیوندها

وبلاگ ماهنامه

دفتر یادبود

درباره ما

ارتباط با ما

- مهرداد سیجانی – مدیر عامل شرکت فراکارانت
- محمد کاظم قنبری – مدیر عامل شرکت قاصدک

این پاسخ‌ها را در پی می‌خوانید.



روزیه هاشمی‌ها

مدیرعامل شرکت روند تازه (OurIran)

1. شرکت Ouriran (روند تازه) در سال 1378 به عنوان اولین شرکت تخصصی در زمینه میزبانی وب و با داشتن پایگاه مرکزی خود در کانادا شروع به کار نمود. از سال 1379 با توجه به این که بسیاری از شرکت‌ها نیاز به تهیه سرور اختصاصی خود داشتند، این شرکت از امکانات خود در کانادا استفاده کرده و شروع به ارائه سرورهای اختصاصی نموده است و این موضوع مورد استقبال گسترده شرکت‌های ایرانی قرار گرفته است. همزمان با توجه به نیازهای موجود در زمینه Hosting Automation این شرکت فعالیت رسمی را در این زمینه شروع کرده و نرم‌افزار 5Click Host را به صورت تجاری بر روی سرورهای اختصاصی خود ارائه داده است. در حال حاضر این شرکت دارای Server Room اختصاصی داخل GT Data Center و در شهر تورنتو، کانادا بوده و ارائه دهنده سرویس‌های e-merchant, Dedicated & co-location, shared hosting می‌باشد.
2. در حال حاضر این ابهام برای صاحبان سنتی صنعت و دولت مطرح است که آیا جامعه IT ایران و به طور ویژه، صنعت فعلی هاستینگ، آمادگی کیفی و امنیتی لازم برای میزبانی سایت‌هایی با محتویات طبقه‌بندی شده تجاری و اطلاعاتی را داراست یا خیر؟ پاسخ به این پرسش نقش حیاتی صنعت هاستینگ در فناوری اطلاعات را به وضوح روشن می‌کند.
3. صنعت هاستینگ در چند سال گذشته رشد چشمگیری داشته، به طوری که روزانه شاهد افزوده شدن شرکت‌های میزبانی وب هستیم. در این چندسال با توجه به این که سرویس‌گیرندگان خدمات میزبانی عمدتاً ناآشنا و بدون داشتن تجربه قبلی نسبت به انتخاب سرویس دهنده خود اقدام می‌کردند، جنگ قیمت‌ها حول ارائه خدمات میزبانی می‌گردیده است، ولی در آینده نزدیک با داشتن مشتریانی آگاه، جنگ قیمت‌ها حول کیفیت خدمات میزبانی چرخ خواهد زد.
4. ما علاوه بر ارائه خدمات هاستینگ به مشتریان، خدمات سرور را به دیگر شرکت‌های هاستینگ ارائه می‌دهیم، شاید این موضوع باعث شده است که Ouriran نه به عنوان یک رقیب، بلکه به عنوان یک همکار مطمئن، رابطه صمیمانه‌ای با بسیاری از شرکت‌های هاستینگ در ایران داشته باشد و این باعث افتخار ماست.
5. بهتر است به جای امنیت از کیفیت سرویس‌ها بگوییم چرا که امنیت یکی از زیر مجموعه‌های کیفی سرویس‌های میزبانی محسوب می‌شود. در Ouriran ما از چهار سال پیش، استانداردی را برای کیفیت خدمات خود قرار داده‌ایم و در طول این مدت و حتی در شرایط رقابتی فشرده، نه تنها از استانداردهای اولیه پایین نیامده‌ایم، بلکه با بالا بردن استانداردهایمان تلاش در افزودن سهم خود از این بازار بوده‌ایم. در عین حال قیمت سرویس‌های این شرکت همیشه با توجه به کیفیت سرویس‌ها تنظیم شده و شرایط بازار تنها تاثیرگذار در نوسانات قیمت‌های نهایی بوده است.

6. مشتریان هاستینگ به دو گروه شخصی و شرکتی طبقه‌بندی می‌شوند. برای سرویس‌دهندگانی که مشتریان شخصی را هدف قرار داده‌اند، پایین بردن قیمت‌ها یک حربه سریع و موثر برای جلب مشتری می‌باشد. ولی برای آن دسته از میزبانانی که مشتریان شرکتی را هدف قرار داده‌اند، تنها راه پیشرفت، بالابردن کیفیت سرویس‌ها و پایین نبردن قیمت‌ها می‌باشد، چرا که در صورت با پایین آوردن قیمت‌ها طبیعتاً کیفیت سرویس‌ها پایین آمده و این نتیجه معکوس به همراه خواهد داشت.

7. شاید نداشتن قوانین اینترنتی و الکترونیکی جامع، کامل و با فوریت بالا، یکی از مشکلات بزرگ برای صنعت هاستینگ در ایران است. به طور خاص می‌توان به کپی‌رایت و جرائم اینترنتی اشاره کرد.

8. زمانی می‌توان ارائه‌دهندگان یک سرویس را یک صنف خواند که افراد متخصص در آن حضور داشته باشند. مشکل هاستینگ در ایران این است که تشخیص متخصص از غیر متخصص کار آسانی نبوده است. ولی اکنون بعد از چندین سال تجربه، گروهی از شرکت‌ها نقش کلیدی‌تری را در این زمینه ایفا کرده‌اند، به شکلی که با همکاری صمیمانه این شرکت‌ها رسیدن به یک تشکل صنفی چندان مشکل نمی‌نماید.



سید مجید اورعی
مدیر عامل شرکت ستکام

پاسخ سوالات به طور اجمالی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

1. شرکت ستکام از سال 77 به طور تخصصی در زمینه خدمات اینترنت و طراحی نرم‌افزاری تحت وب، و از سال 79 به طور تخصصی خدمات میزبانی وب را به مجموعه فعالیت‌های خود افزوده است.

2. با توجه به این که میزبانی وب، جایگاهی جهت ارائه خدمات و ارائه اطلاعات تولید شده توسط سازمان‌ها و شرکت می‌باشد، در حقیقت میزبان وب درگاه و خروجی کلیه فعالیت‌های جهانی شرکت‌ها و سازمان‌ها می‌باشد و هرچه فعالیت این شرکت‌ها حساس‌تر، روزآمدتر و کارآمدتر باشد، جایگاه و اهمیت میزبان وب به همان اندازه و گاه بیشتر از آن اهمیت بیشتری برخوردار خواهد شد.

3. به طور مسلم هرچه آگاهی مشتریان از خدمات و ویژگی‌های میزبانی‌های وب بیشتر شود و هر چه اینترنت در میان عموم مردم گسترش یابد، صنعت Hosting در ایران ناگزیر است به سمت حرفه‌ای شدن و ارائه خدمات بهتر و شایسته‌تر حرکت کند. از سوی دیگر سوداگران اقتصادی نیز با هدف کسب درآمد به این سمت هجوم می‌آورند که می‌تواند رقابتی نمودن خدمات را در پی داشته باشد.

4. شرکت ستکام در حال حاضر سعی نموده‌است با هدف ارائه خدمات بهتر وارد بازار شود و خوشبختانه در حال حاضر با میزبانی، اکثر وب سایت‌های مهم و کاربران حرفه‌ای را جذب خود نموده‌است؛ چرا که اکثر کاربران معمولی تنها پارامتر انتخابشان هزینه می‌باشد، ولی کاربران حرفه‌ای کیفیت و خدمات پشتیبانی را مدنظر خود دارند.

5. با توجه به پاسخ سوال قبل طبیعتاً ما به کیفیت می‌اندیشیم که یکی از پارامترهای آن امنیت سرورها می‌باشد.

6. مهم‌ترین عامل برای مشتری، رضایتمندی است و این عامل، ترکیبی از موارد ذکر شده

مانند قیمت مناسب، سرویس بهتر، راحت‌تر و امن‌تر می‌باشد.

7. متأسفانه عدم آگاهی کاربران، عدم آگاهی خبرنگاران و حتی مدیران شرکت‌های خدمات دهنده از یک سو و از سوی دیگر عدم وجود پرسنل و نیروی انسانی مناسب و همچنین عدم امکانات مخابراتی مناسب در کشور، عمده مسائل و مشکلات این صنعت می‌باشد.

8. به طور طبیعی در هر صنعت نوپا، رقبای آن صنف به طور انحصاری وارد بازار شده، سپس به رویکرد رقابت منفی پرداخته، و نهایتاً به سمت صنف شدن پیش می‌روند. با توجه به این که مراحل اولیه این رویکرد در این صنعت طی شده است، امیدواریم هرچه زودتر این صنعت نیز به تشکل صنفی مناسب دست پیدا کند.



محمد جواد حاجاتی

مدیر عامل شرکت سازین رسانه

1. شروع فعالیت این شرکت از سال 77 با ارائه سرویس هاستینگ بوده و بنا به اهداف بلند مدت و نیاز و درخواست مشتریان در کنار آن در دیگر زمینه‌های IT از قبیل اینترنت و طراحی و برنامه‌نویسی فعالیت نموده‌ایم

2. به اعتقاد من در حوزه فناوری اطلاعات صنعت هاستینگ از چنان جایگاهی برخوردار است که می‌توان در مقام مقایسه، رابطه آن را به سایر بخش‌های IT به علت و معلول تشبیه نمود. با توجه به ظهور انواع و اقسام خدمات Online که هم‌اکنون شاهد ارائه آن در IT

هستیم، نهایت بکارگیری و استفاده از تمام خدمات به چگونگی و توان استفاده آن مقوله در هاستینگ باز می‌گردد.

3. خوشبختانه از 5 سال پیش که در این راه قدم برداشتیم، نگرش کلی جامعه فنی و اقتصادی کشور نسبت به هاستینگ تغییرات مثبت و مفید را در بر داشته است. دریافت و مشاهده درخواست تغییرات بنیادی در رابطه با محتوای سایت‌هایی که متعلق به مشتریان ما بوده، و غالباً ما برای چندسال میزبان صفحات سایت آنان بوده‌ایم ما را بر این باور مصمم‌تر می‌نماید که این جایگاه ارتقا یافته، و صرف داشتن صفحاتی زیبا و بدون کارایی و محتوا پس از این مطلوب نظر نمی‌باشد. ولیکن باید اذعان داشت برای رسیدن به اهداف غائی که به عقیده من در وهله اول نگرش به مسئله هاستینگ به عنوان یک صنعت، و در مرحله دوم قبول این که این بخش از صنعت فناوری اطلاعات ابزاری قدرتمند در اقتصاد است، هنوز راه بسیار دشواری را در پیش رو داریم.

4. در شروع، شرکت‌های ارائه دهنده هاستینگ در ایران از انگلستان یک دست تجاوز نمی‌نمودند و می‌توان ابراز داشت شرکت سازین دومین شرکتی بود که در ایران، هاستینگ روی Server2000 را با تمام مشکلات آن زمان، ارائه می‌نمود. هیچگاه چنین تصویری را نداشته‌ایم که برای همیشه و تمام مشتریان را بخواهیم و بتوانیم جذب خود نموده و جایگاه سازین در این صنعت و در ایران تغییری ننماید. چرا که لازمه پیشرفت هر صنعتی، توسعه افقی در کنار توسعه عمودی آن است. ولی متأسفانه شاهد رشد و افزایش تعداد شرکت‌های ارائه دهنده، یعنی همان رشد افقی بوده‌ایم، که دلایل بی‌شماری دارد که در آن نشست به بعضی از آنها اشاره شد. به هر حال خوشحالیم که این شرکت توانسته با محدودیت‌های موجودمان - که بیشتر سرچشمه آن از مسائل مالی می‌باشد - ضمن ارتقاء هراز چند گاه سطح خدمات هاستینگ خود رضایت نسبی مشتریان را جلب نماید و اثبات این مدعا را همراهی صدها سایت، آن هم به مدت 4 سال با خود می‌دانیم. همچنین ارائه سرویس به برخی سازمان‌ها و شرکت‌های معتبر که دید و استفاده متفاوتی در رابطه با سایت‌هایشان

دارند نقطه دلگرمی ما برای ادامه فعالیت در این زمینه می‌باشد.

5. همان گونه که در بالا اشاره نمودم، محدودیت‌های مالی چنین اجازه‌ای را به ما نمی‌دهد که مطابق با استاندارد واقعی و مطابق روز، ارائه سرویس نماییم، دلیل عمده وجود این محدودیت‌ها عدم هماهنگی مابین سرویس‌دهندگان است، زیرا فرهنگ مناسبی در رابطه با خرید و فروش این سرویس، نه در نزد مشتری و نه نزد سرویس‌دهنده تعریف نشده است که بتوان به استناد آن، استانداردها رعایت نمود، چراکه رعایت آن مستلزم هزینه و به ناچار تامین آن از مشتری می‌باشد، و صد البته او با بازاری آشفته از قیمت‌های بسیار متفاوت روبرو است و بدون این که بداند چرا و چگونه خرید یک واحد فضا و انجام هاستینگ می‌تواند قیمت‌های متفاوتی داشته باشد. بنابراین سعی و تلاش شما را در وارد شدن به این مقوله که همانا فرهنگ‌سازی می‌باشد تحسین ستایش می‌نمایم، به امید این که بتوانید با درج مقالات مفید و آموزش خوانندگان خود در ساخت و ارتقاء این فرهنگ گامی مفید برای کشور ما و این صنعت بردارید. به هر حال در جواب سوال شما باید عرض نمایم تمام تلاش ما برای ارائه سرویس به قیمت پایین‌تر بود نه به خاطر کسب درآمد بیشتر و عقب نماندن از بازار، بلکه به این خاطر که با شناختی از خود پیدا نموده‌ایم چون توان ارائه سرویس خوب و مورد نظر مشتری را داریم، می‌خواهیم سهم اندکی در جلب و رضایت و مهم‌تر از آن گسترش این صنعت داشته باشیم. شرکت‌های زیادی را می‌شناسم که با چند بار از کار افتادن سایت و عدم دسترسی به e-mail‌هایشان برای همیشه سایت و آدرس ایمیل خود را فراموش نمودند و سراغ همان دستگاه فاکس قدیمی خود رفتند. در حد توان سعی نموده‌ایم با به روز نگاه داشتن مسائل امنیتی شبکه خود، امین مشتریان خود باشیم.
6. به ترتیب اولویت باید بگویم افزایش کیفیت، ارائه سرویس‌های جنبی و پشتیبانی، کاهش قیمت موجب گسترش این صنعت خواهد بود. متأسفانه فعلا تبلیغات بهتر تنها پارامتر تعیین کننده جلب مشتری است!
7. عدم وجود backbone مناسب برای ارائه سرویس، ما و بقیه را بر آن داشته است که در خارج از ایران اقدام به اجاره پهنای باند ننماییم و محدود بودن ما به عقد قرارداد با شرکت‌های مادر مستقر در کشورهای آمریکا و کانادا محدودیت‌هایی را که خود مستحضرید در پی دارد.
8. عدم احساس نیاز به مشتری‌مداری و کسب اعتبار ارزنده، عدم وجود قانونی برای ارائه سرویس، بی‌مسئولیتی برخی شرکت‌های سرویس‌دهنده، بیکاری قشر عظیمی از جوانان تحصیلکرده متخصص و نیمه متخصص در زمینه IT، عدم وجود فرهنگ برای این صنعت، دید سوداگرانه برخی افراد و شرکت‌های فعال در این زمینه، و... همه و همه مانع از شکل گرفتن چنین تشکیلی بوده است. هر کدام از موارد فوق، شرح و بسطی مفصل دارد که بعضی را در نشست توضیح دادم. البته در زمینه ارائه دسترسی اینترنت هم سه سال پیش چنین مشکلی را داشتیم و اعمال فشار دولت برای قانونمند کردن آن دلیل عمده شکل‌گیری هسته اولیه تشکیل انجمن صنفی کارفرمایان اینترنتی شد. ولی در هاستینگ تصور نمی‌نمایم از موارد فوق‌الذکر جز وجود قانونی مناسب و فرهنگ مشتریان چیز دیگری بتواند اعضای این صنف را گرد هم جمع نماید. چرا که تا جنگ کاهش قیمت و تبلیغات گول زنده و عدم آگاهی مشتری وجود دارد، صنفی نخواهیم داشت.



مهررداد سیجانی
مدیرعامل شرکت فراکارانت

1. شرکت فراکارانت (با نام اصلی شرکت مهندسی فراکارانت) در سال 1379 به ثبت رسید. در مدت چهار سال اخیر، این شرکت به فعالیت در زمینه‌های سرویس‌های دسترسی به اینترنت - سرویس‌های ثبت دامنه و میزبانی وب - سرورهای اختصاصی ویژه شرکت‌ها و موسسات - برنامه‌نویسی و تولید نرم‌افزار طراحی وبسایت و نرم‌افزارهای تحت وب، و مطالعات در کلیه موارد فوق پرداخته است. این

شرکت با بهره‌مندی از نیروی متخصص در کلیه زمینه‌های فوق، هدف اصلی خود را ارتقاء دائمی سطح خدمات خود و رضایت خاطر مشتریان، و در عین حال ارائه تعرفه‌های متناسب با تقاضای مشتریان قرارداد داده است و این امر موجب شده تا امروز فراکارانت به عنوان شرکتی پیشرو در حوزه IT شناخته شود.

2. میزبانی وب یا همان هاستینگ، یکی از ارکان اساسی IT می‌باشد. عملاً کلیه خدمات ارائه شده توسط اینترنت از یک سو به هاستینگ باز می‌گردد. اما در کمال تاسف و به دلیل جوان بودن این صنعت، شاید درصد کمی از کاربران اینترنت و حتی صاحبان صنایع و تجارت در ایران از نقش اساسی و جایگاه این صنعت باخبر باشند، و نیاز به یک عزم ملی جهت فرهنگ سازی در این زمینه به شدت به احساس می‌شود.

3. اولین نیاز شفاف‌سازی عملیات شرکت‌های ارائه دهنده خدماتی است. تا زمانی که هیچ استاندارد اجباری در این زمینه وجود نداشته باشد، برای بعضی از مؤسسه‌هایی که فقط فروش کوتاه مدت را در دستور کار خود قرار داده‌اند، امکان ادعاهای واهی و دور نگاه داشتن مشتری از واقعیات سرویسی که قصد دریافت آن را دارند باقی خواهد ماند، و طبیعی است که برای چنین افرادی شفاف‌سازی، فرهنگ‌سازی و ارائه اطلاعات واقعی، مانند سم نابودکننده خواهد بود. در درجه دوم سرمایه‌گذاری شرکت‌های مختلف در این صنعت بسیار پراکنده صورت گرفته و عملاً چنین مسئله‌ای موجب افزایش هزینه‌ها چه در دریافت و ارائه داده (اطلاعات)، و چه در هزینه‌های پشتیبانی بوده است. به اعتقاد من، تمرکز و ایجاد یک تشکل صنعتی، نیازی است که به زودی محقق خواهد شد.

4. به دلیل عدم وجود آمارهای معتبر در این خصوص، تعیین سطح یک شرکت توسط خود آن عملاً کار منطقی به نظر نمی‌رسد. لیکن به لحاظ کمی شرکت فراکارانت 16000 بار دامنه ثبت کرده است و در حال حاضر حدود 2200 وبسایت بر روی 12 سرور تحت ویندوز و 2 سرور لینوکس سرویس داده می‌شود و در این بین 8 سرور به طور اختصاصی برای سایر شرکت‌ها میزبانی و سرپرستی می‌شود.

ضریب ثبت مجدد دامنه توسط مشتریان 96 درصد ضریب انتقال 20 درصد و ضریب از دست دادن دامنه 4 درصد بوده است. همچنین ضریب ادامه سرویس انتقال 93 درصد، انتقال 6 درصد و از دست دادن فضا 3 درصد بوده است.

5. پارامترهای موثر در سرویس هاستینگ محدود به این دو مورد نمی‌باشد، و در اصل دو پارامتر اساسی در این بین وجود دارد: کیفیت و قیمت. پارامترهای کیفیت خود به پارامترهایی از قبیل امنیت- کیفیت مجموعه سرویس‌های ارائه شده در فضای میزبانی- پشتیبانی موثر و کافی و سرعت انتقال داده قابل تقسیم است آنچه عملاً مدنظر بوده است، ارائه سرویسی کاملاً متناسب با نیاز خریداران سرویس بوده است، اما به هر حال در کنار این تقابل وجود سایر سرویس دهندگان با قیمت‌های کمتر و حتی بسیار کمتر، و نیز فروشندگان بدون تعهد بازار این صنعت را آشفته کرده است.

6. عملاً مشتریانی که از دانش اولیه برخوردار باشند خود راه را پیدا می‌کنند. یعنی یا سرویس مورد نیاز خود را متناسب با قیمت می‌بینند، و یا به دنبال این سرویس در جای دیگری خواهند گشت. با توجه به این واقعیت، سعی ما بر این بوده که با حداقل هزینه ممکن که مانع از ارائه سرویس مناسب به مشتریان نباشد و از طرفی با تعیین هزینه هر یک از سرویس‌های جنبی و دسته‌بندی آنها تا حد ممکن مشتریان را به سمت دریافت نیاز واقعی خود سوق دهیم. ولی تاکید مجدد نیاز به یک شکل صنعتی مقتدر در تعیین حد و مرز کار و ارائه استانداردهای سیاست‌گذاری کلی فرهنگ‌سازی و حمایت از فعالان این صنعت به چشم می‌خورد.

7. به اعتقاد ما مسائل و مشکلات هاستینگ، مسائل و مشکلات IT می‌باشد که برای کلیه دوستان روشن است شاید اصلی‌ترین مسئله را بتوان عدم دسترسی به زیرساخت اساسی اینترنت در کشور دانست.

8. متأسفانه اکثریت دوستانی که در این زمینه مشغول می‌باشند، اهمیت هاستینگ را کمتر از سرویس‌های دسترسی اینترنت می‌دانند، و شاید دلیل اصلی آن مسائل اقتصادی باشد. اما با وجود آمدن سایت‌های حرفه‌ای در اینترنت، ایجاد این تشکل، دور از ذهن نخواهد بود. برنامه‌هایی برای دعوت از سایر دوستان به لحاظ ایجاد یک تشکل صنعتی و در بدو امر هیئت موسسی به لحاظ تدوین خط‌مشی‌های اساسی و عرضه به سایر همکاران از چند ماه قبل تنظیم شده که امیدواریم در حداقل زمان ممکن قابل پیگیری باشد و در اینجا از کلیه شرکت‌های همکار در خواست می‌کنم که در این زمینه همکاری لازم را به جهت حضور موثر در این مجموعه به عمل آورند.



بهرنگ موسوی
مدیر فنی شرکت (فرا رایانه)

1. شرکت فرا رایانه با نام کامل شرکت مهندسين فراکوشان رایانه توسط جمعی از فارغ التحصیلان دانشگاه‌های صنعتی شریف و پلی تکنیک تاسیس گردید. شرکت در دی‌ماه سال 1377 شروع به کار نمود. فعالیت شرکت در زمینه ارائه خدمات کامپیوتری و به ویژه اینترنت متمرکز شده است و هم‌اکنون شامل دو بخش اینترنت (www.faraco.com) و وب (www.farahost.com) می‌باشد.

شرکت دارای 3 شعبه عباس آباد، سعادت آباد و سعیدی است. همچنین دارای 3 سرور اختصاصی و حدوداً 1300 سایت است. همچنین سرورهای شرکت در کشور آمریکا قرار دارد

5 و 6: در شرایط فعلی بازار هوستینگ و مشکلات موجود، شرایط بازار تصمیم گیرنده این موضوع است. ولی ما همیشه سعی داشته‌ایم تعادلی بین قیمت و کیفیت برقرار کنیم

7: مهم‌ترین و اصلی‌ترین مشکل، در دسترس نبودن سرورها است. مشکل دوم، عدم وجود تشکیلات برای پیگیری متخلفان اینترنت است. مشکل سوم نیز تحریم ایران از جانب آمریکا است. چهارمین مشکل، نبود استاندارد برای شرکت‌های ارائه دهنده خدمات است که باعث می‌شود ورود به بازار، بیش از حد آسان باشد، و در نتیجه، شرکت‌های کوچک و بدون امکانات و تجربه، امکان رقابت با شرکت‌های با سابقه در این زمینه را داشته باشند.

8: طبیعتاً مهم‌ترین علت این موضوع، نوپا بودن این صنعت است.



محمد کاظم قنبری
مدیر عامل شرکت (قاصدک)

1. شرکت قاصدک در سال 1378 تاسیس شده، و بیشتر فعالیت شرکت در حوزه مهندسی شبکه، نصب و راه‌اندازی شبکه‌های Lan، Wan و نیز ISP و VOIP و ایستگاه‌های زمینی و سیستم‌های بی‌سیم است اما شرکت در زمینه‌های خدماتی مختلفی چون ارائه سرویس‌های متنوع اینترنت از طریق خطوط L.L و ارتباط بی‌سیم و نیز سرویس‌های کارت تلفن و کارت اینترنت فعال می‌باشد. شرکت از اوایل سال 79 سرویس میزبانی وب را نیز به دیگر سرویس‌های خود اضافه کرده است.

2. سرویس‌های میزبانی وب به نظر من بزرگترین نقش را در حوزه IT ایفا می‌کند، چرا که اساساً گسترش IT بر مبنای ارائه اطلاعات از طریق اینترنت بوده است و ارائه اطلاعات جز از طریق میزبانی وب امکان‌پذیر نیست. در حقیقت بستر IT، میزبانی وب است.

3. صنعت میزبانی وب در ایران بسیار نوپا است و جای گسترش زیادی دارد. به نظر من حداقل 5 سال دیگر نیاز است تا بازار میزبانی وب به يك ثبات عرضه و تقاضا برسد.
4. جایگاه شرکت ما در ایران را می‌توان به عنوان یکی از اولین سرویس‌دهندگان این عرصه در ایران یاد کرد. به علاوه شاید به جرات بتوان ادعا کرد که قاصدک تنها میزبان وب است که بیش از 14 سرور تحت اجاره خود دارد.
5. بیشتر توجه ما به پارامتر امنیت و روانی سرویس است و اساساً قیمت، پارامتر چندان مهمی به شمار نمی‌رود، چرا که مشتریان وب اغلب قرار است یکبار در سال هزینه‌ای را پرداخت کرده و خود را از این طریق به جامعه معرفی کنند. بنابراین فکر نمی‌کنم اختلاف قیمت در حد 10% چندان برای مشتریان این سرویس اهمیت داشته باشد.
6. به نظر من اولین و برترین پارامتر مشتریان در این سرویس، امنیت و در دسترس بودن 24 ساعته سرویس است و سرویس‌های جنبی در انتخاب مشتریان نقش کمتری بازی می‌کنند. حتی اگر اینطور نباشد به مرور این سمت پیش خواهد رفت. ولی سیاست کلی ما، ارائه سرویس مناسب با نیازهای مشتری و با ضریب امنیت و پایداری بالای 99% است.
7. مهم‌ترین مسئله ارائه این سرویس، مشکلات ارزشی محتوای ارائه شده روی سایت‌هاست و در پی آن، مسئولیت‌های حقوقی این مشکلات برای میزبانان و سرویس‌دهندگان این سایت‌ها. ضمن این که هنوز قانون مدونی برای این صنف وجود ندارد، چه برای تضمین وظایف و مسئولیت‌های مشتری و سرویس‌دهنده و چه مشکلات بعدی.
8. این طبیعت هر صنف نوپاست که تا مدت‌ها دارای هیچ تشکیلی نباشند. مخصوصاً صنف ما و علی‌الخصوص در ایران که اغلب همکاران هنوز درگیر مشکلات اولیه اعم از بالا بردن ضریب اطمینان و ... هستند و اصلاً فرصت چنین کاری وجود ندارد.

بازگشت

Laser
networks

پیشرو در ارائه خدمات شبکه و اینترنت