



گزارش پایداری سال ۱۳۹۹

Irancell Sustainability Report 1399



رویکرد ایرانسل به پایداری

- ۴ درباره این گزارش
- ۵ درباره ایرانسل
- ۷ ایرانسل و پایداری در یک نگاه
- ۸ یادداشت مدیرعامل
- ۹ استراتژی مبتنی بر پایداری
- ۱۱ پایبندی به الزامات قانونی
- ۱۲ مدیریت تعامل با ذی‌نفعان
- ۱۹ برخی جوایز و افتخارات

کسب‌وکار مسئولانه و حاکمیت شرکتی

- ۲۱ حاکمیت شرکتی
- ۲۲ اخلاق حرفه‌ای
- ۲۳ انطباق با قوانین
- ۲۴ مدیریت ریسک
- ۲۵ خط‌مشی مبارزه با فساد مالی و ارتشا
- ۲۶ زنجیره تأمین مسئولانه

به سوی جامعه پایدار

- ۲۸ جامعه پایدار
- ۲۹ سرمایه انسانی و محیط‌کار
- ۳۵ سرمایه‌گذاری اجتماعی شرکتی (CSI)
- ۴۰ مهمترین پروژه‌های CSI ایرانسل
- ۴۳ اقدامات حمایتی در بلایای طبیعی
- ۴۳ همکاری با سازمان‌های مردم‌نهاد

به سوی محیط‌زیست پایدار

- ۴۴ محیط‌زیست پایدار
- ۴۵ انرژی و تغییرات اقلیمی
- ۴۹ مدیریت منابع طبیعی
- ۵۱ محیط‌کار سبز (مدیریت آب و پسماند)
- ۵۳ تشعشعات امواج الکترومغناطیسی
- ۵۴ درختکاری و همکاری با سازمان‌های حوزه محیط‌زیست
- ۵۵ محصولات و راهکارهای سازمانی ایرانسل در کاربرد زیست‌محیطی

به سوی اقتصاد پایدار

- ۵۷ خلق ارزش اقتصادی
- ۵۹ توسعه خدمات اینترنت و مکالمه
- ۶۵ فراگیری دیجیتال
- ۶۸ تسهیل نوآوری دیجیتال برای شرکت‌های کوچک و متوسط
- ۶۹ سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها
- ۷۰ ایرانسل در مسیر نوآوری



رویکرد ایرانسل به پایداری



اولین گزارش پایداری ایرانسل، مروری است کوتاه بر شاخص‌ها، تلاش‌ها، دستاوردها و چالش‌های ما در پایش و مدیریت تأثیرات اجتماعی-زیست محیطی کسب و کارمان. این گزارش مبنایی است برای طراحی، استخراج، ارزیابی و در نهایت مقایسه سالیانه شاخص‌های عملکردی سازمان در موضوع «پایداری» و «کسب و کار مسئولانه». همچنین نمونه‌ای است از نخستین قدم‌های بنگاه‌های اقتصادی ایرانی، با تکیه بر مباحث روز دنیای کسب و کار، در مسیر پایداری.

ما در ایرانسل، معتقدیم که می‌توانیم در جامعه‌ای که در آن فعالیت داریم و محیط زیستی که منابع مورد نیاز را برای دستیابی به اهداف تجاری ما فراهم می‌کند، تغییر مثبت ایجاد کنیم. همچنین می‌کوشیم ضمن تلاش برای کاهش اثرات منفی احتمالی ناشی از فعالیت‌هایمان، برای شناسایی و انجام اقدامات مؤثر و پایدار به منظور بهبود زندگی افراد و جامعه، با ذینفعان خود تعامل مستمر داشته باشیم.

درباره این گزارش

«ارتباطات» از عوامل اصلی تحول و اساسی رشد اقتصادی و توسعه در دنیای جدید است. با حضور هر چه بیشتر افراد در شبکه ارتباطات، فراگیری زندگی دیجیتال و اثرات اقتصادی-اجتماعی آن شتاب بیشتری خواهد گرفت. در این صورت افراد می‌توانند از فرصت‌های اجتماعی و اقتصادی برابر و بهتری بهره‌مند شوند.

ایرانسل به عنوان اپراتور پیشرو در فراگیری زندگی دیجیتال، می‌کوشد تا با تسهیل و گسترش دسترسی به (امکانات) زندگی دیجیتال برای ایرانیان، در مسیر تحقق توسعه پایدار ایران قدم بردارد.

در اختیار قرار دادن اطلاعات کلان و مهم شرکت از طریق «گزارش پایداری»، می‌تواند نمای کلی از عملکرد اجتماعی-زیست‌محیطی و فعالیت‌های

ایرانسل در مسیر توسعه پایدار به ذی‌نفعان ارائه دهد. این اطلاعات تصویری از ماهیت و ارزش اقتصادی، اثرات و اقدامات زیست‌محیطی، اجتماعی و همچنین کیفیت حاکمیت شرکتی ایرانسل را در مقابل چشم ذی‌نفعان سازمان قرار می‌دهد. به زبانی دیگر، گزارش پایداری، نگاهی جامع به اهداف کلان، رویکردها و عملکرد ما از منظر اثرات اجتماعی-اقتصادی و زیست‌محیطی مترتب بر آن است.

ما اطلاعات مورد نیاز برای ارزیابی عملکرد خود را از طریق این گزارش، با تمرکز بر بازه زمانی اول فروردین تا ۳۰ اسفند ۱۳۹۹ در اختیار مخاطبان قرار می‌دهیم. مخاطب این گزارش، ذی‌نفعان مختلف ایرانسل، شامل نهادهای حکومتی و سیاست‌گذار، جامعه مدنی، بازیگران صنعت ICT،

شرکای تجاری، رسانه‌ها و مهمتر از همه، مشتریان هستند که بر بقا و عملکرد شرکت به صورت مستقیم و غیرمستقیم اثر دارند و در مقابل، پیامدهای فعالیت شرکت از سه جنبه اقتصاد، جامعه و محیط‌زیست بر آن‌ها اثر می‌گذارد. ما به دنبال استفاده از ظرفیت‌های متفاوت سازمان به عنوان ابزاری برای تأثیر مثبت بر جامعه و محیط‌زیست در عین حال، ایجاد ارزش اقتصادی برای سهامداران خود هستیم.

«شفافیت» فراتر از الزامات قانونی، در تدوین و انتشار این گزارش، نمایانگر عزم ما برای پاسخگو نگه‌داشتن خود، گامی جدی برای تعامل سازنده با ذی‌نفعان و همچنین تعهدمان برای ساختن کسب‌وکاری پایدارتر و آینده‌ای توأم با رفاه برای ذی‌نفعان است.

دامنه گزارش

این گزارش، تمام محدوده عملیاتی شرکت ایرانسل در سراسر ایران، به‌ویژه مناطق کمتربرخوردار را پوشش می‌دهد. رویکرد پایداری ایرانسل، مسائلی که برای ما و ذی‌نفعان ما مهم است، رویکرد مدیریتی ما به موضوعات اساسی و عملکرد و تأثیرات ما در این گزارش تشریح می‌شود. این گزارش، همچنین فعالیت‌های ما را در سراسر ایران برای دوره زمانی بین اول فروردین تا ۳۰ اسفند ۱۳۹۹ شامل می‌شود و به مهمترین موضوعات کسب‌وکار ایرانسل، به عنوان یک بستر ساز راهکارهای دیجیتال و ارائه‌دهنده خدمات ارتباطی می‌پردازد. ما متعهدیم از کسب‌وکار خود به عنوان ابزاری برای احراز منافع اجتماعی و زیست‌محیطی استفاده کنیم.

استانداردها و دستورالعمل‌های گزارش دهی

در تدوین این گزارش، بُن‌مایه و سرخط‌های اصلی استاندارد گزارش‌گری GRI^۲ و معیارهای ESG مدنظر بوده است. همچنین

متناسب با فضای کسب‌وکار در ایران، نشان داده‌ایم که فعالیت‌هایمان چگونه از اهداف توسعه پایدار پشتیبانی می‌کند.

روش جمع‌آوری داده‌ها

داده‌ها با استفاده از اطلاعاتی از انواع سیستم‌های گزارش دهی داخلی و مدیریت و ذخیره‌سازی داده‌ها، گردآوری شده است. سامانه‌های مختلف مدیریت اطلاعات، سامانه‌های مدیریت شبکه، مدیریت ریسک و سایر گزارش‌های مدیریتی کمیته‌های مختلف شرکت و نتایج نظرسنجی‌های سالانه، برخی از منابع کلیدی اطلاعات ما هستند. داده‌های ثانویه نیز از منابع دیگری از جمله گزارش‌های پژوهشی کسب‌وکارهای پایدار، بررسی انواع گزارش‌های پایداری در صنعت ICT و صنایع دیگر و بررسی معیارها و ارزیابی‌های عملکرد متنوع، به‌دست آمده است. در برخی موارد که سابقه روشنی در زبان فارسی و فضای کسب‌وکار ایرانی وجود نداشته، تلاش شده است که با تکیه بر مطالعه‌ها و مشاوره‌های آکادمیک، معیارها و نحوه استخراج آن‌ها متناسب

با شرایط ایران، تعریف شده و به کار رود.

نرخ ارز در گزارش

تمامی داده‌های مالی به واحد پول ریال ایران (IRR) و با استفاده از میانگین نرخ ارز از فروردین تا اسفند ۱۳۹۹، ۲۲۸,۴۲۸ ریال ایران به ازای یک دلار آمریکا گزارش شده است.

صحت و اعتبار اطلاعات

مدیرعامل و معاونان ایرانسل، مسئولیت کلی گزارش پایداری و محتوای آن را می‌پذیرند. دپارتمان «پایداری و تعامل با ذی‌نفعان» مسئول تدوین این گزارش و راهبری برنامه‌ها و اقدامات مربوط به آن در سازمان است. در تمام فرآیند تدوین گزارش، صحت، انسجام و اعتبار اطلاعات و داده‌ها همواره مدنظر بوده و تلاش شده است که نمایی کلی از رویکرد استراتژیک و عملکرد ایرانسل در حوزه «کسب‌وکار مسئولانه» در معرض دید و ارزیابی مخاطبان قرار گیرد.

درباره ایرانسل

ایرانسل شرکت خدمات ارتباطی است که خدمات متنوع شبکه تلفن همراه و اینترنت بی‌سیم ثابت و همراه و همچنین خدمات دیجیتال را در سراسر ایران ارائه می‌دهد. ایرانسل از موفق‌ترین نمونه‌های سرمایه‌گذاری مشترک داخلی-خارجی در ایران است. سرمایه‌گذاری مشترک در این شرکت از سال ۱۳۸۴ با گروه MTN (۴۹ درصد) و شرکت توسعه الکترونیک ایران (IEDC) (۵۱ درصد) ایران آغاز شد.

«شرکت ویستا ارتباطات پیشرو» با شخصیت حقوقی مستقل، مدیریت سرمایه‌گذاری‌های ایرانسل را بر عهده دارد. تمرکز این شرکت بر خلق بیشترین ارزش از سرمایه‌گذاری‌ها، خلق رابطه پایدار با پرتفولیوی سرمایه‌گذاری بر اساس توانمندی‌ها و تسریع تحقق اهداف دیجیتال و آرمان‌های سرمایه‌گذاری ایرانسل است. در سرمایه‌گذاری‌های ایرانسل، علاوه بر اثرات اقتصادی به اثرات اجتماعی

سرمایه‌گذاری نیز توجه می‌شود. برای مثال، سرمایه‌گذاری ایرانسل در اسنپ بازتاب اجتماعی بسیار وسیعی دارد؛ چراکه این سرمایه‌گذاری ضمن حمایت از استارت‌آپ‌های نوپای ایرانی در حوزه اقتصاد دیجیتال، منجر به اشتغال‌زایی کلان، ارائه راه‌حل‌های نوین دیجیتال برای نیازهای روزمره مردم مانند حمل‌ونقل و نهایتاً کاهش مصرف سوخت و انتشار گازهای گلخانه‌ای شده است.

پرتفولیوی سرمایه‌گذاری‌های ویستا

سوپر اپلیکیشن
اسنپ

تاریخ سرمایه‌گذاری: اسفند ۱۳۹۵

اسنپ!

تسهیم سایت
ایرانیان تاورز

تاریخ سرمایه‌گذاری: آبان ۱۳۹۸



تحقیق و توسعه
ایرانسل لبز

تاریخ سرمایه‌گذاری: اسفند ۱۳۹۸



شبکه اجتماعی
روبیکا

تاریخ سرمایه‌گذاری: اسفند ۱۳۹۸

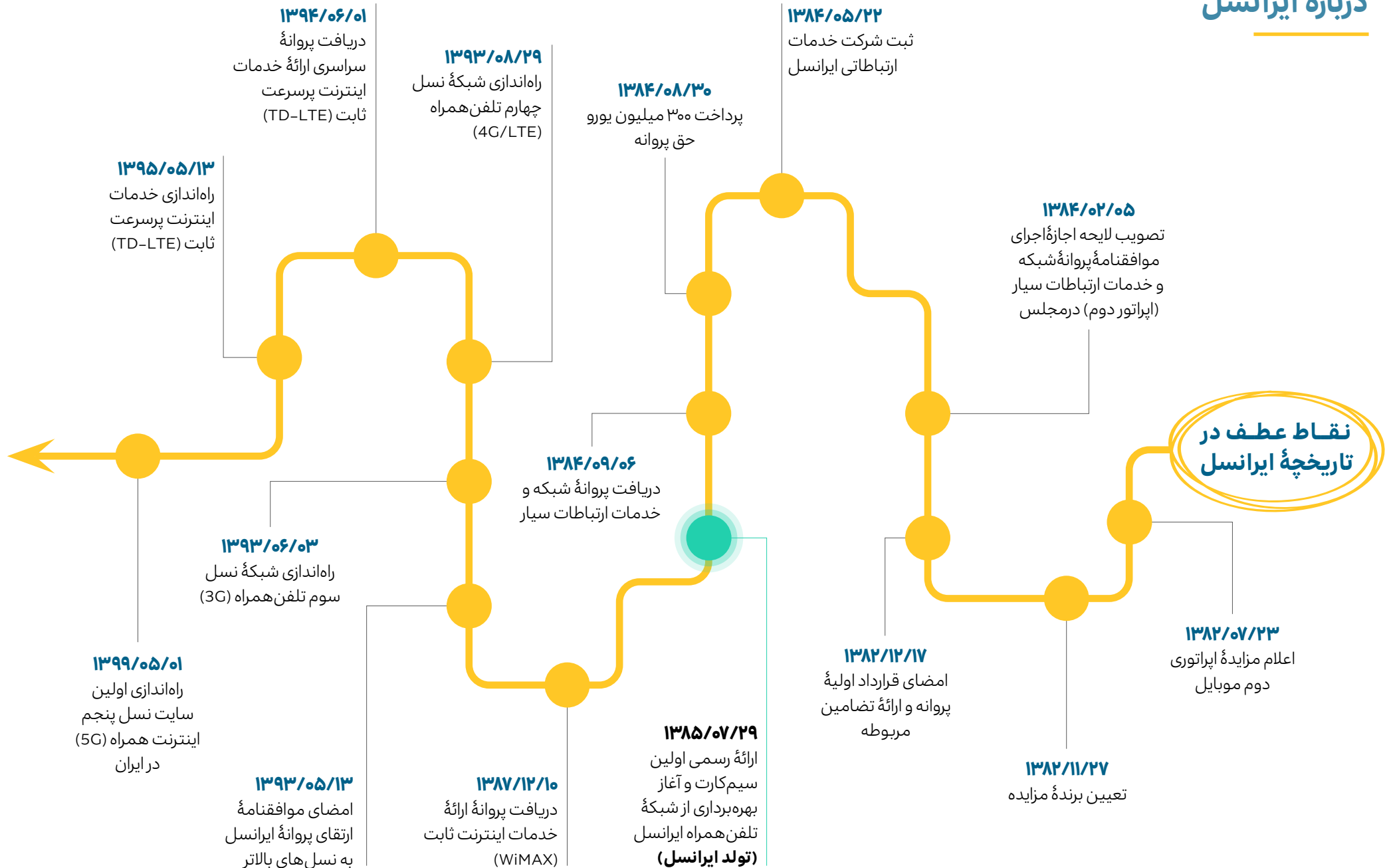


صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر
صندوق نوآفرین

تاریخ سرمایه‌گذاری: فروردین ۱۳۹۹

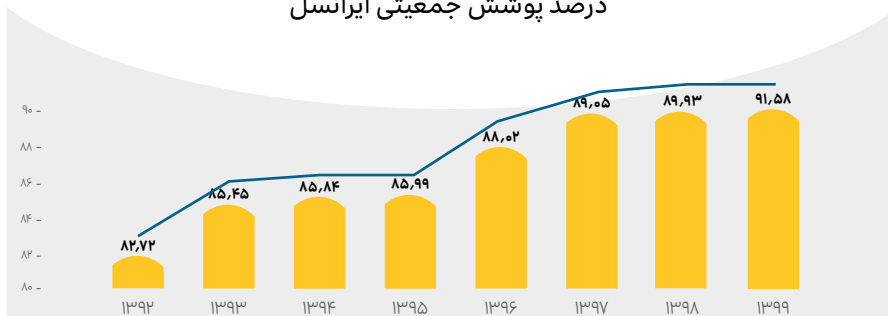


درباره ایرانسل



ایرانسل و پایداری در یک نگاه

درصد پوشش جمعیتی ایرانسل



ما در ایرانسل، معتقدیم که می‌توانیم در زندگی افرادی که به آنها خدمت می‌کنیم، جامعه‌ای که در آن فعالیت داریم و محیط‌زیستی که منابع مورد نیاز را برای دستیابی به اهداف تجاری ما فراهم می‌کند، تغییر مثبت ایجاد کنیم. همچنین می‌کوشیم ضمن تلاش برای کاهش اثرات منفی احتمالی ناشی از فعالیت‌هایمان، برای شناسایی و انجام اقدامات مؤثر و پایدار به منظور بهبود زندگی افراد و جامعه، با ذی‌نفعان خود تعامل مستمر داشته باشیم. این تعاملات امکان سرمایه‌گذاری اجتماعی مؤثر و حمایت از برنامه‌هایی فراهم می‌سازد که با اهداف زیست‌محیطی و رونق اقتصادی کشور هماهنگ است.

اقتصاد پایدار

۷۲ میلیون نفر تحت پوشش شبکه ارتباطی ایرانسل اضافه شدن ۲٫۳ میلیون نفر به جمعیت تحت پوشش اینترنت پرسرعت ایرانسل در سال ۱۳۹۹

۴٫۲۸۱٫۲۸ پتابایت (PB) دیتای مصرفی در یک سال و ثبت رکورد روزانه ۱۴٫۲۵ پتابایت در تاریخ ۲۲ اسفند ۱۳۹۹

پوشش ارتباطی و اینترنت ۲۷٫۵۵۷ روستا با جمعیت ۱۲٫۰۳۸٫۰۴۳ نفر

کاهش ۱۱٫۷ درصدی تعرفه نرخ مؤثر دیتا نسبت به سال ۱۳۹۸

راه‌اندازی اولین سایت 5G ایران در مرداد و رساندن تعداد آن به ۷ سایت تا پایان ۱۳۹۹

۵۶٫۲۲۷٫۴۴۰ مشترک فعال ایرانسل در سراسر کشور

افزایش نزدیک به ۹۰ درصدی درآمد بخشی از نمایندگان فروش ایرانسل در سال ۱۳۹۹

۲۴ میلیون کاربر فعال در پلتفرم‌ها و برنامه‌های کاربردی محصولات دیجیتال ایرانسل

محیط زیست پایدار

۲٫۲۳۲٫۸۷۱ گیگاژول (GJ) مصرف انرژی

انتشار ۴۰۹٫۶۹۴ تن کربن (CO2)

انتشار ۷۲۹٫۰۰۷ تن کربن (CO2) به ازای هر مشترک

تأمین انرژی ۱۰ سایت با انرژی خورشیدی (KWh ۳۳۳٫۲۲۰)

کاهش ۶۶ درصدی در هزینه‌ها و مصرف کاغذ و پلاستیک با الکترونیکی کردن پروسه‌های توزیع و فروش

۷۶ درصد کاهش در مصرف کاغذ همزمان با شیوع بیماری کرونا و تمهید رویکرد دیجیتالی به امور اداری

۳۵۵٫۳۹۵ کیلوگرم بازیافت یا دفع ایمن پسماند الکترونیکی

کاشت و نگهداری ۲۷٫۶۰۰ اصله نهال در پروژه‌های مختلف درختکاری

ثبت ۸٫۳۴۱ سفارش خرید سیستمی و حذف کامل سفارش کاغذی زنجیره تأمین

جامعه پایدار

سهم ۴۷ درصدی زنان از جذب نیروهای بیرون از سازمان در سال ۱۳۹۹

سهم ۲۵ درصدی زنان از مشاغل مدیریتی و مشارکت ۱۶ درصدی ایشان در مشاغل سطح مدیریت ارشد

۱۱ میلیارد ریال سرمایه‌گذاری اجتماعی ایرانسل در سال ۱۳۹۹

اجرای پروژه مدارس درخشان در مناطق کم‌برخوردار و ترویج آموزش دیجیتال

احداث و بازسازی چندین مدرسه در مناطق سیل‌زده

خدمات ارتباط با مشتریان ایرانسل ویژه ناشنوایان

افزایش دسترسی‌پذیری برنامه کاربردی ایرانسل من برای نابینایان

حاکمیت شرکتی

ارتقای شاخص خوشنامی ایرانسل و قرار گرفتن در رتبه نخست در میان شرکت‌های گروه MTN

شرکت تمامی کارکنان ایرانسل در دوره آموزش مجازی اخلاق حرفه‌ای

سهم ۹۴ درصدی تأمین‌کنندگان داخلی از کل زنجیره تأمین

اجرای خط‌مشی مبارزه با فساد مالی و ارتشا

وجود سامانه گزارش دهی ناشناس تخلف و تقلب

پیاده‌سازی مدیریت ریسک

یادداشت مدیرعامل

از زمستان ۱۳۹۷ و نخستین روزهای حضورم در ایرانسل تا به امروز، همیشه میزان اثرگذاری خدمات و محصولات این شرکت بر زندگی مردم، کسب و کارها و توسعه پایدار میهن عزیزمان، برایم هیجان انگیز و مایه افتخار بوده است. ۱۵ سال پیش در ۲۹ مهرماه ۱۳۸۵، با فعال شدن اولین سیم کارت در شبکه ایرانسل، نهالی کاشته شد که امروز به درختی استوار و مؤثر برای مردم عزیز ایران تبدیل شده است. با وجود تحولات شگفت آور در دنیای فناوری های ارتباطی، شاید یادآوری سال های نیمه اول دهه هشتاد، اندکی سخت باشد؛ اما قطعاً یادمان نرفته است که پدیده تلفن همراه، نمادی از تمول مالی و وجهه اجتماعی بود. تعداد معدودی از مردم اگر استطاعت استفاده از این فناوری را داشتند، باید بعد از ثبت نام، چندین ماه در نوبت می ماندند تا سیم کارتی نصیب شان شود. در عمل، عموم مردم، امکان بهره مندی از مزایای خدمات ارتباطی جدید را نداشتند و احساس محرومیت در لایه های مختلف جامعه دیده می شد. به همین دلیل، پروژه تأسیس اپراتور دوم، با اراده بخش های مختلف، در دستور کار قرار گرفت و کار با حضور سرمایه گذار خارجی در کنار سهامداران داخلی آغاز شد. تعداد مشترکان ایرانسل در کمتر از پنج سال به ۲۰ میلیون نفر رسید و امروز بیش از ۵۰ میلیون مشترک، به صورت مستقیم، از خدمات ایرانسل بهره مندند.

از ابتدای انقلاب، شعار و برنامه های متعددی برای محرومیت زدایی و کاهش فاصله فقیر-غنی مطرح شد. در این بین، با توجه به نوع سرمایه گذاری، حجم تحول ایجاد شده و گستردگی افراد بهره مند و نتایج مترتب بر آن، ایرانسل را می توان، موفق ترین پروژه محرومیت زدایی کلان در ایران دانست. ایرانسل نمونه عینی مفهومی است که در ادبیات کسب و کار امروز، به عنوان «خلق ارزش مشترک» یا CSV شناخته می شود؛ یعنی پاسخ گویی به معضل و نیازی

اجتماعی از طریق طراحی و اجرای یک مدل کسب و کار؛ خلق ارزش و سود برای سهامداران، کارکنان، مشتریان، همکاران و بازیگران صنعت، حاکمیت و در نهایت کلیت جامعه ایران. این DNA کسب و کار ایرانسل است.

امروزه شکاف دیجیتالی^۲، یکی از عوامل اصلی محرومیت و توسعه نیافتگی جوامع است و کاهش آن، زمینه ساز فقرزدایی. ایرانسل با فراهم کردن امکان دسترسی فراگیر به خدمات نوین ارتباطی، نقش بارزی را در کاهش این شکاف و بهبود شاخص های آن در ایران بر عهده دارد. در سال های اخیر شاهد این هستیم که مردم و به ویژه جوانان در دورافتاده ترین نقاط میهن عزیزمان، دیگر به صرف داشتن خدمات پایه اپراتورها راضی نیستند و برای بهره مندی از کیفیت و سرعت بالای اینترنت، مطالبه جدی دارند. این موضوع، برای من و همه همکارانم در ایرانسل مایه افتخار است و البته مسئولیت مان را سنگین تر می کند.

پایداری در کسب و کار^۳ مفهومی است که امروزه در مرکز توجه بنگاه های اقتصادی، جوامع، مشتریان، حکومت ها و همه ذی نفعان کسب و کار قرار دارد. تجربه و عملکرد ایرانسل، نمایان گر این است که «پایداری» از ابتدا بخشی جدایی ناپذیر از مدل کسب و کار، استراتژی و عملیات هر روزه ما بوده است. در دنیای امروز، شرکت ها اگر به دنبال بقا، رشد و توسعه خود هستند، نباید جنبه ها و ارکان مختلف موضوع پایداری در کسب و کارشان را نادیده بگیرند. انتشار اولین گزارش پایداری در صنعت ICT کشور، مطابق با استانداردهای روز بین المللی و البته توجه به ویژگی های خاص فضای کسب و کار در ایران، اقدام دیگری از ایرانسل در مسیر پایداری است که امیدوارم مورد توجه تصمیم گیران و سیاست گذاران، همکاران و بازیگران کوچک و بزرگ صنعت ICT ایران، رسانه ها و مشتریان ارزشمند ایرانسل قرار گیرد.



مدیرعامل
دکتر بیژن عباسی آرند

با توجه به نوع سرمایه گذاری، حجم تحول ایجاد شده و گستردگی افراد بهره مند و نتایج مترتب بر آن، ایرانسل را می توان، موفق ترین پروژه محرومیت زدایی کلان در ایران دانست.

استراتژی مبتنی بر پایداری

هر کسی شایسته آن است که از مزایای زندگی دیجیتال و فناوری‌های ارتباطی روز بهره‌مند باشد. این موضوع در تحقق بسیاری از اهداف توسعه پایدار سازمان ملل متحد نقش به‌سزایی دارد.

ایرانسل اپراتور تلفن همراه پیشرو در ارائه فناوری ارتباطی نوین و تحول دیجیتال است. ما ملهم از باور کلی خود، «همه را شایسته استفاده از مزایای زندگی دیجیتال و فناوری‌های ارتباطی روز می‌دانیم» و طیف متنوعی از خدمات مکالمه، دیتا و دیجیتال را به مشتریان حقیقی و حقوقی خود در سراسر ایران ارائه می‌دهیم. ما با سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های ارتباطی تلفن همراه، توسعه فناوری‌های جدید و با بهره‌گیری از استعداد های نیروی انسانی، رشد کرده‌ایم و به پیش خواهیم رفت.

استراتژی بازنگری شده ما با نام «آرمان ۲۰۲۵»^۱ با سه اولویت استراتژیک مشخص، طراحی و پنج عامل حیاتی برای کمک به عملیاتی‌شدن این استراتژی شناسایی شده است. موضوع پایداری در استراتژی اصلی کسب‌وکار ما، چالش‌ها و فرصت‌های اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی چشمگیری را پیش رویمان قرار می‌دهد.

ما برای یک هدف کار می‌کنیم- اینکه زندگی مشتریان خود را بسیار درخشان‌تر کنیم. در سال‌های اخیر این مهم از طریق به‌کارگیری استراتژی «درخشان»^۲ در ایرانسل پیگیری شده است. با طراحی آرمان ۲۰۲۵ و نسخه بومی آن بر اساس شرایط ایران در قالب «RHITHM» یا نبض زندگی دیجیتال، این مسیر را با تأکید ویژه بر «خلق ارزش مشترک» به عنوان یکی از اولویت‌های استراتژیک و با «محوریت ESG»^۳ ادامه خواهیم داد.

باور کلی

هدف استراتژیک

۲۰۲۵

اولویت‌های استراتژیک

توانمندسازهای حیاتی

ارزش‌ها

همه مردم سزاوار بهره‌مندی از مزایای زندگی دیجیتال و نوین هستند

آرمان ۲۰۲۵؛ پیشرو در ارائه راهکارهای دیجیتال برای پیشرفت کشور



خلق ارزش مشترک



پیشرو در ارائه بالاترین سطح خدمات در صنعت ارتباطات



ایجاد بزرگترین و ارزشمندترین پلتفرم‌های ارائه خدمات



یکه‌تاری در ارائه پلتفرم‌های فناورانه



محوریت ESG^۴



تخصیص سرمایه برپایه خلق ارزش



جذب استعدادها، برتری در فرهنگ سازمانی و تمرکز بر مهارت‌های پیش‌رو



پیشرو در بهبود تجربه مشتری

من می‌توانم

درستی

روابط انسانی

نوآوری

رهبری

مشتری‌مداری

دین باوری و میهن دوستی

چابکی

۱. UN SDGs ۲. محوریت ESG: نهادهای ساز راه‌حل‌های زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی ۳. Ambition 2025 ۴. Brighter ۵. BRIGHT ۶. ESG at the core

استراتژی مبتنی بر پایداری

چشم انداز پایداری

چشم انداز پایداری برای ایرانسل خلق ارزش مشترک و محافظت از آن، از طریق رویه های مسئولیت پذیری اقتصادی، محیط زیستی و اجتماعی است. با نهادینه سازی راه حل های زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی می توان به این مهم دست یافت. برای تحقق این چشم انداز، سه محور مهم اقتصاد پایدار، جامعه پایدار و محیط زیست پایدار به عنوان چارچوب پایداری ایرانسل در لایه های استراتژیک و عملیاتی سازمان تعریف شده است.



مسئولیت پذیری زیست محیطی

یکی از راه های مهم تأثیرگذاری کسب و کار ما بر کره زمین، نحوه و میزان استفاده از انرژی و سهم ما در تغییرات اقلیمی است. ما معتقدیم رشد و موفقیت هر کسب و کاری نباید به قیمت آینده سرزمین و فرزندان ما تمام شود. در نتیجه، ما تلاش می کنیم اثرات زیست محیطی خود را شناسایی کنیم و مسئولیت آن را بر عهده بگیریم و مسائل تحت کنترل خود را در سراسر ردپای جغرافیایی مان مدیریت کنیم.



مسئولیت پذیری اجتماعی

ایجاد پلتفرم های دیجیتال برای پیشبرد تحول دیجیتال در ایران به منظور تأمین منافع جامعه ضروری است. تحول دیجیتال، عامل قدرتمندی برای توسعه جامعه است. برعکس، نبود دسترسی به دنیای دیجیتال، نابرابری های اجتماعی و اقتصادی گسترده ای ایجاد می کند. به عنوان بزرگترین اپراتور دیجیتال ایران، پرداختن به چالش های اجتماعی بخشی جدانشدنی از کسب و کار ما است. ایرانسل تنها زمانی می تواند تکامل یابد که جامعه و اکوسیستم هایی که در آن فعالیت می کند شکوفا شوند. ما تلاش می کنیم در حالی که همچنان به تعهدات قانونی خود عمل می کنیم به دغدغه های ذی نفعان خود و ایجاد توازن بین آنها بپردازیم. با استفاده از گستردگی، منابع و قابلیت های کسب و کارمان، می کوشیم توسعه اجتماعی-اقتصادی را در جامعه امکان پذیر کنیم. این باور اصلی ما است که همه، سزاوار بهره مندی از مزایای زندگی دیجیتال و ارتباطات روز هستند.



حاکمیت شرکتی

چارچوب حاکمیت شرکتی کارآمد، ضمن ایجاد ارزش های پایدار، فرهنگ سازمانی ای مبتنی بر ارزش خلق می کند. حاکمیت شرکتی کارآمد، مسئولیت پذیری و شفافیت را ارتقا می دهد و از مدیریت کارآمد منابع طبیعی، انسانی، اقتصادی و مالی پشتیبانی می کند. حاکمیت شرکتی شامل رفتار اخلاقی در کسب و کار، مدیریت ریسک و رعایت مقررات است که در رویکرد خلق ارزش های مشترک ما و اطمینان از تحقق پایداری بلندمدت، نقش اساسی دارد. شیوه های حاکمیت شرکتی ما به پیشگیری و کاهش خطرات در محیط های عملیاتی مان و همچنین ایجاد اعتماد برای ذی نفعان یاری می رساند.



خلق ارزش اقتصادی

فناوری ها و خدمات موبایل در سال ۲۰۱۹ به میزان ۴٫۷ درصد به تولید ناخالص داخلی (GDP) جهانی کمک کرده است^۱. براساس برآوردهای صورت گرفته، انتظار می رود این رقم تا سال ۲۰۲۴ به ۴٫۹ درصد از تولید ناخالص داخلی برسد، زیرا کشورها همچنان از پیشرفت های مرتبط در این زمینه سود می برند. بهره وری و کارایی ایرانسل ارتباط نزدیکی با رشد و توسعه اجتماعی-اقتصادی فراگیر در ایران دارد. ما از طریق شبکه گسترده و طیف وسیعی از محصولات و خدمات، متناسب با نیازهای بازارهای نوظهور، یکی از پایه های زندگی مدرن را فراهم می کنیم. ایرانسل به عنوان بزرگترین اپراتور دیجیتال ایران، نقشی حیاتی در ترمیم شکاف های اجتماعی در دسترسی به اینترنت پرسرعت ایفا می کند. اتصال به اینترنت، دسترسی به راه حل های دیجیتالی برای زندگی بهتر را فراهم و راه برای مشارکت مردم در فعالیتهای اقتصادی، آموزش و در نهایت توانمندسازی جامعه، هموار می کند. در سال ۱۳۹۹، این موضوع با افزایش نیاز به دسترسی به خدمات پهن باند در طول همه گیری بیماری کرونا برجسته شد.

پایبندی به الزامات قانونی

پیش از این، پایبندی به مسئولیت قانونی، یکی از محورهای اصلی سلسله مراتب مسئولیت اجتماعی شرکتی به شمار می‌رفت که رفته رفته با پیشرفت مفاهیم نظری، شهروندی شرکتی و مسئولیت اجتماعی شرکتی، جای خود را به مفاهیمی چون «پایداری» و «خلق ارزش مشترک» دادند. در حال حاضر، توجه و سر نهادن به مسئولیت‌های قانونی، بدیهی شمرده می‌شود. با این حال، اشاره به آمار کلی از عملکرد ایرانسل در شاخص‌های متعدد عمل به مسئولیت‌های قانونی، ارزیابی کلی از گستردگی عملیات سازمان و بخشی از اثرات آن بر اداره عمومی کشور به دست می‌دهد.

از ابتدای شروع به کار ایرانسل تا پایان سال ۱۳۹۹، ۸۵ درصد از کل پرونده‌های قضایی‌ای که متوجه این سازمان بوده مختومه شده است. ضمن این که تنها در سال ۱۳۹۹، ۸۰ درصد پرونده‌های مفتوح، مختومه شده است.

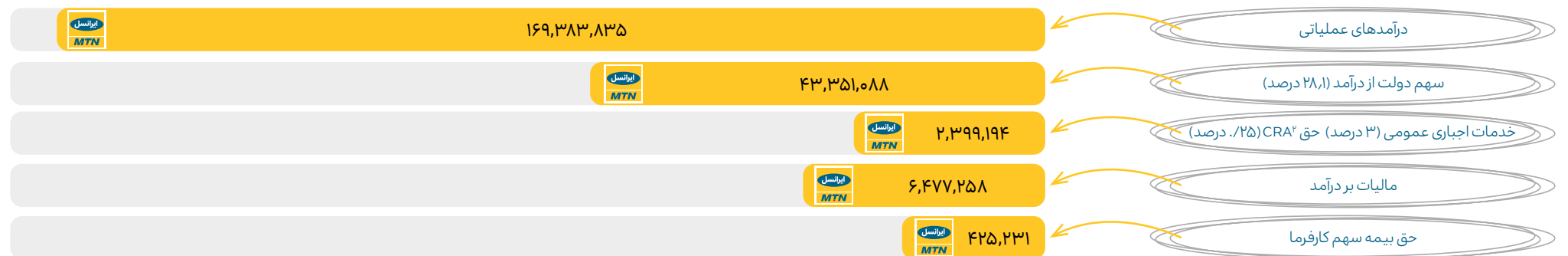
به طور کلی در سال ۱۳۹۹ تعداد ۲۲,۹۱۴ مورد شکایت از ایرانسل توسط کاربران در سامانه ثبت شده که از این تعداد، ۲۲,۶۸۴ شکایت مورد رسیدگی قرار گرفته و بسته شده و ۲۳۰ مورد در حال رسیدگی است. این موارد شکایتی در حوزه‌های مختلف مانند رومینگ، هزینه‌ها، تبدیل سیم‌کارت اعتباری به دائمی، تشعشعات، جشنواره‌ها، برخورد کارکنان و سایر موارد صورت گرفته است.

در مورد تشعشعات، اپراتورها موظفند تا با انجام اقدامات فنی و پرتوسنجی‌های قانونی تحت امر و نظارت «رگولاتوری» و «امور حفاظت در برابر اشعه» سازمان انرژی اتمی ایران، از سطح امن تابش الکترومغناطیسی ناشی از سایت‌ها اطمینان حاصل کنند. در این خصوص بیش از ۷۳ درصد شکایات مربوط به تشعشعات در سال ۱۳۹۹، مختومه شده و باقی در حال رسیدگی

است. اندازه‌گیری‌های انجام شده در اطراف دکل‌های مخابراتی در شهرهای مختلف نشان می‌دهد، توان تابشی سایت‌های BTS مانند دکل‌های مخابراتی اپراتورهای تلفن همراه در ایران اغلب تا حد ایمن و در محدوده استاندارد است. برای اطلاعات بیشتر در خصوص این موضوع به فصل ۴ مراجعه شود.

رشد جمعیت و همچنین تقاضا برای دیتای بیشتر و پرسرعت‌تر در کنار ابهام عمومی درباره امواج الکترومغناطیسی، دو جنبه متناقض از عملیات هر روز اپراتورهای موبایل است که ایرانسل تلاش می‌کند ضمن درک نگرانی‌های عمومی و تلاش برای رفع آن‌ها از طرق مختلف، به خصوص حفظ پایین‌ترین سطح ممکن از تشعشعات (بسیار پایین‌تر از حد استاندارد)، اختلالی در فرآیند پوشش بهینه و ارائه خدمات ارتباطی به مشترکین پیش نیاید.

ارقام مهم بر اساس صورت مالی سال ۱۳۹۹ (میلیون ریال)



۱۳۹۹	۱۳۹۸	۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	۱۳۹۱	۱۳۹۰	۱۳۸۹	۱۳۸۸	۱۳۸۷	۱۳۸۶	۱۳۸۵	پرداخت‌های قانونی از زمان تأسیس (میلیارد ریال)
۴۳,۳۵۱	۳۰,۷۱۴	۲۴,۸۸۰	۲۱,۶۷۳	۱۸,۲۸۹	۱۵,۵۰۳	۱۳,۹۷۶	۱۲,۰۲۷	۱۰,۵۴۴	۸,۵۷۲	۶,۸۳۸	۴,۹۶۷	۳,۲۶۲	۱,۵۵۲	۳۳۹	حق السهم دولت (٪۲۸,۱)
۲,۳۹۹	۱,۴۳۰	۳,۵۰۵	۲,۹۲۴	۲,۸۱۱	۲,۳۵۷	۲,۱۱۴	۱,۵۳۱	۱,۲۲۸	۹۵۷	۷۶۵	۵۵۱	۲۶۰	۹	۱۱۰	سهم سازمان تنظیم مقررات
۶,۴۷۷	۴,۶۷۸	۴,۱۴۹	۴,۴۷۴	۳,۶۷۳	۳,۹۹۵	۵,۰۰۴	۴,۵۵۸	۳,۶۱۹	۳,۵۱۶	۲,۰۴۴	۱,۱۹۸	۳۴۷	-	-	مالیات

- ایرانسل علاوه بر مالیات و دیگر عوارض دولتی، ۳۱/۳۵ درصد از درآمد سالیانه اش را در قالب تسهیم درآمد و USO، به دولت پرداخت می‌کند.

مدیریت تعامل با ذی نفعان

ایرانسل برای درک دغدغه‌های ذی نفعان، سعی در گسترش تعامل دوسویه با آنها دارد چرا که درک این دغدغه‌ها اصل اولیه ایجاد روابط سازنده، پاسخگویی به مشکلات و بهبود خوشنامی شرکت محسوب می‌شود. تعامل اصولی، دائمی و مدیریت شده از چارچوب‌های تجاری ایرانسل برای افزایش خوشنامی است. مدیریت خوشنامی شرکت، با مد نظر قرار دادن انتظاراتی که ذی نفعان از عملکرد کسب و کار دارند، محقق می‌شود. برای درک بهتر انتظارات و همچنین مدیریت بهتر تعاملات، ایرانسل ذی نفعان اصلی خود را پس از شناسایی، در ۱۰ دسته ذیل طبقه بندی کرده است:

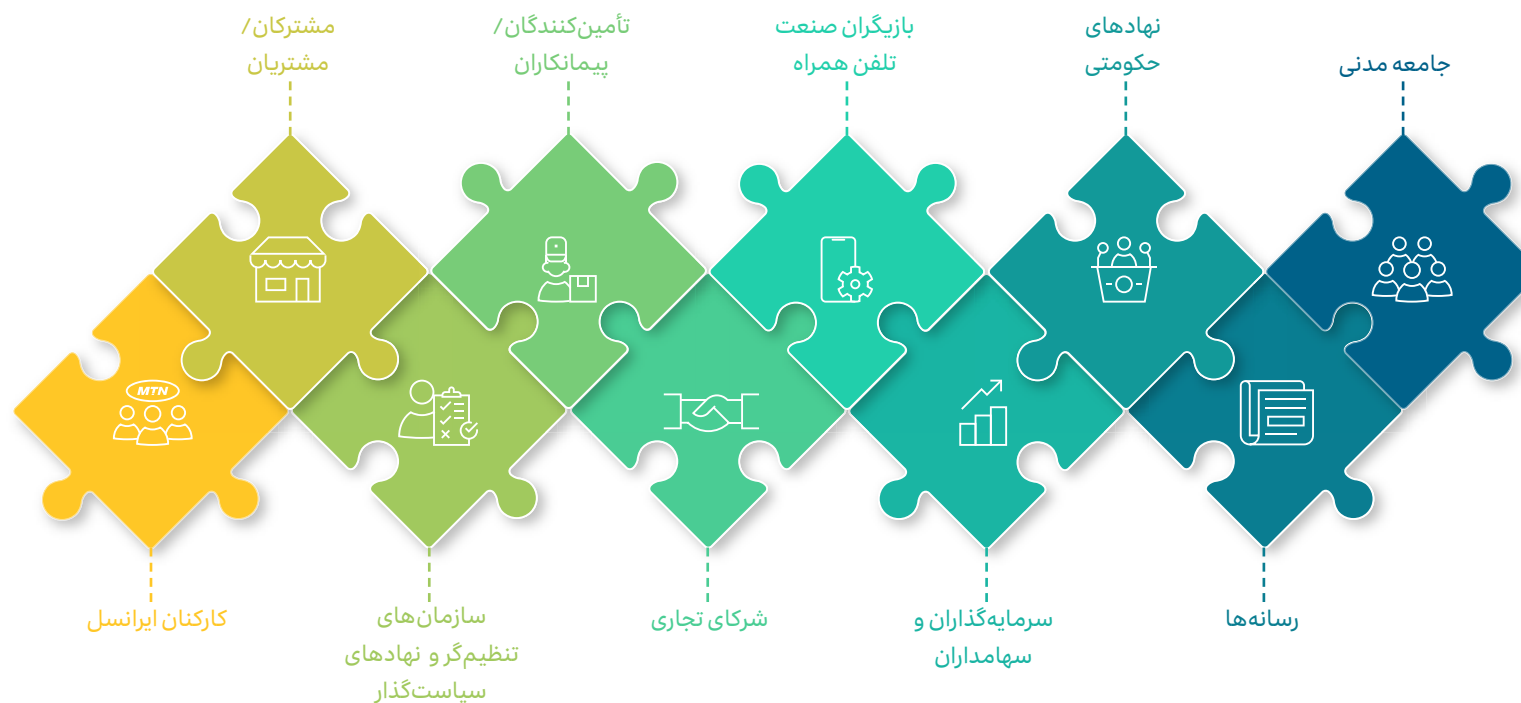
ایرانسل در گام نخست برنامه تعامل با ذی نفعان^۲ خود به تحلیل شرایط سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فنی، زیست محیطی و قانونی و همچنین بررسی نقاط ضعف، قوت، فرصت‌ها و تهدیدها می‌پردازد تا عوامل بیرونی تأثیرگذار بر عملکرد و رشد خود را بیابد و در گام بعد موانعی که در مسیر تحقق استراتژی خود در کسب و کار با آنها روبه‌رو است را شناسایی می‌کند. ایرانسل با در نظر گرفتن این دو گام، بر اساس موارد ذیل به شناسایی ذی نفعان اصلی خود می‌پردازد:

● ذی نفعانی که ممکن است بر اتخاذ تصمیم‌ها در ایرانسل تأثیر بگذارند؛

● ذی نفعانی که ممکن است بر اجرای تصمیم‌ها در ایرانسل تأثیر بگذارند؛

● ذی نفعانی که اقدامات و تصمیمات‌شان ممکن است بر فعالیت‌های

ایرانسل تأثیر بگذارد.



مدیریت تعامل با ذی نفعان

مختصات تعامل با ذی نفعان

ذی نفعان	شرح	نوع تعامل	دغدغه‌های موجود	اقدامات ایرانسل
 جامعه مدنی	جامعه مدنی شامل جوامع خاص، سازمان‌های مردم‌نهاد و سازمان‌های غیرانتفاعی و همچنین جوامع کمتر سازمان‌یافته است. برای ایرانسل، ذی نفعان جامعه مدنی می‌توانند سازمان‌های مردم‌نهاد آموزشی باشند که مشارکت با آنها بخشی از پروژه‌های CSI شرکت است.	همکاری با سازمان‌های مردم‌نهاد / برگزاری جلسات و رویدادها / امضای تفاهم‌نامه / اسپانسرینگ	مسئولیت‌پذیری ایرانسل در پیشبرد کسب و کار خود و تأثیر آن بر اولویت‌های توسعه اجتماعی و اقتصادی، از طریق رشد اقتصادی فراگیر، بهبود سواد دیجیتال، توانمندسازی / حمایت از ورزش جوانان به خصوص ورزش زنان و یا تأثیر بر ایجاد ظرفیت در بخش دولتی.	همکاری با سازمان‌های مردم‌نهاد مرتبط با افراد دارای توانایی‌های متفاوت برای ارائه خدمات ویژه به آنها، از جمله مسائل مربوط به دسترسی و ارائه خدمات به مشتریان / توسعه آموزش دیجیتال در مناطق محروم و کم‌برخوردار / حمایت از باشگاه‌های ورزشی و تیم‌های ملی
 مشترکان / مشتریان	بخش بازار مصرف شامل استفاده دائمی و قراردادی از خدمات تماس‌های صوتی و پیامکی و دیتا می‌شود.	مراکز فروش ایرانسل / مراکز تماس / برنامه کاربردی ایرانسل من / تعامل از طریق رسانه‌های اجتماعی / وب سایت ایرانسل	کیفیت، سرعت و پوشش شبکه ایرانسل برای مشترکان و مشتریان بسیار مهم است / مشتریان به دنبال گوش شنوا برای مشکلاتشان و به تبع آن حل این مشکلات هستند / قیمت‌گذاری عادلانه (ارزش پول) و صورتحساب شفاف	برای مدیریت ۵۶,۲۲۷,۴۴۰ مشترک و سهم بازار میلیونی، ایرانسل سعی کرده تعاملات خود را با مشتریان در سطوح مختلف افزایش دهد. / ایرانسل ۱۲,۳ میلیون کاربر فعال در برنامه کاربردی ایرانسل من دارد / سهم تعاملات آنلاین با مشتریان از ۶ درصد در سال ۱۳۹۶ به بیش از ۵۷ درصد در سال ۱۳۹۹ افزایش یافته / مرکز تماس نشنویان برای اولین بار در ایران راه‌اندازی شده
 رسانه	رسانه‌ها یکی از ابزارهای اصلی برای ارائه تازه‌ترین اطلاعات در مورد ایرانسل هستند. به اشتراک‌گذاری اطلاعات تا حد امکان و پاسخگویی به موقع به درخواست‌ها از جمله موضوعات مورد توجه ایرانسل در این حوزه است.	برقراری ارتباط با خبرنگاران با برگزاری نشست، کنفرانس مطبوعاتی، رویدادها	کسب اطلاعات با کیفیت بالا، دقیق و جامع و همچنین دسترسی به افرادی که به موقع پاسخگو هستند / شفافیت و انسجام در ارائه گزارش درباره فعالیت‌های شرکت	معرفی برنامه‌ها و اقدامات ایرانسل در زمینه توانمندسازی تأمین‌کنندگان داخلی و کمک به مشاغل داخلی در رسانه‌ها / کار بر روی بهبود زمان پاسخگویی به پرسش‌های ذی نفعان و دقت نظر در ارائه پاسخ‌های ساده، واضح، مناسب، مرتبط و شفاف به پرسش

مدیریت تعامل با ذی نفعان

مختصات تعامل با ذی نفعان

ذی نفعان	شرح	نوع تعامل	دغدغه های موجود	اقدامات ایرانسل
 حکومت / رگولاتور و نهادهای سیاست گذار	دولت به عنوان مرجع تعیین کننده تصمیماتی که برای اشخاص حقیقی و حقوقی الزام آور است، از ذی نفعان مهم ایرانسل محسوب می شود. رعایت قوانین باعث افزایش امنیت اطلاعات و داده ها می شود و بنابراین میزان اعتماد به ایرانسل را افزایش می دهد.	دیدار با وزیران، نمایندگان منتخب، مقامات سیاسی و مقامات سازمان تنظیم مقررات / مکاتبات منظم با مقامات سازمان تنظیم مقررات	پایبندی ایرانسل به شرایط پروانه / قانونمند بودن / حل و فصل شکایات مشتریان / امنیت اطلاعات و داده ها / پرداخت مالیات پرداخت ۶,۴۷۷ میلیارد ریال مالیات بر درآمد در سال ۱۳۹۹.	پوشش اینترنتی شهرها به منظور انجام تعهدات پروانه / تعامل با سازمان تنظیم مقررات برای برخورداری از تخصیص عادلانه فرکانس / رعایت قوانین برای ارتقاء امنیت اطلاعات و داده ها / پرداخت ۶,۴۷۷ میلیارد ریال مالیات بر درآمد در سال ۱۳۹۹.
 تأمین کنندگان / پیمانکاران	ماهیت رابطه با تأمین کنندگان، تجاری است و آنها بخشی از فعالیت های زنجیره ارزش ایرانسل هستند که معمولاً محصولات، خدمات و مشاوره ارائه می دهند.	برنامه ریزی و برگزاری نمایشگاه، مناقصه و جلسات	عملکرد شغلی سالم و پایدار یک تأمین کننده از اولویتهای مورد انتظار برای همکاری با شرکت است / مطالبه خسارت، غرامت و مشوق های عادلانه در روابط تجاری از اولویتهای یک تأمین کننده است / دو طرف به دنبال مشارکت بلند مدت و برد-بردی هستند که مزایای متقابل ایجاد می کند.	تعامل بیشتر برای افزایش همکاری با پیمانکاران داخلی / جلسات منظم با پیمانکاران برای افزایش عملکرد و بهبود تعامل با آنها / همکاری ایرانسل با بیش از ۱۰۰۰ تأمین کننده داخلی در سال ۱۳۹۹.
 شرکای تجاری	شرکای تجاری در اصل توسعه دهنده برند ایرانسل هستند. ایرانسل در تمام حوزه های فعالیت خود اعم از کانال های توزیع، نمایندگی های فروش، پلتفرم های خدمات مشتری، مراکز تماس، اپراتورهای مجازی که همه مانند شبکه ای برای ارائه و توزیع خدمات و محصولات ایرانسل عمل می کنند، با سازمان های مختلف مشارکت های تجاری دارد.	برگزاری جلسات آموزشی منظم برای نمایندگی های فروش به منظور رفع مؤثر نیازهای تجاری / برگزاری جلساتی برای ارزیابی عملکرد توزیع کنندگان / برگزاری جلساتی برای تدوین تبلیغات و مشوق ها و پیشنهادات برای مراکز فروش در سراسر کشور به منظور افزایش تعامل	ذی نفعان انتظار دارند که ایرانسل یک شریک قابل اعتماد باشد / قراردادهای تجاری بلندمدت و قابل اتکایی را منعقد کند که بازده سرمایه گذاری را تأمین کند / روابط تجاری منطقی و منصفانه برقرار کند.	بهبود و گسترش محصولات در مراکز توزیع و فروش / گسترش سهم بازار از طریق فروش و تحویل توسط شبکه فروش و توزیع / گسترش اکوسیستم دیجیتال از طریق ارائه دهندگان و تأمین کنندگان خدمات دیجیتال
 صنعت تلفن همراه	صنعت تلفن همراه شامل چشم انداز رقابتی متنوع ایرانسل به عنوان اپراتور شبکه تلفن همراه (MNO) و همچنین شرکتی با هدف ارائه خدمات تلفنی، پهنای باند و سرگرمی های تصویری است.	برگزاری رویداد، کنفرانس خبری	مشارکت در نوآوری های صنعت تلفن همراه، همکاری با نقش آفرینان حوزه صنعت تلفن همراه در موضوعات مشترک مورد توجه و ایفای نقش در شکل دادن به این صنعت / رقابت اخلاقی / تأثیرگذاری بر سیاست های عمومی از طریق تلاش برای آموزش جوامع در مورد مسائل حوزه صنعت / به عنوان پیشرو در صنعت تلفن همراه عمل کرده و در مورد تحولات صنعت تلفن همراه بینش و آینده نگری داشته باشد.	مشارکت فعال در اشتراک زیرساخت برای خدمت رسانی به مناطق محروم. تشریک مساعی در مذاکرات صنعتی و تعامل با نهادهای بالادستی

مدیریت تعامل با ذی نفعان

تعامل سازنده

از آنجایی که تعامل سازنده با ذی نفعان یکی از مسائل مهم در استراتژی‌های کلان سازمان است، در ایرانسل، چارچوب و خط‌مشی مشخصی برای مدیریت تعامل با ذی نفعان تدوین شده است. ما با برنامه‌ریزی، نظارت و ارزیابی مستمر تعامل خود با ذی نفعان، در تلاشیم تا شاخص خوشنامی سازمان را بهبود بخشیم، گوش شنوای انتظارات برحق و دیدگاه‌های ذی نفعان باشیم و ضمن درک درست نیازهای ایشان، در کمترین زمان ممکن به آن‌ها پاسخی مناسب دهیم.

ارزیابی تأثیر تعاملات

ایرانسل با برگزاری «نظرسنجی شاخص خوشنامی»^۱ در میان ذی نفعان خود، انتظارات و برداشت آن‌ها از عملکرد شرکت را شناسایی می‌کند. طبق یافته‌های نظرسنجی سال ۲۰۲۰، عوامل خوشنامی که از سوی بیش از ۸۰ درصد شرکت‌کنندگان مهم ارزیابی شده بود، به شرح زیر است:

- کیفیت شبکه
- خدمات مشتری
- پیروی از قوانین
- قابل اطمینان بودن به عنوان شریک تجاری
- مشارکت سازنده در صنعت موبایل
- عملکرد در کسب و کار
- خلق ارزش مشترک

تعامل با ذی نفعان تأثیری مستقیم بر خوشنامی شرکت دارد و ایرانسل برای گسترش و تعمیق تعامل خود، سه حوزه اصلی «ارتباط با ذی نفعان»، «پاسخگویی به موقع به مسائل ذی نفعان» و «بهبود مؤلفه‌های خوشنامی» را مد نظر قرار می‌دهد. در ادامه نیز برای سنجش تأثیر تعاملات صورت گرفته، به بازخوردی که از ذی نفعان می‌گیرد اتکا می‌کند. مکانیزم‌های مختلفی برای دریافت بازخورد از ذی نفعان وجود دارد و ایرانسل در این رابطه از نظرسنجی‌هایی نظیر «ارزیابی فرهنگی گروه MTN»^۲ که از کارکنان شرکت ایرانسل انجام می‌شود، «شاخص خالص ترویج‌کنندگان»^۳، «نظرسنجی شاخص خوشنامی» و... بهره می‌برد.



مدیریت تعامل با ذی نفعان

نظرسنجی شاخص خوشنامی

نظرسنجی شاخص خوشنامی، در سال ۲۰۲۰ بین نمایندگان گروه‌های مختلف ذی نفعان برگزار شد. شرکت کنندگان به پرسش‌های مختلفی در حوزه‌های مربوط به عملکرد کسب و کار و نتایج مالی، حفظ محیط زیست، مشارکت در توسعه اجتماعی پایدار ایران، کیفیت شبکه، صورت حساب شفاف و منصفانه برای محصولات و خدمات، متابعت و پیروی از قوانین و مقررات، مشارکت و حضور سازنده در صنعت تلفن همراه، حاکمیت شرکتی، خدمات مشترکان، مشارکت در درآمد کشور، فراهم سازی اطلاعات دقیق برای ذی نفعان و نظایر آن پاسخ دادند. این پرسش‌ها، شاخص‌هایی چون «پاسخگویی» ایرانسل به مسائل کلیدی، میزان «اعتماد» به برند ایرانسل، «کیفیت تعامل» با ذی نفعان، «کیفیت روابط» ایرانسل با ذی نفعان و «واکنش به بحران کرونا» را مورد ارزیابی قرار داد.

شرکت کنندگان برای ثبت بازخورد در مورد خوشنامی ایرانسل به چهار پرسش اساسی پاسخ دادند:

- ارزیابی کلی ذی نفعان از خوشنامی ایرانسل.
- ارزیابی ذی نفعان از کیفیت رابطه‌شان با ایرانسل و سطح اعتمادشان به ایرانسل.
- انتظارات ذی نفعان از سطح تعامل ایرانسل با آنها شامل برداشت‌شان از عملکرد ایرانسل در دوره کرونا.
- پاسخگویی به مسائلی که برای ذی نفعان بیشترین اهمیت را دارد.

سال	خوشنامی	کیفیت روابط	کیفیت تعامل	اعتماد	پاسخگویی
۲۰۱۹	۷۲٫۶۹	۷۳٫۹۳	۷۲٫۸۰	۷۶٫۰۷	۷۰٫۹۹
۲۰۲۰	۸۴٫۷۲	۷۳٫۳۲	۷۵٫۲۶	۷۲٫۹۴	۷۴٫۲۰

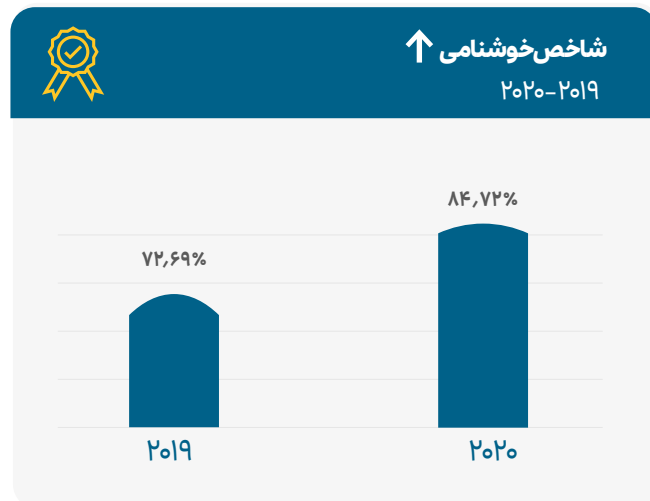
نظرسنجی از ذی نفعان بخش توزیع و فروش

بخش فروش و توزیع ایرانسل، طی سال‌های اخیر به منظور بررسی نظرات ذی نفعان مختلف، رویکرد نظرسنجی و ثبت بازخورد از مشتریان، نمایندگان و توزیع کنندگان را در پیش گرفته و بر اساس آن، به ارائه برنامه‌های بهبود می‌پردازد. این نظرسنجی‌ها به صورت نظام مند برای درک انتظارات ذی نفعان زیر انجام می‌شود:

مشتریان: تحقیقات بازار حضوری (F2F) از سال ۱۳۹۸ به صورت فصلی در شهرهای مختلف انجام می‌شود و در سال ۹۸-۹۹ این نظرسنجی برای حدود ۲۰ شهر انجام شد. ایرانسل قصد دارد این نظرسنجی را در سال ۱۴۰۰ برای حدود ۴۰ شهر انجام دهد.

نمایندگان: از سال ۱۳۹۸ برای بهبود فرایندهای فروش و توزیع و بررسی نظرات و پیشنهادات نمایندگان ایرانسل، این نظرسنجی سالی دو بار انجام می‌شود و تا انتهای سال ۱۳۹۹ چهار دوره نظرسنجی انجام شده است.

توزیع کنندگان: این نظرسنجی به صورت سالانه اجرا و دیدگاه توزیع کنندگان در فرآیندهای فروش و توزیع اعمال می‌شود.



مدیریت تعامل با ذی نفعان

تعامل و خدمات ارتباط با مشتریان

مشتریان ایرانسل از اصلی ترین ذی نفعان سازمان هستند. پایداری کسب و کار ما وابسته به تعامل مؤثر و پایداری خدمات ارتباط با مشتریان است. آمار تماس های ورودی مشتریان ما از طریق کانال های متعدد ارتباطی و میزان رسیدگی و حل مسائل مربوطه می تواند توجه ما به رفع نیازها و انتظارات این ذی نفعان را به خوبی نمایش دهد.

مراکز ارتباط با مشتریان با بیش از ۹۰۰ کارشناس در ۵ استان



۲۴ ساعت شبانه روز - ۷ روز هفته



سیستم IVR هوشمند دیجیتال



کانال های متنوع پاسخگویی



گفت و گو آنلاین مشتریان ناشنوا



دورکاری ۹۸ درصدی



سیستم های دیجیتالی و گواهینامه ها

- سیستم توزیع هوشمند تماس (بر اساس موقعیت مکانی و انتقال به نزدیکترین مرکز تماس)
- استفاده از سیستم های دیجیتال شناسایی مشکلات برای اقدامات پیشگیرانه
- سیستم دیجیتال مدیریت دانش و آموزش کارشناسان ارتباط با مشتریان
- تماس، گفت و گو آنلاین، نرم افزار کاربردی ایرانسل من، شبکه های اجتماعی و فضای مجازی
- پیاده سازی بومی برنامه گفت و گو آنلاین و پشتیبانی شبکه های اجتماعی
- تنوع کانال های ارتباطی مشتریان شامل تماس، گفت و گو آنلاین، نرم افزار کاربردی ایرانسل من، شبکه های اجتماعی و فضای مجازی
- خدمات پشتیبانی ارتباط با مشتریان ویژه ناشنوایان و کم شنوا (Deaf Customer Service)
- بهینه سازی برنامه کاربردی ایرانسل من برای خدمات دهی به مشتریان نابینا
- اخذ گواهینامه ISO10004 سیستم مدیریت پایش و اندازه گیری رضایت مشتریان
- اخذ گواهینامه ISO10002 سیستم مدیریت شکایت مشتریان

کانال های دیجیتال سال ۱۳۹۹

- ۸ کانال ارتباطی دیجیتال شامل ۴۵ حساب کاربری مختلف برای پاسخگویی به پرسش ها و مشکلات مشتریان
- بازبینی و پاسخگویی به پرسش ها و مشکلات مشتریان در شبکه های اجتماعی (کمتر از یک ساعت)
- پاسخگویی به ۵۶ درصد از ارتباطات مشتریان از طریق کانال های دیجیتال
- بررسی ۴۰۰ هزار نظر و اعلام مشکل در شبکه های اجتماعی و رشد ۵ برابری نسبت به سال قبل
- پشتیبانی مشتریان در درگاه های فروش برنامه های کاربردی

- پاسخگویی به بیش از ۹ میلیون گفت و گو آنلاین و افزایش ۲۰ درصدی پاسخگویی نسبت به سال گذشته
- بهینه سازی فرایند ارتقای سیم کارت نسل ۳ به نسل ۴ (تحویل ۲ ساعته و ردیابی روی نقشه)

شاخص های عملکردی سال ۱۳۹۹

- پاسخگویی به بیش از ۱۲ میلیون تماس، بررسی و حل ۹۰ درصدی آن ها طی اولین ارتباط
- برطرف شدن بیش از ۸۳ درصد از مشکلات ارجاع شده به بخش پشتیبانی در کمتر از ۲۴ ساعت
- کاهش ۳،۵ درصدی در مدت زمان پاسخگویی نسبت به سال گذشته
- افزایش ۳ درصدی سطح ارائه خدمت نسبت به سال گذشته
- امتیاز کیفی ۹۸ درصدی به پاسخگویی تماس و رشد یک درصدی نسبت به سال گذشته
- کسب رضایت مندی ۹۶ درصدی مشتریان از ارائه خدمات

حذف قبض های کاغذی

در ارسال قبض کاغذی برای بیش از ۶ میلیون مشترک دائمی، ۹۸ درصد کاهش داشتیم. مشتریان شرکت کننده در طرح انصراف از دریافت قبض کاغذی، ضمن جلوگیری از مصرف سوخت و قطع درختان، در برنامه درخت کاری ایرانسل نیز سهیم شده اند.

مدیریت تعامل با ذی نفعان

اولویت بندی مسائل پایداری

ماتریس مسائل مهم پایداری، به شناسایی و اولویت بندی مسائل اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی که بیشترین تأثیر را بر اهداف کسب و کار و ذی نفعان ایرانسل دارند، کمک می کند. در این فرآیند، مسائل و رویدادهایی که در طول سال بیشترین توجه مدیریتی و بازخورد را از سوی ذی نفعان جلب می کنند، ارزیابی شده و به اطلاع بخش های مختلف سازمان رسانده می شود. متعاقب آن، تلاش می شود که متناسب با موضوع و مقدرات، در برنامه کاری همه واحدها، اقدامات یا ابتکارهایی برای پاسخ به این مسائل، طراحی و اجرا شود. ایرانسل برای درک مهمترین مسائلی که باید در فرایند اولویت بندی مسائل پایداری مورد توجه قرار دهد، اقدامات زیر را اجرا می کند:

- الگوبرداری از اپراتورهای برتر ارتباطی در سطح جهان
- استانداردها و چارچوب های مهم پایداری
- نظرسنجی از ذی نفعان مختلف
- گفت و گو با رهبران سازمان

توجه به موارد فوق، به ایرانسل کمک می کند درک بهتری از موضوع هایی که نیازمند صرف منابع است، به دست آورد. فهرست و ماتریس اولویت بندی ایرانسل از مسائل مهم پایداری در کسب و کار از این قرار است:

مسائل مهم پایداری

حقوق بشر دیجیتال	دسترسی به شبکه ارتباطات	اخلاق و پیروی از قوانین	محیط کار	عملکرد مسئولانه
امنیت شبکه، موبایل و دیتا حریم خصوصی آزادی دسترسی	کیفیت شبکه دسترسی در مناطق کم برخوردار پاسخگویی در زمان وقوع بلایای طبیعی و شرایط اضطراری امنیت فیزیکی	اخلاق حرفه ای انطباق و پیروی از قوانین	تفاوت و تمایز بین کارکنان رشد و توسعه کارکنان سلامت، رفاه و ایمنی کارکنان مشارکت کارکنان	بازاریابی مسئولانه طراحی محصول پایدار صورت حساب شفاف
تغییرات اقلیمی	تأثیرات زیست محیطی	خلق ارزش اقتصادی	سرمایه گذاری اجتماعی	زنجیره تامین
بهره وری انرژی کاهش انتشار کربن	مدیریت بهینه منابع طبیعی و ارتقاء آگاهی عمومی پسماند الکترونیکی بسته بندی محصول و حمل و نقل تشعشعات امواج الکترومغناطیسی کاربری زمین	پرداخت مالیات فراگیری دیجیتال توسعه شرکت های کوچک و متوسط	دسترسی پذیری سرمایه گذاری اجتماعی شرکتی	تنوع تأمین کنندگان توانمندسازی تأمین کنندگان داخلی اثرات زیست محیطی زنجیره تامین استانداردهای نیروی کار زنجیره تامین



برخی جوایز و افتخارات

تندیس سالانه حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان

ایرانسل در سال ۱۳۹۹ برای هفتمین سال متوالی، با کسب رضایتمندی بالای ۹۰ درصدی مشتریان، تندیس طلایی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان را بر اساس ارزیابی سال ۱۳۹۸ دریافت کرد و همچنین تنها اپراتور تلفن همراهی است که در این سال موفق به دریافت تندیس رعایت حقوق مصرف‌کنندگان شد.



تجلیل جامعه پزشکی از ایرانسل برای حمایت از مدافعان سلامت

مراسم اختتامیه رویداد «کرونا روایت» و تجلیل از حامیان مدافعان سلامت، دوشنبه ۲۵ اسفند ماه ۱۳۹۹ برگزار شد. تقدیر و اهدای لوح ویژه از سوی وزیر بهداشت و رئیس کل سازمان نظام پزشکی، به مدیرعامل ایرانسل و تجلیل از ایرانسل در بخش ارتقای سلامت جامعه و مسئولیت اجتماعی این رویداد به خاطر همراهی و حمایت از مدافعان سلامت و جامعه پزشکی انجام شد. از جمله اقدامات ایرانسل در راستای مسئولیت اجتماعی و تسهیل زندگی و آگاه‌سازی مشتریان درباره بیماری کرونا:

- تسهیل آموزش آنلاین و ارائه اینترنت ثابت رایگان
- کمک نقدی به مراکز درمانی و نهادهای مرتبط با پیشگیری و درمان کرونا در استان‌های مختلف
- دورکاری حداکثری کارکنان
- بسترسازی برای ایجاد جلسات برخی نهادها، سازمان‌ها و کسب و کارها (از جمله مجلس شورای اسلامی، قوه قضائیه و وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی)
- ارائه مکالمه رایگان به مدافعان سلامت
- رایگان کردن محتوای ارائه شده در تلویزیون اینترنتی لنز
- اهدای تبلت، سیم‌کارت و دیتای رایگان به دانش‌آموزان مناطق محروم
- ارائه اینترنت هدیه به معلمان کشور
- افزایش درگاه‌های پرداخت در برنامه کاربردی ایرانسل من
- تغییر اعلان‌های اطلاع‌رسان تماس‌های شبکه و تغییر موقت نام شبکه

تقدیر جشنواره خیرین مدرسه‌ساز از ایرانسل

از جمله اقدامات ایرانسل در این زمینه:

- اجرای طرح «مدارس درخشان» با هدف تجهیز مدارس مناطق محروم به امکانات رایانه‌ای و اینترنت پرسرعت
- احداث و بازسازی چندین مدرسه در مناطق آسیب‌دیده از سیل فروردین ۱۳۹۸ در استان‌های گلستان، لرستان و خوزستان
- امضای تفاهم‌نامه همکاری با سازمان نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس کشور و همکاری با این سازمان در طرح‌های مدرسه‌سازی، به خصوص در پویش «آجر به آجر» و تسهیل مشارکت عمومی مردم در مدرسه‌سازی از طریق کد #۲۴* در شبکه ایرانسل



کسب و کار مسئولانه و حاکمیت شرکتی



حاکمیت شرکتی

ایرانسل اصول حاکمیت شرکتی را برای پیشبرد موفقیت خود ضروری می‌داند و باور دارد که این موضوع ارزش‌های پایدار و بلندمدتی را برای همه ذی‌نفعان ایجاد می‌کند. حاکمیت شرکتی، شامل حل تعارض منافع ذی‌نفعان مختلف و حصول اطمینان از مدیریت درست سازمان است، به این معنی که فرآیندها، رویه‌ها و خط‌مشی‌ها، بر اساس دو اصل «شفافیت» و «پاسخگویی» تدوین و اجرایی شوند.

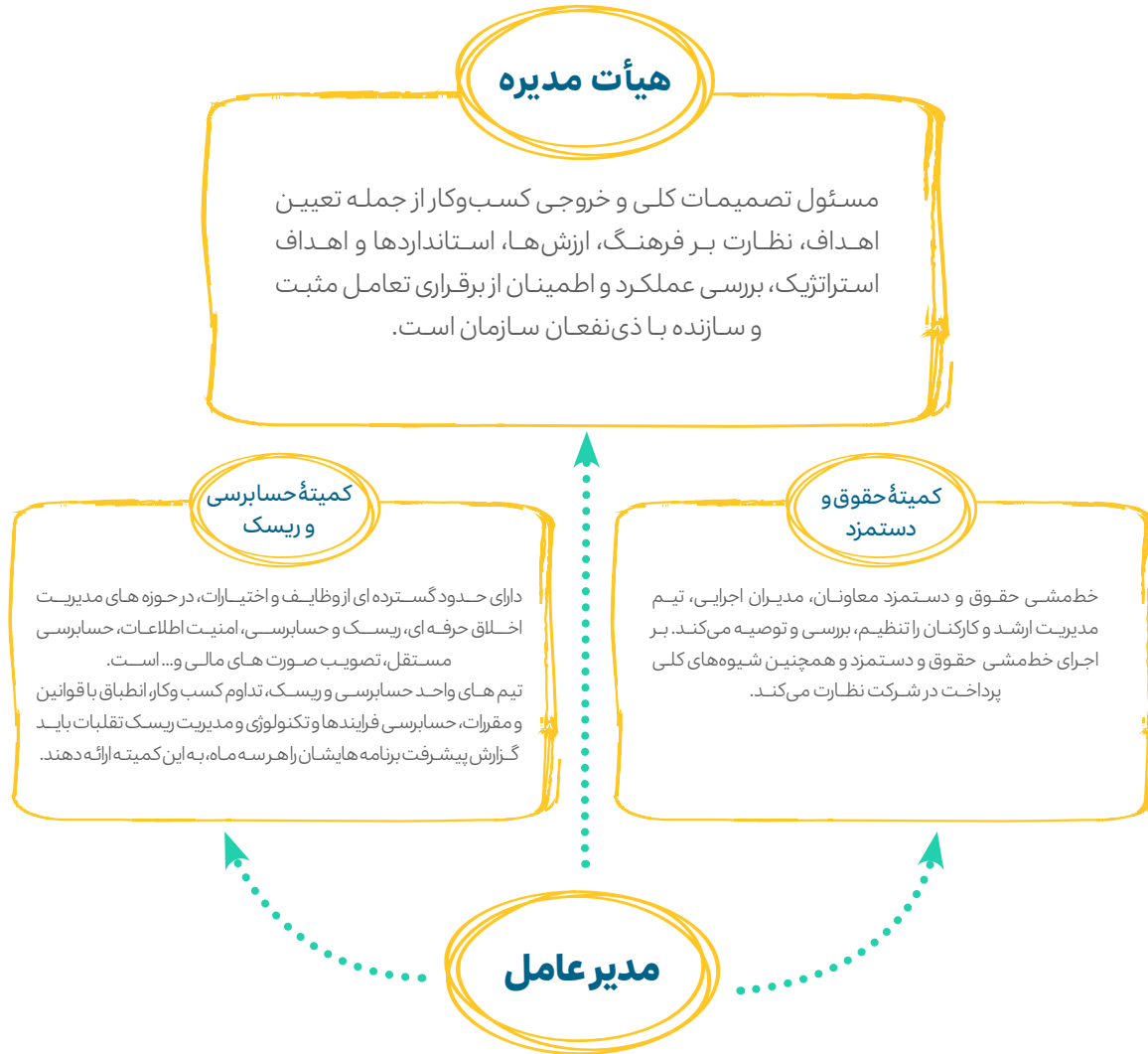
ما در ایرانسل معتقدیم هیأت مدیره‌ای که طیف وسیعی از دیدگاه‌ها، سوابق و تخصص‌ها را در بر می‌گیرد، بهترین موقعیت را برای ارائه دیدگاه‌های جدید به تیم مدیریتی دارد و از توانمندی بالایی برای رسیدگی به چالش‌ها و فرصت‌های مؤثر بر تجارت برخوردار است. هیأت مدیره ایرانسل برنامه‌ریزی و عملکرد راهبردی سازمان نظارت می‌کند و در حوزه ایجاد و ارائه ارزش پایدار، به سهامداران پاسخگو است.

حاکمیت شرکتی

ساختار حاکمیت شرکتی ما

هیأت مدیره ایرانسل اهداف، ارزش ها و استراتژی این شرکت را تعیین می کند و با اطمینان از وجود منابع لازم برای دستیابی به اهداف شرکت، سازمان را به سمت آینده ای پایدار هدایت می کند. هیأت مدیره با ویژگی هایی چون پاسخگویی، مشارکت، شفافیت و قانون مداری، به دنبال تحقق ارکان پایداری، تبیین اهداف بلندمدت، ایجاد ارزش برای ذی نفعان و تاثیر مثبت بر جامعه است.

هیأت مدیره ایرانسل، وظایف نظارتی اش را از طریق کمیته های خود انجام می دهد و در حال حاضر از دو کمیته دائمی تشکیل شده است: «کمیته حسابرسی و ریسک» و «کمیته حقوق و دستمزد» که هر یک دارای یک رئیس و دو عضو هستند.



اقدامات ایرانسل برای حاکمیت شرکتی کارآمد



طراحی و پیاده سازی چارچوب مدیریت ریسک



توسعه ساختارها و خط مشی های شرکتی



حسابرسی سالانه برای اطمینان از انطباق عملکرد با قوانین، مقررات و خط مشی ها

اخلاق حرفه‌ای

«اخلاق حرفه‌ای» یا «اخلاق کسب‌وکار» همان اصول اخلاقی است که کارکنان و کل سازمان باید در تمام جنبه‌ها و سطوح فعالیت، مدنظر قرار دهند. این اصول می‌توانند از جنس قانون و یا چارچوب‌هایی باشند که اطمینان و اعتماد را میان سازمان و مشتریان و سایر ذی‌نفعان بالا می‌برد. اخلاق حرفه‌ای، عملکرد سازمان را در مواجهه با مسائل بحث‌برانگیز در حیطه حاکمیت شرکت‌ها، ارتش، مسئولیت‌های اجتماعی، تبعیض‌های کاری، معاملات و بسیاری مسائل دیگر، در تمامی سطوح بررسی می‌کند. در ایرانسل دفتر اخلاق حرفه‌ای، که در بخش حسابرسی و ریسک قرار دارد، مسئول استقرار اصول اخلاقی در کل سازمان و توسعه و ترویج فرهنگ اخلاق کسب‌وکار است. برای رسیدن به این اهداف، پویش‌های اطلاع‌رسانی، دوره‌های آموزشی و برنامه‌های قدرانی از اقدامات اخلاقی کارکنان برگزار می‌شود و موارد غیراخلاقی نیز بررسی می‌شوند.

رویکرد ما

ایرانسل در گستره فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی متفاوتی در ایران فعالیت می‌کند. این موضوع، می‌تواند هم فرصت و هم ریسک بیافریند. به‌طور کلی ارتباطات و فناوری اطلاعات، در توسعه فرهنگی و اجتماعی به‌عنوان کاتالیزور عمل می‌کند، اما مزایای توسعه شتابان فناوری باید با مسئولیت‌پذیری اخلاقی به تعادل برسد.

ایرانسل اخلاق حرفه‌ای را هم برای رفتار افراد و هم برای رفتار سازمان، موضوعی مهم می‌داند. این امر در مورد همه جنبه‌های رفتار حرفه‌ای، از استراتژی‌های هیأت مدیره و نحوه رفتار سازمان با کارکنان و تأمین‌کنندگان خود گرفته تا تکنیک‌های فروش و شیوه‌های حسابداری صدق می‌کند. درجه اهمیت رعایت اخلاق حرفه‌ای باعث شده این مسئله در دوره‌های آموزشی کارکنان جای بگیرد و بر همین اساس محتوای دوره آموزشی اخلاق حرفه‌ای با کلیه کارکنان سازمان به اشتراک گذاشته شده است.

منشور رفتاری

شکی نیست که رفتار، باورها و بازخوردهای حرفه‌ای کارکنان در نهایت منجر به ایجاد محیطی پویا و سالم می‌شود. در محیط پویا و کارآمد، شاهد افزایش کیفیت و بهره‌وری هستیم که نهایتاً بر همه اشخاصی که به نحوی با ایرانسل در ارتباط هستند اعم از مشتریان، مشتریان، کارمندان، تأمین‌کنندگان و پیمانکاران تأثیر می‌گذارد و ذی‌نفعان خارجی نیز از رعایت



رفتار حرفه‌ای و مطابق عرف سازمان سود می‌برند. در همین مسیر، «منشور رفتار حرفه‌ای» با هدف ترغیب کارکنان به رعایت اصول حرفه‌ای، رعایت دستورالعمل‌های گزارش تخلف و تقلب، احترام به حریم خصوصی و محرمانگی، رعایت مقررات رقابت سالم، شفافیت سازمانی، برخورد مناسب با وقایع و رفتار در چارچوب موازین عرف، تدوین شده است. کارکنان ایرانسل می‌توانند در صورت مواجهه با مسائل غیراخلاقی مانند آزار و اذیت، تبعیض، سوء رفتار یا جانبداری و خویشاوندگاری، از طریق نشانی ethics.mfnirancell.ir به صورت ناشناس، ارسال ایمیل به نشانی ethics@mfnirancell.ir یا گزارش دهی حضوری، موارد را با دفتر اخلاق حرفه‌ای مطرح کنند. این سامانه از سال ۱۳۹۵ راه اندازی شده است.

در سال ۱۳۹۹ تعداد ۱۵ مورد تخلف، از طریق راه‌های ارتباطی مذکور به این دفتر گزارش شد که از میان آنها ۹ مورد منجر به دریافت اخطار شد. معمول‌ترین نوع گزارش در این حوزه، مربوط به بدرفتاری و همچنین عدم رعایت پروتکل‌های بهداشتی کووید-۱۹ بوده است.

خط‌مشی منع آزار و تبعیض

تمامی کارکنان حق دارند که با احترام و رعایت شأن و منزلت انسانی با ایشان رفتار شود و در محیطی عاری از هرگونه آزار و تبعیض به فعالیت بپردازند. در همین مسیر، ایرانسل «خط‌مشی منع آزار و تبعیض» را در سال ۱۳۹۹ تهیه کرده و مفاد آن را که به منظور آگاهی کارکنان از حقوق خود به شرح زیر تدوین شده، در اختیار آنها قرار داده است. اشکال و مصادیق آزار و اذیت و تبعیض موضوع این خط‌مشی، شامل ارباب، زورگویی و تبعیض است. اصول کلی «خط‌مشی منع آزار و تبعیض» در ایرانسل به شرح زیر است:

خط‌مشی رفتار منصفانه با مشتری

- تأمین محیط کاری عاری از آزار، اذیت، ارباب، زورگویی، تبعیض و نظایر آن برای کارکنان خود و همچنین حصول اطمینان از برقراری محیط کاری ایمن و سالم.
- برخورداری تمامی کارکنان از حق شکایت در صورت مواجهه با مصادیق آزار، اذیت، تبعیض و برخورد فوری، با حساسیت و محرمانه و دور از جانب‌داری، مطابق با مقررات انضباطی شرکت.
- تأکید بر آگاهی بخشی در مورد آزار، اذیت و تبعیض در بین کارکنان؛ اعم از آنکه خود قربانی یا شاهد این موارد بوده باشند.

سازمان متعهد است که با تمام مشتریان خود با رویکردی منصفانه مواجه شود. در خط‌مشی رفتار منصفانه با مشتری، یک رویه منصفانه در سراسر ساختار سازمان پایه‌ریزی می‌شود که موجب درک نیازهای مشتری شده و خدمات و محصولات متناسب با آن را فراهم می‌کند. سازمان مسئول رفتار منصفانه با مشتریان است. این خط‌مشی اصول استاندارد و شفاف برای پویش‌های تبلیغاتی و بازاریابی ایجاد می‌کند که تعلق خاطر و رضایت مشتری را افزایش می‌دهد.

انطباق با قوانین^۱

انطباق با تمامی الزامات اخلاقی و قانونی و همچنین حصول اطمینان از اینکه کسب و کار در ایرانسل به روش‌های مسئولانه اخلاقی صورت می‌گیرد از پایه‌های اصلی پایداری در سازمان است. عملکرد اصلی ایرانسل در حوزه انطباق، به محرمانگی داده‌ها، مقابله با پولشویی، ثبت مالکیت سیم‌کارت‌ها، الزامات پروانه، قوانین بیمه، مالیاتی، کار، ایمنی و سلامت کارکنان و کیفیت خدمات و تعهدات شبکه مربوط می‌شود.

در سال ۱۳۹۹ با توجه به شیوع ویروس کرونا، ایرانسل به دلیل درک درست از لزوم حفظ سلامت کارکنان و مشتریان خود، تمرکز بیشتری را بر انطباق ایمنی و بهداشت، با نگاهی ویژه به پروتکل‌های کووید ۱۹ لحاظ کرد. ضمن اینکه اشتیاق ایرانسل برای دستیابی به محیط کاری ایمن و سالم، باعث شده خود را متعهد به رعایت تمامی بندهای خط‌مشی ایمنی و بهداشت شغلی بداند. این خط‌مشی برای ایجاد اطمینان خاطر از اینکه شرکت در انطباق با استانداردها و ویژگی‌های ایمنی و بهداشت شغلی است، تنظیم شده است.

ایرانسل به منظور تحکیم رویکرد انطباق خود، از یک روش شناسی استاندارد و همچنین خط‌مشی انطباق بهره می‌برد؛ این خط‌مشی شامل اصول تعهدات مدیریت ریسک می‌شود و فرایندها و ساختارهای آن به شناسایی و مدیریت ریسک‌های انطباق برای دستیابی به اهداف استراتژیک سازمان یاری می‌رساند.

مسئولیت کارکنان

کارکنان ایرانسل باید از الزامات انطباق مربوط به جایگاه شغلی‌شان آگاه باشند و آن را کاملاً درک کنند. ایشان باید مطمئن باشند در انجام وظایف روزانه‌شان، انطباق با قوانین، مقررات، خط‌مشی‌ها، استانداردها و فرایندها رعایت می‌شود. به علاوه، کارکنان ایرانسل ملزم به شرکت در دوره‌های آموزشی مربوط به انطباق و همچنین ارجاع هر گونه مورد یا مسئله در این زمینه به مسئولان مربوطه هستند.

ارجاع عدم انطباق

ایرانسل تمام تلاش خود را برای برآوردن الزامات مربوط به انطباق به کار گرفته و همین امر باعث شده موارد عدم انطباق و جریمه‌های مربوطه، در حداقل ممکن باشد. شفافیت ایرانسل در این حوزه به مشتریان اطمینان می‌دهد که سیستم‌ها برای سازمان ارزشمند است و امر حفظ منافع سهامداران و خلق ارزش مشترک برای تمامی ذی‌نفعان را ممکن می‌سازد. عدم انطباق می‌تواند به صورت داخلی کشف و گزارش یا در جریمه‌هایی که از سمت سازمان‌های دیگر اعمال می‌شود، ثبت شود. در صورت وجود هر گونه عدم انطباق داخلی یا خارجی، اخطار رسمی، هشدار یا جریمه از سوی سازمان‌های دیگر، همه کارکنان، مسئول ارجاع آن به بخش حسابرسی و ریسک از طریق ایمیل compliance@mtnirancell.ir هستند.



مدیریت ریسک

مدیریت ریسک کسب و کار شامل روش‌ها و فرایندهایی است که سازمان‌ها برای مدیریت ریسک و استفاده از فرصت‌های مربوط به حوزه‌های زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی مورد استفاده قرار می‌دهند. مدیریت ریسک کسب و کار، چارچوبی برای مدیریت ریسک فراهم می‌کند که معمولاً شامل شناسایی اتفاقات یا شرایط خاص مربوط به اهداف سازمان‌ها می‌شود (ریسک‌ها و فرصت‌ها)، آن‌ها را بر اساس احتمال و تأثیر، ارزیابی می‌کند، استراتژی واکنشی تعیین می‌کند و بر همه این فرایندها نظارت دارد. کسب و کارها با شناسایی و در نظر گرفتن ریسک‌ها و فرصت‌ها به صورت بالفعل، از ذی‌نفعانشان، شامل صاحبان، کارمندان، مشتریان، قانونگذاران و به طور کلی جامعه، حمایت و برای آنها ارزش آفرینی می‌کنند.

رویکرد ما

شرکت‌هایی که ریسک‌ها و فرصت‌های حوزه زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی (ESG) را به خوبی مدیریت می‌کنند، علاوه بر کاهش ریسک کسب و کار خود، باعث جذب هر چه بیشتر سرمایه‌گذاران می‌شوند. مدیریت ریسک بخش جدایی‌ناپذیر استراتژی کسب و کار ایرانسل است که به منظور ایجاد و حفظ ارزش، اجرایی می‌شود. ایرانسل ریسک‌ها را بر اساس روش مدیریت ریسک سازمانی خود مدیریت می‌کند تا برای شناسایی و ارزیابی رویدادهای احتمالی که می‌توانند بر توانایی سازمان در دستیابی به اهدافش تأثیر بگذارند، رویکردی یکپارچه و همسو با استراتژی داشته باشد.

ایرانسل در روش مدیریت ریسک سازمانی خود از مفاهیم و روندهای کاری مندرج در چارچوب‌ها و استانداردهای مدیریت ریسک - شامل ISO 31000، چارچوب کوزا^۱، حاکمیت شرکتی King IV - و سایر چارچوب‌های پیشرو مانند ISO 27001 برای امنیت اطلاعات و ISO 22301 برای مدیریت تداوم کسب و کار بهره می‌برد.

ریسک‌های اصلی

دسته‌بندی ریسک

مدیریت انرژی تغییرات اقلیمی مدیریت زیست‌محیطی دسترسی، بهره‌وری و تملک زمین	زیست محیطی
محرمانه بودن داده‌های مشتریان و امنیت داده‌ها ایمنی و سلامت کارکنان سرمایه انسانی سیاست	اجتماعی
مدیریت زنجیره تأمین کنترل‌های داخلی تقلب و جرم مالی اخلاق حرفه‌ای انطباق تنظیم مقررات	حاکمیت شرکتی

با افزایش درک ایرانسل از شرایط پیرامونی و خواسته‌های ذی‌نفعانش، رویکرد این سازمان به مدیریت ریسک ESG نیز رو به تکامل است و چند ریسک اصلی اختصاصی با عنوان «ریسک زیست‌محیطی»، «ریسک حاکمیت شرکتی» و «ریسک اجتماعی و اخلاق» در حوزه ریسک ESG تعریف شده و شاخص‌های کلیدی مربوط به آنها نظارت می‌شوند. این ریسک‌های زیست‌محیطی و اجتماعی با توجه به توانمندی‌های سازمان ارزیابی می‌شوند تا انتظارات زیست‌محیطی و اجتماعی ذی‌نفعان را برآورده کرده و قوانین و استانداردهای داخلی و بین‌المللی رعایت شوند.

مسئولیت کارکنان

تمامی کارکنان در قبال ریسک‌های کسب و کار که ممکن است متوجه سازمان باشد، مسئول هستند و باید بر اساس وظایفی که دارند به این ریسک‌ها رسیدگی کنند.

ارجاع ریسک

در ایرانسل همه ریسک‌های عمده کسب و کار باید در زمان درست و به صورت مناسب، به بخش حسابرسی و ریسک ارجاع و گزارش شوند تا در ثبت ریسک‌های سازمان لحاظ شوند و به اطلاع ذی‌نفعان برسند.

سیستم مدیریت کیفیت	مرجع صادر کننده	سال اخذ گواهینامه	تاریخ آخرین بازبینی
ISO 9001: 2015 (Companywide)	INTERCERT Group of MTIC	2020	25.11.2020
ISO 9001: 2015 (S&D)	TUV AUSTRIA	2018	Nov 2020
ISO 10002: 2014	TUV INTERCERT	2018	July 2020
ISO 10004: 2012	TUV INTERCERT	2018	July 2020
ISO 27001: 2013	AQC MIDDLE EAST FZE.	2019	Aug 2020

خط مشی مبارزه با فساد مالی و ارتشا

پرداخت و دریافت رشوه رایج ترین نوع فساد مالی است و هر شرکت و کسب و کاری برای توسعه و پیشرفت، نیازمند مقابله و پیشگیری از وقوع آن است. ایرانسل به منظور انجام فعالیت های خود مطابق با استانداردهای اخلاقی و ارزش هایی همچون درستکاری و صداقت، «خط مشی مبارزه با فساد و ارتشا» را تدوین کرده و ضمن تأکید بر اینکه هیچ گونه ارتشا و فساد را بر نمی تابد، خواستار پایبندی تمام کارکنان و کارفرمایان و ذی نفعان خود به این خط مشی شده است.

اصول کلی «خط مشی مبارزه با فساد و ارتشا» در ایرانسل به شرح زیر است:

- عدم چشم پوشی در قبال فساد و ارتشا
- رعایت خط مشی هدایای ایرانسل در صورت تهیه و اهدای هدایا و پاداش به کارکنان
- ممنوعیت شدید و مقابله با هر اقدام نامتعارف برای پیشبرد اهداف با دورزدن تشریفات اداری
- اقدامات لازم برای کاهش خطر ارتشا و فساد در تعامل با شرکای تجاری

خط مشی گزارش دهی ناشناس تخلفات و تقلبات

ایرانسل به منظور حمایت قانونی و حداکثری از کارکنان، مشتریان و دیگر ذی نفعان خود که بالتبع، منجر به تأمین بهتر اهداف خود نیز خواهد شد، سازوکار مقابله با تقلب، تخلف و اعمال خلاف قانون را تعریف کرده تا متابعت خود از قوانین و مقررات کشور در حوزه گزارش دهی تخلفات و تقلبات را نشان دهد. بدیهی است هویت افرادی که اقدام به گزارش موارد غیرقانونی و خلاف مقررات می کنند کاملاً ناشناس می ماند. به همین منظور نیز سامانه «گزارش دهی ناشناس تخلفات و تقلبات»، از سال ۱۳۹۲ در ایرانسل فعال است و از کارکنان خواسته شده تا در صورت بروز شناسایی هرگونه تخلف و تقلب، آن را اطلاع رسانی کنند. تمامی موارد زیر در روند گزارش دهی رعایت می شود:

- تأکید بر رازداری و حفظ هویت گزارش دهنده
- بررسی دقیق و کامل گزارش ها و حصول اطمینان از وقوع تخلف / تقلب
- برخورد قاطعانه با گزارش دهی خلاف واقع و مغرضانه
- حمایت مدیریت ارشد از گزارش دهنده و حصول اطمینان از اینکه خطری متوجه وی نیست
- کشف تخلف / تقلب احتمالی که می تواند مانع از ورود ضرر و زیان مادی و معنوی شود

خط مشی تضاد منافع^۱

یکی از مسائل کلیدی در حوزه مدیریت ریسک اخلاقی، مدیریت تضاد منافع بالقوه است. نظر به اینکه تضاد منافع، روند طبیعی کار و تشریفات مفید و مؤثر بین کارکنان و کارفرمایان و دیگر ذی نفعان را مختل می کند و چه بسا ممکن است در مواردی باعث ایجاد ذهنیتی نامطلوب نزد مشتریان و شرکای تجاری درباره شرکت شود، لازم است مقرراتی برای اجتناب از آن و نگهداشت حسن شهرت و جایگاه شرکت نزد عموم تدوین شود. شرکت ایرانسل نیز با احترام به قوانین و مقررات داخلی و به موازات مقررات گروه MTN، اقدام به تدوین و اجرای خط مشی جلوگیری از تضاد منافع کرده است تا با همکاری همه اشخاصی که به نحوی با این شرکت در ارتباط هستند، در نهایت شاهد تأمین هرچه بهتر منافع ذی نفعان خود باشد. اصول کلی «خط مشی تضاد منافع» ایرانسل به شرح زیر است:

- مقررات استخدامی شفاف و رعایت قوانین مربوط به محدودیت و ممنوعیت شغلی
- رعایت حدود و ثغور قانونی روابط مالی-تجاری سهامداران
- لحاظ منافع ذی نفعان در روابط شرکت با رقبا
- اطلاع رسانی کامل و شفاف به تمامی کارکنان، کارفرمایان و... درباره به روزترین مقررات مربوط به تضاد منافع و الزام به رعایت آن



زنجیره تأمین مسئولانه

زنجیره تأمین مسئولانه یا پاسخگو را می‌توان ترکیبی از مدیریت زنجیره تأمین و مسئولیت اجتماعی شرکتی دانست؛ آنگاه که مدیریت زنجیره تأمین سنتی یک شرکت، علاوه بر مسائل اقتصادی، دغدغه رفع مشکلات اجتماعی و زیست‌محیطی را نیز دارد و به دنبال بهبود عملکرد خود در بلندمدت است. از طریق همین زنجیره تأمین مسئولانه است که شرکت‌ها می‌توانند با شرکای خود در زنجیره تأمین، ارتباطی معنادار برقرار کنند، ظرفیت آنها را افزایش دهند و پاسخگویی سریع‌تری به چالش‌ها داشته باشند و در نهایت به ارتقای خوشنامی پایدار سازمان منجر شود.

زنجیره تأمین مسئولانه

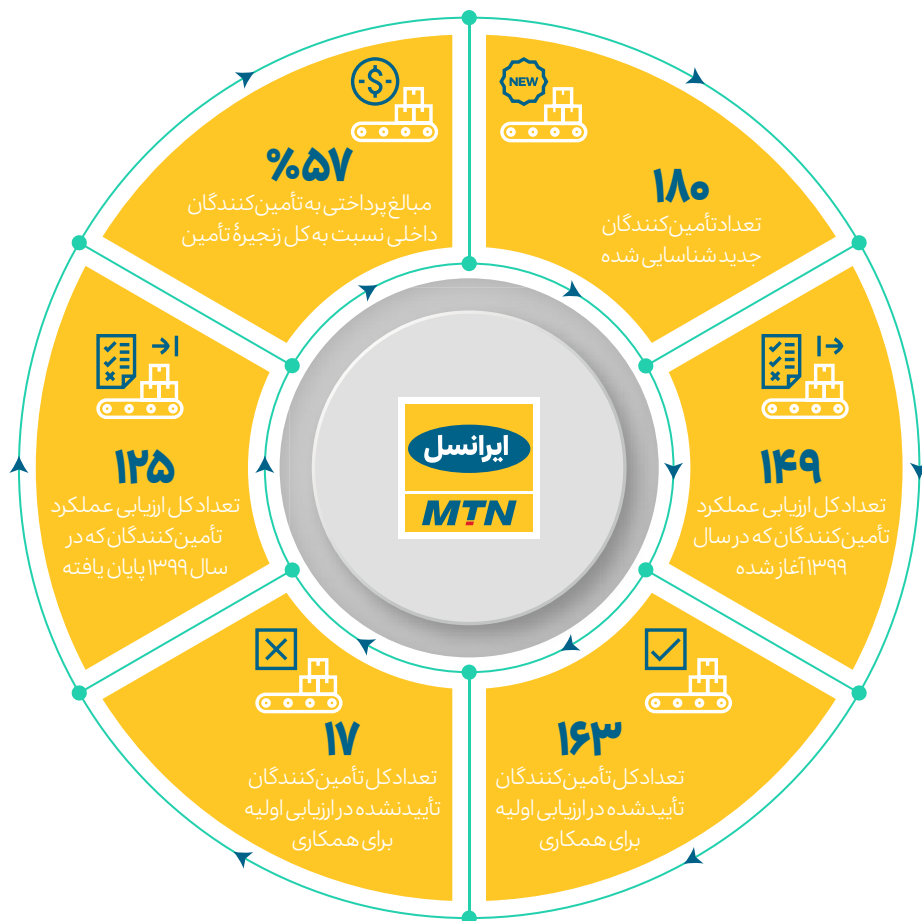
منشور رفتاری تأمین کنندگان

زنجیره تأمین در صنعت ارتباطات، با قوانین گمرکی سختگیرانه‌ای بر کالاهای وارداتی خود مواجه است. زنجیره تأمین در ایرانسل نیز از این قاعده مستثنی نبوده و پیچیدگی آن ناشی از مجموعه ریسک‌هایی است که بیشتر ماهیت بیرونی دارند. به همین منظور ایرانسل برای حصول اطمینان از تداوم فعالیت زنجیره تأمین خود، سعی کرده ریسک‌های حقوقی، اجتماعی، اخلاقی و زیست‌محیطی را به صورت فعال مدیریت کند.

ایرانسل در سال ۱۳۹۸، یک گردهمایی را با موضوع آگاهی بخشی در حوزه تقلب و اخلاق حرفه‌ای برای تأمین کنندگان خود برگزار و طی این گردهمایی، از ۱۲۱ شرکت تأمین کننده دعوت کرد تا نمایندگان خود را معرفی کنند. از این میان ۴۱ شرکت پاسخگوی دعوت ایرانسل بودند و گردهمایی آگاهی بخشی در حوزه تقلب و اخلاق حرفه‌ای با حضور ۸۴ شرکت کننده برگزار شد. شیوع ویروس کرونا مانع تداوم برگزاری این گردهمایی‌ها شد و بالاجبار حوزه فعالیت در این بخش به آگاهی بخشی از طریق ایمیل و به سطح کارکنان محدود ماند.

در حوزه سلامت و ایمنی، ایرانسل از تأمین کنندگان خود انتظار دارد که فضای کاری سالم و ایمنی را (در تطابق با استانداردها و قوانین و مقررات) فراهم کنند و در حوزه محیط زیست نیز مصرف بهینه منابع طبیعی، به کارگیری ابزارهای صحیح برای جلوگیری از آلودگی و به حداقل رساندن تولید ضایعات جامد، فاضلاب و آلاینده‌های هوا، مورد انتظار است.

از جمله اقداماتی که ایرانسل در حوزه حفظ محیط زیست و مصرف بهینه منابع طبیعی انجام داده، می‌توان به حذف سفارشات خرید کاغذی اشاره کرد. ایرانسل در سال ۱۳۹۹ با مجموع ۱,۱۵۸ تأمین کننده همکاری داشته و ۸,۳۴۱ سفارش خرید به ثبت رسانده است که تمامی این سفارشات به صورت سیستمی و بدون کاغذ انجام شده است. نکته قابل توجه دیگر در زنجیره تأمین ایرانسل اینکه ۹۴ درصد این تأمین کنندگان داخلی هستند و البته تمامی تأمین کنندگانی که تمایل به همکاری با ایرانسل دارند علاوه بر اینکه باید از امتیاز بالایی در حوزه متابعت از قوانین و نوع محصول و خدمات ارائه شده برخوردار باشند، لازم است امتیاز قابل قبولی نیز در حوزه مطابقت با ایمنی، بهداشت و محیط زیست کسب کرده باشند. ایرانسل در راهنمای خط‌مشی و رویه‌های تدارکات، طی بند اول شرایط مفاد قرارداد، مدیر ارشد تدارکات را موظف می‌کند که در زمان تصمیم‌گیری برای انعقاد قرارداد با تأمین کنندگان، علاوه بر شرایط زمانی و مالی، ریسک مواد خطرناک یا وجود ریسک بالقوه برای محیط زیست را مد نظر قرار دهد.



به سوی جامعه پایدار



جامعه پایدار

تحول دیجیتال، عامل قدرتمندی برای ارتقای بهره‌وری و رفاه جامعه است. در مقابل، دسترسی نداشتن به دنیای دیجیتال، در جهان امروز، موجب تعمیق شکاف‌های اقتصادی و اجتماعی می‌شود.

به عنوان بزرگترین اپراتور دیجیتال ایران، پرداختن به چالش‌های اجتماعی، بخشی جدانشدنی از کسب و کار ماست. رشد و ارتقای ما منوط به این است که جامعه و اکوسیستمی که در آن فعالیت می‌کنیم، سالم و امن باشد. ما بر اساس ظرفیت‌ها، منابع و وسعت شرکت، موجب توسعه اجتماعی-اقتصادی جامعه می‌شویم. همه می‌توانند از مزایای زندگی نوین و دنیای ارتباطات، بهره ببرند.

سرمایه انسانی و محیط کار

همان طور که پیش تر اشاره شد پایداری اجتماعی از محورهای چارچوب پایداری ایرانسل به شمار می رود. در این بعد، حوزه مربوط به کارکنان یا سرمایه انسانی سازمان به دلیل نقش اصلی که در تحقق کسب و کار پایدار ایفا می کنند، از اهمیت بالایی برخوردار است. از همین رو، تلفیق مفهوم پایداری با فرایندهای منابع انسانی و خلق فرهنگ و محیط کار مساعد از اولویت های توسعه پایدار یک سازمان به حساب می آید. این موضوع، برای ایرانسل نیز با توجه به ویژگی کسب و کار و جایگاه آن در بازار

پویای تحول تکنولوژی کشور، پایداری محیط کار و در نتیجه آماده سازی کارکنان برای حرکت مستمر و روبه جلو، اهمیت دوچندان دارد. در سال ۱۳۹۹ با شیوع همه گیری کرونا و به تبع آن لزوم اقدامات پیشگیرانه در مقابل موج مخرب بیماری، شرکت ایرانسل به سوی تجربه جدیدی از روش کار سوق داده شد. ایرانسل اولین سازمانی بود که با شروع پاندمی در کشور، مدل دورکاری حداکثری را پیاده کرد. این مدل جدید کاری نیازمند نگرش، زیرساخت، پشتیبانی

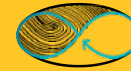
و توانمندی متفاوتی بود تا کارکنان سازمان بتوانند همچنان با نگاهی رو به آینده، با آرامش خاطر و بهره وری بالا در محیطی ایمن و سالم به فعالیت خود ادامه دهند. به همین دلیل، فراهم آوردن شرایط کاری پایدار برای سرمایه های انسانی سازمان از اولویت های استراتژیک سال ۱۳۹۹ شرکت ایرانسل بود. افزون بر این و در واکنش به شکل جدید کار، «ارزش پیشنهادی کارکنان» شرکت ایرانسل مورد بازنگری قرار گرفت و با مضمون «زندگی الهام بخش» در چهار بعد اصلی زیر بازطراحی شد:



رشد هدفمند



شکوفایی در محیطی مثبت



ارتباط برای توسعه



کار معنادار



سرمایه انسانی و محیط کار

پایداری موقعیت‌های شغلی

با وجود تأثیر منفی پاندمی بر کسب و کارهای ایرانی و بازار کار ایران در سال ۱۳۹۹، شرکت ایرانسل برنامه تعدیل نیرو در سال ۱۳۹۹ نداشت و در پایان سال، تعداد کارکنان شاغل تحت نظر دفاتر ۹ گانه آن به بالای ۲,۳۰۰ نفر رسید. در طول سال ۱۳۹۹ و در مقایسه با سال قبل از آن:

- ۷۸ درصد از عناوین شغلی شرکت ایرانسل بدون تغییر در شرح شغل و حیطه وظایف، در ساختار سازمانی باقی ماندند.
- ۱۸ درصد از مشاغل از نظر شرح شغل به روزرسانی شدند.
- ۴ درصد از عناوین شغلی از ساختار سازمانی حذف شدند.
- با ایجاد عناوین شغلی جدید، تعداد کل مشاغل شرکت ایرانسل در پایان سال ۱۳۹۹ نسبت به سال ۱۳۹۸، ۱۱ درصد رشد یافت.

میانگین طول حضور کارکنان در شرکت ایرانسل: نزدیک به ۸ سال



میانگین سن کارکنان: نزدیک به ۳۶ سال



تحصیلات کارکنان: ۸۴ درصد کارشناسی و مدارج بالاتر دانشگاهی



فرآگیری و تنوع

همان‌طور که در ادامه به تفصیل به آن اشاره خواهد شد، توانمندسازی زنان و جوانان یکی از رویکردهای استراتژیک سرمایه‌گذاری اجتماعی ایرانسل است. در این راستا، شرکت ایرانسل از حضور و توانمندسازی زنان و جوانان در محیط کار خود استقبال می‌کند. رویه جذب، نحوه تعیین حقوق، چگونگی تخصیص فرصت‌های آموزشی و امکان توسعه شغلی در شرکت ایرانسل تنها بر مبنای شایستگی افراد و نیاز کسب و کار برنامه‌ریزی و اجرا می‌شود. مسائلی چون جنسیت، قومیت، سن و غیره در این فرایندهای کلیدی منابع انسانی ایرانسل نقشی ندارند.

در پایان سال ۱۳۹۹، ۱۰ درصد از کارکنان شرکت ایرانسل را متولدین دهه هفتاد شمسی و پس از آن تشکیل می‌دادند. در شهریور ماه سال ۱۳۹۹ برای نخستین بار، یک متولد دهه هشتاد به ایرانسل پیوست که در بدو ورود به شرکت، تنها ۱۹ سال سن داشت.

در پایان سال ۱۳۹۹:

مشارکت ۲۵ درصدی زنان در مشاغل مدیریتی و بالاتر حضور ۱۶ درصدی زنان در مشاغل سطوح مدیریت ارشد سازمان (افزایش یک درصدی نسبت به سال ۱۳۹۸)

سهم ۲۳ درصدی زنان در برنامه جانشین‌پروری سازمان

سهم ۲۲ درصدی زنان از کل ارتقاء به مشاغل مدیریتی سال



خط مشی بهداشت و ایمنی شغلی^۱

شرکت ایرانسل همواره در تلاش مستمر برای ایجاد محیط کاری ایمن و سالم بوده و خط مشی بهداشت و ایمنی شغلی آن نیز برای انطباق فعالیت های سازمان با استانداردهای قانونی تنظیم شده است. بر اساس این خط مشی، ایرانسل متعهد می شود که:

- با قوانین، رویه ها، استانداردها و دیگر الزامات بهداشت و ایمنی شغلی منطبق باشد.
- فرآیندی مبتنی بر مدیریت ریسک اتخاذ کند که خطرات مربوط به ایمنی و بهداشت شغلی را شناسایی، طبقه بندی، اولویت بندی و کنترل کند.
- منابع کافی برای اقدامات مدیریت ایمنی و بهداشت شغلی در تمامی بخش های کسب و کار در اختیار داشته باشد و مطابق برنامه به فعالیت های مختلف اختصاص دهد.
- فرهنگ مثبت ایمنی را به گونه ای رواج دهد که هر کارمند، پیمانکار و بازدیدکننده بتواند مسائل مربوط به ایمنی و بهداشت محیط کار را گزارش کند.

در سال ۱۳۹۹، تنها یک مورد آسیب جسمی در محیط کار شرکت ایرانسل گزارش شد.

ایمنی و سلامت کارکنان

هر سازمان باید از خطرها و ریسک هایی که سلامت کارکنان را در محیط کار تهدید می کند آگاه و برنامه مناسبی برای پیشگیری و واکنش به آن داشته باشد. ایرانسل که تا پیش از این هم به فراهم آوردن محیط کاری پایدار، عاری از خطر و ریسک برای سلامت کارکنان، پیمانکاران و حتی بازدیدکنندگان عمیقاً متعهد بود، با شروع همه گیری کرونا حساسیت خود را در این خصوص دو چندان کرد. در دوره همه گیری، برای ارتقاء آگاهی کارکنان در خصوص مراقبت از سلامت جسمی و روانی خود در طول دورکاری، بسته های آموزشی متنوعی از طریق ایمیل برای مخاطبان ارسال شد. همچنین با اجرای پویش «در خانه بمانیم» تسهیلاتی فراهم شد تا کارکنان ایرانسل بتوانند نیازهای روزمره خود را از پلتفرم های آنلاین متنوع تأمین کنند و نیاز به خروج از منزل کاهش یابد. ایرانسل با نگاهی جامع به مقوله سلامت، ضمن توجه به سلامت روان کارکنان و فراهم آوردن امکان استفاده از خدمات مشاوره فردی، مشاوره مذهبی و تغذیه به صورت غیرحضوری، تمهیداتی اندیشید تا کارکنان بتوانند در صورت مشاهده کوچکترین علائم کرونا یا مشکوک بودن به ابتلا در اسرع وقت از خدماتی

همچون آزمایش رایگان PCR در منزل و تسهیل دسترسی آنلاین به پزشک بهره ببرند. در طول این مدت، از کارکنانی که به بیماری کرونا مبتلا شدند، حمایت های ویژه درمانی صورت گرفت و بخش اعظم از هزینه های درمانی ایشان از طریق بیمه تکمیلی پوشش داده شد. علاوه بر هماهنگی سازمان با آزمایشگاه ها و بیمارستان ها، روند بهبود ایشان نیز به طور روزانه مورد بررسی قرار گرفت. با توجه به شیوع گسترده بیماری کرونا در کشور و لزوم نظارت هرچه بیشتر



بر وضعیت سلامتی کارکنان، اطلاعات مورد نیاز از طریق پرسشنامه های خوداظهاری گردآوری شده و برای برنامه ریزی اقدامات پیشگیرانه و پایش مستمر سلامت جسمی و روانی کارکنان در دوران کرونا مورد استفاده قرار گرفت. برخی از مهم ترین اقدامات صورت گرفته در سازمان در شرایط همه گیری کرونا عبارتند از: تشکیل منظم جلسات کمیته بحران برای تصمیم گیری در خصوص مسائل مربوط به سلامت کارکنان و نحوه مدیریت کار در دوران کرونا با حضور مدیرعامل و معاونت های مرتبط

- طراحی، ابلاغ و نظارت بر اجرای پروتکل های حضور کارکنان و بازدیدکنندگان در فضای دفاتر کاری و فروشگاه ها در دوره همه گیری
- طراحی، ابلاغ و نظارت بر اجرای قوانین سازمان در خصوص دورکاری کارکنان و نحوه بازگشت به کار مبتلایان بهبودیافته
- برنامه ریزی و اجرای منظم عملیات ضد عفونی سطوح فیزیکی دفاتر و فروشگاه ها
- تهیه و توزیع لوازم حفاظت فردی^۲ (ماسک، الکل، ژل دست و ملزومات دیگر) به صورت منظم

فراهم آوردن زیرساخت و پشتیبانی سخت افزاری و نرم افزاری از دورکاری کارکنان طبق اعلام سخنگوی وزارت بهداشت تا پایان اسفند ماه ۱۳۹۹، یک میلیون و ۷۸۶ هزار و ۲۶۵ نفر در سراسر کشور به طور قطعی به بیماری کرونا مبتلا شده و تعداد جان باختگان کرونا در کشور به ۶۱ هزار و ۶۴۹ نفر رسید. در همین دوره زمانی تعداد ۳۲۴ نفر از کارکنان شرکت ایرانسل به این بیماری مبتلا شدند که متأسفانه یک نفر از همکاران عزیزمان را به همین دلیل از دست دادیم.

بررسی موارد ابتلا و مرگ COVID-19 در ایرانسل

مبتلایان	۳۲۴
جان باختگان	۱

بررسی موارد ابتلا و مرگ COVID-19 در کشور

مبتلایان	۱,۷۸۶,۲۶۵
جان باختگان	۶۱,۶۴۹

سرمایه انسانی و محیط کار

مدیریت کار در دوران کرونا

با توجه به طراحی ساختار حاکمیت شرکتی ویژه دوران کرونا و تشکیل «کمیته بحران شرکت ایرانسل»، مدیریت کلیه مسائل مربوطه بر اساس تصمیمات این کمیته صورت گرفت. اولین اطلاعیه همگانی در خصوص همه‌گیری کرونا در تاریخ سوم اسفند ۱۳۹۸ در میان کارکنان شرکت ایرانسل منتشر شد که شامل دستورالعمل‌ها و توصیه‌های بهداشتی در خصوص کار در محیط اداری بود. دورکاری اضطراری بخش عظیمی از کارکنان ایرانسل از تاریخ پنج اسفند ۱۳۹۸ آغاز شد که در طول سال ۱۳۹۹ با توجه به شرایط کشور، میزان مبتلایان داخل سازمان و وضعیت دستیابی به اهداف سازمانی به صورت مداوم توسط کمیته بحران به روز و اطلاع‌رسانی می‌شد. در این مدت، امکان ارتباط بین تیم‌های کاری و برگزاری جلسات کاری از طریق پلتفرم‌های آنلاین میسر شده و برگزاری جلسات کوتاه روزانه تیمی و راهکار جلسات ماهانه گفتگوی عملکردی به عنوان راهکاری مؤثر برای ارتباط میان مدیر و کارمند معرفی شد.

برای مرتبط نگه داشتن کارکنان با یکدیگر و با سازمان در دوره دورکاری، حفظ تعلق خاطر و مدیریت فشار روانی ناشی از همه‌گیری و تبعات آن، در طول سال ۱۳۹۹ مسابقات، کمپین‌ها و رویدادهای آنلاین متنوعی ترتیب داده شد که از جمله آن می‌توان به پویش‌های متنوع آموزش دیجیتال، فروم آنلاین مدیران سازمان، جلسات گفتگو با بخش منابع انسانی، مسابقات مناسبی، پخش زنده رویدادهای مختلف درون سازمانی از طریق پلتفرم لنز و کانال اختصاصی ایرانسل و حتی امکان تماشای رایگان کنسرت خوانندگان مطرح کشور از طریق پخش زنده لنز اشاره کرد.

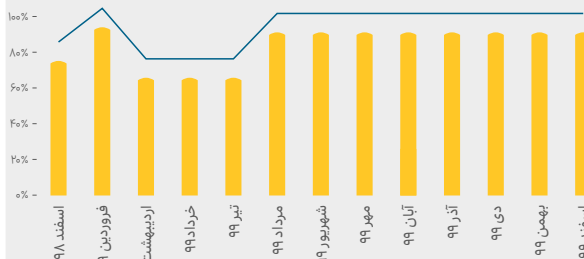
شرکت ایرانسل همواره به بررسی وضع موجود، دریافت بازخورد، بازطراحی و مهندسی مجدد فرآیندها با هدف بهبود تجربه مشتریان و کارکنان، حرکت به سمت تحول دیجیتال و پایداری اقتصادی کسب و کار خود قدم برداشته است. همه‌گیری کرونا به اجرا و پیاده‌سازی برخی برنامه‌های سازمان در این حوزه‌ها، ضرورت و سرعتی دو چندان بخشید. توسعه و به‌روزرسانی برنامه‌های کاربردی درون سازمانی و دیجیتال سازی تعداد قابل توجهی از فرایندهای داخل بخش‌ها از جمله مهمترین اقدامات صورت گرفته در سال ۱۳۹۹ به منظور مدیریت بهره‌ور و پایدار کار در دوران کرونا و حرکت به سمت تحول دیجیتال بود. مجموعه اقدامات ذکر شده در سال ۱۳۹۹ منجر به کسب تقدیرنامه

«مدیریت کار در دوران کرونا» توسط شرکت ایرانسل در «پنجمین کنفرانس بین‌المللی و ارزیابی تحول دیجیتال» شد که توسط دانشکده مدیریت دانشگاه تهران به این مجموعه اهدا شد.

کاهش ۶۵ درصدی سفرهای کاری بین شهری کارکنان ایرانسل نسبت به سال ۱۳۹۸

بهبود ۵ درصدی رضایت کارکنان ایرانسل در حوزه «ارتباطات» در ارزیابی فرهنگی گروه-سال ۲۰۲۰ نسبت به نتایج سال ۲۰۱۹

وضعیت دورکاری تیم ارتباط با مشتریان



سرمایه انسانی و محیط کار

توانمندسازی کارکنان

در شرایط عدم قطعیت، انعطاف پذیری امری حیاتی برای پایداری کسب و کارها محسوب می شود. با آغاز تأثیر منفی شرایط همه گیری بر اجرای حضوری دوره های آموزشی، راهکار مورد استفاده برای توسعه کارکنان شرکت ایرانسل، به سرعت با شرایط جدید تطبیق یافت. در رویکردی نوآورانه و پیشرو، فرصت دریافت آموزش باکیفیت برای کارکنان هم از طریق پلتفرم های برگزاری کلاس مجازی و هم به کمک محتوای غنی پلتفرم های آموزش دیجیتال درون سازمانی فراهم شد.

در سال ۱۳۹۹ و با استفاده از پلتفرم های کلاس مجازی، بیش از ۷۱ هزار نفر-ساعت دوره آموزشی با تنوع وسیع موضوعی، از مباحث فنی و مرتبط با تکنولوژی گرفته تا مهارت های تخصصی، رهبری و توانمندی های اجتماعی برای کارکنان شرکت ایرانسل اجرا شد.

افزون بر این، امکان دسترسی بدون محدودیت و ۲۴ ساعته کارکنان به ده ها هزار ساعت محتوای آموزشی چند-رسانه ای در پلتفرم های آموزش دیجیتال درون سازمانی فراهم شد. این محتواهای به روزرسانی شده شامل منابع بسیار معتبر در حوزه های گوناگون از هوش مصنوعی، یادگیری ماشین، بلاکچین، تحول دیجیتال و علم داده تا مهارت های تخصصی، اجتماعی، زبان تخصصی و حتی بسته های آموزشی سفر یادگیری^۱ (برای توانمندسازی کارکنان متناسب با کارراهه شغلی مد نظر) بود.

در سال ۱۳۹۹ برنامه ها و کمپین های متعددی به منظور تشویق فرهنگ یادگیری دیجیتال در سطح سازمان اجرا شد که به بیش از ۳۶ هزار ساعت یادگیری خودآموز^۲ و تکمیل بیش از ۱۴ هزار دوره آموزشی توسط کارکنان در پلتفرم های آموزش دیجیتال درون سازمانی منجر شد.

بیش از ۲۷ درصد رشد در سرمایه گذاری ریالی آموزشی
در سال ۱۳۹۹ نسبت به سال پیش از آن



سرمایه انسانی و محیط کار

فرهنگ سازمانی

نوآوری یکی از ارزش‌های سازمانی ایرانسل است که در مدل استراتژی کسب و کار به عنوان یک توانمندساز معرفی شده است. از جمله اقدامات برای تشویق فرهنگ نوآوری در سازمان می‌توان به «جایزه ویژه نوآوری» برای تشویق اقدامات نوآورانه کارکنان و تیم‌ها در محیط کار و «رویداد کارتو» برای حمایت از ایده‌های برتر کارکنان ایرانسل برای ایجاد کسب و کاری هم‌راستا با استراتژی‌های سازمان، اشاره کرد.

موضوع «قدردانی» به عنوان یکی از قدرتمندترین عوامل انگیزش و نگهداشت کارکنان، از اهمیت بالایی در فرهنگ سازمانی ایرانسل برخوردار بوده و هست. بومی‌سازی پلتفرم دیجیتال قدردانی شاین^۱ و ادامه برگزاری برنامه‌های قدردانی از کارکنان نمونه (ماهانه، فصلی، سالانه) و پاسداشت دستاوردهای کارکنان با عملکرد درخشان در انتهای سال از جمله اقداماتی است که در سال ۱۳۹۹ با هدف تقویت فرهنگ «قدردانی» در سازمان صورت گرفت.

از دیگر اقدامات صورت گرفته در حوزه فرهنگ سازمانی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- اجرای نظرسنجی سالانه «ارزیابی فرهنگی گروه MTN»^۲، تحلیل نتایج، طرح و اجرای برنامه‌های بهبود
- کمپین اخلاق حرفه‌ای با عنوان «حرفه‌ای باش»
- تشکیل کمیته تعلق سازمانی و انجام پروژه‌های مختلف با هدف ارتقای تعلق سازمانی
- برنامه‌ریزی سالانه رویدادهای مربوط به «تقویم تعلق سازمانی»
- برگزاری دوره‌های آموزشی مهارت‌های نرم و رهبری

در سال ۱۳۹۹، کارکنان ایرانسل با بیش از ۱۱۲ هزار پیام قدردانی (بیش از ۴ میلیون و صد هزار امتیاز کودوس) در پلتفرم دیجیتالی شاین، از یکدیگر قدردانی کردند.

«اقدام فوری»، «همکاری» و «ارزش آفرینی» در صدر ویژگی‌هایی قرار گرفته‌اند که کارکنان ایرانسل در سال ۱۳۹۹ به خاطر آنها از یکدیگر تقدیر کرده‌اند.

کسب نمره «تعلق خاطر پایدار» ۷۶ درصد توسط شرکت ایرانسل در ارزیابی فرهنگی گروه-سال ۲۰۲۰



سرمایه‌گذاری اجتماعی شرکتی^۱

سرمایه‌گذاری اجتماعی، روی طرح‌ها و پروژه‌هایی در خارج از شرکت تمرکز دارد که می‌تواند تأثیر مثبت و پایداری در جامعه داشته باشد و به توسعه اجتماعی، اقتصادی و بومی منجر شود.

تمرکز برنامه‌های CSI، روی جوامع آسیب‌پذیر، محروم و به حاشیه رانده شده، با هدف کاهش آسیب‌ها است، به طوری که از ظرفیت‌های ایرانسل استفاده شود و در راستای استراتژی، اهداف و خط‌مشی مسئولیت اجتماعی شرکتی ایرانسل باشد.

اولویت سرمایه‌گذاری اجتماعی ایرانسل در حوزه آموزش است. این اولویت با اعتنا به مقوله محرومیت‌زدایی آموزشی و توسعه آموزش دیجیتال از ستر قابلیت‌های دیجیتال ایرانسل محقق خواهد شد. توسعه کسب و کارها و استارت‌آپ‌ها، محیط‌زیست، سلامت و بهداشت و نقش آفرینی در بحران‌ها و پروژه‌هایی در سطح ملی، از دیگر اولویت‌های سرمایه‌گذاری اجتماعی ایرانسل هستند.

خط‌مشی سرمایه‌گذاری اجتماعی

خط‌مشی سرمایه‌گذاری اجتماعی ایرانسل چارچوب سرمایه‌گذاری اجتماعی شرکت را طراحی کرده است. طبق این چارچوب می‌بایست در پروژه‌هایی که موجب توسعه اجتماعی-اقتصادی توأمان در جامعه باشد سرمایه‌گذاری شود. در این چارچوب حوزه‌های کلیدی و رویکرد اجرایی برای رسیدن به رشد اقتصادی پایدار، کاهش آسیب‌های اجتماعی و توجه ویژه به اقشار کم‌برخوردار در جامعه مشخص شده است. افراد آسیب‌دیده، آسیب‌پذیر، به حاشیه رانده شده و جوامع کم‌برخوردار، در اولویت پروژه‌های CSI ما هستند. ما تلاش می‌کنیم تا این برنامه شامل همه افراد جامعه شود. با این حال روی موضوعات مربوط به جوانان تمرکز بیشتری خواهیم داشت.

رویکردهای استراتژیک سرمایه‌گذاری اجتماعی ایرانسل



آموزش (آموزش دیجیتال)

اصلی‌ترین تمرکز سرمایه‌گذاری اجتماعی ایرانسل بر ارتقای سطح آموزش و به خصوص توسعه آموزش دیجیتال است که این موضوع به هدف چهارم توسعه پایدار (SDG4)، یعنی «تضمین آموزش با کیفیت، فراگیر و عادلانه و ارتقای فرصت‌های یادگیری همیشگی برای همه» اشاره دارد.



محیط‌زیست

این سرمایه‌گذاری با هدف حمایت از پروژه‌ها و برنامه‌هایی است که موجب افزایش فرهنگ زیست‌محیطی و پاسخگویی به بحران‌هایی از جمله بحران آب، آلودگی هوا و... به‌ویژه از طریق صنعت ICT و خدمات دیجیتال می‌شود.



حوزه‌های اولویت ملی^۲

ایرانسل به دنبال شناسایی و حمایت از طرح‌های ملی است که به‌طور خاص، در مناطق کم‌برخوردار به آنها نیاز است و از طریق امکانات و تخصص خود یا در قالب اختصاص بودجه‌های ویژه در پروژه‌های NPA که منجر به هم‌افزایی برای ارتقای جامعه می‌شود، مشارکت می‌کند.



توانمندسازی جوانان^۳ و زنان^۴

با ارتقای دانش و مهارت‌های دیجیتال، افزایش دسترسی و ایجاد فرصت، می‌توان زنان جامعه و قشر جوان را به شهروندانی فعال در اقتصاد تبدیل و امکان بهره‌مندی آن‌ها از مزایای دنیای ارتباطات و اطلاعات را فراهم کرد.



همکاری با سازمان‌های مردم‌نهاد، جوامع و سازمان‌های مختلف

با همکاری سازمان‌های مردم‌نهاد، توانمندسازی آن‌ها برای پیشبرد اهداف اجتماعی و انجام اقدامات مؤثر می‌توان به توسعه پایدار دست یافت. این سازمان‌ها واسطه ارتباط سازنده کسب و کار با بدنه جامعه مدنی هستند که می‌توانند بازوی اجرایی برنامه‌های CSI باشند.



توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط

هدف ایرانسل در حمایت از توسعه و رشد شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEs) و استارت‌آپ‌ها در کشورمان، آموزش و ارتقای مهارت کارآفرینان برای ایجاد پایداری در کسب و کارشان است.



بهداشت و سلامت عمومی

هدف ایرانسل در حوزه تمرکز بر سلامت، حمایت از پروژه‌ها و طرح‌هایی به منظور ارتقای سلامت جسمی و روانی جامعه است.

سرمایه‌گذاری اجتماعی شرکتی

عملکرد CSI ایرانسل در مواجهه با COVID-19

همه‌گیری جهانی ویروس کرونا (COVID-19) در حال حاضر شدیدترین بحران انسانی نسل ما است. در حالی که در این مرحله نمی‌توان پیامدهای اجتماعی-اقتصادی آن را به طور دقیق تخمین زد، می‌دانیم که وضعیت سلامت انسان‌ها با نیازهای اضطراری اجتماعی-اقتصادی همراه است. آسیب‌پذیرترین افراد جامعه، در طول این بحران، متحمل بیشترین سختی‌ها هستند و تبعات این موضوع در کوتاه‌مدت و بلندمدت ادامه خواهد داشت. خدمات ایرانسل، نقش کلیدی در به حداقل رساندن احتمال انتقال بیماری کرونا و تأثیر آن بر جامعه دارد. پاندمی

COVID-19 به عنوان یک مورد اورژانسی همگانی نیاز به اقدامات مؤثر و سریع از سوی حکومت، اشخاص و کسب‌وکارها داشت. اولویت ایرانسل در شروع پاندمی، همراهی با دستگاه‌های حاکمیتی و مردم‌نهاد در مقیاس کلان برای انجام اقدامات مؤثر بود. استفاده از قابلیت‌های عملیاتی شرکت نیز همواره در مراحل مختلف کمک‌رسانی مورد توجه قرار می‌گرفت. بنابراین علاوه بر اهدای مبالغ مالی، ابتکارات زیادی برای جلوگیری از شیوع این بیماری و همچنین کمک به کسب‌وکارهای داخلی برای دوام در این شرایط صورت گرفت که در ادامه به آن اشاره می‌شود.

اقدامات ایرانسل در دوره کرونا

اقدامات	نوع
اجرای طرح دورکاری حداکثری برای بیش از ۲۰۰۰ نفر از کارمندان از نخستین روزهای آغاز شیوع بیماری	جامعه مدنی
- اختصاص کمک نقدی برای درمان و پیشگیری از گسترش بیماری در استان‌های مازندران، گیلان، گلستان، کیگیلویه و بویراحمد و تهران (تهیه ماسک و لباس بیمارستانی برای حمایت از کادر درمان، تهیه مواد ضدعفونی برای محله‌های محروم، دستکش و ماسک برای پاکبانان و...) - دعوت از مخاطبان برای شرکت در پویش خرید تجهیزات پزشکی کرونا در برنامه «فوتبال ۱۲۰» و تخصیص ۱۰۰۰ تومان به ازای هر پیامک حمایتی - پیوستن به پویش #ایران_همدل به دعوت وزیر محترم ارتباطات و ترویج همدلی و نوع‌دوستی در طول ماه مبارک رمضان ۱۴۴۱ قمری و راه‌اندازی کد USSD (#۱۴۴۱*) و مشارکت کارکنان ایرانسل در این پویش - پیوستن به پویش فعالان اقتصادی بخش خصوصی (اتاق بازرگانی ایران) برای عبور از بحران کرونا (پویش #نفس)	حمایت مالی و پویش‌ها
- اهدای بسته های ۱۰۰ گیگابایتی اینترنت رایگان به کاربران مودم‌های TD-LTE ایرانسل، با هدف کاهش هزینه‌ها و برقراری ارتباط آسان و رایگان بر روی زیرساخت‌های اینترنتی و دیجیتال - اختصاص بسته های ۱۲۰، ۲۰ و ۶۰ گیگابایتی اینترنت هدیه برای اساتید، معلمان و دانشجویان کشور، با هدف تسهیل در آموزش از راه دور - تخصیص ترافیک اینترنتی رایگان به دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی، با هدف تسهیل آموزش از راه دور (سه ماه) - اهدای سیم‌کارت هدیه به سرپرستان خانوار - کاهش ۵۰ درصدی قیمت سیم‌کارت، به همراه ارسال هدیه با هدف سهولت هرچه بیشتر در برخورداری از خدمات و امکانات ایرانسل - تخصیص سیم‌کارت و اینترنت هدیه برای مشترکان کم‌بینا، نابینا و ناشنای ایرانسلی و ارائه محتوای رایگان در بستر لنز و چارخونه	خدمات حمایتی دیتا و سیم‌کارت

سرمایه‌گذاری اجتماعی شرکتی

اقدامات ایرانسل در دوره کرونا

نوع	اقدامات
خدمات حمایتی بر بستر دیجیتال	- پخش کنسرت‌های هنرمندان مشهور و محبوب کشور در تلویزیون اینترنتی «لنز»، با هدف افزایش شادی عمومی و تشویق به ماندن در خانه - توسعه امکانات آموزشی رایگان بر روی بسترهای دیجیتال، از جمله پخش «کانال آموزشی دانا» در تلویزیون اینترنتی لنز و همکاری با برنامه کاربردی «کودک باهوش» با هدف افزایش دسترسی دانش آموزان به امکانات تحصیلی - پخش زنده و رایگان برنامه‌های آموزشی صدا و سیما با عنوان «کانال شیران» (با همکاری صدا و سیما و وزارت بهداشت) و نمایش بیش از ۱۰۰ محتوای ویژه با موضوع بیماری کووید-۱۹، در تلویزیون اینترنتی لنز - اجرای پویش «پیشواز امید، با صدای تو» در برنامه کاربردی «پیشواز» و دعوت از مخاطبان به انتشار پیام‌های امیدبخش با صدای خودشان - اجرای پویش‌های آموزشی و سرگرمی در برنامه کاربردی «چارخونه» و تشویق مخاطبان به تولید محتوا در بخش «راوی‌تو» - برگزاری انواع رویدادهای آنلاین در بستر دانا و پخش در لنز در دوران کرونا
فرهنگ و آگاهی عموم	- ارسال پیامک‌های اطلاع‌رسانی وزارت بهداشت برای افزایش آگاهی عمومی در مورد بیماری کووید-۱۹ - راه‌اندازی کد دستوری ۴۰۳۰ برای ارائه مشاوره تخصصی در رابطه با بیماری کووید-۱۹ - تشویق به فاصله‌گذاری اجتماعی و رعایت پروتکل‌های بهداشتی با تغییر شناسه شبکه ایرانسل در گوشی‌های همراه به «خانه بمانیم-ایرانسل» و «ماسک بزنیم-ایرانسل» - رونمایی از کمپین ۳۶۰ درجه «به خاطر هم ماسک بزنیم»
خدمات مشترکین	- تعمیر و نگهداری زیرساخت‌های شبکه ایرانسل و ارائه اینترنت پرسرعت و خدمات دیجیتال برای تسهیل زندگی هم‌وطنان - پاسخ‌گویی کارشناسان ارتباط با مشتریان به درخواست کاربران، از طریق تلفن، گفت‌وگوی آنلاین و رسانه‌های اجتماعی
دستاوردها و راهکارهای سازمانی	- فراهم سازی بستر مناسب دورکاری برای بیش از ۱۰۰ سازمان دولتی و شرکت خصوصی توسط بخش کسب و کار سازمانی ایرانسل - برگزاری جلسات مجلس شورای اسلامی بر بستر شبکه امن و اختصاصی ایرانسل به صورت آنلاین - بهره‌مندی ارگان‌ها و سازمان‌ها از راهکارهای سازمانی ایرانسل برای دورکاری کارکنان خود: ارگان‌های بزرگ دولتی اعم از وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، قوه قضاییه، شرکت ارتباطات زیرساخت، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و دیگر سازمان‌های خصوصی از جمله فروشگاه‌های زنجیره‌ای افق کوروش و بیمارستان مسیح دانشوری - ارائه مجموعه راهکارهای مؤثری چون شبکه امن ایرانسل و خدماتی نظیر موبایل سازمانی و مدیریت هوشمند ناوگان برای کمک به کسب و کارها در شرایط بحران

سرمایه‌گذاری اجتماعی شرکتی

عملکرد CSI ایرانسل در مواجهه با COVID-19

سرمایه‌گذاری اجتماعی ایرانسل در سال ۱۳۹۹:
اختصاص ۱۱۰ میلیارد ریال



اهدای تعداد ۱۵,۹۷۷
سیم‌کارت

اهدای تعداد ۱۵,۹۷۷
سیم‌کارت ایرانسل با
مکالمه رایگان به مدافعان
سلامت



۲۰ میلیارد ریال به صورت
مستقیم

اختصاص ۲۰ میلیارد ریال
به صورت مستقیم برای
خرید تجهیزات و ملزومات
پزشکی



#تخصص-من-رایگان

فراهم کردن امکان
ادامه تحصیل و آموزش
آنلاین برای تمامی دانش
آموختگان کشور در بخش
«راوی‌تو»ی بازار محتوای
دیجیتال چارخونه در پویش
#تخصص-من-رایگان



دسترسی رایگان به
محتوای آموزشی

دسترسی رایگان به محتوای
آموزشی در لنز ایرانسل و
۱۱۰ محتوای اطلاع‌رسانی در
مورد کرونا



۱۲ میلیارد ریال کمک نقدی

۱۲ میلیارد ریال کمک نقدی،
اختصاص برای درمان
و پیشگیری از گسترش
بیماری (تهیه ماسک و
لباس بیمارستانی برای
حمایت از کادر درمان)



#ایران-همدل

راه‌اندازی و مشارکت فعال
در پویش #ایران-همدل در
رمضان ۱۴۴۱ با اختصاص
بیش از ۶ میلیارد ریال کمک
نقدی

سرمایه‌گذاری اجتماعی شرکتی

توانمندسازی جوانان

با افزایش مهارت و ایجاد فرصت برای جوانان و در واقع با ساختن شهروندانی از نظر اقتصادی فعال، جامعه در مسیر ریشه‌کنی فقر و افزایش فرصت‌های شغلی قرار خواهد گرفت. به این منظور، برنامه‌های متعددی برای توانمندسازی زنان و جوانان مورد نیاز است.

حمایت ایرانسل از پژوهش‌های دانشگاهی

ایرانسل به منظور ایفاء مسئولیت اجتماعی خود در زمینه تقویت ارتباط میان صنعت و دانشگاه، استفاده از ظرفیت علمی دانشگاه‌های ایران و ارتقای فعالیت‌های تجاری خود، طرح «حمایت از پایان‌نامه‌های دانشگاهی» را آغاز کرد. در سال ۱۳۹۹، بیش از پنجاه موضوع پژوهشی در زمینه‌های مختلف از قبیل: شبکه و مخابرات، ارتباط با مشتریان، بازاریابی و... توسط شرکت ایرانسل به دانشگاهیان معرفی شد. پس از بررسی پیشنهادات دریافتی توسط کمیته ارزیابی، در نهایت پنج طرح تحت حمایت مادی و معنوی ایرانسل قرار گرفت.

توانمندسازی زنان جامعه

برای شرکت در این طرح، دانشجویان مقاطع کارشناسی ارشد و دکتری می‌توانند از میان موضوع‌های اعلام شده در وبسایت ایرانسل، در بخش «حمایت از پایان‌نامه‌های دانشگاهی»، موضوع مورد علاقه‌شان را انتخاب و طرح پیشنهادی خود را برای ارزیابی به شرکت ایرانسل ارسال کنند.

ایرانسل تمایل دارد در پروژه‌هایی سرمایه‌گذاری کند که ارتقای مهارت و دانش زنان جامعه را تضمین کند. زنان جامعه ما باید به طور کامل از مزایای صنعت ارتباطات و اطلاعات بدون هیچ‌گونه تبعیضی بهره‌مند باشند. هدف ما این است که تاجاییکه می‌توانیم در برداشتن موانع ممکن برای شرکت زنان در دنیای دیجیتال امروز قدم برداریم. ساخت و تجهیز مدارس دخترانه در دورافتاده‌ترین و محروم‌ترین مناطق ایران با هدف ایجاد فرصت آموزش برابر برای دختران و پسران، یکی از اقدامات مؤثر ایرانسل در این حوزه است.



مهمترین پروژه‌های CSI ایرانسل

اقدامات CSI ایرانسل پس از سیل سال ۱۳۹۸

از ابتدای سیل ویرانگر فروردین ۹۸ شرکت ایرانسل با پایدار نگهداشتن شبکه در شرایط بحرانی و ارائه تماس و پیامک رایگان و کمک به هموطنان سیل زده از طریق سازمان هلال احمر، اقدامات خود را آغاز کرد. در ادامه، ایرانسل به دلیل اولویت آموزش در مسئولیت اجتماعی شرکتی خود و با هدف رفع موانع آموزشی در مناطق سیل زده استان‌های گلستان، لرستان و خوزستان، پروژه‌های سرمایه‌گذاری اجتماعی در راستای احیای شرایط آموزشی تعریف کرد. حضور ایرانسل در این برهه بحرانی با اقداماتی در قالب ساخت و بازسازی مدارس، نشان از توجه ایرانسل به آینده کودکان سیل زده و فراهم‌سازی زیرساخت‌های آموزشی، در راستای مسئولیت‌های اجتماعی این سازمان دارد. رویکرد ایرانسل در این پروژه‌ها، نه فقط موضوع احداث ساختمان مدرسه، که توجه به امر آموزش و کیفیت آن و فراگیری آموزش دیجیتال است.



پروژه احداث و بازسازی مدارس لرستان

- احداث دبیرستان ایرانسل در منطقه سیل زده «معمولان» لرستان
- بازسازی دو مدرسه سیل زده در «پلدختر» لرستان

دبیرستان‌های بازسازی شده دخترانه شاهد پلدختر، پسرانه حمزه روستای گل گل و دبیرستان دخترانه تازه احداث ایرانسل شهر معمولان، در تاریخ ۱۸ مهر ۹۸ افتتاح شدند.



پروژه احداث مدرسه ایرانسل در شهر ویس خوزستان

دبیرستان ایرانسل در شهر «ویس» که ۱۰ مهر ۱۳۹۹ افتتاح شد، یک مدرسه ۹ کلاسه دخترانه است که در زمینی به مساحت ۳۷۰۰ متر مربع و با زیربنای ۲۵۰۰ متر مربع احداث شده است. این دبیرستان، دارای بخش رایانه و چندرسانه‌ای، آزمایشگاه، سالن ورزش سرپوشیده، کتابخانه مجهز، اتاق مشاور و... است.



مهمترین پروژه‌های CSI ایرانسل

پروژه مدارس درخشان

در پروژه مدارس درخشان، رویکرد ما تقویت زیرساخت‌های ارتباطی، تجهیز مدارس و گسترش آموزش دیجیتال است. فاز اول این پروژه، در منطقه دشتیاری و سرباز در استان سیستان و بلوچستان اجرا شد که طی آن ۱۵ مدرسه به رایانه، نمایشگر، مودم و وسایل دیجیتال مورد نیاز مجهز شدند و پوشش شبکه ایرانسل در مناطق هدف پروژه، بهینه‌سازی و تقویت شد. اکنون بیش از ۱۵۰۰ دانش‌آموز و آموزگار از فرصت‌های یادگیری دیجیتال و آنلاین بهره می‌برند. به تمام مدارس پروژه، اینترنت پرسرعت رایگان تخصیص داده می‌شود و ضمن حمایت از تولید محتوای آموزشی دیجیتالی و آموزش آنلاین، اقداماتی برای بهبود کیفیت آموزش در مناطق دوردست و کم‌برخوردار صورت گرفته است.

در این پروژه با تعامل خوبی که با سازمان‌های مردم‌نهاد معتبر، فعالان اجتماعی محلی و وزارت آموزش و پرورش ایجاد شد، ضمن کمک به پیشبرد اهداف پروژه، فضای ارتباطی مؤثری برای پروژه‌های آتی مهیا و تقویت کیفیت آموزشی این مدارس نیز پیگیری شد. برای دیجیتالی شدن مدارس نیز از محصولات و خدمات ایرانسل استفاده شده است.



پروژه هوشمندسازی مدارس

ایرانسل در شرایط کرونا و تعطیلی مدارس، با همکاری وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، در پروژه کشوری هوشمندسازی مدارس اقدامات گسترده‌ای انجام داده است. شرکت ایرانسل با معرفی مدارس روستایی توسط وزارتخانه و نمایندگان استانی، عملیات نصب و راه‌اندازی مودم‌های فضای باز را در تیر ماه آغاز کرد. در فاز اول، ۶،۵۳۳ مدرسه و در فاز دوم، ۱،۷۵۷ مدرسه و در فاز سوم، ۱،۲۰۰ مدرسه مجهز به مودم شده است. این مودم‌ها به صورت دوره‌ای توسط ایرانسل شارژ می‌شود.



همراهی فعال در پویش آجر به آجر

به‌منظور ترویج و تسهیل مشارکت مردمی در امر مدرسه‌سازی، تفاهم‌نامه‌ای بین ایرانسل و سازمان نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس کشور برای مشارکت فعال در پویش «آجر به آجر» منعقد شد. «آجر به آجر» عنوان پویشی است که با هدف گسترش و توسعه فرهنگ مشارکت مردمی در امر مدرسه‌سازی، به منظور حضور افراد خیر با هر سطح از توان مالی، برای سهیم شدن در مدرسه‌سازی، آغاز شده است. در قالب این طرح، آحاد جامعه با هر میزان درآمد و در هر سطح و طبقه‌ای، می‌توانند تنها با اهدای هزینه خرید حتی یک آجر، در مدرسه‌سازی سهیم شوند و کمک‌های خود را مستقیم و بی‌واسطه به جامعه خیرین مدرسه‌ساز کشور منتقل کنند تا هیچ دانش‌آموزی از تحصیل جا نماند و بتواند در مدرسه‌ای با کیفیت و امکانات مناسب، تحصیل کند. بر اساس تفاهم‌نامه منعقدشده، ایرانسل با تأمین بستر فنی اهدای کمک‌های مردمی از طریق اختصاص کد دستوری #۲۴*، مشارکت مردمی برای ساخت و بازسازی آجر به آجر مدارس را تسهیل می‌کند.



مهمترین پروژه‌های CSI ایرانسل

اهدای دیتا و سیم‌کارت

- اختصاص بسته های ۱۰۰ گیگابایتی اینترنت رایگان به مشترکان TD-LTE در دوره کرونا
- اختصاص بسته های ۱۲۰، ۲۰ و ۶۰ گیگابایتی اینترنت رایگان برای اساتید، معلمان، دانشجویان کشور
- اختصاص ترافیک رایگان برای وبسایت مراکز آموزشی و دانشگاه‌ها
- مشارکت در پویش نهال با همکاری اعضای سازمان نظام صنفی رایانه‌ای به منظور تأمین تبلت برای دانش‌آموزان محروم، با اهدای ۱۰۰۰ سیم‌کارت به همراه ۲۵ گیگابایت اینترنت رایگان برای هر سیم‌کارت
- تخصیص سیم‌کارت و اینترنت هدیه برای مشترکان کم‌بینا، نابینا و ناشنوای ایرانسل
- اختصاص ۲۰۰۰ گیگابایت دیتای رایگان سالانه برای مودم‌های پروژه مدارس درخشان ایرانسل در منطقه دشتیاری استان سیستان و بلوچستان
- اختصاص ۶۹،۷۲۲،۹۲۰ گیگابایت بسته دیتای رایگان به ۱،۳۳۹،۵۴۷ نفر در زمینه آموزش
- اهدای سیم‌کارت و اینترنت هدیه به ۶۰۰ دانش‌آموز در قالب کمپین آموزشی «من درس می‌خوانم»
- اقدامات سرمایه‌گذاری اجتماعی در حوزه تخصیص کد USSD
- مشارکت فعال در پویش آجر به آجر با اختصاص کد دستوری #۲۴*
- اختصاص رایگان سرویس پیامکی ۲۰۷۳۷۳ به انجمن حمایت از کودکان کار برای جمع‌آوری کمک‌های مردمی
- اختصاص رایگان کد دستوری #۱۲۳* به سازمان بهزیستی کشور
- اختصاص رایگان کد دستوری #۷۲* به ستاد بازسازی عتبات عالیات
- حمایت از پروژه نوآورانه-فناورانه در حوزه سلامت با تخصیص رایگان کد دستوری #۱۱۳۰* به شرکت دانش‌بنیان پداسیس برای جمع‌سپاری مالی به منظور ساخت روبات اسکلت خارجی با هدف توانمندسازی افراد دارای معلولیت جسمی-حرکتی

فراگیری خدمات برای افراد توان‌یاب

خدمات ارتباط با مشتریان ایرانسل ویژه ناشنوایان

یکی از محورهای مهم «مسئولیت اجتماعی شرکتی»^۱، «همه‌گیری»^۲ خدمات برای آحاد جامعه است. به این ترتیب که در طراحی هر خدمت و محصول، به افراد توان‌یاب توجه شود تا آن‌ها نیز بتوانند بدون هیچ تبعیضی از خدمات بهره ببرند. خدمات ارتباط با مشتریان، خدماتی است که سازمان‌های مختلف به مشتریان خود ارائه می‌دهند و کمتر توجه می‌کنند که آیا این خدمات به تمام افراد جامعه رسیده است یا خیر. در اولین مواجهه با عنوان «خدمات مرکز تماس»، این موضوع به ذهن متبادر می‌شود که افراد ناشنوا هرگز نمی‌توانند از خدمات مرکز تماس بهره ببرند. برای نخستین بار در ایران، از روز جهانی ناشنوایان (۹ مهر ۱۳۹۹)، این امکان فراهم شده است تا مشترکان ناشنوا بتوانند از طریق تماس ویدیویی با کارشناسان مرکز شبانه‌روزی ارتباط با مشتریان ایرانسل، با استفاده از زبان اشاره، پشتیبانی لازم را دریافت کنند. این خدمات در حال حاضر به صورت آزمایشی ارائه شده و در آینده نزدیک، امکان ارائه آن به تمام جامعه ناشنوایان وجود خواهد داشت.

طبق آمار رسمی، نزدیک به ۶۰ هزار نفر در ایران ناشنوا هستند و آمار غیررسمی حاکی از حدود بیش از یک میلیون ناشنوا در ایران است. ما الزام پوشش خدمات ایرانسل برای تمام اقشار جامعه به‌ویژه افراد توان‌یاب را درک کرده‌ایم و برای آن می‌کوشیم. محرومیت ناشنوایان از خدمات مرکز تماس، نیاز به امکان برقراری ارتباط تصویری ناشنوایان و ارائه خدمات با زبان اشاره، یک مسأله مهم اجتماعی است. این خدمت به صورت رایگان به تمام مشترکان ناشنوای ایرانسل ارائه می‌شود که تحولی بزرگ در پاسخگویی به بخشی از نیازهای افراد توان‌یاب (جامعه ناشنوایان و کم‌شنوایان کشور) است.

امکان گسترش این خدمت به خدمات ارتباط ضروری از جمله ارتباط ضروری با اورژانس، پلیس، آتش‌نشانی و... از طریق همین بستر وجود دارد. می‌توان گفت این پروژه، گامی مهم و مؤثر در مسیر اعتنا به حقوق افراد توان‌یاب در ایران است.



پروژه افزایش دسترسی‌پذیری برنامه کاربردی ایرانسل من برای نابینایان
ما در ایرانسل نگاهی فراگیر به کاربری تمام خدمات‌مان داریم. جامعه هدف باید بتواند از هر محصول یا خدمتی که عرضه می‌شود، استفاده کنند. برخی افراد به دلیل شرایط خاص و یا توانایی‌های متفاوتی که دارند، نمی‌توانند بهره کاملی از خدمات اجتماعی ببرند. در سال ۱۳۹۹، طی سلسه نشست‌هایی با وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و افرادی از جامعه نابینایان، پروژه دسترسی‌پذیری برنامه‌های کاربردی با یکی از مهم‌ترین و پرمخاطب‌ترین برنامه‌های کاربردی ایرانی به نام «ایرانسل من» آغاز شد. اقدامات فنی در این زمینه انجام شد و در حال دریافت بازخوردهایی از جامعه نابینایان هستیم تا بتوانیم با بهبود دسترسی‌پذیری، شرایط استفاده از این برنامه را برای همه افراد جامعه تسهیل کنیم.

اهدای سیم‌کارت به افراد نابینا

به منظور ایجاد سهولت در برقراری ارتباط برای افراد نابینا و کم‌بینا، اقدام به راه‌اندازی پروژه‌ای با عنوان سیم‌کارت هدیه نابینایان کردیم. این پروژه با همکاری انجمن نابینایان ایران برنامه‌ریزی شده است و مقرر شد در فاز نخست، ۱۷۰۰ عدد سیم‌کارت هدیه به این پروژه اختصاص یابد و در دوره‌های آتی نیز این پروژه توسعه داده شود. همچنین برای رضایت بیشتر کاربران این سیم‌کارت‌ها، تعرفه تماس صوتی به صورت نیم‌بها محاسبه شده است.

اقدامات حمایتی در بلایای طبیعی

پوشش حمایت از هموطنان آسیب دیده زلزله سی سخت

شهر سی سخت مرکز شهرستان دنا در استان کهگیلویه و بویراحمد، در تاریخ ۲۹ بهمن ۱۳۹۹ با زمین لرزه ای به بزرگی ۵/۶ ریشتر، لرزید. ایرانسل با اهدای بسته های خوراکی به ارزش کل ۱۰ میلیارد ریال، در کنار خانواده ارتباطات کشور، به زلزله زدگان سی سخت کمک کرد. ارسال بسته های اهدایی ایرانسل، در قالب کاروان یاری خانواده ارتباطات به زلزله زدگان سی سخت به دعوت وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات صورت پذیرفت. این اقدام با همکاری شرکت ملی پست، بسته بندی و به مناطق زلزله زده سی سخت ارسال شد تا از طریق جمعیت هلال احمر، بین خانواده های آسیب دیده، توزیع شود.



همراهی در مهار آتش سوزی های زاگرس

نابودی جنگل های بلوط زاگرس که ذخیره گاه ارزشمند صدها گونه گیاهی و جانوری و آب های زیرزمینی هستند، در کنار برداشت و مصرف بی رویه آب، بحران خشکسالی را رقم زده اند. پوشش گیاهی در هر کشوری، پشتوانه ای ارزشمند برای حفاظت از آب و خاک است. هر سال با آغاز فصل گرما، بخش زیادی از این ثروت در آتش می سوزد. یکی از مناطقی که در تأمین آب ایران نقش مهمی دارد و هر سال شاهد آتش سوزی با ابعاد متفاوت در نقاط مختلف آن هستیم، جنگل های محدوده رشته کوه زاگرس است. همچنین مرگ محیط بانان و فعالان محیط زیست بر اثر فقدان لوازم و تجهیزات مناسب، موضوع بسیار دردناکی است. ایرانسل در مسیر مسئولیت های زیست محیطی و اجتماعی خود، اقداماتی برای کمک به جامعه فعالان محیط زیست کشور کرد.

ک کمک ۵ میلیارد ریالی

خرید ۲۵ دستگاه از بهترین نوع دمنده ها و تجهیزات آتش نشانی در طبیعت، برای مهار این آتش سوزی ها

واگذاری مسئولیت نگهداری بهینه و مدیریت استفاده از آن ها در آتش سوزی های احتمالی آینده به انجمن مردم نهاد نذر طبیعت



همکاری با سازمان های مردم نهاد

فعالیت های سرمایه گذاری اجتماعی در ایرانسل با رویکرد همکاری و تعامل مثبت با سازمان های مردم نهاد که در زمینه آن فعالیت، دارای تجربه و تخصص کافی هستند، انجام می شوند. این نگاه منجر به هم افزایی اجتماعی و افزایش اثربخشی فعالیت های اجتماعی خواهد شد. در مرحله انتخاب یک سازمان مردم نهاد برای همکاری در پروژه های خاص، علاوه بر توان تخصصی آن مجموعه، خوشنامی، صورت های مالی شفاف، کیفیت سازماندهی، سوابق و... نیز ارزیابی می شود.

مجموعه هایی که تاکنون در زمینه مسائل اجتماعی با آن ها همکاری داشته ایم:



به سوی محیط زیست پایدار



محیط زیست پایدار

بناگاه های اقتصادی و کسب و کارها به عنوان بازیگران مهم دنیای امروز، نقش بسیار مهمی در کیفیت حیات و تنوع زیستی کره زمین و ساکنان آن دارند. مصرف انرژی و سهم آن در تغییرات اقلیمی و همچنین مدیریت آلاینده ها و پسماند، مهمترین راه های اثرگذاری بناگاه ها در موضوع بحران محیط زیست است.

ما معتقدیم رشد و کامیابی کسب و کارها نباید با هزینه هایی جبران ناپذیر برای آینده زمین همراه شود. با توجه به موضوع مصرف انرژی، تغییرات اقلیمی و کاهش استفاده از منابع طبیعی، که از مسائل حیاتی امروز بشر محسوب می شوند، ایرانسل همواره بر کاهش اثرات منفی فعالیت ها و در نظر گرفتن ملاحظات پایداری زیست محیطی در عملیات هر روزه و مدیریت کسب و کارش اصرار می ورزد. در حال حاضر، بزرگترین اثر زیست محیطی ما، در مصرف انرژی است. در تلاشیم روی راه های مختلف کاهش مصرف انرژی و اقدامات منجر به بهره وری بالاتر، کار کنیم.

انرژی و تغییرات اقلیمی

ردپای کربن^۳

میزان دی اکسید کربن (یکی از مهم ترین گازهای گلخانه ای) آزاد شده در جو، در نتیجه فعالیت های یک فرد، سازمان یا یک جامعه است. در این گزارش انتشار کربن در محدوده ۱ و ۲ محاسبه شده است. محدوده ۱ شامل انتشار مستقیم حاصل از مصرف انرژی در ساختمان ها، وسایل نقلیه و تأسیسات حرارتی و برودتی است. محدوده ۲ شامل انتشار غیرمستقیم در نتیجه مصرف انرژی برق در ساختمان ها، مراکز داده و سایت های ارتباطی است.



شواهد علمی بسیاری نشان می دهد که رابطه بین افزایش تقاضا برای انرژی، تولید گازهای گلخانه ای و تغییرات اقلیمی انکارناپذیر است. این مسئله موجب ایجاد عدم توازن و پیچیدگی هایی برای توسعه جهانی و کاهش اثرات منفی زیست محیطی ناشی از تغییرات اقلیمی، به صورت هم زمان می شود. در صنعت ارتباطات نیز، دستیابی به میزان مشخصی کاهش انتشار گازهای گلخانه ای^۱ با وجود تداوم رشد اقتصادی و جمعیتی، چالش برانگیز است. برای اتصال هر فرد جدید به شبکه ارتباطات یا برای هر دستگاه ارتباطی جدید، یا افزایش هر یک گیگابایت پهنای باند انتقال داده، افزایش احتمالی نیاز به مصرف انرژی را باید مدنظر قرار داد.

به عنوان شرکتی پیشرو در حوزه «فناوری اطلاعات و ارتباطات»^۲، بسیار اهمیت دارد که اثرات منفی عملیات خود بر محیط زیست را ابتدا شناسایی و سپس برای کاهش آن اقدام کنیم و با ایجاد یک تعادل مناسب بین اثرات زیست محیطی و گسترش ارتباطات، اطمینان یابیم که هر روز افراد بیشتری را به شبکه ارتباطات متصل می کنیم.

بی توجهی به مسائل تغییرات اقلیمی ریسک های متنوعی بر عملیات شرکت و پایداری کسب و کار در بلندمدت دارد. این ریسک ها شامل: ریسک های فیزیکی، ریسک های هزینه و امنیت تأمین انرژی، ریسک های مالی و تنظیم مقرراتی است. منظور از ریسک های فیزیکی مواردی است مانند: باران و برف های شدید، بوران، افزایش دما، بالا آمدن سطح آب دریا و اتفاقات شدید آب و هوایی که تأثیرات مخربی روی زیرساخت ها می گذارد. اثر پدیده های مذکور شاید در نگاه نخست، ناچیز شمرده شود، ولی قطعاً از نگاه کلان مدیریت کارآمد کسب و کارهای پیشرو، دور نخواهد بود.

نتایج زیست محیطی عملکرد ما

هر چه میزان نیاز به انرژی در جهان افزایش می یابد، اثرات منفی روی تغییرات اقلیمی هم بیشتر می شود. وابستگی این دو موضوع به هم، منجر به این پرسش پیچیده می شود که چگونه می توان اهداف اقتصادی و توسعه پایدار جهانی را به هم نزدیک کرد در حالی که اثرات منفی زیست محیطی را با توجه به ریسک های تغییرات اقلیمی، کاهش دهیم. ما در ایرانسل تمایل داریم تا میزان مصرف انرژی را کاهش دهیم و متعاقباً انتشار گازهای گلخانه ای را به حداقل برسانیم.

فرضیات زیر در محاسبات انتشار کربن لحاظ شده است:

- راندمان متوسط نیروگاهی کشور حدود ۳۸٪ فرض می شود؛ راندمان متوسط نیروگاه های گازی ۳۲٪ و متوسط نیروگاه های سیکل ترکیبی حدود ۴۵٪ است.
- تلفات خطوط انتقال و توزیع برق در کشور حدود ۲۰٪ تخمین زده می شود. این رقم برای فواصل طولانی انتقال برق و استان های دارای فناوری های قدیمی تر یا شرایط اقلیمی سخت تر (مانند خوزستان) تا ۳۰٪ نیز قابل تصور است. اما برای مناطقی که فاصله نیروگاه تا محل مصرف کمتر است می تواند ۱۰٪ نیز فرض شود. در این محاسبات تلفات خطوط انتقال و توزیع ۱۵٪ فرض می شود.
- بر اساس دو فرض قبلی، همچنین با فرض یکپارچگی شبکه نیروگاهی کشور، برای تحویل هر کیلووات ساعت برق به مصرف کننده، صرف ۳/۱ کیلووات ساعت (معادل ۱۱/۲ مگاژول) انرژی در نیروگاه های کشور مفروض است.
- فرض می شود که ۹۰٪ انرژی مصرفی نیروگاه های کشور گاز طبیعی و ۱۰٪ آن ترکیبی از گازوئیل و مازوت هست. بر این اساس، به ازای تحویل هر کیلووات ساعت برق به مصرف کننده در کشور، ۰/۲۹ مترمکعب گاز طبیعی و ۰/۰۳ لیتر گازوئیل و مازوت می سوزد.

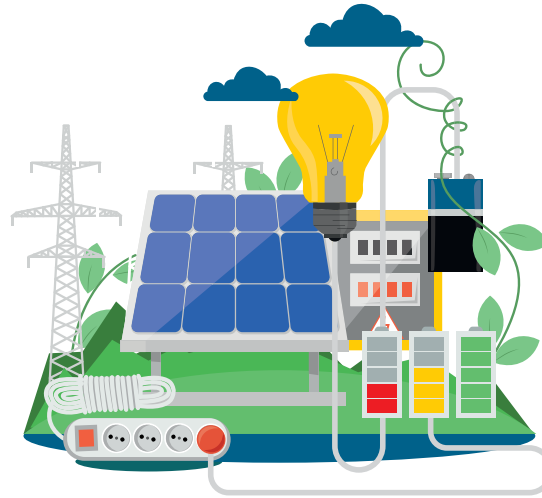


در سال ۱۳۹۹ با احتساب افزایش غیرمعمول ترافیک دیتا در اثر همه گیری کرونا، مصرف انرژی ما به ۲,۲۳۲,۸۷۱ گیگاژول رسید. از نظر انتشار گازهای گلخانه ای، میزان کربن منتشر شده در مجموع محدوده ۱ و ۲ برابر با ۴۰۹,۶۹۴ تن کربن یا ۴۰۹,۷ کیلو تن کربن بوده است.

محیط زیست پایدار

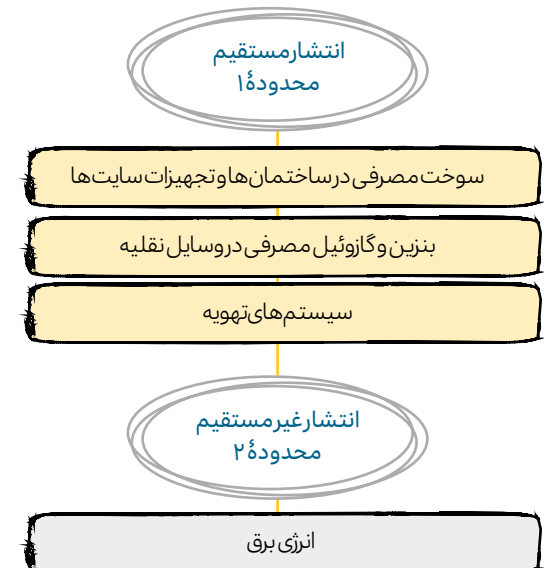
هدف گذاری برای کاهش انتشار گازهای گلخانه ای

صنعت ارتباطات به طور کلی در تلاش است تا سال ۲۰۵۰ میلادی میزان انتشار گازهای گلخانه ای را با جبران آن به تعادل (صفر خالص) برساند. از آنجایی که آثار تغییرات اقلیمی به شکل فزاینده ای در سراسر جهان قابل مشاهده است؛ ما در ایرانسل و همچنین گروه MTN بر این باوریم که باید از کره زمین محافظت کنیم و به همین دلیل خود را متعهد می دانیم که در دو دهه آتی برای کاهش و به صفر خالص رساندن انتشار گازهای گلخانه ای تمام تلاش خود را بکار ببندیم. ایرانسل به رغم همه محدودیت ها، تلاش می کند تا برنامه های متعددی را برای مدیریت بهینه انرژی و کاهش رد پای زیست محیطی پیاده سازد. پروژه های کاهش کربن در مسیر کربن خنثی یا صفر خالص تعریف می شوند.



اطلاعات سال ۱۳۹۹ معیاری خواهد بود که میزان مصرف انرژی و میزان انتشار کربن در سال های آینده بر این اساس سنجیده شود و برای کاهش آن هدف گذاری صورت گیرد.

با فرض متوسط راندمان نیروگاهی معادل ۳۸٪ و ۱۵٪ تلفات انتقال و توزیع برق در کشور، سبد سوخت نیروگاهی کشور منجر به انتشارات ۰٫۶۵ کیلوگرم دی اکسید کربن به ازای هر کیلووات ساعت برق مصرفی در کشور می شود.



اقدامات کلیدی

راهکار استفاده از انرژی های تجدید پذیر

در حال حاضر تعداد ۱۰ سایت از سایت های ارتباطی ایرانسل با انرژی های خورشیدی یا هیبرید با دیزل ژنراتور کار می کنند. البته نباید این موضوع را از نظر دور داشت که در ایران به دلیل گستردگی شبکه سراسری برق در سراسر کشور و نیز قیمت حامل های انرژی، در حال حاضر استفاده از انرژی خورشیدی از نظر فنی - مالی توجیه ندارد. به همین دلیل شرکت ها باید به دنبال راه حل های جایگزین برای بهینه سازی مصرف و کاهش رد پای کربن باشند.

به منظور توجه به مبلمان شهری نیز اقداماتی چون زیباسازی نمای ۱۶ سایت در فضای شهری انجام شده است.

راهکار مجازی سازی سرورها

یکی از کاربردی ترین روش ها در حوزه زیرساخت، مجازی سازی سرورها است، بدین معنا که با استفاده از ابزارهایی خاص، سرورهای مجازی را بر روی زیرساخت فیزیکی به وجود آورد. مجازی سازی مزایای بسیاری به همراه دارد که یکی از مهم ترین آنها کاهش توان مصرفی مورد نیاز برای سرورها است که این امر موجب صرفه جویی در مصرف منابع طبیعی می شود.

وضعیت کنونی با مجازی سازی

۴۶۶	تعداد سرورهای فیزیکی میزبان مجازی سازی
۱۷۴	میزان توان مصرفی (کیلو وات)
۴۰۰, ۸۸۵	میزان توان سرمایشی (BTU/hr)

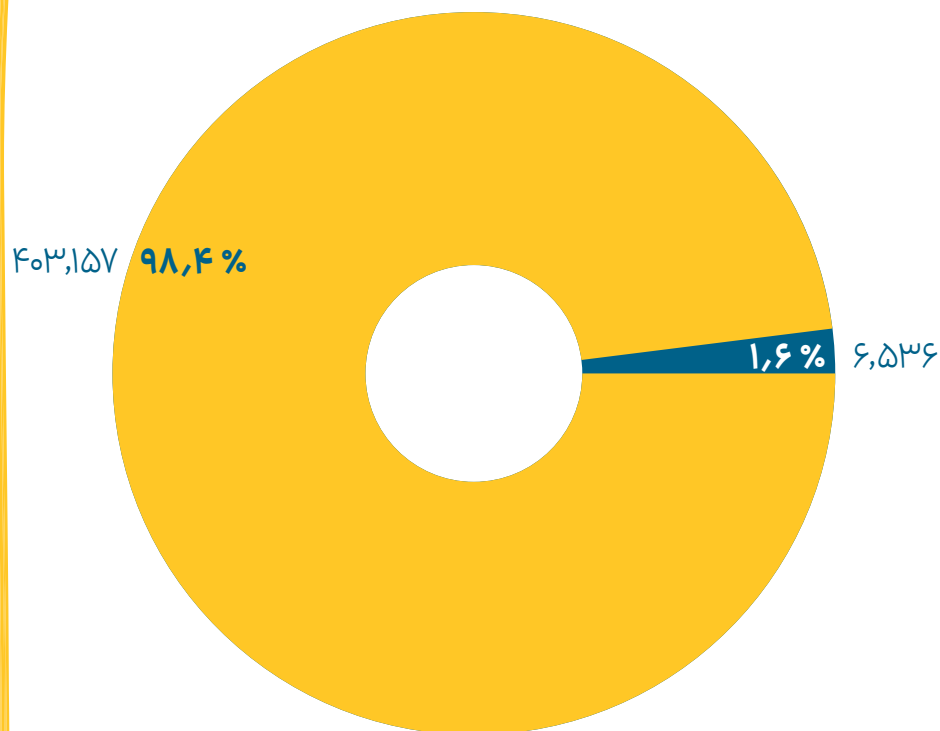
وضعیت قبلی بدون مجازی سازی

۱,۸۵۰	تعداد سرورهای فیزیکی
۹۲۵	میزان توان مصرفی (کیلو وات)
۵,۷۳۵,۰۰۰	میزان توان سرمایشی (BTU/hr)

۷۵۰	میزان توان صرفه جویی شده
۴,۸۴۹,۶۰۰	میزان توان سرمایشی صرفه جویی شده (BTU/hr)

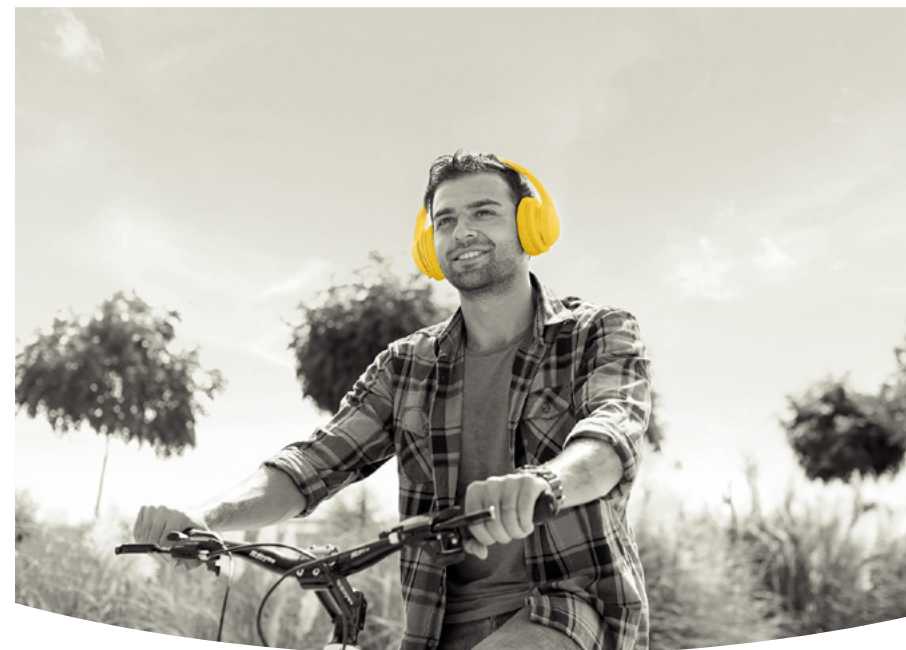
محیط زیست پایدار

رد پای کربن در هر محدوده (tCO₂e / %)

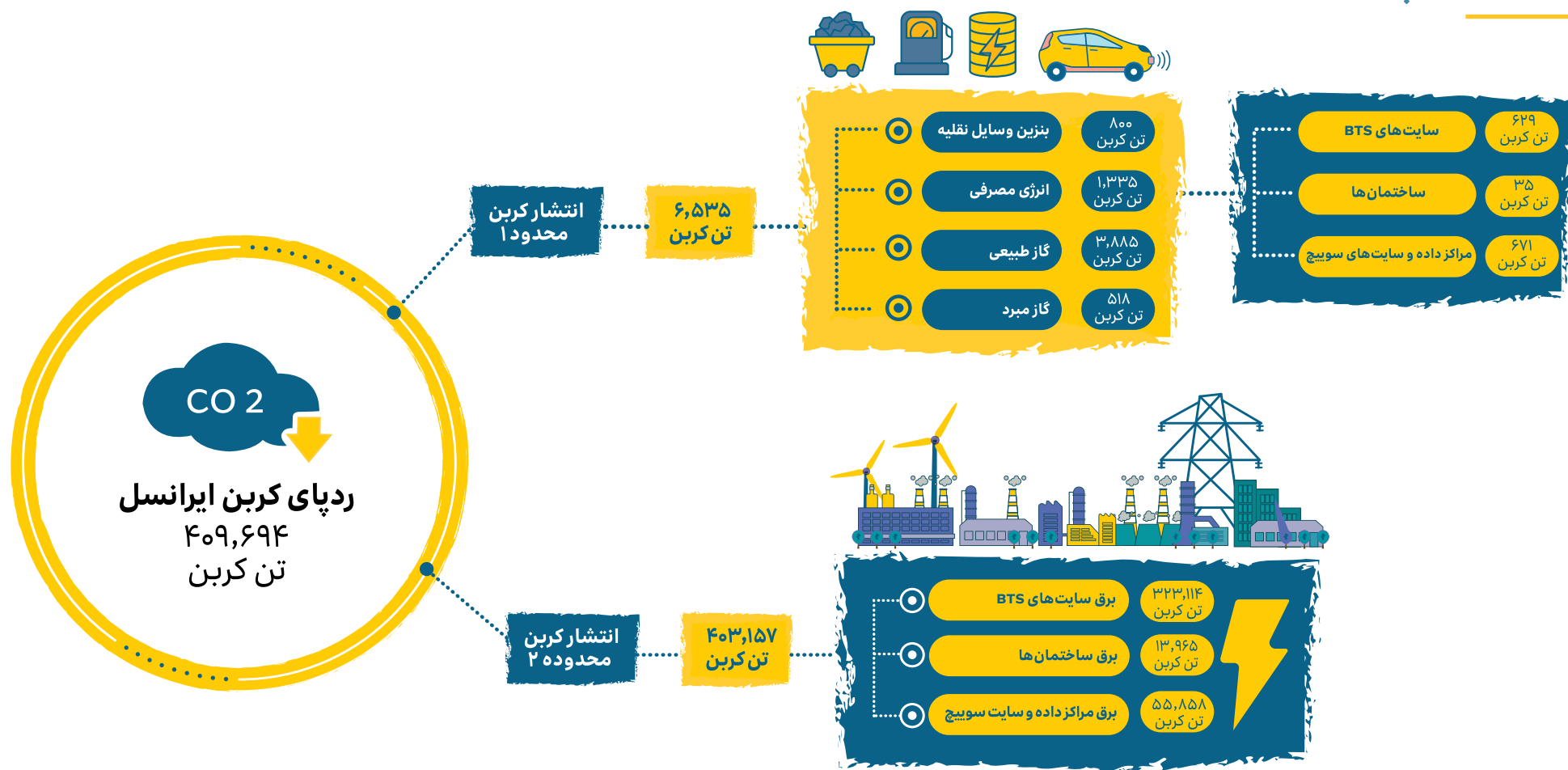


● محدوده ۱
● محدوده ۲

- انتشار میزان CO₂ ۴۰۹,۶۹۴ گاز گلخانه‌ای
- به طور کلی مصرف ۶۲۰,۲۴۲ مگاوات ساعت برق در سال ۱۳۹۹
- ۲۴,۶۲۸,۷۸۴ کیلووات ساعت مصرف برق در ۱۲ مرکز غیر فنی (ساختمان‌های اداری و...)^۱
- ۹۸,۵۱۵,۱۳۵ کیلووات ساعت مصرف برق در ۵۹ مرکز فنی (مراکز داده و...)^۲
- ۴۹۷,۰۹۸,۰۶۲ کیلووات ساعت مصرف برق در ۱۴,۹۱۸ سایت BTS
- مصرف ۴۹۱ کیلولیتر گازوئیل در ژنراتورهای ثابت در ساختمان‌ها، مراکز داده و سایت‌های BTS
- مصرف ۳۴۴ کیلولیتر بنزین در ژنراتورهای متحرک و حمل‌ونقل
- تأمین انرژی ۱۰ سایت با انرژی خورشیدی



محیط زیست پایدار



گروه	تعداد	میزان تن کربن به ازای هر گروه
انتشار کل کربن محدوده ۲		۴۰۳,۱۵۷
سایت های BTS	۱۴,۹۱۸	۲۱/۶۶
مراکز داده و سایت های سوئیچ	۵۹	۱,۰۸۵/۳۴
ساختمان ها	۳۸	۴۲۱/۲۸

مدیریت منابع طبیعی

کشور ایران با وجود چالش‌های متعدد زیست‌محیطی مانند آلودگی، فرسایش زمین، خشکسالی، جنگل‌زدایی، از دست دادن تنوع زیستی و تغییرات اقلیمی، پتانسیل عظیمی برای رشد پایدار و حفاظت از محیط‌زیست دارد. ما در جغرافیای پهناور و متنوعی فعالیت می‌کنیم که بر نحوه مدیریت استفاده از منابع طبیعی و تأثیرات ما بر محیط زیست، مؤثر است.

ما در ایرانسل نه تنها خود را به رعایت کامل قوانین و مقررات ملی محیط‌زیست متعهد می‌دانیم، بلکه در تلاشیم تا فراتر از الزامات قانونی، به صورت مسئولانه و داوطلبانه، به عواقب زیست‌محیطی فعالیت‌های شرکت حساس باشیم و رویکردی پیش‌گیرانه در این مسائل بکار بندیم. با رویکرد کاهش مصرف انرژی، کاغذ، آب و دیگر منابع طبیعی از طریق کاهش

درخواست و مدیریت منابع می‌توانیم اولین گام به سوی محیط‌زیست پایدار را برداریم. در ادامه برخی از تکنیک‌های بازیافت، بازاستفاده و همین‌طور رویکردهای نوآورانه کاهش مصرف، معرفی خواهد شد. ما اعتقاد داریم آگاهی‌بخشی و در پی آن، بهبود رفتارهای مصرف‌فردی می‌تواند منجر به افزایش بهره‌وری در مصرف منابع طبیعی شود.

گام اول

در نخستین گزارش پایداری ایرانسل، اولین گام برای مدیریت عملکرد زیست‌محیطی این است که بتوانیم تمام اطلاعات مربوط به مصرف انواع انرژی را رصد و گزارش کنیم. با این اقدام، اثر مستقیم و غیرمستقیم مصرف انرژی را به طور عینی در معرض دید ذی‌نفعان قرار می‌دهیم و می‌توانیم برنامه‌هایی برای کاهش اثر منفی زیست‌محیطی خود تعریف کنیم.



مدیریت منابع طبیعی

اقدامات پیشین

پویش حذف قبض کاغذی مشترکان دائمی از اسفند ۱۳۹۶ آغاز شد. در این پویش با تشویق مشترکان خطوط دائمی ایرانسل، به انصراف از دریافت قبض کاغذی و استفاده از روش‌های دیجیتالی، تلاش شد تا ضمن صرفه‌جویی، از مصرف کاغذ و نهایتاً قطع درختان و همچنین مصرف سوخت برای پست و توزیع قبض‌ها کاسته شود. در ارسال قبض کاغذی برای بیش از ۶ میلیون مشترک دائمی، ۹۸ درصد کاهش داشتیم. مشترکان شرکت‌کننده در طرح انصراف از دریافت قبض کاغذی، ضمن جلوگیری از مصرف سوخت و قطع درختان، در برنامه درخت‌کاری ایرانسل نیز سهیم شدند.

پروژه کاشت و نگهداری ۱۵ هزار نهال، با حضور جمعی از کارکنان ایرانسل و با همکاری «سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری کشور» در اراضی پارک جنگلی جاجرود (ابتدای آزادراه تهران - پردیس) آغاز شد. در این پروژه، ایرانسل علاوه بر کاشت، آبیاری و نگهداری از نهال‌ها را به مدت دو سال بر عهده گرفت. خوشبختانه در بهار ۱۳۹۹، پروژه با موفقیت بیش از ۹۵ درصد و سرسبزی کامل، تحویل اداره کل منابع طبیعی استان تهران شد.

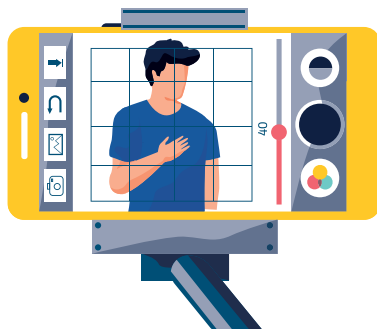
همچنین در مسیر کاهش هزینه‌ها و انجام مسئولیت زیست‌محیطی خود برای حفظ محیط زیست، با الکترونیکی کردن فرایندهای توزیع و فروش، در هزینه‌ها و مصرف کاغذ و پلاستیک به میزان ۶۶ درصد کاهش داشتیم و برای رضایت مصرف‌کننده با الکترونیکی شدن پروسه‌های توزیع، تلاش داریم این محصولات به موقع در بازار عرضه شوند.



مشارکت ۹۸ درصدی در انصراف از دریافت قبض کاغذی



موفقیت ۹۵ درصدی پروژه کاشت و نگهداری ۱۵ هزار نهال



کاهش ۶۶ درصدی مصرف کاغذ و پلاستیک با الکترونیکی کردن فرایندهای توزیع و فروش



محیط کار سبز (مدیریت آب و پسماند)

رویکرد

به طور کلی برنامه های محیط کار سبز ایرانسل و گروه MTN طوری طراحی شده اند که موضوعات مربوط به نحوه حفظ منابع، کاهش مصرف و مدیریت بازیافت و بازاستفاده پسماند را پوشش دهند.

محیط کار سبز

تعریف ما از محیط کار سبز، کاهش اتلاف منابع طبیعی و اجتناب از آسیب به محیط زیست است. اقداماتی که می توان در این خصوص برنامه ریزی کرد:

افزایش بازدهی به منظور کاهش مصرف برق



مدیریت پسماند به منظور تفکیک، بازیافت و بازاستفاده پسماندها



مدیریت مصرف کاغذ از طریق بازیافت، استفاده کمتر و بازاستفاده به منظور کاهش مصرف کاغذ و کارتیج



استفاده بهینه از آب



وضعیت پسماند

همزمان با شیوع ویروس کرونا، شرکت ایرانسل از اولین مجموعه های پیشرو در دورکاری حداکثری کارکنان بود. برای جایگزینی کامل اسناد دیجیتال به جای اسناد کاغذی، لازم بود رویه های جدیدی طراحی شود و امکانات پیاده سازی آن در دسترس کارکنان قرار گیرد. بنابراین با کاهش در مصارف جاری اداری روبه رو بودیم. کاهش بیشتر مصرف کاغذ و کاهش پسماند از نتایج مثبت این پیش آمد بود. در ایرانسل، مصرف کاغذ همزمان با شیوع بیماری کرونا و تمهید رویکرد دیجیتالی به کارهای اداری جاری، ۷۶ درصد کاهش داشت. با این حال در سال ۱۳۹۹، میزان مصرف

کاغذ ۲,۴۸۵ کیلوگرم و میزان استفاده از کاتریج تعداد ۵۳۳ عدد بود. در سال ۱۳۹۹، حدوداً میزان ۸,۵۰۰ کیلوگرم پسماند کاتریج، پلاستیک و کاغذ بازیافت شد و میزان پسماند غیرقابل بازیافت ۴۵,۰۰۰ کیلوگرم بود.

مدیریت پسماند

منابع اصلی تولید زباله و پسماند ایرانسل، شامل زباله های الکترونیکی و الکتریکی مانند تجهیزات انتقال رادیویی، باتری ها، روشنایی، رایانه ها، گوشی های تلفن همراه و سیم کارت ها است که در سراسر زنجیره تأمین وجود دارد. به این موارد پسماندهای اداری هم اضافه می شود. مدیریت پسماند در ایرانسل طی مراتبی انجام می شود. در اولین گام از اصول مدیریت پسماند، کاهش استفاده از منابع موجود و کاهش تهیه و تدارک منابع جدید مد نظر است. گام دوم استفاده مجدد از منابع است؛ در صورتی که ممکن و ایمن باشد. در گام سوم به بازسازی منابع موجود می پردازیم و در نهایت بازیافت منابع صورت می گیرد. به طور کلی پسماندهای تولید شده از دفاتر و عملیات شرکت ما، از طریق برنامه محیط کار سبز مدیریت می شود. اولویت اصلی این برنامه، بازیافت یا بازاستفاده است. به این ترتیب شاهد کاهش میزان انواع پسماند یا زباله هایی (از جمله پسماند الکترونیکی) هستیم که مستقیماً به محل دفن زباله ارسال می شود.

پسماند الکترونیکی

به هر گونه وسایل و تجهیزات الکترونیکی و الکتریکی شکسته، از کار افتاده یا فروش نرفته که در نتیجه دور انداخته می شوند، پسماند الکترونیکی می گویند. پسماندهای الکترونیکی حاوی فلزات سمی چون سرب، کادمیوم، جیوه و... هستند که برای محیط زیست و سلامت عمومی بسیار خطرناک و آسیب زا است. طرح های مشترکی برای بازیافت اصولی و استاندارد، بازاستفاده و... با همکاری سمن ها، شهرداری ها و سایر ارگان های مربوطه قابل اجرا است. مدیریت صحیح پسماند الکترونیکی، خطرات سلامتی ناشی از دفع

نامناسب این گونه پسماندها را کاهش می دهد و از محیط زیست در برابر آلودگی و هرگونه مواد خطرناک موجود در این زباله های الکترونیکی محافظت می کند. برای این منظور، ایرانسل پیمانکاران متخصصی را برای دفع زباله های الکترونیکی با توجه به مقررات موجود در سازمان، تعیین می کند تا اطمینان حاصل شود که پسماندهای الکترونیکی به صورت مسئولانه بازیافت یا دفع شود. از شهریور ۱۳۹۷، فرآیند دفع ۳ پسماند الکترونیکی به خصوص باتری های صنعتی، در ایرانسل تدوین و اجرایی شده است. مطابق این سند ۴، همه شرکت های متقاضی خرید ضایعات الکترونیک، علاوه بر ارائه مجوزهای لازم از وزارت صمت و سازمان محیط زیست، از نظر رعایت استانداردهای ایمنی و زیست محیطی ارزیابی می شوند. در صورتی که حداقل ۱۱۰ نمره از ۲۲۰ امتیاز معیارهای مرتبط را به دست بیاورند، مجاز به شرکت در مناقصه و ارائه پیشنهاد قیمت هستند. ایرانسل برنامه پسماند الکترونیکی خود را در طول سال در سراسر کشور پیگیری کرده است. در سال ۱۳۹۹ به طور کلی ۳۵۰,۵۱۰ کیلوگرم باتری از طریق شرکت های متخصص، بازیافت، بازاستفاده یا دفع ایمن شده است.

پسماندهای الکترونیکی	بر حسب کیلوگرم
باتری	۳۵۰,۵۱۰
کابل	۱,۳۳۵
کابل های ضایعاتی	۳,۵۵۰
مجموع	۳۵۵,۳۹۵

محیط کار سبز (مدیریت آب و پسماند)

مدیریت آب

مناطق مختلف کشور ما ایران، در حال حاضر دچار بحران شدید آب است. پیش بینی می شود که سرانه آب تجدیدپذیر سالانه کشور تا سال ۲۰۲۱ به حدود ۸۰۰ متر مکعب برسد که این مقدار در سطح جهانی برابر با ۱۰۰۰ متر مکعب است. از این رو توجه و حساسیت همه افراد، اقشار، سازمان ها و بنگاه های اقتصادی به موضوع بحران آب، الزامی است. با اینکه عملیات صنعتی ایرانسل به صورت مستقیم آب بر نیست، همواره کاهش مصرف آب در چارچوب استراتژی پایداری ایرانسل، مورد توجه است. به این ترتیب می توانیم اثر زیست محیطی خود را بهبود بخشیم. کاربردهای اصلی مصرف آب در ایرانسل شامل آب آشامیدنی و مصارف بهداشتی در ساختمان های اداری است. آب مصرفی برای آبیاری چمن ها و درختان و سیستم های تهویه شرکت از آب غیرشرب تأمین می شود.

وضعیت مصرف آب و اقدامات انجام شده

نصب سنسورهای چشمی شیرهای آب



کاهش مصرف آب آشامیدنی در طول همه گیری کووید-۱۹، به دلیل دورکاری



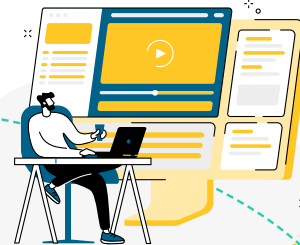
۱۳۹,۰۳۳ کیلولیتر مصرف آب در ۱۲ مرکز غیر فنی (ساختمان های اداری و...)



۱۵,۴۴۸ کیلولیتر مصرف آب در ۵۹ مرکز فنی (مراکز داده و...)



۳۵۵,۳۹۵ کیلوگرم بازیافت یا دفع ایمن پسماند الکترونیکی



۷۶ درصد کاهش در مصرف کاغذ همزمان با شیوع بیماری کرونا و تمهید رویکرد دیجیتالی به کارهای اداری



۸,۵۰۰ کیلوگرم بازیافت پسماند قابل بازیافت کارتن، پلاستیک و کاغذ

تشعشعات امواج الکترومغناطیسی

سامانه اندازه گیری تجمع شدت امواج الکترومغناطیس به منظور پایش تشعشعات تجهیزات رادیویی مطابق حدود استاندارد ملی ایران به شماره ۸۵۶۷ و کمیسیون بین المللی حفاظت در برابر پرتوهای غیر یون ساز، با نصب ۷۰ ایستگاه ثابت در شهر تهران و ۱۸ ایستگاه ثابت در شهر شیراز راه اندازی شده است.

میدان الکتریکی آستانه استاندارد به طرز سخت گیرانه ای قرار گرفته است و پایش می شود. آستانه استاندارد برای فرکانس ۹۰۰ مگاهرتز، ۴۴۰ میکرووات

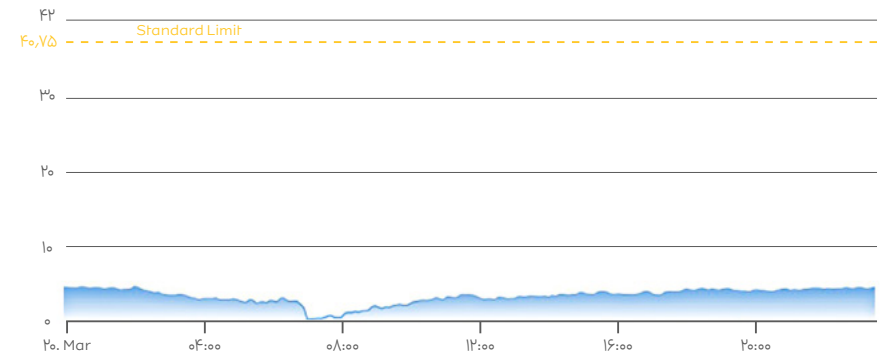
بر سانتیمتر مربع (یا ۴۰،۷۵ ولت بر متر) می باشد که در فرکانس های بالا تر آستانه مقدار بیشتری محاسبه می شود.

اندازه گیری های انجام شده در اطراف دکل های ارتباطی در شهرهای مختلف، نشان می دهد توان تابشی سایت های BTS مانند دکل های ارتباطی اپراتورهای تلفن همراه در ایران، اغلب ایمن و در محدوده استاندارد است. تصویر زیر نمودار اندازه گیری های انجام شده توسط سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی را در روز پایانی سال ۱۳۹۹ در محدوده خیابان

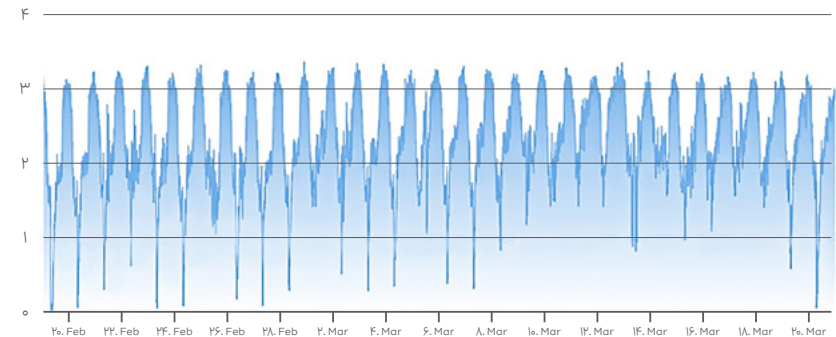
پاسداران تهران نشان می دهد. همان طور که دیده می شود حد آستانه استاندارد برابر با ۴۰،۷۵ ولت بر متر (یا ۴۴۰ میکرووات بر سانتیمتر مربع) در نظر گرفته شده است که با خط حد استاندارد^۲ نشان داده شده است. در تصویر مشخص است که بیشترین مقدار تشعشع در این روز ۳،۰۹ ولت بر متر است که با حد استاندارد فاصله بسیار ایمنی دارد.

(توضیح: نمودارها بر حسب ولت بر متر است.)

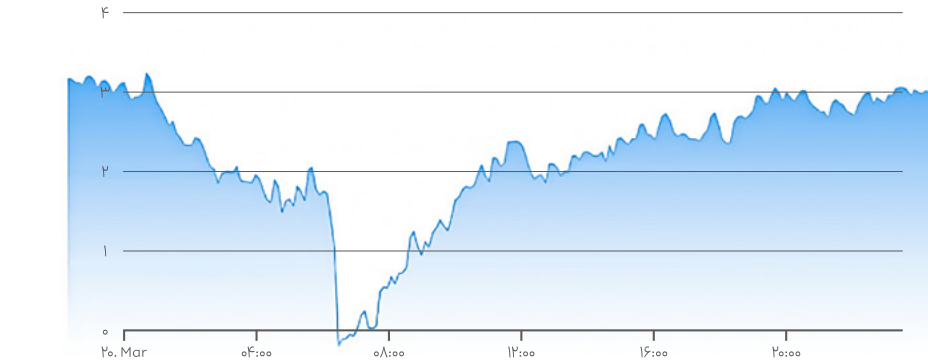
نمودار اندازه گیری - ۳۰۰ کیلوهرتز - ۱۸ گیگاهرتز



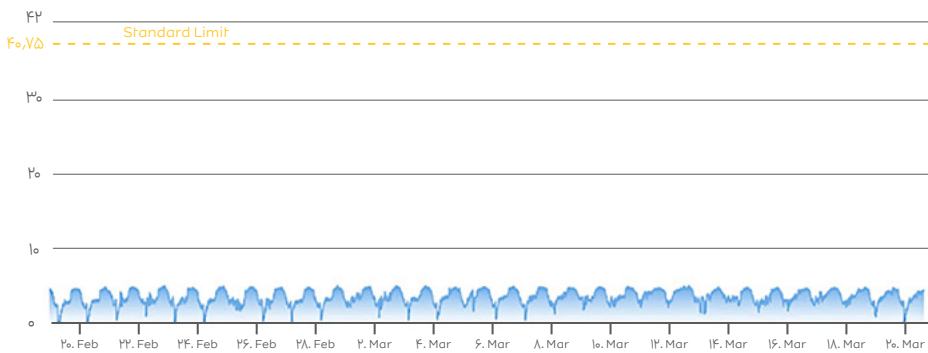
نمودار اندازه گیری - ۳۰۰ کیلوهرتز - ۱۸ گیگاهرتز



نمودار اندازه گیری - ۳۰۰ کیلوهرتز - ۱۸ گیگاهرتز



نمودار اندازه گیری - ۳۰۰ کیلوهرتز - ۱۸ گیگاهرتز



درختکاری و همکاری با سازمان‌های حوزه محیط زیست

پروژه کاشت و نگهداری ۱۵ هزار اصله نهال

همزمان با پویش حذف قبض کاغذی از اسفندماه سال ۱۳۹۶، پروژه مشارکتی درختکاری، پیرو تفاهم‌نامه ایرانسل با سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری کشور و با هدف حفاظت از محیط زیست آغاز شد. طبق اذعان کارشناس معاونت فنی اداره کل منابع استان تهران و ناظر پروژه، ضمن شرایط دشوار آبیاری در منطقه، در حال حاضر ۹۵ درصد از نهال‌های کاشته شده سبز هستند و این یک موفقیت منحصر به فرد در پروژه‌های درختکاری محسوب می‌شود. چراکه نگهداری و مراقبت اصولی از درختان حتی از خود برنامه درختکاری اهمیت بیشتری دارد.

در این پروژه انواع نهال‌های بومی و سازگار با محیط مثل زبان گنجشک، ارغوان، بنه، سرو نقره‌ای، کاج تهران و سرو خمره‌ای کاشت و نگهداری شده است. در نتیجه این برنامه و کاهش چاپ و توزیع قبض‌های کاغذی، تلاش می‌شود که در وهله اول از مصرف کاغذ و قطع درختان جلوگیری و همزمان از انتشار گازهای گلخانه‌ای و رد پای کربن^۱ در اثر پست و توزیع قبض‌ها کاسته شود. همچنین، پروژه درختکاری ایرانسل به عنوان اقدامی مؤثر در زمینه تسعیر یا جبران انتشار کربن^۲ قلمداد می‌شود.

کاشت و نگهداری ۱۲,۶۰۰ اصله نهال

اهدای ۱۲,۶۰۰ اصله نهال گردو، بادام، آلو، زردآلو، پسته کوهی و... از طریق بنیاد علوی به کشاورزان و باغداران مناطق دهیاد استان فارس و کوهدشت استان لرستان، با کمک گروه‌های مردمی و با همکاری ادارات جهاد کشاورزی با تضمین نگهداری و به ثمر رسیدن نهال‌ها به انجام رسید. این پروژه علاوه بر نتایج مستمر توسعه‌ای و حفظ خاک، به اقتصاد و معیشت خانوارها در مناطق کم‌برخوردار کمک می‌کند.

همکاری ایرانسل و سازمان محیط زیست به مناسبت روز جهانی زمین پاک

این همکاری با هدف آگاهی‌رسانی برای ترویج مصرف کمتر پلاستیک، تولید زیاده کمتر و مصرف کمتر انرژی‌های تجدیدناپذیر در نخستین گام، با پیگیری اهداف آموزشی، ترویجی و فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی بر بسترهای آماده ایرانسل؛ مانند ارسال انبوه پیامک آغاز شد. روز جهانی محیط زیست، فرصتی برای آموزش عموم در مورد اهمیت حفاظت از تنوع زیستی است. به طور کلی علاوه بر پویش‌های آگاهی‌بخش، برای به حداقل رساندن تأثیرات زیست‌محیطی نیاز به تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی و پیاده‌سازی اقدامات آگاهانه است. همکاری ایرانسل با نهادهای مردمی و حاکمیتی حوزه محیط زیست و منابع طبیعی در این حوزه صورت می‌گیرد.



محصولات و راهکارهای سازمانی ایرانسل با کاربرد زیست محیطی

سامانه مدیریت هوشمند منابع و انرژی

تلاش‌های صورت گرفته در سال‌های اخیر برای بهره‌مندی از راهکارهای ارتباط دستگاه به دستگاه (M2M) و خدمات اینترنت اشیا (IoT) در صنایع آب و انرژی، یکی از موفق‌ترین کاربردهای اینترنت اشیا برای بهینه‌سازی مدیریت مصرف منابع است. هوشمندسازی مصرف انرژی به عنوان رویکردی کلی، نیازمند نظارت پیوسته و کنترل یک‌به‌یک مصرف‌کنندگان است.

با توجه به اهمیت مدیریت بهینه مصرف آب و انرژی در کشور، ایرانسل با کمک شرکای تجاری معتبر خود، انواع راهکارهای جامع هوشمند در حوزه‌های آب، برق و گاز را پیاده‌سازی کرده است. امیدواریم با این کار، گامی مؤثر در زمینه هوشمندسازی و ایجاد محیط‌زیستی پایدار برداریم. ایرانسل با این راهکار، امکان مدیریت مصرف انرژی و آب را در سطوح مختلف تولید، انتقال، توزیع و نیز بخش‌های متفاوت صنعتی، تجاری، کشاورزی و مسکونی فراهم کرده است.

ایرانسل در ارائه راهکارهای مبتنی بر فناوری اینترنت اشیا و راهکارهای مبتنی بر آن، پیشرو بوده است. سامانه‌های مدیریت هوشمند منابع و انرژی به منظور اعتلای کیفیت زندگی همراه با محیط‌زیستی سالم‌تر، توسط ایرانسل ارائه شده است.

چالش‌های فعلی ناشی از کمبود منابع پایدار در حوزه آب و انرژی، مدیریت مصرف منابع را به یکی از جدی‌ترین موضوعات در مدیریت اجتماعی و سیاسی جوامع تبدیل کرده است. ایرانسل با رویکرد خلق ارزش مشترک، محصولی نوین و فناورانه طراحی کرده است که مدیریت مصرف منابع را برای نیل به محیط‌زیست پایدار هموار می‌کند. این محصول همزمان که ارزش اقتصادی ایجاد می‌کند، به یکی از چالش‌های زیست محیطی کسب و کارهای ایرانی نیز پاسخ می‌دهد.

راهکارهای پیشنهادی برای هوشمندسازی مصرف انرژی

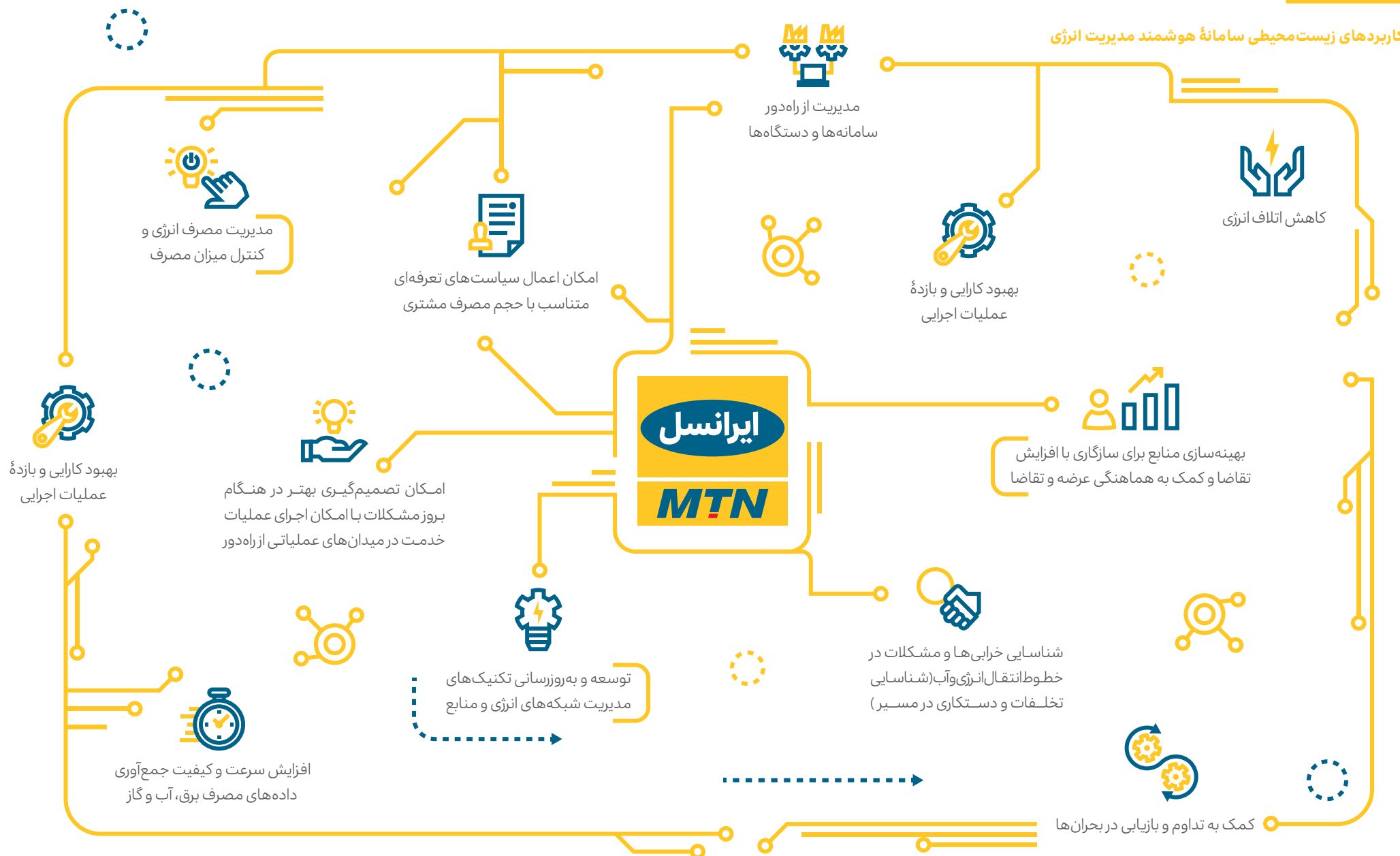
نصب کنترلهایی با امکان نظارت از راه دور، برنامه‌ریزی و کنترل مصرف با اعمال سیاست‌های تعرفه‌ای

ایجاد بستر ارتباطی بین کنترورها و سامانه مرکز کنترل شامل تمامی اجزای شبکه اتصال، از کنترور هوشمند تا سامانه مرکزی، بر بستر شبکه گسترده ایرانسل

ایجاد سامانه مرکزی برای تحلیل اطلاعات ارسالی کنترورها و اعمال سیاست‌های کنترلی از طریق صدور فرمان‌های لازم



کاربردهای زیست محیطی سامانه هوشمند مدیریت انرژی



به سوی اقتصاد پایدار



ما در ایرانسل اعتقاد داریم با فراهم کردن فرصت‌های جدید برای کسانی که از دنیای دیجیتال بی‌بهره مانده‌اند، می‌توانیم همچنان دسترسی به اینترنت و ارتباطات مقرون به صرفه و با کیفیت را برای همه ارتقا دهیم. رویکرد پایداری ما موجب شده هدف خلق ارزش اقتصادی نه تنها معطوف به مشتریان باشد، بلکه تمامی ذی‌نفعان را هدف قرار دهد. در همین مسیر نیز از توسعه ابتکارات و نوآوری‌های دیجیتال در حوزه فناوری اطلاعات حمایت می‌کنیم تا علاوه بر پیشگام بودن در فناوری‌های روز دیجیتال، نیروی محرکه‌ای برای رشد اقتصادی کشور فراهم کنیم.

خلق ارزش اقتصادی

ایرانسل با ارائه خدمات ارتباطی و راهکارهای دیجیتال، راه را برای مشارکت افراد و کسب‌وکارها در فعالیت‌های اقتصادی هموار می‌سازد. از این طریق، زندگی افراد بهبود یافته و رشد و توسعه اقتصادی محقق می‌شود. ترویج و فراگیری زندگی دیجیتال و اثرات اقتصادی آن در سراسر ایران، نیازمند همکاری خلاق و اثربخش حاکمیت و دولت، بخش خصوصی و تمام بازیگران دیگر در جامعه (نهادهای اجتماعی) است.

خلق ارزش اقتصادی

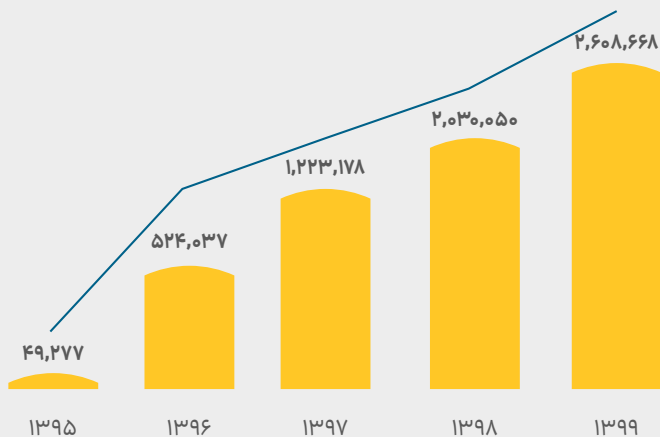
اشتغال‌زایی مستقیم و غیرمستقیم

بیش از ۲,۳۰۰ شغل مستقیم و بیش از ۲,۶۰۰,۰۰۰ شغل غیرمستقیم شده است. این تعداد شغل غیرمستقیم، از طریق انواع سرمایه‌گذاری‌های ایرانسل در کسب‌وکارهای مختلف ایجاد شده است. ایرانسل از سال ۱۳۹۲ تا سال ۱۳۹۹ از طریق استراتژی‌های سرمایه‌گذاری خود موجب رشد اشتغال‌زایی مستقیم و غیرمستقیم شد. این رشد نتیجه رویکرد خلق ارزش اقتصادی پایدار یک اپراتور دیجیتال است.

فعالیت‌های ایرانسل در مسیر خلق ارزش اقتصادی، منجر به انواع اشتغال‌زایی مستقیم و غیرمستقیم شده که منظور از اشتغال‌زایی مستقیم تعداد کارکنان ایرانسل در شهرهای مختلف است. اشتغال‌زایی غیرمستقیم ایرانسل ناشی از عواملی چون افزایش مشتریان، زنجیره تأمین، سرمایه‌گذاری‌های مختلف و فراهم‌آوری اکوسیستم دیجیتال برای درآمدزایی فردی و گسترش کسب‌وکارهای کوچک و متوسط است. ایرانسل با ایفای نقش برجسته در توسعه اقتصاد دیجیتال باعث ایجاد

تحقیقات مشترک شرکت اریکسون، شرکت آرتور دی لیتل و دانشگاه صنعتی چالمرزادر ۳۳ کشور عضو سازمان همکاری و توسعه اقتصادی با بررسی تأثیر سرعت پهن‌بند (اینترنت پرسرعت) نشان داد که دو برابر شدن سرعت اینترنت در یک اقتصاد، تولید ناخالص داخلی آن را ۰٫۳ درصد، معادل ۱۲۶ میلیارد دلار افزایش می‌دهد. در دسترس بودن و سرعت اینترنت از محرک‌های قوی در اقتصاد هستند. از همین روی، ایرانسل به منظور حمایت از اقتصاد کشور و کمک به توسعه هر چه بیشتر آن، سرمایه‌گذاری گسترده‌ای در زیرساخت‌ها انجام داده است.

اشتغال‌زایی مستقیم و غیرمستقیم



شغل غیرمستقیم

شغل مستقیم

اشتغال‌زایی به واسطه انواع سرمایه‌گذاری‌ها

تعداد کارکنان

بیش از ۲,۶۰۰,۰۰۰

بیش از ۲,۳۰۰



توسعه خدمات اینترنت و مکالمه

تا پایان سال ۱۳۹۹ ایرانسل به منظور گسترش خدمات خود با پوشش ۹۱,۵۸ درصد جمعیت توانسته شکاف پوشش را در سطح کشور به شرح زیر کاهش دهد:

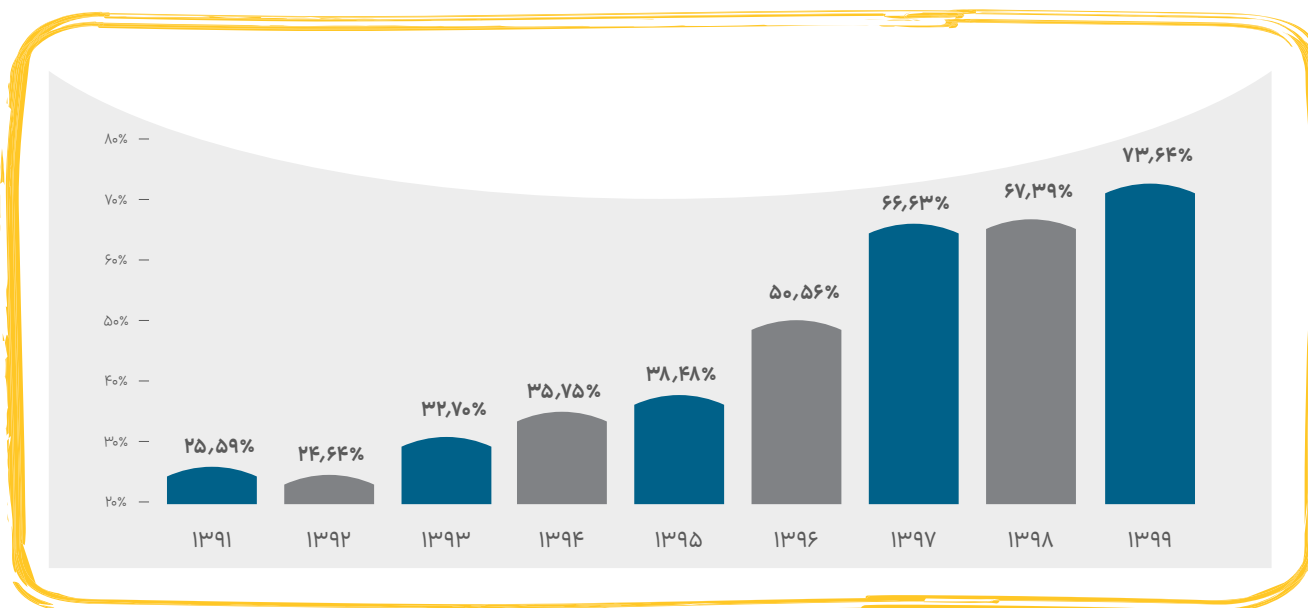
مناطق	تعداد سایت BTS ^۱	پوشش منطقه‌ای	پوشش جمعیتی
شهر	۱۰,۳۶۰	۱,۳۱۵ شهر	۵۹,۱۰۹,۹۵۲ نفر
روستا	۴,۳۶۷	۱۹,۱۹۰ روستا	۱۲,۰۳۸,۰۴۳ نفر
جاده	۲,۴۵۶	۶۴,۰۶۶ کیلومتر	-

اینترنت قدرت ایجاد تغییر در زندگی مردم و کاهش نابرابری‌ها را دارد. نگاهی به بازارهای جهانی نشان می‌دهد که با پیش‌روی صنعت ارتباطات به سوی استفاده از اینترنت، تقاضا برای خدمات مکالمه، بیش از پیش رو به کاهش است و در نتیجه، خدمات مرتبط با مکالمه نیز افت می‌کند. با این حال، روند افت تقاضا برای این نوع خدمات در ایران نسبت به نرخ جهانی کمتر است. باید در نظر داشت که خدمات مکالمه، کماکان حداقلی از نیاز آن دسته از مشتریانی که هنوز دسترسی مطلوبی به اینترنت ندارند را برآورده می‌سازد.

پوشش سراسری

ایرانسل از اهمیت گسترش ارتباطات اینترنتی و افزایش دسترسی به جهان پیرامون آگاه است و به خوبی می‌داند تقویت ارتباطات و فناوری دیجیتال تا چه اندازه می‌تواند به ایجاد تحول در زندگی مردم کمک کند. تأثیرات اقتصادی، اجتماعی و آموزشی پاندمی کووید ۱۹ نیز باعث شد لزوم برقراری دسترسی به این خدمات، بیش از پیش نمایان شود.

درصد پوشش جاده‌های اصلی، فرعی و ریلی ایرانسل



۱. ایستگاه پایه فرستنده/گیرنده (Base Transceiver Station: BTS)؛ مجموعه‌ای از تجهیزات ارتباطی بی‌سیم و باسیم است که ارتباط میان کاربر موبایل و یک شبکه عمومی را فراهم و تسهیل می‌کند.

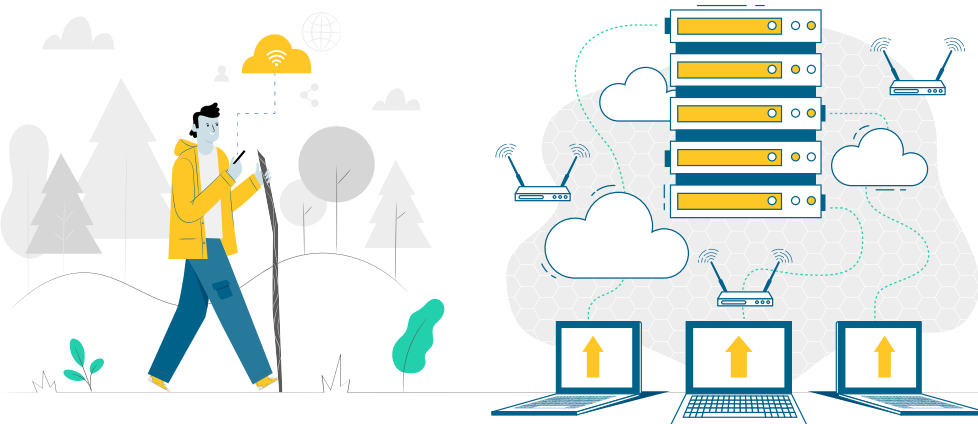
توسعه خدمات اینترنت و مکالمه

ایرانسل همچنین تا پایان سال ۱۳۹۹ تعداد ۱۴,۹۱۸ سایت BTS در نقاط مختلف کشور راه اندازی کرده و انتظار می رود این تعداد، به خصوص در مناطق روستایی افزایش یابد. از آنجایی که محرومیت زدایی ارتباطی از برنامه های اصلی ایرانسل است، این شرکت قصد دارد همسو با «طرح توسعه خدمات عمومی اجباری»^۱ تعداد سایت های BTS روستایی خود را افزایش دهد. افزایش پوشش شهر ها، روستاها و جاده ها در سال ۱۳۹۹ بر شرح زیر است.

مناطق	تعداد سایت BTS ^۱	پوشش منطقه ای	پوشش جمعیتی
شهر	۷۰۹	۱۸۷ شهر	۱۵۱,۹۰۴ نفر
روستا	۴۳۰	۴۱۰ روستا	۶۳۱,۸۵۴ نفر
جاده	۸۸	۲,۲۰۰ کیلومتر	-

ضمن اینکه نرخ مؤثر دیتا^۲ در سال ۱۳۹۹ نسبت به سال ۱۳۹۸ معادل ۱۱,۷ درصد کاهش داشته که این امر منجر به گسترش دسترسی مقرون به صرفه دیتا و کاهش هزینه ارتباطات در سبد خانوار می شود.

درصد پوشش جمعیتی ایرانسل (4C)



ایرانسل تا پایان سال ۱۳۹۹ تعداد ۱۴,۹۱۸ سایت BTS در نقاط مختلف کشور راه اندازی کرده است.

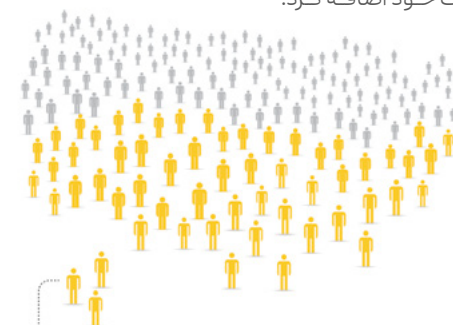
۱. خدمات عمومی اجباری (Universal Services Obligation)، الزامی است جهانی، بر عهده دولت ها، تا امکان استفاده از خدمات ارتباطی، فناوری اطلاعات و پستی را برای آحاد مردم کشور در نقاطی که صرفه اقتصادی برای شرکت های خصوصی ارتباطی را ندارد، فراهم کند.
۲. EDGB (Effective Data per GB): زمانیکه قیمت دیتا افزایش نمی یابد اما بهینه سازی مصرف دیتا باعث می شود رقم نهایی که مصرف کننده می پردازد کمتر از قیمت دیتا پیش از بهینه سازی باشد.

توسعه خدمات اینترنت و مکالمه

نسل آینده اینترنت

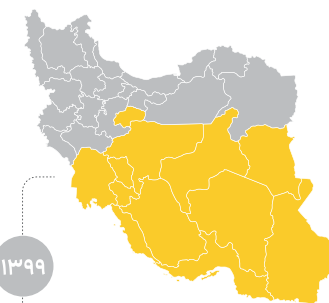
از آنجایی که کیفیت به اندازه کمیت برای ایرانسل اهمیت دارد، افزایش سرعت اینترنت در مناطق تحت پوشش آن، در استراتژی و اهداف این شرکت به خوبی دیده شده، تا جایی که ایرانسل نخستین اپراتوری بود که توانست نسل پنجم شبکه تلفن همراه یا 5G را تقریباً همگام با راه اندازی این فناوری در عرصه جهانی، در ایران نیز رونمایی کند.

ایرانسل در سال ۱۳۹۹ تعداد ۷۸۳,۷۵۸ نفر را به جمعیت تحت پوشش شبکه ارتباطی^۱ و تعداد ۲,۳ میلیون نفر را به جمعیت تحت پوشش اینترنت پر سرعت خود اضافه کرد.



۷۸۳,۷۵۸

افزایش جمعیت تحت پوشش شبکه ارتباطی



۲,۳۰۰,۰۰۰

افزایش جمعیت تحت پوشش شبکه ارتباطی

تعداد سایتها

بازه زمانی

5G	4G	3G	2G	
۷	۱۴,۰۲۷	۱۴,۲۵۷	۱۴,۲۱۴	از ابتدا تا پایان سال ۱۳۹۹
۷	۱,۰۷۵	۱,۰۱۷	-	در سال ۱۳۹۹

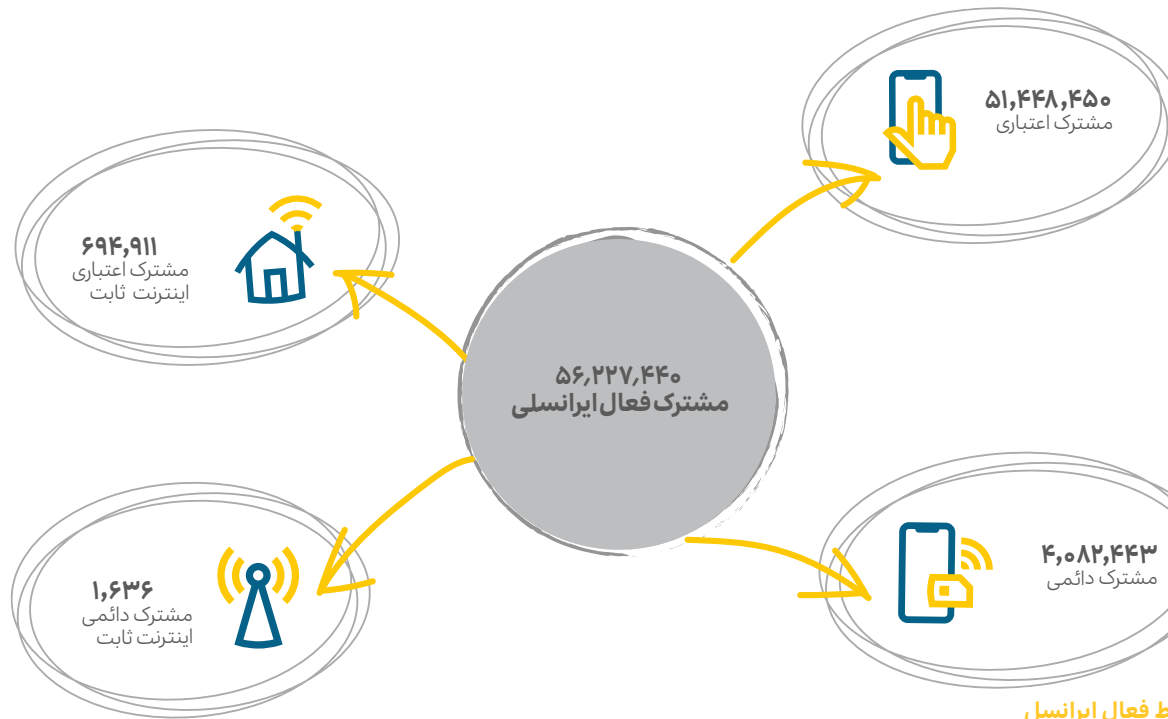
تعداد مشترکان ارتباطات پهن باند سیار (MBB) ایرانسل در کشور



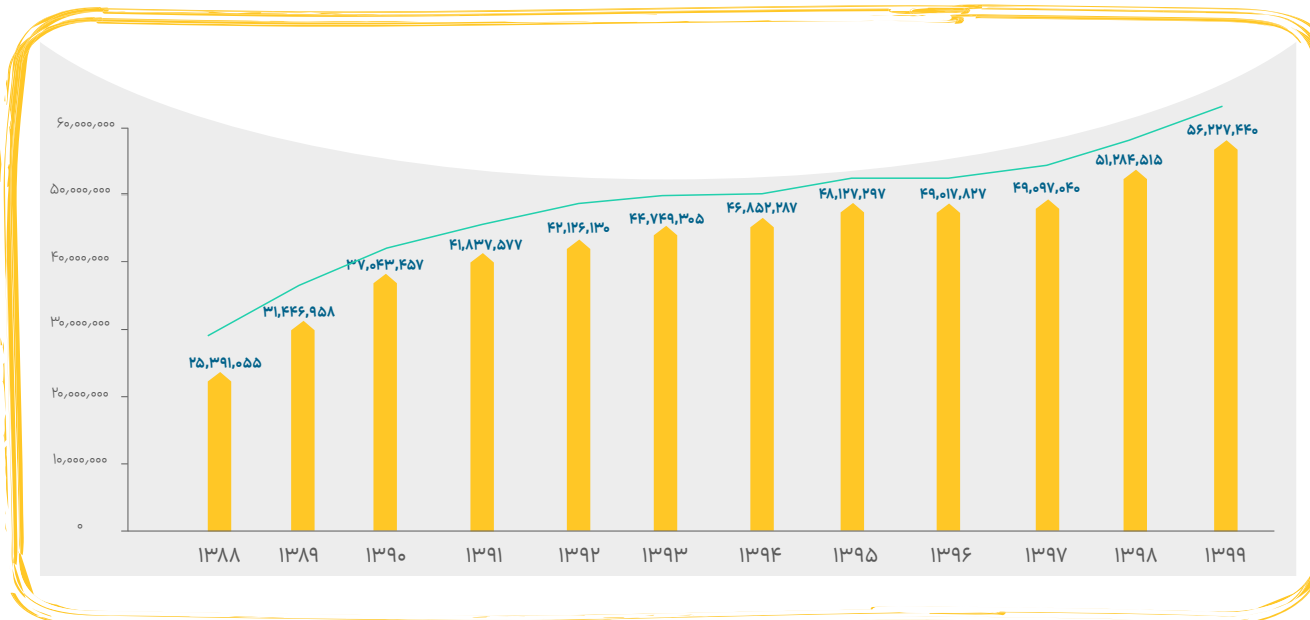
توسعه خدمات اینترنت و مکالمه

خدمات اینترنت

ایرانسل تلاش خود برای گسترش اتصال تعداد بیشتری از مردم به اینترنت و حصول اطمینان از مقرون به صرفه بودن پوشش اینترنت، به ویژه در مناطق روستایی و محروم را افزایش داده است. ایجاد ارتباط مستقیم میان افراد جامعه بر دورنمای شرایط اقتصادی-اجتماعی آن اثر می گذارد و مردم می توانند از مزیت های این ارتباطات مدرن بهره ببرند.



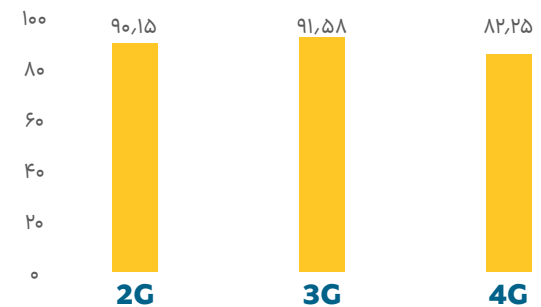
تعداد کل خطوط فعال ایرانسل



توسعه خدمات اینترنت و مکالمه

تعداد مشترکان فعال دیتای ایرانسل در سال ۱۳۹۹ به ۳۱,۷۲۴,۶۰۸ رسیده و میانگین حجم دیتای مصرفی هر مشترک در ماه ۱۵,۷۵ گیگابایت محاسبه شده است. مجموع دیتای مصرفی مشترکان ایرانسل در سال ۱۳۹۹، به میزان ۴,۲۸۱,۲۸ پتابایت بوده است، در حالیکه حداقل دیتای مصرفی در روز ۹ پتابایت بود و این رقم در تاریخ ۲۲ اسفند سال ۱۳۹۹ رکورد ۱۴,۲۵ پتابایت مصرف مشترکان را به ثبت رساند.

درصد پوشش جمعیتی



کاهش هزینه مالکیت

از جمله موانع دسترسی جامعه به خدمات و محصولات ارتباطات و فناوری اطلاعات، می‌توان به هزینه بالای خرید مودم، گوشی تلفن همراه و حتی سیم‌کارت اشاره کرد. در حال حاضر معضل تحریم و افزایش نرخ ارز، این هزینه‌ها را چندبرابر کرده است. ایرانسل همسو با مسئولیت اجتماعی خود در حمایت از کسب و کارهای بومی، همکاری گسترده‌ای با شرکت‌های داخلی در زمینه تولید مودم، گوشی تلفن همراه و سیم‌کارت داشته است. در این بین، شرکت‌های «اتصال صنعت میانه» و «خدمات مخابراتی ارگ جدید» با همکاری ایرانسل، تولید دستگاه‌های بومی را آغاز کرده‌اند و با گسترش فعالیت خود، محصولات جدید را به بازار ارائه داده‌اند. بر این اساس در سال ۱۳۹۹ قریب به ۲۰۰,۰۰۰ مودم داخلی سفارش‌گذاری شد و این رقم در سال‌های آینده افزایش خواهد یافت. از مودم‌های تولید شده ایرانسل می‌توان به این موارد اشاره کرد:

نام محصول	نوع مودم
FD-O40 E1	مودم فضای باز (پروژه اینترنت مدارس)
FD-i40 B1	مودم داخلی
FD-i40 E1	مودم داخلی

ایرانسل همچنین با همکاری «شرکت اتصال صنعت میانه» فاز تحقیقاتی پروژه بومی سازی مودم‌های داخلی را به پایان رساند. دور اول تحویل این محصول با نام FD-i40 E1 در بهمن ماه سال ۱۳۹۸ آغاز شد. ایرانسل در زمینه گوشی تلفن همراه داخلی نیز در سال ۱۳۹۸ توافق همکاری دیگری را با «شرکت صنایع مخابرات ایران» نهایی کرد تا گوشی VIRA 5 را با کیفیت و قیمت تمام‌شده مناسب، در اختیار مصرف‌کنندگان قرار دهد. یکی دیگر از پروژه‌های ایرانسل، بومی‌سازی سیم‌کارت با همکاری «شرکت صنایع قطعات الکترونیک شیراز-صفا» است. سفارش سیم‌کارت با سیستم عامل بومی به همراه پیش‌پرداخت برای حمایت از تولید داخلی و بالا بردن سطح امنیت سیم‌کارت‌های مشترکان به «صفا» داده شده است. تست‌های اولیه محصول تولیدی در سال ۱۳۹۹ در آزمایشگاه دانشگاه صنعتی شریف انجام گرفت و برای خط تولید آن برنامه‌ریزی شده است.

مقرون به صرفگی

بر اساس پژوهش‌های «اتحادیه بین‌المللی ارتباطات»^۱ و «اتحاد برای اینترنت مقرون به صرفه»^۲ هزینه بالای دسترسی به اینترنت در مقایسه با درآمد ماهانه، همچنان یکی از موانع اصلی استفاده از خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات در عرصه جهانی است. به همین دلیل است که «کمیسون پهنای باند برای توسعه پایدار سازمان ملل»^۳ در هدف‌گذاری ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۵ خود اعلام کرد، هزینه یک گیگابایت خدمات پهن باند تلفن همراه در کشورهای در حال توسعه نباید بیشتر از ۲ درصد سرانه درآمد ناخالص ملی به صورت ماهانه باشد. نسبت قیمت نرخ مؤثر یک گیگابایت خدمات پهن‌بند ایرانسل به سرانه درآمد ناخالص ملی به صورت ماهانه در سال ۱۳۹۹ معادل ۰,۰۵ درصد بوده است. بنابراین ایرانسل از

جمله اپراتورهای پایبند به این شاخص سازمان ملل محسوب می‌شود. خدمات باکیفیت و مقرون به صرفه، همچنان کانال ارتباطی مهم بسیاری از مشتریان ایرانسل در بخش‌های کم‌درآمد روستایی است. در سال ۱۳۹۹ تعداد مشترکانی که از خدمات مکالمه ایرانسل استفاده کردند به ۴۳,۲۶۹,۳۳۷ نفر رسید که این رقم نسبت به سال ۱۳۹۸ افزایشی ۱۰,۱۸ درصدی را نشان می‌دهد. میانگین مکالمه هر مشترک در ماه ۵۲,۲۸ دقیقه برآورد شده است.

بسته خدمات

ارائه بسته خدمات می‌تواند به تأمین خدمات مرتبط، در دسترس و معنادار برای مشتریان کمک کند. شرکت‌ها با بخش‌بندی مشتریان خود می‌توانند ارزش‌های پیشنهادی^۴ مرتبط به آن‌ها را در زمان مناسب در اختیارشان قرار دهند. ایرانسل نیز تلاش دارد از طریق ارائه بسته‌های خدمات، ارزش‌های پیشنهادی مرتبطی را در اختیار گروه‌های مختلف مشتریان قرار دهد و باعث کاهش هزینه ارتباطات و دیتای آن‌ها شود.

ایرانسل به منظور افزایش سهم بازار خود و حضور در بازارهای متفاوت در سال‌های متوالی، اقدام به تعریف پروژه‌های مختلف در قالب توزیع سیم‌کارت‌های پروژه کرده است؛ مانند سیم‌کارت‌های دانشجویی، دانش‌آموزی، کودکان، روستایی که در مناسبت‌های مختلف مانند رویدادهای ملی و مذهبی نیز توزیع می‌شود. همچنین توزیع سیم‌کارت‌های ایرانسل همراه با تجهیزات ارتباطی مانند گوشی و مودم‌های سایر شرکت‌ها نیز موجب افزایش سهم بازار می‌شود.

برای اجرای پروژه‌های ذکر شده، ابتدا در بخش فروش و توزیع، عملکرد و وضعیت استان‌های مختلف ارزیابی می‌شود و در نهایت، تخصیص این سیم‌کارت‌ها بر اساس پتانسیل‌های منطقه‌ای صورت می‌گیرد. این پروژه‌ها از طریق توزیع‌کنندگان ایرانسل، فروشگاه‌ها و مراکز خدمات ایرانسل، مراکز ارتباط با ایرانسل یا نمایندگی‌های فروش محصولات ایرانسل انجام می‌شود.

توسعه خدمات اینترنت و مکالمه

اشتغال پایدار در شبکه فروش

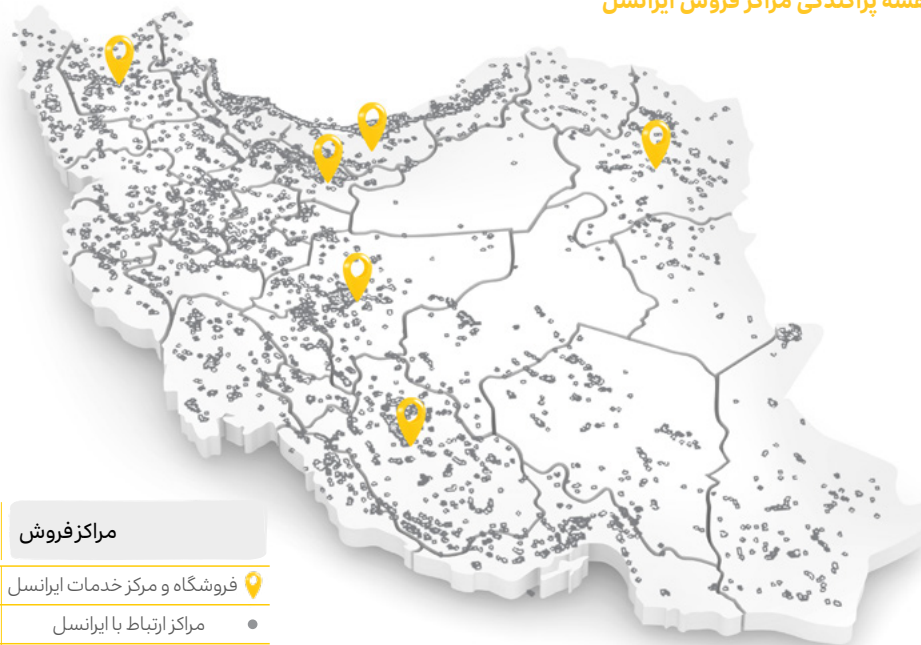
نگاه دو سویه ایرانسل به مسئله فروش، باعث شده علاوه بر مشتریان، شبکه و نمایندگان فروش و اشتغال پایدار آنها، مورد توجه این شرکت باشد. ایرانسل با حدود ۶۰ بانک و توزیع کننده قرارداد فروش محصولات الکترونیک دارد و همچنین ۱۲ شرکت توزیع کننده، محصولات فیزیکی ایرانسل را به صورت مویرگی توزیع کرده یا می فروشند. ایرانسل برای درآمدزایی شبکه فروش و افزایش رضایتمندی نمایندگان فروش نیز زمینه های درآمدی جدید ایجاد کرده و نرخ کمیسیون را افزایش داده است. به طوری که میزان درآمد بخشی از نمایندگان در سال ۱۳۹۹ نسبت به سال ۱۳۹۸، قریب به ۹۰ درصد افزایش داشته است.

تا پایان سال ۱۳۹۹ تعداد ۱۰،۵۰۰ نمایندگی فروش و ۶۷۵ مرکز ارتباط با ایرانسل، در سراسر کشور، محصولات ایرانسل را به مشتریان ارائه داده اند.

آموزش و سهولت در دسترسی

سواد دیجیتال یکی از حوزه های مورد توجه ایرانسل است. با ارتقای دانش و آگاهی مردم درباره نحوه استفاده از اینترنت و نحوه عملکرد برنامه های کاربردی موبایل، می توان به بهره مندی هرچه بیشتر جامعه از ارتباطات دیجیتال یاری رساند. ایرانسل نیز سعی کرده به منظور رفع مشکلات ابتدایی کاربران در استفاده از ابزارهای دیجیتال، محتوای آموزشی رایگان تولید کند. کاربران می توانند در پلتفرم های مختلف از جمله صفحات اجتماعی ایرانسل در اینستاگرام، لینکدین و وبلاگ ایرانسل به نشانی blog.irancell.ir، به این مطالب آموزشی دسترسی داشته باشند و راهکارهای ساده اما کاربردی درباره دنیای دیجیتال و چگونگی بهره گیری هرچه بهتر از آن را به راحتی یاد بگیرند. از سوی دیگر، در شرایطی که شیوع ویروس کرونا زندگی مردم را از ابعاد مختلف تحت تأثیر قرار داده است، ایرانسل سعی می کند با تسهیل دسترسی هموطنان به خدمات و محصولات خود، رضایتمندی آنها را در این شرایط دشوار افزایش دهد. به همین منظور نیز مرکز ارتباط با مشتریان ایرانسل با همکاری اسنپ، پروژه تحویل دو ساعته را از تیر ماه ۱۳۹۹ کلید زدند و توانستند دست کم ۱۰ شهر را پوشش دهند. در این طرح، محصولات ایرانسل در صورت انتخاب مشتریان، با تحویل دو ساعته اسنپ برای آنها ارسال می شود.

نقشه پراکندگی مراکز فروش ایرانسل



استان	تعداد	مراکز فروش
تهران (۷)، آذربایجان شرقی (۲)، اصفهان، فارس، خراسان رضوی و مازندران	۱۳	فروشگاه و مرکز خدمات ایرانسل
تمام استان های کشور	۶۷۵	• مراکز ارتباط با ایرانسل
تمام استان های کشور	۱۰،۵۰۰	• نمایندگان فروش

است. ایرانسل با پوشش ۱۰۰ درصد مراکز استان ها و ارائه خدمات در حدود ۱۰۰۰ شهر و روستا با حضور حدود ۱۱،۰۰۰ نمایندگی، خدمات خود را در سطح وسیعی از جامعه ارائه می کند. نتیجه این پوشش حداکثری، فروش ۱۵ میلیون سیم کارت و مودم در سال ۱۳۹۹ بوده است.

به دلیل اهمیت بالای حضور ایرانسل در نقاط استراتژیک، کانترهای ثابت معرفی و فروش محصولات ایرانسل، از سال ۱۳۹۶ در تعدادی از فرودگاه های بین المللی کشور نظیر فرودگاه بین المللی امام خمینی (ره)، فرودگاه بین المللی مهرآباد، فرودگاه بین المللی شهید دستغیب، فرودگاه بین المللی شهید بهشتی، فرودگاه بین المللی شهید هاشمی نژاد و فرودگاه بین المللی سپهبد شهید قاسم سلیمانی مشغول به فعالیت بوده اند.

فراگیری دیجیتال

فرصت بهره‌مندی از مزایای زندگی دیجیتال باید در دسترس عموم مردم باشد. فراگیری دیجیتال برای همه، یعنی حصول اطمینان از اینکه مزایای فناوری در زندگی برای عموم مردم ملموس باشد. دسترسی به اینترنت و ارتباطات باکیفیت، سنگ بنای فراگیری دیجیتال و در نهایت توانمندی جوامع است. علاوه بر موضوع دسترسی، آموزش و ارتقای مهارت‌های دیجیتالی مردم، به‌ویژه جوانان و نوجوانان، عامل پیوند این اقبال با اقتصاد دیجیتال و بهره‌مندی از منافع آن است. دستگاه‌های حاکمیتی، دولت و بنگاه‌های اقتصادی در این موضوع مسئولیت سنگینی دارند.

محصولات، خدمات و راهکارهای دیجیتال ایرانسل

ایرانسل که در سال ۱۳۹۹ توانست در چهارمین دوره ارزیابی ملی تحول دیجیتال^۱ «جایزه سال تحول دیجیتال ایران»، تندیس زرین «رهبری دیجیتال»، تندیس زرین «زبده دیجیتال» و تندیس برنزی «نوآوری دیجیتال» را به دست آورد، به خوبی از اهمیت فراگیری دیجیتال با خبر است و نقش فناوری دیجیتال در ایجاد تغییرات مثبت را درک می‌کند. تا آنجا که در خرداد ۱۳۹۹، وزیر وقت ارتباطات و فناوری اطلاعات، اذعان داشت که ایرانسل اولین و بزرگترین اپراتور دیجیتال ایران است.

ایرانسل به عنوان اپراتور پیشرو در ارائه محصولات و خدمات دیجیتال همواره کوشیده تا با ارائه زیرساخت‌ها و راهکارهای نوین، مسیر خدمت‌رسانی به کاربران خود را هموار کرده و بسترهای مناسب را به منظور ارائه خدمات دیجیتال در اختیار کاربران و کسب و کارهای فعال این حوزه قرار دهد.

تعداد کاربران فعال در پلتفرم‌های خدمات و برنامه‌های کاربردی محصولات دیجیتال ایرانسل در سال ۱۳۹۹ به ۲۴ میلیون نیز رسید. همچنین در سال ۱۳۹۹ ایرانسل ۱۲۹،۷۷۴ ترابایت دیتا را به تسهیل فرآیند استفاده کاربران از سرویس‌های ویدئویی اختصاص داده است.

ایرانسل با مشارکت با راه‌اندازی بیش از ۲۰ محصول و خدمت دیجیتال، نه تنها نقشی مهم در ارائه خدمات دیجیتال ارزشمند در حوزه آموزش، سرگرمی و سایر موارد ایفا کرده، بلکه توانسته با ارائه خدمات در زیست‌بوم دیجیتال تجربه‌ای به‌یادماندنی را برای کاربران خود رقم بزند. ما با ارائه «محصولات دیجیتال» و «راهکارهای کسب و کار دیجیتال»، خود را متعهد به کاهش شکاف دیجیتال از طریق بهبود دسترسی به خدمات دیجیتال و ارتباطات اینترنتی می‌دانیم.



بازار جامع محتوای دیجیتال چارخونه

برنامه‌های کاربردی و بازی‌های روز، موسیقی، کتاب‌های صوتی، فیلم و مجلات معتبر



تلویزیون اینترنتی لنز

مجموعه متنوعی از برنامه‌ها، پخش زنده مسابقات ورزشی، کنسرت‌ها و برنامه‌های اختصاصی، شبکه‌های اختصاصی تیم‌های فوتبال، فیلم و سریال



بازیگ

دسترسی به بازی‌های موبایلی جدید و به‌روز با پرداخت حق اشتراک ماهانه، بدون نیاز به تماشای تبلیغات



داناپلاس

پلتفرمی برای برگزاری کلاس‌های آنلاین، جلسات کاری و وبینار



یلو ادوایز

راهکار دیجیتالی برای شرکت‌های مختلف استارت‌آپی به منظور اجرای هوشمندانه خدمات تبلیغاتی با استفاده از بسترها و رسانه‌های دیجیتال ایرانسل



برنامه کاربردی آهنگ پیشواز

دسترسی به مجموعه کامل آهنگ‌های پیشواز ایرانسل و امکان ساخت پیشواز شخصی با صدای کاربران

۱. چهارمین دوره ارزیابی ملی تحول دیجیتال، با حضور شرکت‌ها و نهادهایی همچون نیروی انتظامی جمهوری اسلامی، شرکت ملی پست ایران، بانک انصار و... در ۱۴ مرداد ۱۳۹۹ و با هدف ممیزی، ارائه بازخورد و در نهایت معرفی سازمان‌های پیشرو در تحول دیجیتال برگزار شد. یکی از اهداف عمده این ارزیابی، ایجاد زمینه‌ای مناسب برای تبادل تجارب موفق بین سازمان‌ها، رهبران و متخصصان این سازمان‌ها اعلام شد.

فراگیری دیجیتال



ایرانسل من

ایرانسل نخستین اپراتور تلفن همراه در ایران بود که با طراحی و ارائه برنامه کاربردی مدیریت حساب، این امکان را در اختیار مشتریان خود قرار داد تا به صورت کاملاً شفاف، میزان مصرف حساب خود را مشاهده و مدیریت کنند. برنامه کاربردی «ایرانسل من» که برای پلتفرم های iOS، اندروید و جاوا منتشر شده، به کاربران ایرانسل خدماتی از قبیل مدیریت حساب، خرید بسته های افزایشی، پرداخت قبوض و راهنمایی و پشتیبانی را به صورت یکجا ارائه می کند. ایرانسل من، علاوه بر اینکه امکان خرید شارژ و بسته اینترنت را بدون نیاز به رمز دوم فراهم کرده، امکاناتی نظیر مدیریت خدمات ارزش افزوده، تهیه مودم، تهیه انواع بسته های اینترنت، تبدیل رایگان سیم کارت ها به سیم کارت 4G، مشاهده آنلاین صورت حساب، خرید و به اشتراک گذاری بسته های اینترنت و اعتبار حساب با دوستان، خرید و انتقال شارژ برای دیگران را نیز در اختیار مشتریان قرار می دهد. برنامه کاربردی ایرانسل من در سال ۱۳۹۸ با تعداد ۱۱ میلیون نصب، به همراه «آپ» به عنوان دومین برنامه کاربردی محبوب ایرانی ها انتخاب شد. در حال حاضر «ایرانسل من» به عنوان «سوپر آپ» خدمات متنوعی را به کاربران ارائه می دهد.



راویتو

بارگذاری محتوای صوتی یا تصویری و کسب درآمد با توجه به میزان بازدید مخاطبان



یلوهاب

بازاری دیجیتال برای مدیریت، عرضه، فروش و خرید API های مورد نیاز توسعه دهندگان و کسب و کارها



یلومانیتورینگ

بستر تحلیل و بررسی داده های موجود کسب و کارها برای تولید محتوای مناسب تر به منظور ارتقاء میزان رضایت مشتریان



پلتفرم های VOD

تسهیل دسترسی کاربران ایرانسل به پلتفرم های VOD برای تماشای آنلاین فیلم و سریال بدون نیاز به خرید اشتراک



کیف پول دیجیتال ایرانسل با بیش از ۱۴ میلیون کاربر

استفاده از خدمات و محصولات متنوع دیجیتال با شارژ کیف پول، بدون نیاز به درگاه های بانکی مختلف و دریافت رمز پویا و فرصتی برای عرضه محصولات و خدمات کسب و کارهای مختلف آنلاین به طیف وسیع مشتریان ایرانسل



ابرتو

هارد مجازی بر روی اینترنت برای ذخیره فایل های کاربران و تهیه نسخه پشتیبان

فراگیری دیجیتال

بستر فروش و توزیع دیجیتال

مهمترین بستر فروش دیجیتال ایرانسل «فروشگاه اینترنتی ایرانسل» است که ارائه دهنده محصولات فیزیکی شامل مودم، سیم کارت و باندل های گوشی تلفن همراه است و نیز شماره های رند ایرانسل در قالب پرتال حراج می شود. افزایش حضور برابر برای کاربران در فروشگاه آنلاین که منجر به افزایش حجم فروش آن تا ۴۰ درصد شده، بیانگر اثربخشی این پورتال و تمایل روزافزون مشتریان بالقوه برای خرید آنلاین است. با افزایش نقاط فروش الکترونیک و در دسترس قرار گرفتن حداکثری محصولات ایرانسل در شبکه فروش و توزیع، سهم فروش الکترونیک در پایان سال ۱۳۹۹ به بیش از ۹۵ درصد افزایش یافته که این امر موجب کاهش مصرف کاغذ و حمل و نقل و در نتیجه، کاهش آثار منفی زیست محیطی شده است. همچنین ترغیب مشتریان به استفاده از شارژ مستقیم به جای پین شارژ یا روش کاغذی، نیاز به حضور مشتریان در اماکن عمومی برای خرید شارژ و بسته اینترنتی را به خصوص در دوران همه گیری کرونا، کاهش داده است.

دیجیتال سازی فرآیند فروش

ایرانسل در خط مشی کیفیت خود، بر ایجاد و توسعه زیرساخت های دیجیتال در این بخش، همسو با اهداف توسعه اقتصاد دیجیتال کشور و ایجاد شبکه سفارش گذاری و تحول محصول بر بستر دیجیتال، تأکید دارد. به این منظور نیز، بخش فروش و توزیع ایرانسل، نظام مدیریت کیفیت خود را با دیدگاه فرآیندگرا و بر اساس آخرین ویرایش استاندارد ISO9001:2015 طراحی کرده است.

ایرانسل با توجه به استراتژی خود مبنی بر دیجیتال سازی خدمات در سال ۱۳۹۷، پرتال DPOS را برای بهبود فرآیندهای فروش خود برنامه ریزی کرد. این پورتال به منظور ارائه خدمات و محصولات ایرانسل به مشتریان در انتهای سال ۱۳۹۹ در دسترس نمایندگان فروش قرار گرفت.

مهم ترین خدمات پورتال DPOS در سال ۱۳۹۹:

● کیف پول دیجیتالی و سبد خرید که باعث افزایش رضایت نمایندگان از فرآیند فروش و همچنین تسهیل خدمت رسانی به مشتریان شده است.

● نظام مدیریت عملکرد نقاط فروش که موجب محاسبه آنلاین عملکرد نقاط فروش شده و امکان تحلیل نقاط قوت و ضعف فروشندگان و یافتن راه حل برای رفع نواقص را فراهم می کند.

● امکان فروش محصولات دیجیتال مانند شارژ و بسته اینترنتی فراهم شده است. تا پیش از این، نمایندگان می بایست از نرم افزارهای غیرایرانشلی مانند نرم افزارهای بانکی برای فروش محصولات مانند شارژ و بسته اینترنتی استفاده می کردند. با اضافه شدن این امکان به نرم افزار DPOS، دسترسی نمایندگان برای ارائه خدمات به مشتریان تسهیل شد.

دیجیتالی شدن آموزش نمایندگان ایرانسل

با توجه به اهمیت توسعه توانمندی های نمایندگان فروش به عنوان ذی نفعان اصلی که خدمات ایرانسل را ارائه می کنند، آموزش شبکه فروش، از برنامه های اصلی ایرانسل است. در گذشته آموزش نمایندگان به صورت حضوری و یا شرکت در جلسات گروهی صورت می گرفت، اما از آبان سال



۱۳۹۷، به منظور همگامی با فناوری و تحقق شعار ایرانسل مبنی بر «نبض زندگی دیجیتال»، پلتفرم دانا و صفحه اختصاصی نمایندگان ایرانسل ایجاد شد. در این پلتفرم، دوره های آموزشی مورد نیاز، به صورت کاربردی و کاملاً رایگان، در اختیار نمایندگان است و آنها می توانند از دوره های موجود در پلتفرم دانا نیز بهره مند شوند و سطح دانش و توانایی خود را افزایش دهند.

از ابتدای راه اندازی برنامه دانا تا انتهای سال ۱۳۹۹، تعداد ۴۴ دوره و ۲۸،۵۷۴ نفر ساعت آموزش در صفحه اختصاصی نمایندگان ارائه شده است. همچنین با توجه به امکان دسترسی نمایندگان به سایر مطالب سایت نیز، تعداد ۴۴۲ دوره و ۳۷،۷۸۰ نفر ساعت در سایت دانا آموزش دیده اند.

توجه به سلامت نمایندگان فروش

برای افزایش رضایتمندی همکاران شبکه فروش به عنوان شرکای تجاری سازمان، طرح بیمه تکمیلی مراکز ارتباط با ایرانسل در سال ۱۳۹۷ برنامه ریزی شد. قرارداد این طرح برای بیمه درمان (مالکان مراکز و افراد تحت پوشش) و بیمه عمر و حادثه (مالکان مراکز) با یکی از شرکتهای بیمه ای معتبر منعقد شد و به صورت سالانه تمدید شده است.

کمپین «اسکنش کن»

از سال ۱۳۹۹ با توجه به رویکرد کاهش اقلام تبلیغاتی چاپی برای کاهش هزینه های تولید و چاپ این اقلام و همچنین با تمرکز بر زندگی دیجیتال و حفاظت از محیط زیست، کمپین «اسکنش کن» راه اندازی شد.

هدف از اجرای این کمپین کاهش تدریجی اقلام تبلیغاتی چاپی در سطح نمایندگان فروش شرکت ایرانسل و همچنین حذف این اقلام در نمایشگاه ها و رویدادهای سالانه شرکت است که بر اساس آن، مشتریان می توانند از آخرین جشنواره ها و پیشنهادهای شرکت ایرانسل با مراجعه به آدرس www.irancell.ir/scanit و یا اسکن کد QR آن که در تمامی نمایندگی های فروش در دسترس است، مطلع شوند. همچنین در تمامی رویدادها و نمایشگاه ها، این کد QR در دسترس تمامی بازدیدکنندگان قرار گرفته و اطلاعات محصولات و خدمات از این طریق برای متقاضیان ارسال و اقلام چاپی مربوطه حذف می شوند.

تسهیل نوآوری دیجیتال برای شرکت‌های کوچک و متوسط

شرکت‌های کوچک و متوسط که موتور رشد اقتصادی آینده کشورها محسوب می‌شوند، برای فعالیت در اقتصادی دیجیتال، نیازمند نوآوری‌های دیجیتال هستند. پیچیدگی و پویایی فناوری باعث شده، دستیابی به نوآوری‌های دیجیتال به‌خصوص برای شرکت‌های کوچک و متوسط، چالش برانگیز شود. تحولات دیجیتال، فرصت‌ها و چالش‌های تازه‌ای را برای این شرکت‌ها به همراه دارد، به همین دلیل میزان بهره‌مندی آنها از این تحولات، به عملکرد شرکت‌ها بستگی دارد.

همه‌گیری کووید-۱۹ بسیاری از شرکت‌های کوچک و متوسط را در شرایطی قرار داد که نوآوری به تنها راه بقای آنها تبدیل شد. رویکرد ایرانسل برای توسعه کسب و کار، حمایت از این شرکت‌ها از طریق تقویت رشد اقتصادی پایدار و فراگیر آنها است. علاوه بر این ایرانسل با ارائه راهکار «یلو ادوایز»، به توانمندسازی کسب و کارها در استفاده از پلتفرم‌های تبلیغات دیجیتال کمک می‌کند. ضمن اینکه ایرانسل در نظر دارد با ارائه راهکارهای دیجیتالی به شرکت‌های کوچک و متوسط، آنها را در طراحی مدل کسب و کار دیجیتال همراهی کند.

افزایش ارتباطات تجاری

در سال ۱۳۹۹، ایرانسل امکان دورکاری را برای سازمان‌ها و مؤسسات مختلف توسعه داد. در بسیاری از سازمان‌ها، کارمندی که دورکاری می‌کنند به تبادل اطلاعات حساس کاری، دسترسی به برنامه‌های کاربردی یا دیگر امکانات شبکه داخلی خود در محیطی امن نیاز دارند. در این زمینه ایرانسل راهکار شبکه امن همراه را ارائه کرده که طی آن کسب و کارها بدون نگرانی درباره امنیت اطلاعات خود، توانسته‌اند با بهره‌مندی از کنفرانس‌های صوتی، تصویری و ابزارهای یکپارچه ارتباطات، فعالیت‌های خود را از راه دور به انجام برسانند. ایرانسل در سال ۱۳۹۹، تعداد ۴,۵۶۹ مشتری سازمانی فعال با حداقل یک تراکنش مالی داشته و حجم دیتای مصرفی این مشتریان ۲۲,۹۸۸ ترابایت برآورد شده است.



سرمایه گذاری در زیرساخت‌ها

با توجه به سرعت بی‌سابقه در روند پذیرش جهانی فناوری‌های دیجیتال، ایجاد زیرساخت‌های گسترده برای برآوردن تقاضا در سطح جهانی، ضرورت دارد. توسعه زیرساخت‌های فیزیکی در صنعت ارتباطات، هزینه‌بر و نیازمند حجم بالایی از منابع است. شرکت‌های ارتباطی در سطح جهان برای کاهش هزینه‌ها، به اشتراک زیرساخت‌ها روی آورده‌اند. ضمن اینکه بهینه‌سازی و اشتراک‌گذاری اینترنت نیز فرصت چشمگیری برای خلق ارزش مشترک فراهم می‌آورد. «زیست‌بوم اینترنت اشتراکی» امکان دستیابی به هدف نهم توسعه پایدار سازمان ملل^۲ را افزایش می‌دهد و تأکیدی است بر اهمیت افزایش نفوذ اینترنت. ایرانسل نیز همواره سعی دارد روی زیرساخت‌هایی با ظرفیت گسترش ارتباطات سرمایه‌گذاری کند.

اینترنت اشیا^۳

بر اساس آمارهای جهانی و لزوم توجه به حوزه اینترنت اشیا، یکی از موضوعات قابل تأمل برای ایرانسل، فناوری اینترنت اشیا و راهکارهای مبتنی بر آن بوده است. به منظور اعتلای کیفیت زندگی در کشور و همگامی با فناوری‌های روز دنیا، پلتفرم شهر هوشمند ایرانسل و سامانه‌های مدیریت هوشمند منابع و انرژی، ناوگان حمل و نقل و... طراحی و ارائه شده‌اند.

شهر هوشمند

شهر هوشمند از جمله جلوه‌های رشد چشمگیر اینترنت است و مأموریت اصلی آن را می‌توان «توسعه پایدار» دانست. به این معنی که شهرهای هوشمند با بهینه‌سازی و هوشمندسازی فعالیت‌های شهری، کیفیت زندگی را برای شهروندان بهبود می‌دهند. این در حالی است که راهکارهای ارائه شده باید برای برآورده کردن نیاز شهروندان، با معیارهای اقتصادی، اجتماعی و محیطی توسعه پایدار کاملاً منطبق باشند. هوشمندسازی خدمات شهری، یکی از الزامات زندگی امروز در مدیریت منابع و انرژی و ارائه خدمات شهری نوین است. به کارگیری راهکارهای شهر هوشمند، نقش مؤثری در جلوگیری از مخاطرات ناشی از تخریب محیط زیست و تغییرات آب و هوایی دارد و یکی از مشوق‌های اصلی جامعه جهانی برای هوشمندسازی دستگاه‌ها و تجهیزات بر مبنای اینترنت اشیا بوده و انگیزه دولت‌ها را برای حرکت به سمت شهرهای هوشمند، دوچندان کرده است.

راهکارهای مبتنی بر اینترنت اشیا، همچون پایش آب، هوا و خاک مناطق شهری و کنترل میزان آلاینده‌های شهری و صنعتی، کمک شایانی به پاک‌سازی محیط زیست خواهند کرد. در این زمینه، شهرهای هوشمند توانسته‌اند تا ۲۰ درصد از تولید گازهای گلخانه‌ای خود بکاهند.

مشکلات حمل و نقل و ترافیک شهری نیز از دیگر دغدغه‌های پیش آمده بر اثر افزایش جمعیت شهرها است که با مدیریت هوشمند حمل و نقل و ترافیک در شهرهای هوشمند مورد توجه قرار گرفته است. استخراج الگوهای ترافیکی، تشخیص لحظه‌ای حادثه‌ها و تصادف‌ها، پیش‌بینی تغییرات الگوی ترافیکی و... همگی از کارکردهای این سامانه محسوب می‌شوند.

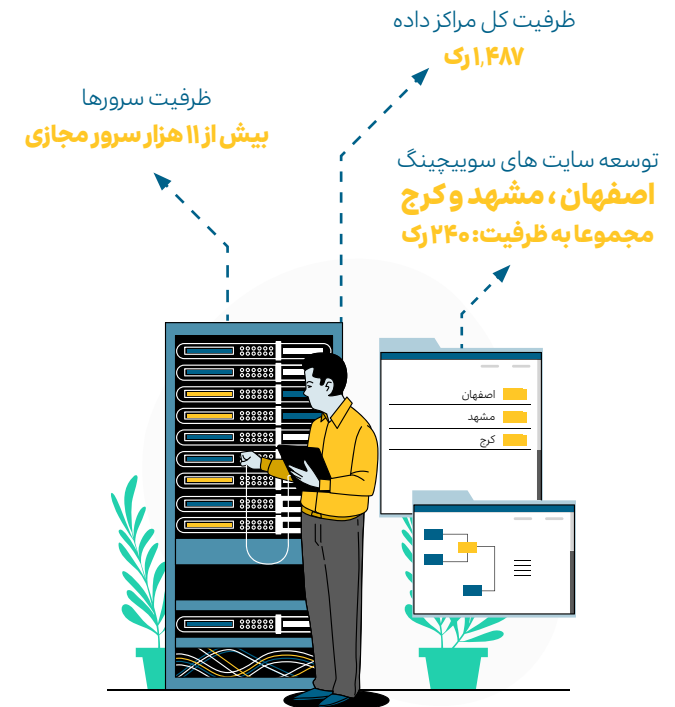
ایرانسل تاکنون توانسته است پروژه‌های متعدد مرتبط با فیبرنوری و توسعه خدمات شهر هوشمند را در شهرهای تهران، شیراز، اهواز، کرج، بندرعباس، قزوین، خرم‌آباد، آبادان و خرمشهر، اردبیل، سنج، ساری، گرگان، دزفول، بوشهر، ارومیه، سمنان، اندیمشک، گرمسار، اسلامشهر، مشکین دشت و بستان‌آباد طراحی و اجرا کند.

در سال ۱۳۹۹ در مجموع ۱۴۵,۳۳ کیلومتر پروژه فیبرنوری با ۱۱ سایت فیبر^۴ توسط ایرانسل اجرا شد.



مدیریت هوشمند ناوگان حمل و نقل

سامانه مدیریت هوشمند ناوگان، راهکاری جامع و یکپارچه است که به واسطه آن می‌توان تمامی اطلاعات قابل اندازه‌گیری خودروها را جمع‌آوری و تحلیل کرد. این داده‌ها به کسب و کارها کمک می‌کند تا بر اساس داده‌های واقعی و قابل اعتماد، تصمیمات بهتری بگیرند.



ایرانسل در مسیر نوآوری

۱ رویکرد ایرانسل به پایداری

۲ کسب و کار مسئولانه و حاکمیت شرکتی

۳ به سوی جامعه پایدار

۴ به سوی محیط زیست پایدار

۵ به سوی اقتصاد پایدار



ایرانسل به منظور پیشگام بودن در توسعه منابع انسانی و زیرساخت‌های تحقیقاتی اقتصاد دانش بنیان در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات و دستیابی به جایگاه برترین شرکت ملی در زمینه خلق محصولات و خدمات این حوزه به عنوان اولین اپراتور کشور، مجموعه «ایرانسل لبز» را در سال ۱۳۹۸ راه اندازی کرد. این مجموعه شامل سه بخش «تحقیق و توسعه»^۱، «مرکز نوآوری ایرانسل»^۲ و «آکادمی ایرانسل»^۳ است.

ایرانسل با راه اندازی «مرکز نوآوری»، در پی همکاری با استارت‌آپ‌های خلاق تکنولوژی محور در جهت گسترش خدمات متنوع و توسعه سبک زندگی دیجیتال و خلق آینده‌ای همگام با تحولات دنیای دیجیتال است. در این راستا مرکز نوآوری ایرانسل با برگزاری فراخوان‌های «ایرانسل پیچ»^۴ و ارائه پکیج‌های دوره‌های پیش شتاب‌دهی و شتاب‌دهی از ایده‌ها و محصولات خلاقانه استارت‌آپ‌های منتخب حمایت می‌کند.

«آکادمی ایرانسل» یکی از زیرمجموعه‌های مهم ایرانسل لبز و به بیان دقیق‌تر، مرکز آموزشی این مجموعه است. مأموریت آکادمی ایرانسل توسعه جریان آموزشی مهارت محور، توانمندسازی مشتریان، مشارکت در خلق روش‌های نوین آموزش دیجیتال و عرضه عادلانه آموزش است. در این مسیر، ظرفیت‌های زیرساختی موجود در شرکت ایرانسل و منابع انسانی متخصص آن که بیش از یک دهه در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات مشغول بوده‌اند، سرمایه‌های ارزشمند این سازمان هستند.

آموزش‌های ارائه شده در آکادمی ایرانسل:

- آموزش‌های تخصصی و نوآورانه برای توانمندسازی منابع انسانی شرکت ایرانسل
- آموزش‌های مهارت محور در حوزه‌های تخصصی برای تأمین نیازهای علمی نیروهای انسانی در شرکت‌های همکار ایرانسل
- آموزش دیجیتال برای مشتریان ایرانسل در گروه‌های تخصصی مدیریت حرفه‌ای و ارتباطات و فناوری اطلاعات
- آموزش و ارائه دوره‌های استارت‌آپی

در سال ۱۳۹۹ ایرانسل لبز ۲,۷۴۰ نفر ساعت دوره آموزشی در حوزه توسعه کسب و کار و ۱۲,۷۰۰ نفر ساعت دوره آموزشی در حوزه فنی و توسعه محصول برگزار کرد. از دیگر برنامه‌ها و دوره‌های آموزشی آن می‌توان به برگزاری ۴ بوت‌کمپ^۶ و ۱۰ کوچینگ کمپ^۷ اشاره کرد.



IRANCELL LABS

Greenheat Room

مرکز نوآوری

