

# ارتباطات

شماره ۲۲۴  
تیر ۱۳۹۴

ماهنامه علمی، فرهنگی و آموزشی شرکت مخابرات ایران

## هفت بند طلایی

مروری بر شاخص‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات  
در سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه

(۴۲)

## رشد و سکون بی تناسب

نگاهی آماری به وضعیت اقتصادی کشور و مقایسه آن  
با تعرفه‌های مخابرات

(۳۲)

## گام بلندی در مسیر توسعه

مخابرات ایران  
گزارشی از افتتاح ۳۷۰ پروژه مخابراتی

(۱۶)

## پرونده‌ای برای یک اختلاف

# ۱-۵



ارتباطات ۲۲۴



## پنجمین نمایشگاه تخصصی مخابرات، ارتباطات و صنایع وابسته



زمان برگزاری: ۲۵ الی ۲۹ مرداد ۱۳۹۴ - مکان برگزاری: اصفهان، پل تاریخی شهرستان

- تجهیزات مخابراتی، زیر ساخت، انتقال دیتا
- فن آوری نسل جدید موبایل
- فن آوری شبکه های شهری
- نرم افزار های مخابراتی
- تجهیزات مراکز داده وب سایت های مخابراتی
- اپراتور های تلفن همراه، ثابت و بین الملل
- خدمات ارزش افزوده مخابراتی
- مراکز تلفن سانترال، آنالوگ و دیجیتال و IP
- نرم افزار های کاربردی موبایل
- خدمات اینترنت
- اپراتور های تلفن همراه، ثابت و بین الملل

اصفهان، بلوار دانشگاه، کوچه شماره ۵ (شهید مودن صفایی) ساختمان شماره ۱۱، تلفن: ۰۳۱-۳۶۲۸۳۹۲۹-۱۰ (خط داخلی) ۰۲۱-۸۸۹۴۸۷۸۴-۵، تلفن: ۱۵ واحد ۱۴، شماره ۱۴، تلفن: ۰۳۱-۳۲۶۰۶۶۵۹-۳۱

اصفهان، بلوار علامه امینی، مقابل باغ غدیر، ساختمان شرکت نمایشگاه ها، تلفن: ۰۳۱-۳۲۶۰۶۶۵۹-۳۱

No11, Moazensafae, Daneshgah Blv, Esfahan, Iran Tel:+983136283929

www.isfahanict.ir      www.danac.ir  
نمایشگاه مجازی      isfahanict.exporan.com



ALL CONFERENCES IR  
پایگاه اطلاع رسانی رویدادهای علمی کشور

همراه هر لحظه شما

۲۰۲۱

واحد ارتباط مردمی شرکت مخابرات ایران



از تو می خواهم به حق این روزی که برای مسلمانان عید  
قرارش دادی ، خیرمراقارده درهر آنچه خیرمحمدوآل محمد(ص)  
را درآن قراردادی و برونم آری از هر بدی و شری که برون  
آوردی از آن ایشان را - خدایا از تو می خواهم بهترین چیزی  
را که درخواست کردند از تو بندگان شایسته ات و پناه برم به تو  
از آنچه پناه بردند از آن بندگان شایسته ات (قنوت نماز عید)



نشانی مجله: خیابان سهروردی، خیابان  
توپچی، پلاک ۳، دفتر روابط عمومی و  
امور بین الملل، شرکت مخابرات ایران  
کد پستی: ۱۵۵۸۹۱۹۱۱۱  
دورنگار: ۸۸۴۶۳۰۴۳  
پایگاه اینترنتی: www.tci.ir  
پست الکترونیک: publications@tci.ir  
ISSN: 1735-0204

با همکاری مؤسسه پرسش  
به نشانی: ..... میدان هفت تیر، خیابان  
قائم مقام فراهانی، میدان شعاع، پلاک  
یک، طبقه چهارم  
سایت: www.porseshpr.ir  
ایمیل: info@porseshpr.ir  
لینتوگرافی و چاپ: ..... کیان  
شمارگان: ..... ۶۲۰۰

مدیر مسؤول: ..... دکتر داوود زارعیان  
شورای تحریریه: ..... دکتر حمید  
اروانه، دکتر داوود زارعیان، مهندس  
عباس پورخصالیان، محمدعلی چراغی  
مدیر اجرایی: ..... زهرا بلبللی  
گزارش و اخبار: ..... فاطمه جمارانی  
زهرا دوست محمدیان، محمد رمضان  
عکس: ..... حمیدرضا آهنی  
تدارکات و پشتیبانی: ..... اصغر اسدزاده  
امور مشترکان: ..... محمدرضا مضافیان

- ۳۲ ..... رشد و سکون بی تناسب
- ۳۵ ..... مخابرات با این شرایط خریدار ندارد
- ۳۷ ..... دیدگاه‌های آمریکا و اروپا
- ۳۸ ..... هیچ طرف کوتاه نمی آید
- ۴۰ ..... کاهش مشترکان و افزایش قیمت‌ها



## دیدهبان

- ۴۲ ..... هفت بند طلایی
- ۴۴ ..... جاسوس‌های همراه
- ۴۶ ..... اپراتورهای مجازی تلفن همراه از راه می‌رسند

## جهان‌نما

- ۴۸ ..... ۱۹ میلیارد پوند برای ۲ سال
- ۵۰ ..... OTT ها، ضامن دوام اپراتورها
- ۵۲ ..... خوب، بد، زشت
- ۵۵ ..... لغو قانون هزینه رومینگ در پارلمان اروپا

## یادمان

- ۵۷ ..... به مناسبت درگذشت خالق پیامک

## پیشخوان

- ۵۸ ..... پرسه در رسانه

## معارف

- ۶۰ ..... سلام بر ماه بندگی



- ۲ ..... پنج منهای یک
- ۳ ..... آینه
- ۶ ..... اخبار استان‌ها

## اخبار کارکنان

- ۹ ..... بیشترین دلخوشی من به همکارانم بود
- تعیین چشم انداز و برنامه توسعه شخصی بهترین ذخیره
- ۱۲ ..... کننده‌های زمان



## دیدهبان

- دو هزار میلیارد ریال سرمایه، گام بلندی در مسیر توسعه
- ۱۶ ..... مخابرات ایران
- هست‌ها و باید‌ها
- ۱۹ ..... انتقاد از خود
- ۲۲ ..... روابط عمومی به جایگاه اصلی خود بازگشته
- ۲۳ ..... ۲۰ روز و این همه دعوا
- ۲۶ ..... پای میز مذاکره خاتمه می‌یابد
- ۲۹ ..... مخابرات گنج است اما برای دولت
- ۳۰ ..... ۲۰ روز و این همه دعوا



## دیدهبان

- ۲۶ ..... پای میز مذاکره خاتمه می‌یابد
- ۲۹ ..... ۲۰ روز و این همه دعوا
- ۳۰ ..... مخابرات گنج است اما برای دولت

- ← ماهنامه ارتباطات از همکاران، محققان و نویسندگان در حوزه‌های مختلف مخابراتی، اجتماعی و سازمان‌های اداری مقاله می‌پذیرد.
- ← این ماهنامه در اصلاح و ویرایش مطالب آزاد است.
- ← از مقاله‌های فاقد منابع، بیش از ۴ صفحه A4، دستنویس، استفاده نخواهد شد.
- ← معادل یابی فارسی لغات و اصطلاحات نولاتین، بر عهده نویسنده مقاله است.
- ← مطالب باید بر روی یک صفحه کاغذ تایپ و تنظیم شوند. ضمن آنکه فاصله سطرها از یکدیگر، حداقل ۱،۵ سانتی متر باشد و ایمیل شود.
- ← از درج مقاله‌های آکنده از اصطلاحات لاتین معذوریم.
- ← ارسال اصل تصاویر، جدول و نمودارها الزامی است.

## پنج منهای یک

در زمانی که صنعت ارتباطات و مخابرات در حال ورود به حوزه‌های نوینی چون باند پهن، دیتا، خدمات ارزش افزوده، دولت تلفن همراه و... است؛ نسل سه و چهار تلفن همراه در اکثر کشورها با سرعتی غیر قابل تصور به سمت توسعه حرکت می‌کند و در حالیکه سرانه مصرف اینترنت در ایران کمتر از ۱۷ کیلوبیت بر ثانیه به ازای یک نفر است، مدیریت و سیاست‌گذاری در کشورمان به نحو دیگری در جریان است؛ به طوری که متاسفانه عقب‌گردی را در توسعه این بخش حیاتی شاهدیم. گویا سیاست‌گذاران ارتباطات در ایران تنها راه توسعه را مخالفت با شرکتی می‌دانند که در یک فرآیند قانونی ۳۲ ماهه خصوصی شده و بعد از پرداخت هزاران میلیارد تومان به دولت باید به همه پاسخ دهد که چرا خصوصی شده و چگونه می‌خواهد برنامه‌های توسعه را دنبال کند. در همه کشورها، خصوصی‌سازی توسط نهادها و قدرت‌های دولتی حمایت می‌شود، اما در کشور ما، نه تنها حمایت نمی‌شود بلکه با موانع متعددی روبرو است که برخی از آنها را بر می‌شماریم.

### ۱- رگولاتور

رگولاتوری در صنعت مخابرات، مرجع ایجاد و تقویت فضای رقابت، حامی سرمایه‌گذار و مشترکان و تسهیل نوآوری‌ها و زیرساخت‌هاست، اما چندسالی است که این نهاد با اهمیت، تنها یک وظیفه برای خود متصور است و آن جلوگیری از تغییر در تعرفه خدمات مخابراتی است. به راستی چرا رگولاتور اینگونه با مخابرات رفتار می‌کند؟ چرا باید همین رگولاتور، تعرفه‌های سایر بخش‌های ذیربط را نسبت به سال ۸۲ (سال تعرفه‌های مخابراتی) تا ۲۰۱۰ و حتی ۳۰ برابر افزایش دهد، اما تعرفه مخابرات را کاهش دهد؟ چرا باید در بسیاری از تعرفه‌گذاری‌های اختیاری سایر شرکت‌ها دخالت کند و افتخارش این باشد که تعرفه آوای انتظار ۵۰۰ تومانی در یک ماه تلفن همراه را به ۳۰۰ تومان کاهش دهد؟ انشاء... که در این تصمیمات اهداف شخصی، سیاسی، بغض و کینه دخیل نیست، اما به دوستان عزیز و مدیران گرامی این بخش یادآوری می‌کنیم که این رویه برخلاف رویه‌های معمول در همه رگولاتورهای دنیاست.

### ۲- وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات

بر همه ما فرض است که با حاکمیت، و به ویژه دولت تدبیر و امید که بر خواسته از آراء ملت است همکاری کنیم و بر همین اساس حاکمیت وزارت ارتباطات را بر مجموعه ارتباطات کشور می‌پذیریم، به آن احترام می‌گذاریم و متقابلاً انتظار داریم وزیر محترم، معاونین و مدیران ایشان نیز همین دیدگاه را داشته باشند. وزیر باید بر مجموعه، بزرگی کند و رابطه پدر و فرزندی برقرار شود. آنچه باید مورد توجه هر دو طرف باشد، خدمت به جامعه بر اساس قانون است، اما متاسفانه ما مخابراتی‌ها در سال اخیر هرگز حمایت و پدیری وزیر محترم را شاهد نبوده‌ایم.

### ۳- سازمان خصوصی‌سازی

لزوم تغییر نقش دولت از تصدی‌گری به سیاست‌گذاری موجب شد، سازمان خصوصی‌سازی تاسیس و شرکت‌های مشمول صدر اصل ۴۴ مثل مخابرات را به فروش برساند، این سازمان با نظارت وزرا دادگستری و اقتصاد و دارایی در یک فرآیند حقوقی و قانونی باتوجه به همه جوانب، شرکت مخابرات ایران را در بورس به فروش رساند و اکنون باید برای حمایت از این اقدام خود از شرکت‌های خصوصی شده حمایت کند، اما متاسفانه در این مدت نتوانسته به وظیفه خود بپردازد، چرا که در مقابل تصرف غیر قانونی دانشکده مخابرات سکوت کرد و اکنون نیز در مقابل ادعاهای دیگر اقدامی نمی‌کند تا آنجا که حتی در یک مورد به خاطر تاخیر ۲۰ روزه در پرداخت یکی از اقساط سهامدار عمده اعلام کرد که می‌خواهد ۴/۷۸ درصد از سهام این شرکت را در بورس به فروش برساند.

### ۴- همکاران بخش خصوصی

در هیچ جای دنیا رسم نیست دور قیب به صورت علنی، علیه هم در رسانه‌ها مصاحبه یا یکی از آنها دیگری را تخریب کند. اما در ایران این رفتارها برای برخی به یک عرف تبدیل شده است و شرکت‌هایی که تا دیروز در عرصه ارتباطات و فناوری اطلاعات جایگاه و پایگاهی نداشته‌اند و امروز به مدد بهره‌برداری از امکانات مخابراتی و حمایت یک طرفه سیاست‌گذاران به نوابی رسیده‌اند، هر روز به همکار خود بتازند و با شانتاژ رسانه‌ای و دروغ‌پردازی سعی در تضعیف آن داشته باشند.

### ۵- شرکت مخابرات ایران

اگرچه رگولاتور علیه مخابرات تصمیم می‌گیرد، وزیر محترم از مخابرات حمایت نمی‌کند، سازمان خصوصی‌سازی و شرکت‌های همکار، بی‌مهری می‌کنند؛ اما شرکت مخابرات ایران، پرتوان و پایدار با تکیه بر پرسنل سخت‌کوش خود بر اجرای قانون اصرار می‌ورزد و با کوشش بیشتر، صرفه‌جویی، افزایش بهره‌وری بر همه مشکلات فائق می‌آید، منافع همه ذینفعان را در کمال صداقت و شفافیت حفظ خواهد کرد و در برابر همه مراجع نظارتی و قانونی پاسخگو خواهد بود.

مدیریت و کارکنان این شرکت بر حقوق قانونی خود پامی فشارند و انتظار دارند هرچه زودتر به اهداف به حق خود برسند.

شرکت مخابرات ایران با دارا بودن بیش از ۵۰ هزار پرسنل، چهارمین شرکت ایران در اشتغال زایی است، بیش از ۲۰۰۰ پیمانکار این شرکت به طور مستقیم قرار داد دارند، زیربنای بسیاری از مشاغل اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی است، نبض توسعه و اقتصاد است و... لذا نباید حتی یک روز بر نامه‌های خود را متوقف کند و لذا ما عهد بسته‌ایم که در برابر تمامی نامهربانی‌ها، مهربانی کنیم و با کار بیشتر و حقوق کمتر نظام مقدس جمهوری اسلامی را در رسیدن به اهداف آن یاری نماییم.

## در انتظار ابلاغ تعرفه‌های جدید هستیم



رئیس هیأت مدیره شرکت مخابرات ایران، در خصوص اختلاف نظرهای این شرکت و وزارت ارتباطات گفت: «در حال حاضر مبنای ما تعامل با دولت است و منتظریم تعرفه‌های جدید را ابلاغ کنند.»

دکتر سیدهاشمی در حاشیه مراسم افتتاح ۳۷۰ طرح مخابراتی در استان تهران و البرز، با حضور در بین خبرنگاران اظهار داشت: «مدیر قبلی شرکت بر نامه توسعه را به رگولاتوری ارائه داد و پیشنهادهای مندرج در آن طی جلساتی بررسی شد. اگر قابل قبول نبود، باید به صورت مکتوب اعلام می‌کردند در حالی که تعرفه را به کمیسیون تنظیم مقررات بردند و در آنجا متوقف شد. پس از آن در بهمن ماه ۱۳۹۳، نامه دیگری حاوی اعداد و ارقام مربوط به تلفن ثابت و سیار به سازمان تنظیم مقررات ارسال کردیم.»

او با اشاره به اینکه مسئولان رگولاتوری طرح پیشنهادی را اصلاح کردند، گفت: «ما سه بسته پیشنهادی برای تعدیل تعرفه‌های تلفن ارائه دادیم؛ یکی از آنها این بود که تماس داخل شهری از سه تومان به هفت تومان افزایش یافته و ۳۳ تومان بین شهری نیز ۳۵ تومان شود؛ البته فرمول پلکانی نیز برای آبونمان پیشنهاد شده بود.»

رئیس هیأت مدیره شرکت مخابرات ایران همچنین گفت: «برای تعدیل هزینه‌های خود پیشنهاد آبونمان ۹۰۰ تومانی را به شورای رقابت دادیم که متأسفانه آن هم متوقف شده بود. اجر آن رسید. اکنون در کشور پنج میلیون تلفن ثابت بدون استفاده داریم که هزینه نگهداری هر کدام ماهانه ۸۵۰۰ تومان است اما میانگین درآمد حاصل از آن تنها یک هزار و ۵۰۰ تومان است.»

دکتر سیدهاشمی با توجه به اینکه اکنون متوسط آبونمان ۶۵۰ است، درباره طرح پیشنهادی گفت: «پیشنهادی که در این زمینه داشته‌ایم حداقل ۳۵۰ و حداکثر ۱۵۰۰ تومان است که به روش پلکانی محاسبه می‌شود.»

رئیس هیأت مدیره شرکت مخابرات ایران، با مقایسه هزینه‌های شرکت مخابرات در برابر شرکت پست گفت: «تعرفه تلفن‌های ثابت ۴۴/۷ ریال بود، در صورتی که نرخ پست برای توزیع مرسولات با قیمت پایه ۲۰۰ تومان ارائه می‌شد؛ اکنون هزینه یک پست بین شهری چیزی نزدیک به چهار هزار تومان شده در حالی که نرخ مکالمه ثابت به یک ریال رسیده است، حال خودتان بررسی کنید که حق با کیست؟»

وی همچنین متذکر شد: «طرح هم‌کدسازی در شرایطی اجرا شد که کل گردش مالی ما در تلفن ثابت ۴۰۰۰ میلیارد تومان است و در این میان مخابرات ۲۷۰ میلیارد تومان متضرر شد که رقم قابل توجهی است؛ البته در کنار این رقم ما هزینه‌های قابل توجهی را هم برای اجرای این طرح در نظر گرفتیم و در آن دوره قرار بر آن بود که پس از گذشت شش ماه، ارزیابی‌های مجدد صورت گیرد و تعرفه‌های ما در صورت زیان ده بودن، تعدیل شود.»

دکتر سیدهاشمی گفت: «دو پیشنهاد در ارتباط با تلفن ثابت داشتیم که شاید بسیار راهگشا باشد؛ یکی از آنها این بود که مکالمات نامحدود را در شبکه مخابرات تنها با یک رقم ثابت ماهانه که از سه هزار و ۵۰۰ تومان شروع می‌شد و پلکانی تا سقف ۱۰ هزار تومان برای شهرهای بزرگ می‌رسید، برای تلفن‌های ثابت شهری و بین شهری داشته باشیم. پیشنهاد دیگر نیز تعدیل تعرفه‌های موجود با توجه به افزایش هزینه‌های تمامی بخش‌های کشور بود.»

دکتر سیدهاشمی عنوان کرد: «افزایش حقوق کارکنان، تورم در سایر بخش‌های اقتصادی کشور و حتی هزینه‌های عمرانی همچون حفاری که اکنون برای مخابرات سه برابر شده و برای یک متر حفاری باید ۳۰۰ هزار تومان به شهرداری بدهیم، با توجه به اینکه هزینه واگذاری هر خط تلفن ثابت ۵۰ هزار تومان است، اصلاً به صرفه نیست و باید تعرفه‌ها تعدیل شود.»

## مخابرات بر نامه توسعه‌ای مدون دارد

رئیس هیأت مدیره شرکت مخابرات ایران در گفت‌وگو با خبرنگار مهر، با بیان اینکه مخابرات پیشنهادهای توسعه‌ای خود را برای افزایش نرخ پایه مکالمات به وزارت ارتباطات ارائه داده، گفت: «با هر شکل و قالبی که بخواهند مجدد این برنامه را ارائه می‌دهیم.»

سید مصطفی سیدهاشمی، در واکنش به ادعای مسئولان وزارت ارتباطات مبنی بر عدم ارائه برنامه توسعه‌ای از سوی مخابرات و نبود توجیه فنی مناسب برای افزایش نرخ‌های مخابراتی اظهار داشت: «مخابرات بر نامه توسعه و پیشنهادهای خود را برای نگهداری شبکه مخابراتی کشور به وزارت ارتباطات و سازمان تنظیم مقررات ارتباطات ارائه داده است اما چنانچه مسئولان، شاخص‌های جدیدی در این زمینه می‌خواهند، اعلام کنند تا با هر شکل و قالبی که بخواهند مجدد این برنامه را ارائه دهیم.»

او با بیان اینکه تغییر نرخ‌های مخابراتی برای نگهداری شبکه مخابراتی نیازی به برنامه توسعه ندارد، افزود: «مگر برای آن‌ها گران شدن بنزین، کسی برنامه توسعه ارائه داد؟»

سیدهاشمی با تأکید بر اینکه «نگهداری شبکه مخابراتی کشور نیازمند تعرفه‌گذاری منطقی است و ما با نرخ پایه خدمات مخابراتی مشکل داریم»، افزود: «باز هم با وجود همه این مسائل، چنانچه وزارت ارتباطات برنامه توسعه را با هر گونه مستندات بخواهد آماده‌ایم که آن را ارائه دهیم.»

رئیس هیأت مدیره شرکت مخابرات ایران با تأکید بر اینکه مخابرات برای توسعه برنامه مدون دارد، اضافه کرد: «برای اینکه بدانیم آینده مخابرات به کجای می‌رسد از اپراتور KT کره جنوبی مشاوره گرفته‌ایم؛ تمامی این مستندات را منطبق با آنچه مشاور خارجی به ما اعلام کرده است، در اختیار وزارت ارتباطات قرار می‌دهیم.»

## عدم تعدیل تعرفه‌ها، به منافع ملی آسیب می‌رساند



هدف از اصلاح تعرفه‌های مخابرات گران کردن خدمات نیست، بلکه ماهیت آن جبران افزایش ۵ تا ۶ برابری هزینه‌های مخابرات است که از ۱۲ سال پیش انباشته شده است. به گونه‌ای که در حال حاضر با عدم تعادل هزینه و

درآمد مواجه هستیم و ادامه این روند به منافع ملی کشور آسیب می‌رساند. مهندس دهناد، سرپرست شرکت مخابرات ایران، ضمن بیان این مطلب افزود: «این شرایط ادامه کار را برای شرکت مخابرات سخت کرده است و آثار منفی آن به تدریج نمایان می‌شود.»

او افزود: «تاخیر وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات در ابلاغ تعرفه‌های جدید، به رغم توافق قبلی برای ما جای تعجب دارد چرا که ما را در خدمات‌رسانی به مردم با مشکل مواجه خواهد ساخت و طرح‌های توسعه‌ای نیز به تدریج متوقف می‌شود.»

سرپرست شرکت مخابرات ایران افزود: «انتظار ما این است که نگاه وزیر به مخابرات پدیده باشد. و در جهت حمایت از برنامه‌های توسعه اقدامات لازم را انجام دهند.»

وی گفت: «این وضعیت، مخابرات را در شرایط خاصی قرار داده است اما به رغم مشکلات موجود خوشبختانه تاکنون رشد مخابرات پس از خصوصی‌سازی قابل توجه بوده است. به گونه‌ای که در سال گذشته بیش از ۲۵۰۰ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری انجام پذیرفته و حدود یک میلیون شماره تلفن ثابت به مردم واگذار شده است.»

سرپرست شرکت مخابرات ایران در ادامه از وزارت ارتباطات خواست در راستای خدمت‌رسانی به مردم عزیز کشورمان، مخابرات را یاری کند تا روند توسعه در حوزه ارتباطات در کشور متوقف نشود.

## تنظیم برنامه منسجم توسعه پهنای باند برای نخستین بار در کشور

به گفته معاون اول رئیس جمهور، برای اولین بار در کشور، برنامه منسجم توسعه شبکه پهنای باند تنظیم و مشخص شد که برای این کار به ۴۰ هزار میلیارد تومان سرمایه گذاری نیاز است و باید بیش از دو سوم آن توسط بخش خصوصی تأمین شود.

در این راستا، شورای عالی فناوری اطلاعات به عنوان نهاد سیاستگذار اجرایی کشور احیاء و فعال شد که موضوعاتی را از جمله توسعه پهنای باند در دستور کار خود قرار داد.

اسحاق جهانگیری با تأکید بر اینکه باید تولید نرم افزار و صادرات خدمات در حوزه فناوری اطلاعات در دستور کار قرار گیرد، اظهار داشت: «ما قادریم با تکیه بر نیروی جوان تحصیل کرده در رشته های آی تی و آی سی تی خود را از تکیه بر درآمدهای نفتی بی نیاز کنیم و اگر همان طور که آقای واعظی گفتنی است برای سال ۹۴ ایجاد ۱۰۰ هزار شغل در حوزه فناوری اطلاعات قابل عملیاتی شدن باشد، باید از ایشان تشکر کرد و در این راستا همه دستگاهها بایستی وزارت ارتباطات را یاری کنند.»



## ظرفیت ADSL در تهران تا پایان سال افزایش می یابد

مدیرکل روابط عمومی شرکت مخابرات ایران گفت: «پیش بینی می شود ظرفیت ADSL در تمام مراکز تهران تا پایان سال افزایش یابد.» دکتر زارعیان با بیان این خبر اظهار کرد: «به منظور افزایش ظرفیت ADSL در تهران و



استان های دیگر می کوشیم طی سال جاری واگذاری ADSL در تهران به روز شود تا به سهولت در اختیار مشتریان قرار گیرد.» وی در خصوص وضعیت ADSL در تهران افزود: «در حال حاضر در تمام مراکز تهران اینترنت پر سرعت وجود دارد و شرکت های ارائه دهنده خدمات اینترنتی نیز در تهران آن را ارائه می دهند، اما ظرفیت ADSL در این مناطق کم یا محدود است و باید افزایش یابد.» سخنگوی شرکت مخابرات ایران گفت: «افزایش ظرفیت ADSL در تمام مراکز تهران تا پایان سال پیش بینی شده است و امیدواریم شرکت مخابرات ایران و سایر شرکت های ارائه کننده خدمات اینترنتی، سرویس بیشتر و بهتری به مشتریان ارائه دهند.»

## باشگاه مشتریان همراه اول راه اندازی شد

به منظور ارائه خدمات ویژه به مشتریان، باشگاه مشتریان همراه اول با نام «باشگاه فیروزه ای» راه اندازی شد.

شرکت ارتباطات سیار ایران اعلام کرد: «در مرحله نخست این طرح، مشتریان سیم کارت های دائمی اپراتور اول با عضویت رایگان در باشگاه فیروزه ای می توانند در ازاء میزان کارکرد پرداخت شده امتیاز کسب کنند و از مزایای عضویت در باشگاه بهره مند شوند.» «مبادله امتیازات کسب شده با بسته ها و هدایای ویژه»، «شرکت در قرعه کشی ها» و «بهره مندی از تخفیفات ویژه محصولات و خدمات شرکت ها و فروشگاه های تجاری و تفریحی طرف قرارداد با باشگاه» از جمله مزایای عضویت همراه اول ها در باشگاه فیروزه ای ذکر شده است. مشتریان سیم کارت های دائمی همراه اول می توانند با ارسال پیام حاوی عدد ۱ به شماره ۸۰۴۷ یا شماره گیری کد #۸\* پس از دریافت پیام خوش آمدگویی به صورت رایگان عضو باشگاه فیروزه ای شوند. همراه اولی ها می توانند برای کسب اطلاعات بیشتر در این خصوص به نشانی [www.mci.ir/customerclub](http://www.mci.ir/customerclub) مراجعه کنند.

## مجلس صلاح مجموعه ارتباطات کشور را مدنظر دارد

نماینده قم در مجلس شورای اسلامی، گفت: «مجلس، نقش نظارتی و تقنینی خود را در این مورد ایفا کرده و در تصمیمات خود، خیر و صلاح کل مجموعه ارتباطات کشور را مدنظر دارد.» امیرآبادی، با تأکید بر اینکه خصوصی سازی، مجدداً نباید به معنای اضافه شدن انحصار حاکمیت دولت باشد؛ اظهار داشت: «شرکت مخابرات ایران طی مراحل قانونی، با بالاترین قیمت فروخته شده و مدیریت آن به بخش خصوصی سپرده شد. بنابراین این بنگاه اقتصادی خصوصی، صرفه و صلاح خود را بهتر از بخش دولتی می داند و به دنبال سودآوری، ارائه خدمات بهتر و بیشتر و بهره گیری است.»

## اینترنت نامحدود مخابرات ارزان شد

شرکت مخابرات استان تهران، در عمل به مصوبه ۱۵۲ کمیسیون تنظیم مقررات رادیویی کشور، از اول خردادماه ۱۳۹۴ تعرفه اینترنت پر سرعت را برای مشتریان قدیمی کاهش داده است. در گذشته مخابرات سرویس ADSL را به صورت نامحدود ارائه می کرد اما از دهه فجر سال ۱۳۹۳ فروش این نوع سرویس متوقف شد و فروش سرویس به مشتریان جدید از نوع نامحدود به حجمی تغییر یافت. پس از این تغییر مشتریان قدیمی مخابرات که از قبل سرویس ADSL را به صورت نامحدود خریداری کرده بودند در شبکه باقی ماندند. اکنون مخابرات تعرفه ADSL نامحدود را برای این دسته از مشتریان تغییر داده است.

پهنای باند	تعرفه اینترنت نامحدود پیش از مهر ۹۲	تعرفه اینترنت نامحدود پس از مهر ۹۲	تعرفه جدید
۱۲۸k	۹۹۲۰۰	۱۲۵۰۰۰	۱۱۸۵۵۰
۲۵۶k	۱۲۵۶۰۰	۱۵۰۰۰۰	۱۴۳۹۰۰
۵۱۲k	۲۰۴۸۰۰	۲۴۰۰۰۰	۲۳۱۲۰۰
۱M	۳۸۳۲۰۰	۴۳۰۰۰۰	۴۱۸۳۰۰
۲M	۷۴۵۶۰۰	۷۴۰۰۰۰	۷۴۱۴۰۰

## سامانه ستاره اول، طرح تابستانی همراه اول

با اجرای طرح تابستانی سامانه ستاره اول، مشترکان اعتباری ودائمی همراه اول می‌توانند با شماره‌گیری کد دستوری ۱#\* از راحت‌ترین روش خرید شارژ برای خود یا مشترک اعتباری دیگر استفاده کنند.

اداره کل ارتباطات شرکت ارتباطات سیار ایران اعلام کرد: «با سامانه ستاره اول که از ابتدای تابستان سال ۹۴ اجرایی می‌شود، تمامی مشترکان اعتباری همراه اول می‌توانند بدون نیاز به ارسال پین، برای خود یا مشترک اعتباری دیگر و همچنین مشترکان دائمی برای مشترک اعتباری دیگر شارژ خریداری کنند.» روش پرداخت به این صورت است که پس از درخواست خرید شارژ، مشترک به درگاه بانک متصل می‌شود و با ارسال شماره کارت شتاب و رمز دوم، پرداخت خود را انجام می‌دهد. در این صورت، اعتبار مشترک مستقیماً افزایش می‌یابد و دیگر به ارسال پین توسط مشترک نیازی نیست.

## راه اندازی ۱۹ دیتاسنتر در بخش دولتی کلید خورد

عضو هیأت‌عامل سازمان فناوری اطلاعات ایران با بیان اینکه امروز در دنیا، امنیت رادر فضای سایبر تنها فیزیکی تامین نمی‌شود، گفت: «برقراری امنیت مرکز داده، بیشتر نرم‌افزاری و مغز افزاری است.» خسرو سلجوقی با اشاره به اینکه تاکنون ۱۹ مرکز داده در بخش دولتی و توسط سازمان فناوری اطلاعات ایران کلید خورده و از لحاظ فیزیکی هفت مورد از آن‌ها به بهره‌برداری رسیده، افزود: «تاکنون در این زمینه ۷۰ میلیارد تومان هزینه شده است.»

وی مشارکت بخش خصوصی و در اختیار گیری مرکز داده را عامل توسعه در کشور عنوان کرد و گفت: «این موضوع بر اساس اصل ۴۴ قانون اساسی حائز اهمیت است.»

عضو هیأت‌عامل سازمان فناوری اطلاعات ایران بر حمایت از بخش خصوصی در این زمینه تأکید کرد و ادامه داد: «تمرکز هزینه‌ها در بخش دولتی و خصوصی بسیار متفاوت است و جایی که دولت وارد فعالیت می‌شود، قیمت تمام شده کالا با بخش خصوصی قابل رقابت نیست.»

## ۷۲۰۰ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری برای توسعه

سرپرست شرکت مخابرات ایران اظهار داشت: «بر اساس مصوبه هیأت‌مدیره این شرکت، مبلغ هفت هزار و ۲۰۰ میلیارد تومان برای توسعه تجهیزات و خدمات در حوزه شبکه و فناوری اطلاعات، در یک برنامه پنج ساله (از سال ۸۹ تا ۹۴) سرمایه‌گذاری شده است.»

مهندس دهناد با تأکید بر اینکه در شرکت مخابرات ایران سرمایه‌گذاری برای توسعه با برنامه‌ریزی صورت می‌گیرد، گفت: «مبلغ سرمایه‌گذاری در حوزه شبکه و فناوری اطلاعات، برای سال جاری ۱۵۰۰ میلیارد تومان برآورد شده است و این رقم در سال آینده تا ۲۷۰۰ میلیارد تومان افزایش خواهد یافت.» وی با تأکید بر اینکه توسعه حوزه فناوری ارتباطات و اطلاعات نیازمند توجه ویژه است، گفت: «برای توسعه فناوری‌های نودر کشور و همگامی با پیشرفت‌های روز دنیا، شرکت مخابرات ایران به سرمایه‌گذاری در این حوزه نیاز دارد.»

## ۵۰۰ تومان در آمد مخابرات تهران از هر خط تلفن ثابت

مدیرعامل شرکت مخابرات استان تهران اعلام کرد: «در حال حاضر هزینه نگهداری هر خط تلفن ثابت برای مخابرات حدود هشت هزار و ۵۰۰ تومان در ماه است در حالی که درآمد ماهانه آن تنها ۹ هزار تومان است؛ همچنین هزینه نگهداری یک خط تلفن همگانی ۳۱ هزار و ۹۰۰ تومان و در آمد ماهانه حاصله حدود ۲۲ هزار تومان است.»

علیرضا صیدی اظهار داشت: «با توجه به رسالت شرکت مخابرات در خدمات دهی به مردم، با وجود زیان ده بودن طرح تجاری تلفن ثابت در کشور و به خصوص در تهران، این حوزه نیز توسعه یافته است و توانسته‌ایم در سال گذشته تعهدات مخابرات استان تهران را در حوزه تلفن ثابت به‌روز کنیم.» مدیرعامل شرکت مخابرات استان تهران افزود: «اگر برای پوشش هزینه‌های دایری و نگهداری تلفن ثابت و میزان درآمد حاصله از این حوزه فکری شود، با توجه به توان موجود در شرکت مخابرات استان تهران، امکان توسعه و ارتقاء کیفیت سرویس‌های تلفن ثابت وجود دارد.»



## نمایشگاه مخابرات و کنفرانس فناوری‌های نوین ارتباطی

### در اصفهان برگزار می‌شود

پنجمین نمایشگاه مخابرات، ارتباطات و صنایع وابسته همزمان با چهارمین کنفرانس فناوری‌های نوین ارتباطی با هدف بررسی آخرین رویدادها در حوزه صنعت مخابرات کشور در محل نمایشگاه‌های بین‌المللی استان اصفهان از ۲۵ تا ۲۹ مرداد ماه ۱۳۹۴ برگزار می‌شود.

این نمایشگاه که با ششمین نمایشگاه تخصصی، دانشگاه‌ها، مراکز آموزش علمی و حرفه‌ای و تجهیزات آموزشی و چهارمین جشنواره دیجیتال اصفهان همزمان شده است، رویدادی سالیانه و منطقه‌ای است که تلاش دارد، حوزه علمی، تجاری، تولیدی صنعت مخابرات، ارتباطات و صنایع وابسته را پوشش دهد.

محورهای مورد توجه در برگزاری این نمایشگاه عبارتند از سرویس و تجهیزات مخابراتی، سرویس‌ها و تجهیزات امنیت ارتباطی، سرویس‌های ارزش افزوده، خدمات موبایل و آموزش شبکه و فناوری انتقال دیتا، سیستم‌ها و تجهیزات انتقال زیرساخت ارتباطات ماهواره‌ای، فناوری شبکه‌های شهری، شبکه‌های هوشمند و شبکه‌های نوری، ذخیره‌سازی داده‌ها و دیتاسنتر، VoIP و... علاقه‌مندان برای کسب اطلاعات بیشتر می‌توانند به وبسایت نمایشگاه به نشانی WWW.LCTC.comtex.ir مراجعه کنند.



## اعلام ظوابط نشریه ارتباطات در انتشار اخبار استان‌ها



نشریه ارتباطات در اطلاعیه‌ای خطاب به روابط عمومی استان‌ها اعلام کرد، از شماره آتی نشریه، با هدف اعمال سیاست خبری واحد، اخبار شرکت‌های مخابرات استان‌ها را بر مبنای گزینه‌های زیر در نشریه درج و منتشر می‌کند:

- ← مصاحبه‌های مدیران عامل یا معاونان شرکت‌های مخابرات استان‌ها
  - ← گزارش دیدار مدیران عامل استان‌ها با نمایندگان ولی فقیه استان، استانداری و نمایندگان مجلس
  - ← برگزاری جلسات هم‌اندیشی، افتتاح‌ها، که مناسبت‌های مهم از جمله مراسم ویژه هفته ارتباطات، هفته دولت و دهه فجر
  - ← موفقیت‌های تحصیلی، ورزشی و غیره همکار یا فرزندان همکاران در سطح ملی.
- بر این اساس، سایر مطالب و اخبار شرکت‌های مخابرات استان‌ها بر اساس موضوع در سایت یا سامانه داخلی شرکت مخابرات ایران درج خواهد شد.

## پروژه جدید انتقال در اصفهان به کار خود پایان داد

مدیر سیستم‌های انتقال شرکت از اتمام پروژه‌های جدید انتقال در استان خبر داد و تأکید کرد: «با اجرای این پروژه و ارتقاء پهنای باند شهرستان‌ها، مشکل مربوط به کندی سرعت اینترنت در شهرستان‌ها حل خواهد شد و از این پس کاربران اینترنت خانگی و مشترکان حقوقی به اینترنت با سرعت مناسب دسترسی می‌یابند.»

مهندس پاکار گفت: «عملیات نصب و راه‌اندازی این پروژه از تیرماه سال ۱۳۹۳ در دستور کار قرار گرفت و در فروردین‌ماه ۱۳۹۴ به بهره‌برداری رسید.» وی افزود: «پهنای باند اینترنت در شهرستان‌های شهرضا، بهارستان، نایین، کوهپایه، داران، گلپایگان، زرین‌شهر، مبارکه، خوانسار، بویین، فریدون‌شهر، چادگان و کاشان از فروردین‌ماه تا ۶ خرداد ۱۳۹۴ ارتقاء یافت.»

مهندس پاکار گفت: «این پروژه با به‌کارگیری سیستم‌های جدید و از طریق فناوری OTN و ASO، واگذاری و تأمین انواع سرویس‌های مورد نظر برای اپراتورهای موبایل و ارتقاء شبکه تلفن ثابت و همچنین دسترسی تمامی نقاط استان، به پهنای باند بالا را فراهم خواهد کرد.» گفتنی است با اتمام عملیات اجرایی این پروژه و بهره‌برداری از آن، پهنای باند اینترنت در شهرستان‌های شهرضا، داران و کاشان به ۱۰Gb/s و بهارستان، نایین، کوهپایه، گلپایگان، زرین‌شهر، مبارکه، خوانسار، بویین، فریدون‌شهر و چادگان، به تک‌Gb/s خواهد یافت.»

## ۵۳ سامانه جدید تلفن همراه در خراسان شمالی

از ابتدای سال جاری تاکنون تعداد ۵۳ سامانه جدید تلفن همراه در نقاط مختلف شهری و روستایی خراسان شمالی نصب و راه‌اندازی شده است. به گفته مدیرعامل مخابرات استان خراسان شمالی این تعداد، سایت‌های شهری روستایی و همچنین سامانه‌های نسل سوم تلفن همراه 3G در استان خراسان شمالی را شامل می‌شود.

## راه‌اندازی بیش از ۱۰۰ سایت تلفن همراه در استان

### کردستان

رئیس هیأت‌مدیره و مدیرعامل شرکت مخابرات استان کردستان از توسعه و راه‌اندازی بیش از ۱۰۰ سایت تلفن همراه خبر داد.



مهندس حکمت‌ضمن اعلام این مطلب افزود: «از این تعداد، ۴۲ سایت در سطح استان توسعه داده می‌شود و تعداد ۷۵ سایت دیگر آن نیز در شهرستان‌های استان راه‌اندازی می‌شود.»

اوباییان اینکه در آینده نزدیک به منظور توسعه خدمات کیفی و کمی، تعداد ۱۱۷ سایت تلفن همراه در سطح استان توسعه می‌یابد و راه‌اندازی می‌شود، خاطر نشان کرد: «رفع مشکلات موجود در زمینه ارائه خدمات به مشترکان تلفن همراه از جمله اهداف شرکت مخابرات استان در راستای اصل مشتری‌مداری است که با راه‌اندازی این سایت‌ها می‌توانیم شرایط استفاده از خدمات باکیفیت را فراهم کنیم.»

مدیرعامل شرکت مخابرات استان کردستان، همچنین اظهار داشت: «راه‌اندازی این سایت‌ها پوشش حداکثری خدمات تلفن همراه به مشترکان سطح استان به خصوص روستاها و نقاط جاده‌ای را به دنبال دارد.» وی افزود: «در سال گذشته نیز با راه‌اندازی ۴۶ سایت در بخش توسعه تلفن همراه توانسته‌ایم برای بهره‌وری بیشتر مشترکان از خدمات همراه اول شرایط مناسبی ایجاد کنیم.»

آزاد حکمت‌یاد آور شد: «در حال حاضر یک میلیون و ۲۰۰ هزار مشترک تلفن همراه در سطح استان از خدمات همراه اول استفاده می‌کنند.» ضرب نفوذ تلفن همراه در استان ۷۷/۰۹ درصد است.

## سرویس «ثابت همراه» در خراسان رضوی راه‌اندازی شد

مدیرعامل شرکت مخابرات خراسان رضوی از بهره‌برداری سرویس ثابت همراه در استان خراسان رضوی برای نخستین بار در مخابرات کشور خبر داد و گفت: «از این پس امکان استفاده از شماره‌های قدیمی برای



مشترکان تلفن ثابت در هر نقطه از استان فراهم شده است.» مهندس ملک جعفریان افزود: «در سرویس ثابت همراه مشکل جابه‌جایی و انتقال تلفن‌های رند و تلفن‌هایی که برای مشترکان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده، مرتفع شده است.»

او تعداد شماره تلفن‌های منصوبه این استان را بالغ بر دو میلیون و ۵۴۰ هزار شماره دانست و افزود: «تعداد مراکز تلفن شهری استان خراسان، یک هزار و ۲۹۱ مرکز است و ۹۶۸ کافونوری، یک هزار و ۸۰۰ سایت BTS، ۱۲ هزار و ۱۴۲ دستگاه تلفن همگانی، دو هزار و ۳۸۳ روستای دارای ارتباط، ۳۰۲ هزار منصوبه پورت دیتا، ۸۶۶ روستای مجهز به ICT و غیره از دیگر شاخص‌های مخابراتی این استان به شمار می‌رود.»

گفتنی است ضرب نفوذ تلفن ثابت استان خراسان رضوی ۳۴/۷۸ درصد و ضرب نفوذ تلفن همراه اول استان ۶۳/۵ درصد برآورد شده است؛ به طوری که مجموع مشترکان تلفن ثابت و سیار این استان بالغ بر شش میلیون و ۲۱۷ هزار نفر را شامل می‌شود.



## برنامه مخابرات برای توسعه یکسان ارتباطات در استان

### تهران

معاون شرکت مخابرات استان تهران درباره برنامه توسعه شبکه مخابراتی در شهرستان‌های استان تهران و البرز اظهار داشت: «توسعه شهرستان‌ها از اولویت‌های اصلی شرکت مخابرات استان تهران است، به طوری که جدیدترین تجهیزات مخابراتی در مناطق پرند،



کهریزک، پردیس، بومهن و شهر قدس اجرا شده یا در حال اجرا است.» مهندس خلیلی گفت: «برای توسعه شبکه مخابراتی در شهر قدس برنامه‌های ویژه‌ای در سه فاز تهیه شده است. با اجرای این برنامه‌ها علاوه بر نوسازی در بخش قابل توجهی از شبکه، بستر کافی برای توسعه نیز ایجاد می‌شود.»

وی توضیح داد: «فاز نخست توسعه و نوسازی شبکه شهر قدس اجرا شده، فاز دوم در دست اجراست و فاز سوم نیز در مرحله مناقصه و انتخاب پیمانکار قرار دارد.»

معاون فنی و مهندسی مخابرات استان تهران تصریح کرد: «هم‌اکنون ۹۳ هزار خط تلفن ثابت و هشت هزار و ۶۰۰ پورت اینترنت پرسرعت (ADSL) در شهر قدس نصب شده است و پس از اتمام سه فاز مذکور در این شهر تعداد خطوط تلفن ثابت به بیش از ۱۰۰ هزار خط و تعداد پورت‌های ADSL به بیش از ۳۰ هزار پورت افزایش خواهد یافت. علاوه بر این پس از اتمام سه فاز توسعه و نوسازی شبکه، ۲۵ تا ۳۰ درصد شبکه بیرونی در این شهر نیز نوسازی و جایگزین می‌شود.»

خلیلی اظهار داشت: «در شهر قدس ۱۵ میلیارد تومان هزینه خواهد شد و پیش‌بینی می‌کنیم تا پایان سال ۹۵ سه فاز توسعه و نوسازی شبکه مخابراتی شهر قدس به طور کامل به اتمام برسد.»

## تسهیل در ارتباط مشتری با تلفن ۵۰۰۰ در اصفهان

ارتباط با مشتریان، حل مشکلات و ریشه‌یابی موضوعات مطرح شده از سوی آنها از طریق واحد اپراتوری صدای مشتری مخابرات استان اصفهان، با شماره تلفن ۵۰۰۰ تحقق یافت.

مسعود بهاریان معاون بازاریابی و فروش مخابرات استان اصفهان در این باره اظهار داشت: «این شماره بدون کد ۰۳۱ برای سامانه صدای مشتری راه‌اندازی شده است که با پیاده‌سازی این سامانه گویا و مجزای برای پاسخگویی هر سرویس، تماس‌های مشتریان در حوزه‌های تلفن ثابت، همراه، اینترنت پرسرعت ADSL و غیره دسته‌بندی می‌شوند.»

## تودیع و معارفه در مخابرات مازندران

مدیرعامل شرکت مخابرات استان مازندران طی مراسمی مهندس محمد قنبرزاده را به عنوان مدیر دفتر مدیرعامل و دبیر هیأت‌مدیره شرکت معرفی کرد و از زحمات عبدالحسین قربانپور تقدیر کرد.

مهندس موسوی در این مراسم با قدردانی از خدمات ۳۰ ساله آقای قربانپور مدیر دفتر پیش‌سین مدیرعامل، از عملکرد خوب مهندس قنبرزاده در ریاست اداره مشتریان ار تباطات سیار تجلیل و او را به عنوان مدیر دفتر معرفی کرد.

## مطالبات شش میلیارد تومانی همراه اول در لرستان

مدیرعامل شرکت مخابرات استان لرستان گفت: «همراه اول شش میلیارد تومان در این استان طلب دارد و مشتریان بدهکار در صورت عدم پرداخت بدهی علاوه بر بدهی خود، باید هزینه‌های ناشی از پرداخت حق الوکاله شرکت



مخابرات را نیز بپردازد.»

مهندس هومان محمودی اظهار داشت: «این مبلغ قابل توجهی است و حق قانونی بیت‌المال است و چنانچه این پول وصول شود نه تنها تعداد جوایز فصلی بلکه جوایز نفیس تری در نظر گرفته می‌شود.»

وی با بیان اینکه اگر این میزان طلب از مردم وصول شود، مناطق بیشتری تحت پوشش قرار می‌گیرند، بیان کرد: «در حال حاضر قیمت سیم‌کارت دائمی ۱۶۵ هزار و ۶۰۰ تومان است و متاسفانه افرادی وجود دارند که سیم‌کارت دائمی دارند اما از آن استفاده نمی‌کنند.»

مدیرعامل شرکت مخابرات لرستان تصریح کرد: «هر چقدر در بستر آی‌تی بیشتر سرمایه‌گذاری شود به همان نسبت هزینه‌های مردم کاهش می‌یابد و هر چقدر کیفیت و سرعت اینترنت بیشتر باشد، مردم بیشتر از خدمات بهره‌مند می‌شوند.» محمودی با بیان اینکه تجهیزات 3G در چندین شهرستان استان نصب شده است، افزود: «مخابرات که شرکتی خصوصی است با مشکل نقدینگی مواجه است و قطعاً درآمدها و کارهای توسعه‌ای آن منوط به پرداخت مردم است.»

## راه‌اندازی شبکه وای‌فای در استان کرمانشاه

مدیرعامل شرکت مخابرات استان کرمانشاه از راه‌اندازی شبکه وای‌فای در این استان و در آینده نزدیک خبر داد و گفت: «شبکه وای‌فای یک شبکه تازه تولد یافته است و در صورت صدور مجوز بهره‌برداری و نیاز مشتریان در اکثر مناطق



شهری و حاشیه شهرها راه‌اندازی می‌شود.»

قبادیان افزود: «پلان نهایی طرح توسط شرکت مخابرات ایران در آینده تهیه و به استان‌ها ابلاغ می‌شود که در صورت اجرایی شدن، مشتریان در هر نقطه که دارای شبکه وای‌فای باشد می‌توانند به اینترنت پرسرعت ADSL (صرف نظر از داشتن کابل یا 3G) وصل شوند.»

## تمدید گواهینامه استاندارد دیزو

### در مخابرات خراسان جنوبی

با برگزاری فرآیند ممیزی مراقبتی، از سوی شرکت گواهی‌دهنده (IMQ)، شرکت مخابرات خراسان جنوبی بار دیگر موفق به تمدید گواهینامه استاندارد ایزو (ISO 9001:2008) شد.

از ویژگی‌های بارز این گواهینامه، اضافه شدن موضوعات رهبری، استراتژی، مدیریت ریسک، مدیریت تغییرات و مدیریت دانش به آن است که قطعاً در کسب امتیاز مدل تعالی سازمان بسیار مؤثر خواهد بود.

از نقاط قوت مندرج در گزارش ممیزی می‌توان به «تخصیص بودجه در آمدی برای هر شهرستان» و «تدوین روش اجرایی یا مکانیسم بررسی طرح‌های توجیهی (امکان‌سنجی)» اشاره کرد.

## معرفی پروژه شبکه NGN/IMS در مخابرات فارس

مدیر عامل شرکت مخابرات فارس در همایش معرفی کاربردی پروژه «شبکه NGN/IMS» گفت: «نزدیک به چهار سال است که از راه‌اندازی سامانه NGN/IMS در شرکت مخابرات استان فارس صحبت بوده و این استان در این زمینه، یکی از سه استان پیشرو کشور است و به عنوان هاب منطقه‌ای جنوب کشور شناخته خواهد شد.» مهندس همتی، عضو هیأت مدیره نیز به عزم مدیران این شرکت بر توسعه تأکید کرد و اظهار داشت: «به رغم وجود مشکلات مالی، همیشه مدیران ارشد شرکت مخابرات فارس از سرمایه‌گذاری در پروژه‌های جدید و به‌روز، همانند این پروژه، استقبال کرده‌اند.» وی افزود: «واگذاری همگانی سرویس، جذب مشترکان جدید و در نهایت بیلینگ یکپارچه، اولویت‌های این شبکه است.»

## مهلت اعتبار کارت‌های تلفن همگانی، تا پایان سال ۹۴

به منظور یکپارچه‌سازی بازار مصرف، تمامی کارت‌های ۲۰ هزار ریالی تلفن ثابت تا پایان سال ۹۴ اعتبار دارند و پس از مهلت تعیین شده باطل می‌شوند. بر این اساس تمامی دارندگان کارت‌های اعتباری تلفن ثابت، فقط تا پایان سال جاری می‌توانند از این کارت‌ها استفاده کنند.

## بهره‌داری از ۱۹۰ کیلومتر فیبر نوری در زنجان

مدیر عامل شرکت مخابرات استان زنجان از افتتاح ۱۲۰ کانال بین‌الملل و بهره‌داری از ۱۹۰ کیلومتر فیبر نوری در استان خبر داد و گفت: «به شبکه انتقال استان زنجان ۱۶ هزار E1 نیز افزوده خواهد شد.» همچنین مهندس نیک نام جدیدی از ورود نسل سوم شبکه ارتباطی به شهرستان‌های ایهر و خرم‌دره خبر داد و گفت: «تلاش داریم تا پایان امسال میزان پوشش اینترنت نسل‌های سوم و چهارم را به میزان قابل توجهی افزایش دهیم.» او طی گزارشی به ۴۰۰۴۶۱ شماره تلفن خانگی با ۹۹۸۴ شماره رشد و ۳۵۳۲۳۰ مشترک تلفن ثابت با ۱۴۸۰۵ مشترک رشد در دولت یازدهم اشاره کرد و گفت: «تعداد ۳۲۵ سایت BTS با ۸۹۴۵۸۴ مشترک تلفن همراه خدمات ارتباطی ارائه می‌کند و ضریب نفوذ تلفن همراه استان به ۸۵ درصد در دولت یازدهم ارتقاء یافته است.»

## کسب جایگاه برتر کمیته نظام پیشنهادات مخابرات

### خراسان شمالی

کمیته نظام پیشنهادات شرکت مخابرات استان خراسان شمالی در سال ۹۳ مقام برتر را در کشور به خود اختصاص داد. مدیر عامل شرکت مخابرات استان خراسان شمالی، با اعلام این مطلب افزود: «این کمیته در سال گذشته، در میزان نرخ مشارکت و نرخ مصوب، مبلغ صرفه‌جویی و درصد اجرای پیشنهادهای کارکنان و پرداخت پاداش طرح‌های ارایه شده، در بالاترین جایگاه قرار گرفت.» مهندس محمد سالاری تأکید کرد: «هدف از تشکیل کمیته نظام پیشنهادات ایجاد زمینه‌ای برای مشارکت فکری کارکنان در امور سازمان و در واقع توسعه ارزش‌های انسانی تمامی کارکنان و استفاده از هوش، استعداد و خلاقیت آنها در راستای اهداف شرکت و افزایش کارایی و بهره‌وری آنها است.»

## جلسه مدیران دولتی با کارگزاران مخابراتی دفاتر

### روستایی ایلام

در جلسه هم‌اندیشی و توجیهی نحوه عملکرد کارگزاران دفاتر خدمات روستایی استان ایلام، نحوه خدمات‌رسانی و ارائه خدمات با امنیت ارتباطی بیشتر مورد بررسی قرار گرفت.



در این جلسه که مهندس رستمی، معاون پشتیبانی نیروی انسانی استانداری، سرهنگ کسانی فرمانده پلیس فتا و تمامی کارگزاران دفاتر خدمات روستایی استان ایلام حضور داشتند، مهندس اسدی، مدیر عامل شرکت مخابرات استان، نیز، موفقیت این شرکت را در کسب رتبه اول کشوری در حوزه‌های بازاریابی، فروش و خدمات همراه اول مرهون زحمات تمامی همکاران دانست و از آنها تقدیر کرد.

### اخبار کوتاه

- ◀ مدیر عامل شرکت مخابرات ایران و مدیر ارتباطات رادیویی استان قزوین با نماینده ولی فقیه استان حجت‌الاسلام عابدینی، نماینده ولی فقیه در استان و امام جمعه قزوین دیدار و گفت‌وگو کردند.
- ◀ جلسه ویژه‌ی تعالی سازمانی به منظور ابلاغ تکالیف مربوط به گروه‌های پنج‌گانه شناخت و تحلیل محیط بیرونی شرکت مخابرات استان سمنان، برگزار شد.
- ◀ دومین جلسه شورای فرهنگی مخابرات استان لرستان در سال ۹۴ با حضور مدیر عامل، اعضای شورا و ائمه‌جماعت شرکت تشکیل شد.
- ◀ معاون امور عمرانی استانداری و مدیر کل نوسازی مدارس استان قزوین، از مهندس پور شاکر مدیر عامل شرکت مخابرات استان تقدیر کرد.
- ◀ طی نشست با حضور مهندس مقوم مدیر عامل شرکت مخابرات استان یزد، مسائل و مشکلات حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات مهریز در محل فرمانداری این شهرستان بررسی شد.
- ◀ نخستین جلسه کمیته مسئولیت‌های اجتماعی شرکت مخابرات استان سمنان، با حضور دکتر شریعت‌برگزار شد.
- ◀ در نشست بانوان شرکت مخابرات استان لرستان با مدیر عامل شرکت، به مشکلات و مسائل بانوان شرکت پاسخ داده شد.
- ◀ معاون امور ورزش بانوان وزارت ورزش، با اهداء لوح تقدیر، از مژگان لطف پوری کارشناس بخش دیتای شرکت مخابرات استان کردستان به عنوان نخبه و فعال ورزشی تجلیل کرد.
- ◀ در ارزیابی جامع عملکرد حوزه ارتباطات سیار طی سال ۱۳۹۳، شرکت مخابرات استان لرستان موفق به کسب رتبه سوم در کل کشور شد.
- ◀ اعضای گروه کوهنوردی شرکت مخابرات استان سمنان موفق شدند طی یک برنامه پنج‌روزه به دومین قله مرتفع استان کرمان (قله ۴۳۶۰ متری لاله‌زار) صعود کنند.
- ◀ شرکت مخابرات استان زنجان در راستای صیانت از حریم امنیت عمومی از سوی استانداری زنجان مورد ارزیابی قرار گرفت. همچنین فعالیت‌های امور بانوان در راستای ترویج فرهنگ حجاب و عفاف به بازرسان استانداری اعلام شد.
- ◀ آقای مهدی محمدی فرزند علیمرد محمدی، همکارمان در مخابرات استان ایلام، موفق به اخذ گواهینامه «اختراع هواپیمای ملتی‌گوپر» شد.

گفت و گو با سردبیر پیشین نشریه ارتباطات

# بیشترین دلخوشی من به همکارانم بود



گفت و گو با یک ادیب روزنامه نگار، آن هم کسی که در طول خدمت کاری خود صدها مصاحبه انجام داده، بسیار دشوار است؛ کسی که هر روز می نویسد و نوشته های دیگران را ویرایش می کند؛ کسی که افزون بر گزارش ها و مقاله هایی که برای مجله ارتباطات می نوشت، با برخی از سایت ها و نشریات دیگر هم همکاری داشت؛ او کسی نیست جز محمدعلی چراغی. به بهانه بازنشسته شدن او، به منزلش رفتیم و ساعتی کپ زدیم خارج از چارچوب های معمول اداری.

## از پیشینه کاری خودتان بگویید.

از ابتدای اشتغال در شرکت مخابرات ایران، در روابط عمومی بودم. اما در بخش های مختلف از جمله اداره تحقیقات و مطالعات، برنامه ریزی و پژوهش، دفتر مدیریت و در سمت های مختلف فعالیت کردم. آخرین سمت هم رئیس اداره انتشارات بود. با استاد فریدون مشیری شاعر بزرگ نیز همکاری داشته ام که زمانی سردبیری ادبی مجلات تهران را بر عهده داشت، مدیرکل روابط عمومی شرکت مخابرات ایران بود و کتاب گزیده اشعارش را در خرداد سال ۱۳۵۴ با دست خط خود به من اهداء کرد که هنوز آن را دارم.

## آیا در طول دوران خدمت خود، از کارتان راضی بودید؟

بیشترین دلخوشی من به همکارانم بود. بسیاری از دوستان و همکاران خوب و فرهیخته، سرمایه های معنوی انسان هستند. به اعتقاد من باید فضای خشک کاری را با عشق و علاقه به محیطی صمیمی تبدیل کرد. محبت دوستان و همکاران را باید حس کرد. کار در روابط عمومی به خصوص انتشارات، به عشق و علاقه نیاز دارد و من این حس را داشتم؛ بنابراین این کار گروهی و خروجی کار و ماندگاری آن در قالب یک نشریه و دیدن محصول زحمات خود، عشق و علاقه ایجاد می کند.

## چند و چون فضای کار روابط عمومی به خصوص انتشارات چگونه است؟

فعالیت در این حوزه به خصوص به دلیل ماهیت کار و حساسیت های آن مثل دغدغه حفظ کیفیت، سرعت و محتوا و شکل، با اضطراب و دلهره و تکانها همراه است. به همین دلیل همه کس را برای کار در این حوزه نیست. از طرفی کار انتشارات، گروهی است و معمولاً ایرانی ها اگر در کارهای انفرادی توفیق دارند، در کار گروهی موفق نیستند؛ چرا که روحیه گروهی و تعامل لازم را ندارند و هماهنگ کردن کسان به کار گروهی در انتشارات و القاء حساسیت و کیفیت کار به کارکنان این حوزه و برانگیختن عشق و علاقه در افراد، تدبیر و تدبیر و هنر می خواهد؛ تسلط داشتن مدیر مجموعه انتشارات به کار و چند و چون آن از آغاز تا انجام، نیز ضرورت تام دارد. مدیر انتشارات باید در همه جزئیات و کلیات انتشارات توانا تر و آگاه تر و چیرتر و خیرتر از سایر و همکاران باشد، به تقسیم کار و القاء اعتماد به نفس به کارکنان اعتقاد داشته باشد؛ در عین حال همه جزئیات و کلیات کار را زیر نظر و کنترل داشته باشد.

## چند سال دارید و در چه رشته های تحصیل کرده اید؟

۶۳ سال دارم، متولد شهرستان زرن در استان مرکزی هستم و با اینکه دیپلم رشته علوم تجربی (طبیعی آن زمان) بوده و به رشته های فیزیک

و شیمی آلی و زمین شناسی علاقه داشتم، لیسانس روابط عمومی و علوم اجتماعی و بعدها ضمن کار، فوق لیسانس رشته ادبیات تطبیقی - هر دو از دانشگاه علامه طباطبائی - گرفتم.

## چند تا فرزند دارید؟ نام و وضعیت کار و تحصیلات و از دواج شان چگونه است؟

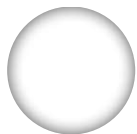
سه تا فرزند پسر دارم. فرزند اولم سروش، دارای مدرک فوق لیسانس مهندسی عمران از دانشگاه صنعتی شاهرود است، فرزند دوم کاوه، لیسانس فیزیک از دانشگاه تهران و فوق لیسانس رشته ژئوفیزیک است و فرزند آخرم هومن هم دارای فوق لیسانس رشته معماری از دانشگاه شهید بهشتی است و لیسانس او، در همین رشته از دانشگاه تهران است. فرزند دوم از دواج کرده و سومی در شرف از دواج است.

## کمی از دوران دبیرستان خود بگویید.

زمانی که در دبیرستان بودم، چند رشته را خیلی دوست داشتم: فیزیک فضا، شیمی آلی، زمین شناسی، زبان شناسی و زبان های باستانی و روزنامه نگاری. اما وقتی بعد از گرفتن دیپلم، دفترچه انتخاب رشته کنکور را اگر فتم و رشته روزنامه نگاری را دیدم، همه رشته های مورد علاقه ام یادم رفت.

## دوران دانشگاه را چگونه گذرانید؟

در دانشگاه که به شوق رشته مطبوعات رفته بودم، با اصطلاح «روابط عمومی» آشنا شدم. سال اول دانشگاه را با رشته مطبوعات و رادیو تلویزیون گذراندم. در سال دوم دانشگاه به سراغ دکتر اسد معتمدنژاد، مدیر آموزش که برادر استاد گرانقدر شادروان دکتر معتمدنژاد بود، رفتم و موضوع تغییر رشته خودم را مطرح کردم. اما ایشان از تصمیم من برای تغییر رشته تعجب کرد. در نهایت از روزنامه نگاری به روابط عمومی تغییر رشته دادم. چون



محمد رضا جهانگیری  
حمیدرضا اکبرنژاد  
فاطمه جمارانی

باشید، حد اکثر می‌توانید افرادی را در ارتباط با یک موضوع - مثبت یا منفی - بر انگیزید یا احساساتشان را تحریک کنید و پس از چندی فراموش شود؛ اما نوشته ماندگار است و می‌توان به آن استناد کرد و اگر چاپ شود که به طریقی اولی، در تاریخ ماندگار می‌شود و تاریخ و جغرافیا را در می‌نوردد و آیندگان در مورد نوشته شما داوری خواهند کرد. پس روابط عمومی‌ها و ارتباط‌گران باید نگارش را خوب بیاموزند. صداقت و صراحت و شفافیت باید خصلت همه کارشناسان روابط عمومی باشد. اصولاً روابط عمومی را خانه شیشه‌ای (یعنی شفاف که درون آن پیداست) و مهندسی اجتماعی می‌دانند؛ این تعبیر، عنوان یکی از مقالات بنده است که طی سال‌های ۱۳۷۷ در مجله ارتباطات چاپ شد.

### یک خاطره بر ایمان تعریف کنید.

خاطرها مانند بچه‌های انسان هستند و نمی‌توان بین آنها فرق گذاشت اما اختصاراً به یکی از آنها اشاره می‌کنم.

در سال ۷۰ مسئولیت فصلنامه تمبر به من واگذار شد. به جز مرحله چاپ، تمام کارهای این فصلنامه را انتهایی انجام می‌دادم. حدود دو شماره از چاپ این مجله می‌گذشت که آقای بهروز حسنخان، از همکاران اداره انتشارات آن زمان به من گفت رئیس جدید اداره انتشارات منصوب شده است. هر چند این خبر را شنیدم اما به دلیل کار زیاد برای عرض خیر مقدم به دیدن رئیس جدید اداره نرفتم تا روزی که در اتاقم مشغول کار بودم. شخصی وارد اتاقم شد که یک خودکار و یک دفترچه در دست داشت. از من پرسید: شما آقای چراغی هستید؟ گفتم بله.

گفت: من زارعیان مسئول اداره انتشارات هستم. به ایشان خوش آمد گفتم و پس از کمی پرس و جو در خصوص کار اتاق را ترک کرد. حقیقتاً بر خورد ایشان روی من اثر گذار بود. چون این وظیفه من بود که به سراغ وی بروم. اما او با کمال فروتنی نزد من آمد. با وجودی که ۲۰ سال با دکتر زارعیان کار کردم اما هرگز بین ما رابطه رئیس و مرئوس نبود.

### شما به چه چیزهایی بیشتر علاقه دارید؟

به هر چیزی که به من آرامش بدهد، علاقه دارم؛ بنده هر گاه آرامشی احساس می‌کنم، صمیمانه خدا را سپاس می‌گزارم و آرامش من در نبود هر گونه دغدغه فردی، اجتماعی، خانوادگی و خویشاوندی است. هر گاه رویداد ناهنجاری درباره هر کس و هر جامی شنوم، آرامشم مختل می‌شود. بعضی اوقات، برخی از پدیده‌ها به من آرامش می‌دهد. خرسندی دیگران به خصوص هنگامی که خود گرهی از کار کسی بگشایم و آرامش او حاصل شود، برایم آرامش به همراه دارد. مطالعه کتاب، دریافتن هر نکته نود ارتباط با زندگی و جهان هستی و روابط و تعاملات با دیگران، به من آرامش و نشاط می‌دهد. موسیقی، موسیقی اصیل به من آرامش می‌دهد؛ گردش، مصاحبت با دوستان همگن سبب آرامش من می‌شود. هنرها از جمله، خوشنویسی به من آرامش می‌دهد. اصولاً نوشتن که گونه‌ای آزادسازی انباشته‌های ذهنی است، به من آرامش می‌دهد؛ می‌دانید، «تحریر» به زبان عربی، یعنی نوشتن؛ و تحریر یعنی آزاد ساختن. اما به طور ملموس بگویم که مطالعه، مصاحبت با بستگان، خویشان و دوستان همگن، نوشتن و انتشار نوشته در رسانه‌های مکتوب یا الکترونیکی و ارتباط و تعامل حضوری یا مجازی اندیشگی با دیگران، سفر، آموختن و آموزش دادن یا شاگردی و معلمی، تمام اینها کارهای مورد علاقه من هستند.

### کدام یک از هنرها را دوست دارید؟ به موسیقی یا ورزش علاقه دارید؟

عموم هنرها را به دلیل ارتباط تمام هنرها به هم دوست دارم: موسیقی، خوشنویسی، مینیاتور، نقاشی، شعر، قالی و معماری را - که هم مهندسی است و هم با فرهنگ و هنر و افکار عمومی و روانشناسی و شهرسازی



خیلی تعریف و تمجید این رشته را شنیده بودم و فکر می‌کردم مطبوعات، مثل رشته طبیعی دبیرستان است و روابط عمومی مثل ریاضی. بعد از اخذ مدرک کارشناسی در این رشته، پس از گذراندن کنکور استخدامی و حضور در آزمون‌های استخدامی چند سازمان، سر از شرکت مخابرات ایران در آوردم و در روابط عمومی آن مشغول به کار شدم. در طول دوران کاری خود هم مدرک کارشناسی ارشد رشته ادبیات تطبیقی را گرفتم.

### چرا بازنشسته شدید؟

خداوند روحیه‌ای به من داده که تا زنده هستم کار کنم اما به خاطر رسیدگی به امور اقتصادی فرزندان و خانواده‌ام تصمیم گرفتم بازنشسته و از مزایای تشویقی آن بر خوردار شوم، تا بتوانم تجدید قوایی کرده باشم.

### چه برنامه‌ای برای بازنشستگی خود دارید؟

در حال حاضر برنامه خاصی ندارم، شاید کار روزنامه‌نگاری کنم، شاید هم ضمن نویسندگی به گشت و گذار با خانواده بپردازم. یک مرکز پژوهشی برای کار دعوت به همکاری کرده است و شاید از همین فراهمکاری ام را با آن آغاز کنم. فکرها و طرح‌های دیگری هم دارم؛ راه‌اندازی یک دفتر آئی تی یا کتابفروشی و مرکز فروش فرآورده‌های فرهنگی یا گرفتن مجوز نشریه و غیره؛ از طرفی چندین کار پژوهشی نیمه‌کاره در قالب کتاب دارم که سال‌هاست مانده و دوست دارم آنها را تکمیل کنم و به چاپ برسانم. خیلی دلم می‌خواهد تفریحم، گشت و گذار به سراسر کشورم ایران باشد و اگر بتوانم به چند کشور خارجی هم سری بزنم.

### تاکنون چه تألیفاتی داشته‌اید؟

بیشتر نوشته‌ها و مقاله‌هایم در مطبوعات پرتیراژ کشور و مجلات چاپ شده؛ که عموماً اجتماعی، فرهنگی، ادبی و با رویکردهای پژوهشی بوده است. چند عنوان مقاله پژوهشی ام در دانشنامه ادب فارسی چاپ شده است. چند عنوان کار منتشر شده دارم که شاید بتوان بر آنها عنوان کتاب گذاشت، از جمله کتاب جست‌وجوی مفاهیم بهره‌وری در ادب پارسی (دوره رودکی)، کتاب حدیث غدیر (مجموعه احادیث علوی که مورد بحث و تحلیل قرار گرفته است)، توسعه و مخابرات، مُد و مصرف و کتاب دانشنامه خرغان (که با یکی از دوستان به طور مشترک تألیف کرده‌ایم) و مجموعه دفترهای زرنده‌شناسی (مربوط به شهرستانم زرنده خرغان) که در ۵۶۰ صفحه‌لی آوت شده، آماده چاپ است. کارهای نیمه‌کاره فراوانی دارم.

### چه نکاتی را برای همکاران روابط عمومی توصیه می‌کنید؟

یک کارشناس روابط عمومی باید یا خوب سخن بگوید یا خوب بنویسد. اگر در هر دو آن تبحر داشته باشد که چه بهتر. اما به نظر بنده، نوشتن بر سخن گفتن ارجح است؛ چرا که سخن گفتن، اگر شما خطیب زبان آور و ورزیده‌ای

## اعضاء کمیته ارتقاء سلامت نظام اداری و مقابله با فساد

### اداری مشخص شدند

به دنبال اجرای قانون ارتقاء نظام سلامت اداری در شرکت مخابرات ایران، کمیته ارتقاء سلامت نظام اداری و مقابله با فساد اداری در شرکت تشکیل و اعضای آن انتخاب و معرفی شدند. طی احکام جداگانه‌ای به امضا مهندس دهناد، سرپرست شرکت مخابرات ایران، آقایان دکتر داوود زارعیان مدیر کل ارتباطات شرکتی، کمال بیگدلی معاون مالی و پشتیبانی مدیر عامل، وحید امینی مدیر کل حراست مرکزی، محمد علی باطنی معاون توسعه سرمایه انسانی مدیر عامل، یوسف احدی مدیر کل حقوقی و امور مجلس و نادر صابری و نذ مشاوری مدیر عامل و مدیر کل بازرسی و نظارت به عنوان اعضای کمیته ارتقاء سلامت نظام اداری انتخاب شدند.

### انتصابات در شرکت مخابرات ایران

طی احکام جداگانه‌ای به امضا سید اسدالله دهناد، سرپرست شرکت مخابرات ایران، انتصابات زیر صورت گرفت:

- ← عبدالرضا ناجی، به عنوان عضو اصلی کمیته انضباطی کار شرکت مخابرات استان تهران
  - ← حمیدرضا خاچی، به عنوان عضو اصلی کمیته انضباطی کار شرکت مخابرات استان تهران
  - ← رمضان میرزایی، به عنوان عضو اصلی کمیته انضباطی کار شرکت مخابرات استان مرکزی
  - ← عبدالحمید حسین پوری، به عنوان عضو اصلی کمیته طبقه‌بندی مشاغل شرکت مخابرات استان بوشهر
  - ← کریم باوی به عنوان عضو اصلی کمیته انضباطی شرکت مخابرات استان خوزستان
  - ← محمدرضا ادیبی سده به عنوان عضو اصلی کمیته انضباطی کار شرکت مخابرات استان تهران
  - ← سیدرهام حسینی به عنوان مدیر عامل شرکت مخابرات استان هرمزگان
- در احکام جداگانه‌ای به امضاء محمد علی باطنی معاون توسعه سرمایه انسانی مدیر عامل انتصابات زیر صورت گرفت:
- ← مهدی سرگلزایی به عنوان سرپرست اداره بازرسی عملیات
  - ← روزبه امیری دهخوارقانی به سمت سرپرست اداره بازرسی و تدوین مصوبات هیأت مدیره و امور مجامع شرکت‌های تابع

### اصلاح و بوزش

در شماره ۲۲۲ مجله ارتباطات (اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۴)، شعری از استاد دکتر سیدعلی موسوی گرمارودی چاپ شد که در آن نام شاعر از قلم افتاد و یک مصرع نیز ناقص درج شده بود. از آن شاعر گرانمایه و از خوانندگان عزیز، صمیمانه پوزش می‌طلبیم.

ای سمن باغ خداوندگار  
آنچه ز گل نیک‌تر آمد به باغ  
سرو، غلام قد ناژوی توست  
عقل جهان، کم به ترا زوی توست  
باغ گل خلق تو و خوی توست  
عقل تو سرمایه سنگین وحی

مرتبط است - دوست دارم. موسیقی سنتی ایرانی، موسیقی محلی ایرانی و موسیقی کلاسیک غربی را دوست دارم. از میان ورزش‌ها والیبال را و اگر شطرنج را - که یک ورزش ذهنی است - ورزش بدانیم، دوست دارم. پیاده‌روی فعلاً تنها ورزش عملی من است و در این سال‌های اخیر عموماً از خانه تا اداره پیاده‌می‌رفتم که ۵۵ دقیقه طول می‌کشید.

### جایگاه و پایگاه روابط عمومی و چالش‌ها و تهدیدهای آن را چه می‌دانید؟

روابط عمومی همان‌گونه که از نامش پیداست، وظیفه برقراری ارتباط با مخاطبان را دارد؛ روابط عمومی آن‌گونه که عرض کردم «خانه شیشه‌ای و مهندسی اجتماعی» است. یعنی شفافیت و پیدایش درون سازمان از راه خود، از عمده‌ترین ویژگی‌های آن است و باید مدیران ارشد سازمان را به ضرورت این شفافیت متقاعد کند که هر چه سازمان با مردم روراست‌تر باشد، اعتبار افزون‌تر و اعتماد بیشتری نزد جامعه دارد. روابط عمومی مهندسی اجتماعی نیز هست؛ مهندس یعنی هندسه‌دان، کسی که اندیشه علمی و ریاضی‌وار دارد و هندسه (معزب اندازه) دانش دقیق در سنجش و اندازه‌گیری و شناخت نقطه و خط و سطح و حجم و روابط اینها و ویژگی‌های دیگر است. کارشناس و مدیر روابط عمومی نیز مانند مهندس، باید اجتماع رامهندسی کند و دقیق بشناسد و افکار عمومی را بسنجد و بتواند روابط سازمان با افکار عمومی را تنظیم کند و اعتدال بخشد. روابط عمومی برای رسیدن به اهداف و رسالت‌های برحق سازمان، فنون (تکنیک)‌هایی دارد که همه خصلت ارتباطی دارند: برگزاری سمینار، نمایشگاه، فیلم و تصویر، وب‌گاه و وبلاگ و پایگاه‌های الکترونیکی و اینترنتی، سامانه‌های پاسخگویی اینترنتی و الکترونیکی، رسانه‌های چاپی و نوشتاری و گفتاری (رادیو) و دیداری (تلویزیون) و انتشارات مکتوب (نشریه و بروشور و پوستر و کتابچه و جزوه و تراکت) و الکترونیک. اگرچه رسانه‌های گفتاری و شنیداری و دیداری، برد فراگیر دارند، انتشارات مکتوب و چاپی، زمان و مکان را درمی‌نوردند و در تاریخ ماندگار می‌شوند و از این جهت نیز قابلیت استناد و حساسیت دارد.

روابط عمومی به دلیل تأثیر راهبردی و فراگیر خود، قاعدتاً باید در کنار مدیریت ارشد سازمان قرار گیرد و پیوسته در نقش مشاور صدیق و صمیم سازمان، مورد اعتماد و اعتبار باشد. روابط عمومی با داشتن کارشناسان مجرب و کارآزموده و اندیشه‌مندان و متخصصان و معتقد به مسئولیت‌های اجتماعی و عرضه رهنمودهای اثربخش، در همه زمان به ویژه در زمان‌های بحران سازمان، نقش مؤثر و تعیین‌کننده برای سازمان ایفاء کند.

از عمده‌ترین چالش‌ها و تهدیدهای روابط عمومی در ایران، ضعف اعتقادی مدیران ارشد سازمان‌ها به نقش این نهاد است. هرگاه روابط عمومی بتواند حقانیت خود را به عنوان یک نهاد سودمند و بازوی توانای سازمان اثبات کند و در اندیشه مدیران چنین باوری را شکل دهد، در آن صورت می‌تواند بر چالش‌ها چیره شود ●



در نشست تخصصی مدیریت زمان مطرح شد

# تعیین چشم انداز و برنامه توسعه شخصی بهترین ذخیره کننده های زمان



چشم انداز ممکن است با واسطه به سازمان برگردد و ممکن است نه. مثلاً من یک طرح توسعه شخصی برای خود دارم و در این طرح شناسایی می‌کنم که سازمان متبوعم چه جایگاهی دارد. غیر از آن قرار است در چارچوب و ساختار مشخصی حرکت کنم که اصطلاحاً به آن مأموریت می‌گویند. در واقع مأموریت، همان جاده و مسیری است که برای رسیدن به مقصد خود چاره‌ای جز طی کردن آن ندارید. قدم بعدی، آنالیز SWOT است که شامل شناسایی نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها می‌شود. هر کدام از ما در برنامه‌ریزی بلندمدت شخصی خود، با چهار آیتم یا الگو مواجهیم. از این آنالیز دو مورد نقاط قوت و ضعف به خود شخص برمی‌گردد و فرصت‌ها و تهدیدها به محیط پیرامون برمی‌گردد که در واقع فرصت‌ها و تهدیدها توسط شخص قابل کنترل نیست.

در مورد فرصت و تهدید، باید از خود ایفاء نقش کنید و از سویی خود می‌توانید زمینه ایجاد قوت و ضعف را در خود بسنجید. پس

گاز و نیروگاه نیز تجربه داشته است. همچنین برگزاری دوره‌های مختلف آموزشی برای بیش از شش هزار مدیر را در کارنامه حرفه‌ای خود دارد. مباحث حرفه‌ای مدیریت در زمینه‌های مختلف، همیشه نکته‌ها و اصولی نو برای استفاده و بهره‌گیری دارد. فرهاد رجبی در این مجال به موضوع مدیریت بهینه زمان و بحث‌های مربوط به آن پرداخته است. برنامه‌ریزی، داشتن مأموریت و چشم انداز، تعیین مسیر شغلی بر مبنای توانایی‌ها، علایق و مهارت‌ها و غیره از جمله اصول کلیدی در، در اختیار داشتن زمان به عالی‌ترین شکل ممکن است.

## مأموریت و چشم انداز در طول مسیر

فرهاد رجبی بحث خود را با بررسی جایگاه چشم انداز و مأموریت (VISION & MISSION) در زندگی افراد شروع کرد و گفت: هر کدام از ما در طول زندگی باید چشم اندازهای خود را داشته باشیم. چشم انداز شما از کار کردن در مخابرات چیست؟ این

## فصل

جدید دوره‌های آموزشی برای مدیران و کارکنان، در مرکز یادگیری و توسعه شرکت مخابرات ایران با نشست تخصصی مدیریت زمان در تاریخ ۵ اردیبهشت ۱۳۹۴ به صورت ویدئوکنفرانس آغاز شد.

فرهاد رجبی مدرس این دوره، دانش آموخته مهندسی سیستم با دو گرایش انرژی و اقتصادی اجتماعی است. دوره بین‌المللی رهبری مدیران (coaching of leaders) را گذرانده و دوره PMP یا مدیریت حرفه‌ای پروژه را در سطح دکتری گذراند. در حال حاضر، مشاور استراتژیک دانشگاه تهران، مشاور پالایشگاه اصفهان و مشاور حوزه‌های علمیه خارج از کشور است و در حوزه نفت و



زهرادوست محمدیان

باشناسایی توانایی‌های افراد، مسیر آینده شغلی هر کس تعیین می‌شود و ردیف‌های شغلی بر اساس مهارت‌ها و توانایی‌های درست تعیین خواهد شد

کند. تصمیم‌گیری عاقلانه در مورد اینکه از این به بعد چه کارهایی را نباید انجام داد، همان تنبلی سازنده یا مثبت است که از اتلاف زمان جلوگیری می‌کند.

معمولاً مسائلی مثل اولویت‌های مبهم، استرس و خستگی، نبود برنامه‌ریزی، ناتوانی در نه گفتن و به هم ریختگی امور شخصی آفاتی است که در خود فرد باعث اتلاف زمانش می‌شود.

برخی آفات مربوط به خود و مؤثر در اتلاف وقت این عوامل است: عمل بدون فکر، کنج‌کاوی و دخالت غیر ضروری، عدم اطلاع (نمی‌دانم در هر کار)، پرحرفی، تعارف و رودربایستی، خستگی، فشارهای روانی قرن ۲۱، تصویر یا ذهنیت منفی از خود داشتن؛ علاوه بر این ذهنیت‌گرایی و مشغولیت ذهنی مانعی برای تمرکز و توجه کافی به کار است. بدخلقی نیز تأثیر منفی در مدیریت وقت و بهره‌کاری دارد. برخی عوامل اتلاف وقت توسط دیگران نیز کار دیگران، مراجعات (در دسترس بودن)، گپ‌های دوستانه، جلسات طولانی و بی‌ثمر و غیره هستند.

مردم اغلب برای اینکه از مدیریت زمان چیزی نمی‌دانند و در برنامه‌ریزی تنبل هستند و بیشتر دوست دارند در دقیقه ۹۰ و با هیجان زیاد کار را انجام دهند و همچنین چون از مدیریت بحران لذت می‌برند، زمان خود را مدیریت نمی‌کنند.

#### چطور یک فایل را می‌خورند؟

برای انجام کارهای بزرگ و برای اینکه حجم بالای آن شما را به تنبلی نیندازد و مایوس نشوید آن را به کارهای کوچک تقسیم کنید و تکه تکه و آرام هر بخش را پیش ببرید. اغلب ممکن است تمام روز شلوغ باشید اما در نهایت کار مفیدی انجام نداده‌اید، چون از مدیریت زمان یادگیری نداشته‌اید.

#### برای برنامه‌ریزی در کارهای شخصی

۱. فهرستی اصلی از تمام کارهایی که در آینده دور یا نزدیک باید انجام دهید، تهیه کنید.
۲. فهرستی ماهیانه که در پایان هر ماه برای ماه آینده تنظیم می‌کنید، تهیه کنید.
۳. فهرستی هفتگی تهیه کنید که در آن تمام هفته را از قبل برنامه‌ریزی کرده‌اید.

**موانع اصلی از تباطو غیر مؤثر، تحریف اطلاعات، برداشت شخصی به جای واقعیت، برداشت‌های نادرست، رفتار نامناسب، پرسش نابجا و مجادله است**

از آن کارهای کم‌اهمیت و کارهای روزمره تا ساعت سه و چهار بعد از ظهر انجام می‌شود. دوباره از ساعت چهار بعد از ظهر تا شش و هفت زمان انجام کارهای مهم و پیچیده است.

هنگامی که کار جدیدی به شما داده می‌شود:

۱. یک لحظه صبر کنید.
  ۲. اهمیت و فوریت آن را بسنجید.
  ۳. اولویتی به آن بدهید.
  ۴. به آن رتبه‌ای (در اولویت‌بندی) بدهید.
- اگر در جریان کار چیزی به شما الزام شود که در راستای استراتژی فردی شما نیست، چه می‌کنید؟ راه‌هایی وجود دارد از جمله، مذاکره، هنر نه گفتن و بهتر از آن اینکه از قبل برنامه‌های شخصی خود را به سازمان اعلام کنید. در این صورت اگر روزی مدیریت، کاری خارج از برنامه و اولویت به شما واگذار کرد، طبق برنامه قبلی ارائه شده، از کارهای برنامه‌ریزی شده عقب نخواهید افتاد. در برنامه‌ها ضمانت رسیدن، معنادار نیست ولی در هدفگذاری استراتژیک، ضمانت رسیدن، معنی دار است، چون در این مرحله محیط را تحلیل می‌کنیم.

یک نکته مهم در مدیریت زمان آن است که بیش از حد به تکنیک‌های سابق در کارها اطمینان نکنید. به تناسب هر پروژه (کلان یا خرد) تکنیک‌ها باید تغییر کنند. اتلاف‌کنندگان زمان را نیز شناسایی کنید. وجود چنین مواردی در روند کارها، نشانه مدیریت ضعیف زمان است.

تمام آدم‌ها مثل هم نیستند و مثل هم فکر نمی‌کنند. ۱۶ تیپ شخصیتی متفاوت وجود دارد. اگر تیپ شخصیتی خود و دیگران را بشناسید، قطعاً در محیط کار و زندگی بهترین نوع مدیریت زمان را خواهید داشت. افراد عملگرا، پیگیر، برنامه‌ریز، تحلیلگر و غیره هر کدام برای کار و مسئولیت خاصی ساخته شده‌اند.

#### عوامل اتلاف وقت

گرچه عوامل اتلاف وقت، بخشی مربوط به خود فرد، بخشی مربوط به دیگران، بخشی مربوط به اتفاقات پیرامون و بخشی هم به خاطر به تعویق انداختن و طفره رفتن است اما به روشنی پیداست ریشه اصلی اتلاف وقت در خود فرد نهفته است. اگر فرد خود را کنترل کند، دیگران و اتفاقات نمی‌توانند در اتلاف وقت او تأثیری عمده داشته باشند. غفلت از ارزش زمان و اشتغال به امور غیر ضروری، دو عامل اصلی در بروز آفت وقت است. برخی آفات مربوط به خود: بی‌نظمی، تنبلی، عجله، قبول کار بیش از توان و اجرای سیستم‌هایی نظیر 5S می‌تواند به درمان بی‌نظمی کمک

از انجام آنالیز SWOT برای خود، از روی آن چگونگی حرکت در مسیر برای شخص مشخص می‌شود. از مجموع آنالیز، برای خود یک راهبرد یا استراتژی می‌سازیم. در واقع استراتژی از جنس چگونگی است؛ اینکه من چگونه می‌خواهم در طول این مسیر حرکت کنم. بعد از تعریف استراتژی، اهداف بلندمدت را تعیین می‌کنید. یعنی طول مسیر را به چند بخش و دوره تقسیم و در هر دوره بخشی از برنامه را اجرا می‌کنید. امروزه اهداف بلندمدت را طبق استانداردهای روز به دوره‌های سه تا پنج ساله تقسیم می‌کنند و برای هر کدام هدف مشخص می‌گذارند. قطعاً هر کس بتواند فرصت‌ها و تهدیدهای مسیر خود را به درستی شناسایی کند، یک استراتژیست خوب خواهد بود. تا اینجا کار، هدفگذاری کلان انجام شده است. طبق یک سنجش در دانشگاه هاروارد، از مجموعه افرادی راجع به داشتن یا نداشتن هدفگذاری کلان در زندگی پرسیده بودند و بعد از ۱۰ سال نیز پرسیده‌اند که چند نفر به این هدفگذاری رسیده‌اند؟ آنها که هدف تعیین کرده بودند، بیش از ۹۰ درصد به هدف خود رسیده بودند و از وضعیت خود اظهار رضایت می‌کردند و درصد بالایی از آنها که هدفگذاری نداشتند، از موقعیتی که در آن بودند، احساس رضایت نمی‌کردند.

#### مسیر شغلی (career path)

آنچه افراد را در مسیر درست آینده شغلی قرار می‌دهد، شناخت دقیق استعدادها و افراد است. با شناسایی توانایی‌ها و مهارت‌های افراد، مسیر آینده شغلی هر کس تعیین می‌شود و ردیف‌های شغلی بر اساس مهارت‌ها و توانایی‌های درست تعیین خواهد شد و این‌گونه از اتلاف وقت و انرژی و سرمایه جلوگیری می‌شود.

#### توسعه از کجا شروع می‌شود؟

برنامه توسعه شخصی (PDP: PERSONAL DEVELOPMENT PLAN):

بزرگ‌ترین راه توسعه سازمانی، ناشی از توسعه پی‌دی‌پی یا برنامه توسعه شخصی است. یعنی همان چیزی که در کشور خود به وضوح از وجود آن محرومیم؛ چون به ظاهر خیلی کار می‌کنیم ولی بهره‌برداری اندک و ناچیزی داریم.

برای بالابردن بهره‌وری کار، اول باید زمان مناسب برای انجام کارهای مختلف را بدانیم. بهترین زمان برای انجام مهم‌ترین کارها، به این صورت است که اصولاً زمان اوج برای انجام کارهای پیچیده، صبح تا قبل از ظهر است. بعد



۴. کارها و وظایف روزانه را مشخص کنید و آن را از فهرست ماهیانه و هفتگی استخراج کنید.

۵. هر کاری را که انجام می‌دهید در فهرست روزانه، هفتگی و ماهیانه تیک بزنید.

#### روش هفت مرحله دستیابی به اهداف

۱. مشخص کنید دقیقاً چه می‌خواهید.
۲. هدف خود را روی کاغذ بنویسید.
۳. برای خود مهلتی تعیین کنید.
۴. تمام کارهایی را که برای رسیدن به هدف لازم است، لیست کنید.
۵. فهرست را به یک برنامه تبدیل کنید.
۶. فوراً کار را بر اساس برنامه شروع کنید.
۷. هر روز کاری برای بهبود دستیابی به اهداف خود انجام دهید.

#### ارتباطات مؤثر و مدیریت وقت

ارتباط مؤثر یعنی درک صحیح از موضوع مورد انتقال. هدف اصلی از برقراری ارتباط مؤثر، انتقال پیام است و ارتباط غیر مؤثر باعث اتلاف وقت می‌شود. موانع اصلی ارتباط غیر مؤثر عبارت از تحریف اطلاعات، برداشت شخصی به جای واقعیت، برداشت‌های نادرست، رفتار نامناسب، پرسش نابجا و مجادله است.

#### مهارت‌های جانبی در مدیریت زمان

تفویض اختیار، اعتماد به نفس، تندخوانی، گزارش‌نویسی، رهبری جلسات از جمله

مهارت‌های جانبی در مدیریت زمان است.

بر اساس تحقیقات، ۳۰ درصد وقت مدیران میانی و ۷۰ درصد وقت مدیران عالی صرف شرکت در جلسات می‌شود.

برای استفاده بهتر از صرف وقت در جلسات، اول نزد خود به چند پرسش پاسخ دهیم: آیا برای حل این موضوع، جلسه لازم است یا با تلفن و یادداشت کار انجام می‌شود؟ چرا باید خود را برای این جلسه آماده کنیم؟ چگونه می‌توان مطمئن شد جلسه برای شرکت‌کنندگان ارزش حضور را دارد؟ جلسه چقدر باید طول بکشد؟ برای شرکت در جلسه چگونه باید دعوت کرد؟ چگونه باید نکات را مشخص و حل و فصل کرد؟ مدیران نیز بر اساس اینکه چگونه وقت خود را تنظیم و تقسیم می‌کنند به دو دسته مدیران موفق و مدیران اثربخش تقسیم می‌شوند. غیر از این، عادت‌ها در مدت زمان انجام یک کار بسیار مؤثر است. ۹۵ درصد فعالیت‌های ما مثل رفتار و گفتار و غیره تحت تأثیر عادت‌هاست. عادت‌ها، عکس‌العمل‌های ما به محرکات است و البته عادت قابل یادگیری هستند.

#### خلاصه اصول مدیریت زمان خود

- ← برای انجام امور خود بهترین زمان‌های فراز و فرود توجه و تمرکز را در نظر بگیرید.
- ← وقتی سرحال هستید ابتدا امورات سخت و مشکل را انجام دهید.
- ← بین انجام امور در فواصل زمانی استراحت کنید. در زمان استراحت مغز هنوز فعال

است.

← مطمئن شوید محیط اطراف شما قابل هدایت و کنترل است (آشوب، سروصدا و غیره).

← زمانی را برای تفریح و استراحت تخصیص دهید. مسافرت را جزو برنامه خود قرار دهید.

← برای خوابیدن وقت کافی در نظر بگیرید. ورزش را جزو زندگی خود قرار دهید.

← وقت کافی برای خوردن در نظر داشته باشید.

انعطاف‌پذیری از مهم‌ترین عوامل بقاء در قرن حاضر است. اینکه بتوانید از موقعیت خاصی که درگیرش هستید، خود را جدا کنید و ببینید چه چیزی درست است، نه چه کسی؛ و سوال این باشد: آیا این روش کار ساز است؟

پس برای بهترین استفاده از زمان، باید اول بدانی مسئله چیست. سپس می‌توانی عوامل وقت تلف کن را شناسایی و با برنامه‌ریزی، مهارت‌های ارتباطات و اعتماد به نفس، آنها را رفع کنی.

افراد مؤثر زمان‌بندی برنامه‌های خود را بر اساس واحدهای کوچک زمان انجام می‌دهند و وقت خود را به قسمت‌های کوچک ۱۰ یا ۱۵ دقیقه‌ای تقسیم می‌کنند و پیش از آغاز روز برای جزئیات کار برنامه‌ریزی می‌کنند. در نتیجه عملکردی کاملاً متفاوت دارند.

جان کلام اینکه اگر زندگی خود را دوست داشته باشید، هر دقیقه آن را دوست خواهید داشت ●



# نگاه از درون

## روابط عمومی

به جایگاه اصلی خود بازگشته

گفت‌وگو با آقای مطهری‌نژاد

۲۳

## هست‌ها و بایدها

سومین جشنواره روابط عمومی‌های برتر شرکت

مخابرات ایران

۱۹

## گام بلندی در مسیر توسعه

مخابرات ایران

گزارشی از افتتاح ۳۷۰ پروژه مخابراتی

۱۶

# دو هزار میلیارد ریال سرمایه، گام بلندی در مسیر توسعه مخابرات ایران

گزارشی از افتتاح و بهره‌برداری ۳۷۰ پروژه مخابراتی در استان‌های تهران و البرز



بسیار قابل توجه بوده است.» وی در خصوص تسویه شدن بدهی‌ها در شرکت نیز گفت: «تمام اقساط مخابرات به صورت کامل پرداخت شده است. اینکه می‌گویند ما مخابرات را ارزان خریدیم، حرف درستی نیست. چرا که در بحث فروش سهام مخابرات که هفته گذشته مطرح شد، برای هر سهم مخابرات ۲۲۰ تومان قیمت گذاشته شد، در حالی که خریدار عمده هر سهم مخابرات را در سال ۸۸ به قیمت ۳۴۰ تومان خریده است.»



رئیس هیأت‌مدیره شرکت مخابرات

این افتتاحیه بود. مراسم با پخش کلیپی با نام «شرکت مخابرات ایران، ۴۰ سال آشنا و همراه اول ایرانیان» آغاز شد.

## چشم‌انداز مخابرات، سرمایه‌گذاری در حوزه IP

دکتر سیدهاشمی، رئیس هیأت‌مدیره شرکت مخابرات ایران، این‌گونه سخنانش را آغاز کرد. اول اینکه شرکت مخابرات ایران همگام با دنیا، به سمت سرمایه‌گذاری در حوزه IP حرکت می‌کند. این اقدام، پاسخ گفتن به احساس نیاز بازار ارتباطات کشور است. وی افزود: «با این رویکرد، شرکت مخابرات در نظر دارد با ارائه خدمات متنوع، سهم بازار ارتباطات کشور را از ۱۴ هزار میلیارد تومان در حال حاضر به ۴۰ هزار میلیارد تومان برساند.»

دکتر سیدهاشمی بر پویایی مجموعه مخابرات تأکید کرد و گفت: «این شرکت بعد از خصوصی‌سازی از صفر درصد سهم بازار دیتای کشور به ۵۰ درصد رسید، به نحوی که رشد مخابرات در این حوزه پس از خصوصی‌سازی،

۲۵ خرداد ۱۳۹۴، مرکز مخابراتی شهید فرداسدی شاهد بهره‌برداری همزمان از ۳۷۰ پروژه مخابراتی استان تهران و البرز بود. این پروژه‌ها که با سرمایه‌ای بالغ بر ۲۵۰۰ میلیارد ریال به سرانجام رسیده است، طی سال‌های ۱۳۹۳ و ۱۳۹۴ در شرکت مخابرات استان تهران طراحی و در هشت حوزه مختلف به بهره‌برداری رسید.

مهندس دهناد، سرپرست و مدیرعامل شرکت، دکتر سیدهاشمی رئیس هیأت‌مدیره شرکت مخابرات ایران، مهندس صیدی مدیرعامل استان تهران، سید حسین هاشمی استاندار تهران، تنی چند از نمایندگان مجلس شورای اسلامی از جمله دکتر هاشمی، دکتر رحمانی، دکتر اسماعیلی، مهندس کولیوند، مهندس بیاتیان و غیره و نیز خانواده شهید فرداسدی و شهیدان یزدان‌پناه به عنوان خانواده‌های شهدای مخابرات، از حاضران در این جلسه بودند. فضای همایش مهیای حضور حدود ۵۰ خبرنگار و اصحاب رسانه برای پوشش خبری

تازه تفحص شده آغاز کرد و در ادامه با اشاره به کمبود منابع در شرکت مخابرات استان تهران گفت: «قطعا همدلی و هم‌زبانی بین همکاران این مجموعه برای ارائه خدمات بهتر امری ضروری است. با توجه به نام امسال، امیدواریم استفاده بهینه از منابع موجود داشته باشیم و خدمات مطلوب به مردم ارائه دهیم و این امر را مهم‌ترین هدف امسال خود می‌دانیم.»



مدیرعامل مخابرات استان تهران در ارائه گزارش خود از جزئیات پروژه‌ها گفت: «این پروژه‌ها طی سال‌های ۱۳۹۳ و ۱۳۹۴ در شرکت مخابرات استان تهران طراحی شده و در هشت حوزه آماده بهره‌برداری است و برای بهره‌برداری از آنها هزینه‌ای بالغ بر ۲۵۰۰ میلیارد ریال سرمایه‌گذاری شده است. مهم‌ترین پروژه‌های افتتاح شده در مجموعه مخابرات استان‌های تهران و البرز، شبکه‌های نوری وسیع (GPON)، شبکه نوری انتقال (OTN)، شبکه مخابراتی نسل جدید (NGN) و سیستم‌های پشتیبانی عملیات (OSS) است.

مهندس صیدی با اعلام اینکه OTN شبکه زیرساخت توسعه مخابرات تهران و البرز است، گفت: «با افتتاح این پروژه، ظرفیت شبکه، زیرساخت مخابرات استان تهران و البرز دوبرابر و پهنای باند لازم شبکه نسل‌های سوم و چهارم تامین می‌شود. شبکه OTN نسل جدید شبکه انتقال در حوزه مخابرات است که حمل ترافیک حجیم تولید شده در شبکه دسترسی باند پهن ثابت (FBB) و موبایل (MBB) را فراهم می‌کند.»

او تکمیل شبکه OTN را مهم‌ترین پروژه در این مراسم دانست. مهندس صیدی همچنین از پروژه بهیود خدمات‌رسانی و پشتیبانی مشترکان اینترنت پر سرعت گفت و خاطر نشان کرد، مدت انتظار به کمتر از سه دقیقه کاهش می‌یابد و این پروژه نیز از مواردی است که در این روز به بهره‌برداری می‌رسد.

NGN شبکه‌ای مبتنی بر IP و مالی سرویس است که ساختار مدیریت و کنترلی واحد دارد و امکان یکپارچه‌سازی و همگرایی شبکه تلفن ثابت و موبایل را فراهم می‌سازد.

وی دیگر پروژه‌های افتتاح شده در این روز

خدمات‌رسانی این شرکت مشکل ایجاد کرده است، گلایه و همچنین اظهار امیدواری کرد که با تعامل مناسب با مجموعه وزارت ارتباطات و سازمان‌های نظارتی مشکلات موجود در این زمینه حل شود. او تعامل با بخش‌های علمی، دانشگاه‌ها، توجه به برنامه ششم توسعه، تلاش برای اشتغال‌زایی در حوزه فناوری اطلاعات و توجه و تلاش برای حفظ حقوق سهامداران را به عنوان سرفصل‌های برنامه شرکت مخابرات ایران برشمرد.

#### قدر دانی از «برنامه توسعه» شرکت مخابرات ایران

در این مراسم سیدحسین هاشمی استاندار تهران نیز طی سخنانی، پژوهش، نگرش خصوصی محور و آینده‌نگر را موجب پیشرفت روزافزون عرصه مخابرات و ارائه خدمات نوین با کیفیت و شایسته برای شهروندان تهرانی دانست. وی از مدیران مخابرات به خاطر داشتن برنامه توسعه تشکر کرد زیرا به اعتقاد وی بعد از خصوصی‌سازی، این نگرانی احساس می‌شود که روند توسعه با مشکل مواجه شود.



استاندار تهران در توصیه‌ای به مدیران مخابرات گفت: «متکی به دولت نباشید، این شرکت کاملاً واگذار شده و نباید طرز فکرتان دولتی باشد، که در این صورت با طرز فکر مدیریت خصوصی می‌توانید راه بروید از مشکلات را پیدا کنید.»

مهندس هاشمی در پایان سخنانش گفت: «برای اثبات بهره‌وری مخابرات پس از خصوصی‌سازی و عملکرد مخابرات، می‌توانید الزامات قانونی را از طریق قانونگذاری در مجلس در آغاز تدوین برنامه ششم، در جهت رشد و توسعه شرکت مخابرات به دست آورید.»

#### همدلی و هم‌زبانی کارکنان، ارائه خدمات مطلوب‌تر

مهندس صیدی مدیرعامل شرکت مخابرات استان تهران نیز به عنوان مجری پروژه و برگزارکننده مراسم، سخنان خود را با برآمدن یاد و خاطره ۱۷۵ شهید غواص

ایران، با بیان اینکه سیاست خریدار عمده مخابرات، ماندگاری به هر قیمتی نیست، افزود: «آماده‌ایم با همان شرایطی که در سال ۱۳۸۸ برنده واگذاری و فروش سهام مخابرات ایران بوده‌ایم، شرکت توسعه اعتماد مبین را واگذار کنیم. ولی تا زمانی که در مخابرات ایران باشیم و مسئولیت داشته باشیم، با تمام توان مشغول خدمت‌رسانی به حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات در کشور هستیم.»

وی همچنین از تعیین تکلیف و روشن شدن وضعیت استخدامی کارگزاران روستایی ابراز خرسندی کرد.

#### تعامل با مراکز علمی تخصصی، سرفصل برنامه‌های مخابرات

در این مراسم سرپرست شرکت مخابرات ایران نیز به ایراد سخن پرداخت. وی در آغاز سخنان خود همگرایی، همدلی و هم‌زبانی در مجموعه ارتباطات کشور را مهم‌ترین نیاز در حوزه فناوری و سبب‌ساز توسعه در کشور دانست و گفت: «وجود ارتباطات در کشور امری حیاتی است و برای پیشرفت در تمام حوزه‌ها، می‌بایست مخابرات و ارتباطات گسترش یابد. توسعه مخابرات و همگرایی در این حوزه باعث ارتقاء ضریب امنیت جامعه، تولید ثروت ملی، کمک به اقتصاد مقاومتی، توسعه محیط زیست و اصلاح نظام اداری است.»



مهندس دهناد در بخش دیگری از سخنان خود با اشاره به مزایای خصوصی‌سازی مخابرات گفت: «مخابرات خصوصی شد تا پر پرواز توسعه کشور باشد و همه باید در تحقق این امر کمک کنیم. وی با بیان اینکه هزینه‌های تولید و خدمات در ۱۰ سال گذشته، نزدیک به شش برابر شده است، افزود: «۲۰۷ درصد تورم جمعی ۱۰ سال گذشته هم‌زمان با افزایش نیافتن تعرفه‌ها در مخابرات مشکلاتی در این حوزه ایجاد کرده است و از مجموعه دولت و مجلس در این مورد انتظار همراهی با شرکت مخابرات ایران را داریم.»

سرپرست شرکت مخابرات ایران در بخش پایانی سخنان خود از افزایش هزینه‌ها و کاهش درآمد شرکت مخابرات ایران که در امر

## زندگینامه شهید محمد رضا یزدان پناه



شهید محمد رضا یزدان پناه در سال ۱۳۳۷ در خانواده‌ای مذهبی و متدین دیده به جهان گشود و تحت تعلیم و تربیت پدر و مادری دلسوز قرار گرفت. دیپلم خود را از هنرستان فنی مخابرات دریافت کرد. از سال ۱۳۵۷

در مخابرات مشغول به کار شد و طی این مدت در انجمن اسلامی مخابرات نیز فعال بود. اولین بار در عملیات فتح المبین در بستان و بعد در عملیات بیت المقدس در خرمشهر حضور داشت. طی سال‌های ۶۳ و ۶۴ در جبهه و در عملیات‌های مختلف از جمله، فاو، فکه، مهران و شلمچه حضور داشت. سرانجام در ۱۸ بهمن ماه ۱۳۶۵ در عملیات کربلای ۵ در شلمچه به درجه رفیع شهادت نائل شد. از این شهید و الامقام دو فرزند دختر و یک فرزند پسر به یادگار مانده است.

## زندگینامه شهید حسن فرداسدی



شهید حسن فرداسدی در سال ۱۳۳۵ به دنیا آمد. تحصیلات خود را در رشته ارتباطات و مخابرات و شاخه ماکروویوی پی گرفت. در سال ۵۶ دوره فوق دیپلم را به پایان رسانید. دوران سربازی سختی را به خاطر خدمت در

دستگاه رژیم پهلوی گذراند و به سبب حمله و به هلاکت رساندن فرمانده و معاونش، دستگیر و محکوم به اعدام شد که قبل از اجرای حکم، انقلاب به پیروزی رسید. او به علت مشارکت در برپایی تظاهرات و اعتصابات دانشگاهی نیز یک دوره از تحصیلات محروم شد. بعد از انقلاب در ستاد مشترک ارتش ادامه خدمت سربازی را گذرانید و همراه با همفکران خود در کردستان حضور فعالی داشت. با حمله عراق، به جبهه اعزام شد. در عملیات ثامن الائمه (حصر آبادان)، رمضان و الفجر مقدماتی از پیش‌تازان بود. او در حالی که سیم‌های کابل مخابرات را در بیابان وصل می‌کرد، هدف خمیاره دشمن قرار گرفت و از دست چپ و پای راست مجروح شد و بعد از یک هفته مداوا، دوباره عازم جبهه شد و بالاخره در تاریخ ۲۱/۸/۶۲ در عملیات والفجر ۴ در مرحله دوم عملیات با مسئولیت مخابرات (بیسیم چی) گردان عمار به شهادت رسید. از این شهید بزرگوار دختری به نام زینب به یادگار مانده است.

و ثروت. باید قدر دان دوستانی باشیم که در این عرصه خدمت و فعالیت می‌کنند. امیدواریم که در این عرصه بتوانیم پیشرو و خدمتگزار باشیم.»  
دکتر رحمانی، رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی نیز، در این جلسه ضمن قدر دانی از خانواده بزرگ مخابرات، از همه دوستان و همکارانی که در این عرصه خدمت‌رسانی می‌کنند، تقدیر و تشکر کرد و افزود: «امروز، نقش ارتباطات در زندگی بشر، از تأثیر گذشته و در حقیقت در متن زندگی مردم جاری است و حضوری غیر قابل انکار دارد. شرکت‌ها و سرمایه‌داران بزرگ دنیای امروز، جزء خانواده ارتباطات هستند. اخیراً در اجلاس جهانی داووس، ۱۰ علم نوظهور دنیا معرفی شده‌اند که نیمی از آنها در حوزه ارتباطات است. این نشان از اهمیت این علم می‌دهد که باید با تلاش دوستان و حمایت همکاران در دولت و مجلس، این صنعت رونق توسعه و تکامل خود را طی کند. حمایت از تولید و ارتباط با قشر دانشگاهیان و نخبگان و سرمایه‌گذاری در حوزه علم و دانش، کمک می‌کند تا در پیشرفت روند سریع‌تری داشته باشیم. قطعاً در این راه از حمایت‌ها و کمک‌های کمیسیون صنایع و معادن و کارگروه ارتباطات و فناوری اطلاعات بهره‌مند خواهیم بود.»

رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس تأکید کرد: «هر اختلافی داشته باشیم، قطعاً شکست خواهیم خورد. اگر هم اختلافی باشد، باید بر سر نحوه خدمت باشد. امروز کشور در هر حال، به خدمت صادقانه نیاز دارد که عصاره این خدمت در عرصه ارتباطات و مخابرات خواهد بود. توسعه اقتصادی، خدمت‌رسانی خوب و رفع تبعیض و فساد و... همه اینها مبنای پیش در همین حوزه ارتباطات و خانواده مخابرات است. انشاءالله هر کس گوشه‌ای از کار را بر عهده بگیرد تا بتوانیم به سرانجام مطلوب برسیم.»

### تهران و البرز، همگام و همراه

مهندس کولیوند نماینده استان البرز نیز در این مراسم از رابطه تعاملی دو استان البرز و تهران ابراز خشنودی کرد و گفت: «استان البرز و شهر کرج با توجه به ظرفیت‌های بالقوه و درخور توجه به ویژه در عرصه‌های ارتباطی و مخابرات می‌تواند کمکی قابل اعتماد برای مخابرات تهران باشد و البته در این میان استان البرز از لحاظ امنیتی، اجتماعی، سیاسی، علمی و غیره می‌تواند معین خوب استان تهران باشد.» در پایان این مراسم ضمن قدر دانی و گرامیداشت یاد شهدای مخابرات، از جمله شهید فرداسدی و شهدایان یزدان پناه، کلید افتتاح پروژه‌های مخابراتی به دست ایشان زده شد.

را بر شمرد و گفت: «سیستم‌های دسترسی مبتنی بر FTPX/GPON جدیدترین نسل فناوری در لایه دسترسی شبکه است. پایه اصلی در این فناوری، توسعه و گسترش فیبر نوری در سمت مشترکان است. به طوری که با گسترش فیبر نوری، طول کابل مسی سمت مشترکان به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌یابد.»

سیستم پشتیبان عملیات (OSS) نیز شامل انجام فرآیندهای پشتیبانی همانند نگهداری شبکه، سرویس‌های آماده‌سازی، پیکربندی اجزاء شبکه، مدیریت خطاها و مدیریت یکپارچه شبکه است.

به طور کلی بخشی از ویژگی‌ها و ثمرات پروژه‌های افتتاح شده به این شرح است:

- ← حذف تأخیر در شبکه‌های IP
- ← توسعه سریع شبکه
- ← ایجاد ظرفیت بسیار زیاد روی تار نوری در شبکه تا ۵۰۰ گیگابایت
- ← پایداری زیاد
- ← امکان مانیتورینگ و نگهداری متمرکز به صورت ریموت
- ← بستر واحد جهت انتقال انواع سرویس‌های IP, TDM, ODU
- ← شبکه واحد جهت سرویس گیرنده‌های موبایل، ثابت، خطوط خصوصی و غیره
- ← شبکه هوشمند با استفاده از قابلیت WSON
- ← قابلیت پروتکشن به صورت سخت‌افزاری و نرم‌افزاری (Rerouting) در صورت بروز هر گونه قطعی ترافیک
- ← قابلیت پیاده‌سازی و عبور همزمان سرویس‌ها به صورت انتخابی در هر نود شبکه.

### مخابرات، جایگاه شکل‌گیری جنبش نرم‌افزاری

دکتر هاشمی، نماینده مردم تهران در مجلس شورای اسلامی نیز ضمن خداقوت به دوستان مخابراتی، از خدمات و اقدامات انجام شده در این مجموعه، تشکر و قدر دانی کرد و گفت: «خیلی از خدمات عزیزان، از دید بسیاری از افراد پنهان است و این امکانات، مثل نعمت سلامت و امنیت که در نبود آنها، کمبودشان حس می‌شود، بسیار حیاتی است و حال که از آنها بهره‌مندیم، قدر دان و شکر گزار این نعمت باشیم.» دکتر هاشمی ادامه داد: «مقام معظم رهبری همواره در جمع نخبگان و خبرگان جامعه، بر سه چیز تأکید دارند و خواهان آن هستند: تولید علم، تولید ثروت و جنبش نرم‌افزاری. اینجا و در مخابرات، جایگاهی است که جنبش نرم‌افزاری شکل می‌گیرد و بستر و مبنایی است برای تولید علم

سومین جشنواره روابط عمومی‌های برتر شرکت‌های مخابرات ایران

## هست‌ها و باید‌ها



حاکمیت، نمایندگان مجلس و آحاد مردم بر شمرد و اظهار داشت: «مدیران روابط عمومی استان‌ها نباید هیچ فرصتی را برای اطلاع‌رسانی از دست بدهند.»

او حضور فعال در نمایشگاه‌ها، تعامل با نمایندگان مجلس و سایر نهادهای حاکمیتی، ارتباط با سازمان صدا و سیما و برگزاری مراسم هفته دولت را از ابعاد استراتژی‌های اطلاع‌رسانی در حوزه بیرون‌سازمانی اعلام کرد و گفت: «در گستره درون سازمان نیز مدیران روابط عمومی‌ها باید با برقراری تعامل دوجانبه بین مدیران و کارکنان سازمان و برنامه‌های مدون برای سرمایه‌های انسانی شرکت، محیطی توأم با امید، اعتماد و نشاط در سازمان ایجاد کنند.»

مهندس دهناد همچنین به اجرای طرح تحول باهدف ارتقاء برنامه‌ها و جایگاه مخابرات اشاره کرد و اظهار داشت: «امیدواریم اجرای موفق این طرح باعث افتخار مجموعه مخابرات باشد.»

**روابط عمومی باید برای بحران‌ها برنامه داشته باشد.**

پیش از سخنان سرپرست شرکت مخابرات ایران، مدیر کل روابط عمومی و امور بین‌الملل

**مخابرات روابط عمومی تعامل و اطلاع‌رسان می‌خواهد**

سرپرست شرکت مخابرات ایران با حضور در این گردهمایی، بر اهمیت نقش و کار روابط عمومی در شرکت تأکید کرد و اظهار داشت: «روابط عمومی‌های مجموعه مخابرات ایران باید تعامل و اطلاع‌رسانی جامع داشته باشند؛ باید طوری عمل کنند که اجازه تهاجم به دیگران از آنها سلب شود و این مهم با برنامه‌ریزی در حیطه درون‌سازمانی و برون‌سازمانی تحقق خواهد یافت.»

مهندس دهناد اقناع و اطلاع‌رسانی را جوهره کار روابط عمومی دانست و گفت: «روابط عمومی‌ها در مخابرات باید آن قدر فعال باشند که هیچ فضایی برای تهاجم به شرکت ایجاد نشود.»

وی با تأکید بر اینکه نقش راهبردی روابط عمومی شرکت مخابرات ایران در فعالیت روابط عمومی‌های استان‌هاست، گفت: «روابط عمومی‌های مجموعه مخابرات به دلیل وسعت و قلمرو تنوع کار در شرکت، وظایف خطیری در دوحوزه بیرون و درون سازمان بر عهده دارند.»

سرپرست شرکت مخابرات ایران وظیفه اصلی روابط عمومی‌ها را در شرکت در حوزه برون‌سازمانی، تعامل با همه نهادهای

روز سه‌شنبه ۲۴ خردادماه ۱۳۹۴، مدعوین با دریافت بسته‌های فرهنگی اهدایی حاوی کتاب «نظریه‌های تبلیغات» نوشته دکتر محمود دهقان و سی‌دی‌های آموزشی، مورد استقبال قرار گرفتند. آنها مدیران و کارشناسان روابط عمومی شرکت‌های مخابرات استان‌ها بودند که از سراسر کشور در سالن همایش‌های مرکز مطالعات بهره‌وری حضور می‌یافتند.

به این ترتیب، سومین جشنواره روابط عمومی‌های برتر شرکت مخابرات ایران، با تلاوت آیاتی از کلام‌الله مجید، پخش سرود جمهوری اسلامی ایران و خیر مقدم مدیر روابط عمومی شرکت مخابرات استان کرمانشاه به عنوان مجری، پس از یک سال وقفه آغاز شد.

از نخستین دوره جشنواره، آگاهی از ظرفیت‌ها، توانمندی‌ها و شناخت مدیران و کارشناسان حوزه روابط عمومی و همچنین معرفی الگوهای موفق، شناسایی نقاط ضعف و قوت، معرفی و شناسایی استعدادها، ایجاد رقابت سالم، تبادل تجربیات روابط عمومی‌ها و ارتقاء و تقویت نظام اطلاع‌رسانی در حوزه مخابرات کشور، اهداف برگزارکنندگان جشنواره بوده است.

## مهندس دهنداد: روابط عمومی ها در مخابرات باید آن قدر فعال باشند که هیچ فضایی برای تهاجم به شرکت ایجاد نشود

شرکت به عنوان نخستین سخنران این مراسم در خصوص اهمیت کار روابط عمومی ها گفت: «هر چه زمان می گذرد، نه تنها مباحث روابط عمومی کهنه نمی شود بلکه تازه تر می شود. از این رو هر روز ضرورت پرداختن به روابط عمومی جدی تر می شود.»

دکتر زارعیان اظهار داشت: «نقش روابط عمومی ها در موفقیت یک سازمان از منظر ارتباط مؤثر و اطلاع رسانی دقیق و بجا بسیار با اهمیت است. شرکت مخابرات ایران در زمره سازمان های بزرگی قرار دارد که جایگاه روابط عمومی در آن بسیار حساس است.»

وی به چالش های پیش روی روابط عمومی ها در حوزه داخلی سازمان اشاره کرد و گفت: «بحران های اطلاع رسانی، مشروعیت، توزیع، تعصب، همدلی و همزبانی از جمله این چالش ها است که با تحلیل آنها باید به دنبال راهکار مؤثر در جهت رفع آنها باشیم.»

دکتر زارعیان در مورد فرآیند برگزاری همایش و نحوه انتخاب برگزیدگان این دوره از جشنواره توضیحاتی داد و افزود: «ارزیابی ها توسط داورانی مستقل و در حوزه های درون و برون سازمانی صورت گرفته است و با توجه به ارزیابی ها، به نظر می رسد عملکرد بعضی از روابط عمومی ها قابل قبول نیست و باید تصحیح شود.»

مدیرکل روابط عمومی شرکت مخابرات ایران چالش های برون سازمانی روابط عمومی مخابرات را برشمرد و ارتباط با رسانه ها، ارتباط با دولت، ارتباط با مشترکان و دیگر ذی نفعان، انتشار اطلاعات و پاسخگویی را از مهم ترین این چالش ها دانست.

او همچنین به چالش های مربوط به برند مخابرات پرداخت و در این مورد از مسائلی چون تبلیغات و فروش محصولات، جایگاه برند، مخاطب شناسی، سنجش افکار، کتاب برند و اسپانسر ی یاد کرد.

### تجلیل از پیشکسوت ترین مدیر روابط عمومی در مخابرات

آقای میرزا بابا مطهری نژاد مدیرکل سابق روابط عمومی شرکت مخابرات ایران، به عنوان سخنران دیگر این گردهمایی، با بیان اینکه هر مدیری که وارد سازمان می شود به نوعی فلسفه نیاز دارد، تأکید کرد: «روابط عمومی در یک

نگاه کلان ابزار فکر کردن سازمان است، ابزار کالبدشکافی عرضه و تقاضای مشتری است و باید در این زمینه حرکت کند.»

او که برای تقدیر از تلاش ۳۰ ساله اش در حوزه روابط عمومی به این جشنواره دعوت شده بود، با انتقاد از عدم تولید محتوا در روابط عمومی ها گفت: «تولید فکر و اندیشه، اساس کار حرفه ای در روابط عمومی است. همچنین از دیگر وظایف روابط عمومی، اعتماد سازی و برجسته سازی فعالیت هاست که در این مورد از فنون مختلف روابط عمومی بهره می گیریم.»



مطهری نژاد ضعف دیگر روابط عمومی را در کمبود اساتید مؤلف دانست و افزود: «در بسیاری موارد در حوزه روزنامه نگاری و روابط عمومی به جای تولید محتوا، جمع آوری و تدوین اطلاعات انجام می شود که نوع ضعیف تری از تولید محتواست.»

در پایان سخنان مطهری نژاد، مهندس دهنداد سرپرست مخابرات ایران به نمایندگی از خانواده مخابرات با اهداء لوح تقدیر از فعالیت های وی به عنوان عضوی از این خانواده قدر دانی کرد.

### تبلیغات و چگونگی تأثیر عمیق آن بر مخاطب



دکتر حسن نمکدوست در این جشنواره کارگاهی آموزشی برگزار کرد که در آن به مقوله تبلیغات و چگونگی تأثیر عمیق آن در مخاطب پرداخت. استاد ارتباطات دانشگاه علامه سخنان خود را با ذکر پیشینه تبلیغات در جنگ جهانی آغاز کرد. وی از ارتباط عمیق بین تبلیغات و جریان سازی اجتماعی گفت و اینکه افراد با کنش اجتماعی خود و نوع نیازها و دغدغه هایشان، این جریان ها را شکل می دهند

و چیزی که موجب فعال تر و پویاتر شدن این جریان ها می شود، جریان آزاد اطلاعات است. آزادی در جریان اطلاعات، قطعاً بر ساختارهای دیگر جامعه تأثیر خواهد گذاشت و روابط عمومی ها نیز در این امر بسیار نفع خواهند برد. او توضیح داد که سؤال اصلی کارگاه این است که اساساً چطور جریانی در جامعه ایجاد می شود. این مسئله امروز بین دانشمندان رشته های مختلف مورد بحث است و نظریه های بسیاری در این زمینه وجود دارد.

دکتر نمکدوست گفت: «در حدود جنگ جهانی اول، تعلقات خاطر نظری و عملی عمده کسانی که در حوزه جریان سازی اجتماعی کار می کردند، تبلیغات بود. اگر جامعه شناس بودند، جامعه شناس تبلیغات بودند و اگر روانشناس بودند، روانشناس تبلیغات بودند. در واقع موضوع جریان سازی اجتماعی در قلمرو تبلیغات بود. این حضور بلامنازع دانش و تبلیغات به گونه ای به بحث ها شکل و شمایل داد که ناخود آگاه این ذهنیت پیش آمد که جریان سازی اجتماعی، مساوی با تبلیغات است.»

وی ادامه داد: «ما هر روز در معرض هزاران پیام قرار می گیریم. هر چه تبلیغی پرفشارتر و جذاب تر باشد، شانس به دام انداختن مخاطب و تشکیل یک جریان اجتماعی برای آن بیشتر خواهد بود.»

لاسلول، لازارسفلد، گوبلز و غیره همه در حوزه تبلیغات حرفی برای گفتن دارند. جنگ این بحث در زمینه تخصص تبلیغات روی می داد. به مرور زمان طی سال ها فعالان این حوزه متوجه شدند موضوع به این آسانی نیست و این طور نیست که اگر از میان انبوه پیام هایی که هر روز به مردم ارائه می شود، تعدادی را برگزینیم و روی آنها به شدت تأکید کنیم، پس جریان اجتماعی ساخته ایم. قطعاً حالا دیگر این گونه نیست. جهان تبلیغات نیز به این نتیجه مهم رسیده است که کار به این سادگی ها هم نیست.»

دکتر نمکدوست در ادامه از مدلی گفت که تلفیقی از چند بسته تبلیغاتی است و متخصصان تبلیغات ساخته اند و این مدل فعلاً جزو قوی ترین هاست.

### مدل BAB

استاد رشته ارتباطات اجتماعی توضیح داد که در مدل BAB دو رویکرد برای مواجهه مخاطب با یک پیام وجود دارد:

۱- اطلاع و سمپاتی و ابزار علاقه و آگاه شدن نسبت به یک موضوع و جلب توجه فرد نسبت به آن

۲- مخاطب برای آن پیام خاص، ضمن ابراز علاقه، حاضر به پرداخت هزینه باشد و در موضوع مشارکت فعال داشته باشد. آنچه در ذهن ما به عنوان تبلیغات وجود دارد، نهایتاً در مرحله اول (آگاهی از پیام و جلب توجه و ابراز علاقه به آن) اتفاق می‌افتد اما تبدیل شدن آن به یک اتفاق، مشارکت و پرداخت هزینه برای آن، کار تبلیغات نیست. آژانس‌های تبلیغاتی، کار تبدیل ایده به شعار و یک اثر هنری را انجام می‌دهند و آن را در محیط به عرضه می‌گذارند اما غیر از عرضه پیام، در عرصه جریان‌سازی اجتماعی، چیزهای مهم‌تر دیگری وجود دارد و آنچه در واقع مخاطب را تکان می‌دهد و از زمین جدامی‌کند، برند است. این مدل در تحقیقی که دغدغه‌های مختلف مردم آمریکا را در دوره‌های مختلف زمانی بررسی کرده، استفاده شده است. مثل پرداخت مالیات، رویکردها نسبت به جنگ یا صلح و غیره. لزوماً برخورد حالت مدافع یا مخالف نسبت به مسئله‌ای نیست. مهم کنشی است که افراد و گروه‌ها از خود نشان می‌دهند و جریان اجتماعی را شکل می‌دهند. وقتی در جامعه‌ای نسبت به مسئله‌ای تعداد زیادی موافق یا مخالف وجود دارد که حاضرند کنش اجتماعی انجام دهند، حتماً با پدیده جریان اجتماعی روبه‌رو هستیم.

در این مدل وقتی مفهومی را بررسی می‌کنیم ابتدا باید وضعیت حال حاضر آن را بدانیم و سپس بر اساس چهار متغیر تعریف شده، روی نمودار مکان‌سازی کنیم. باید بدانیم این مفهوم به کجا می‌خواهد برسد و نقشه رسیدن به مقصد را ترسیم کنیم. عرضه پیام (اطلاع‌رسانی) و مشارکت و پرداخت هزینه برای پیام (مطالبه‌گری) روی یک نمودار افقی و عمودی قرار می‌گیرند که هر گاه این خط عمود و افق به یک تقابل بیهیبه برسند، آن‌گاه جریان‌سازی اجتماعی اتفاق می‌افتد. برای رسیدن به جریان‌سازی، وجود چهار متغیر الزامی است. دو متغیر آگاهی و تلقی روی خط اطلاع‌رسانی (افق)، تعداد مخاطبان را معین می‌کند و دو متغیر تمایز و ربط روی خط مطالبه‌گری، میزان دغدغه و حساسیت مخاطب را می‌سنجد. جالب اینجاست که این چهار متغیر به طور کمی قابل اندازه‌گیری است.

گفتیم تبلیغات دو متغیر از این چهار متغیر را پاسخ می‌دهد، دو متغیر دیگر باید در آن پدیده یا وجود داشته باشد یا به وجود بیاید. این مدل تبلیغاتی، هشت گروه ویژگی و صفت شخصیتی را در قالب پیام به مخاطب القاء می‌کند تا بتواند بر اساس ویژگی‌ها و فطرت درونی افراد بر آنها تأثیر بگذارد. این هشت

دسته‌صفت شامل سلامت جسمی و آسایش روانی، احساس گرایی، امنیت و اطمینان، توسعه پایدار، فردگرایی، محیط در حال تغییر و هوشمندی است. در واقع این مدل تبلیغاتی با این ساختار، مدل ارائه راه‌حل است نه مدل طرح مسئله. چیزی که در اغلب مدل‌ها و ساختارها دیده نمی‌شود و عموماً مدل‌ها فقط مسئله را بیان می‌کنند.

### ارزیابی روابط عمومی‌های مجموعه مخابرات ایران



بر اساس ارزیابی آثار ارسالی روابط عمومی‌های مخابرات کل کشور به دبیرخانه جشنواره، برگزیدگان این روابط عمومی‌ها در پنج بخش انتخاب و معرفی شدند. در بخش برنامه‌های برتر روابط عمومی، برنامه ارتباطات بیرون سازمانی (تفاهم با مخاطبان بیرون از سازمان)، برنامه ارتباطات درون سازمانی (تفاهم سازمانی)، معرفی یک سرویس یا خدمت جدید به مشترکان بررسی شد.

در بخش بیرون سازمانی استان‌های آذربایجان غربی، اصفهان و لرستان، در بخش درون سازمانی استان‌های تهران، قزوین و فارس و در بخش سرویس‌های جدید استان‌های مرکزی، گلستان و خراسان رضوی حائز رتبه برتر شدند.

در بخش فنون روابط عمومی، آثار برتر روابط عمومی‌های مخابرات سراسر کشور در هفت بخش انتشارات، ارتباط با رسانه‌ها، ارتباطات الکترونیکی، پژوهش و افکارسنجی، نمایشگاه و مراسم و افتتاحیه‌ها و ارتباطات مردمی به صورت کیفی و با بررسی اسناد و مدارک ارسالی صورت گرفت.

در بخش ارتباطات الکترونیکی استان‌های تهران، اصفهان و اردبیل حائز رتبه برتر شدند. در بخش خلاقیت و نوآوری، مواردی از قبیل میزان ارتباط طرح با فعالیت سازمان، میزان تأثیر طرح در افزایش بهره‌وری، میزان عملیاتی و کاربردی بودن فعالیت خلاقانه، تازگی و کلیشه‌ای نبودن طرح و میزان فراگیری بررسی شد. در این بخش استان‌های قم، سمنان و

همدان حائز رتبه برتر شدند. در بخش انتخاب کارشناس برتر، کارشناسان متخصص برای دومین بار در سطح روابط عمومی‌های مخابرات کشور طبق ضوابطی همچون ارائه ایده، طرح و نظر، نگارش مقاله و یادداشت، میزان تعهد نسبت به اهداف سازمان، همکاری و مشارکت در برنامه‌های روابط عمومی، مدرک تحصیلی و تخصصی، سابقه اشتغال در حوزه روابط عمومی و نظم و انضباط ارزیابی شد. برترین‌های این بخش خانم نسیمه پوراگری از استان تهران، آقای چنگیز نجاتی از استان لرستان و آقای قاسم محمودیان از استان سمنان بودند.

در بخش مدیران عامل برتر، عملکرد مدیران عامل مخابرات استان‌ها بر اساس معیارهایی چون میزان حضور کمی و کیفی در رسانه‌ها، حمایت و پشتیبانی کافی از روابط عمومی، میزان تعامل با مجموعه روابط عمومی شرکت مخابرات ایران، تعامل کمی و کیفی مناسب با مجموعه منابع انسانی شرکت مخابرات استان، اهتمام کافی در انجام کمپین‌های اطلاع‌رسانی و تبلیغاتی در سطح استان ارزیابی شد.

در این بخش آقایان مهندس علیرضا صیدی از استان تهران و مهندس مسیب قبادیان از استان لرستان حائز رتبه برتر شدند.

### تجلیل از بازنشستگان روابط عمومی‌های مخابرات ایران



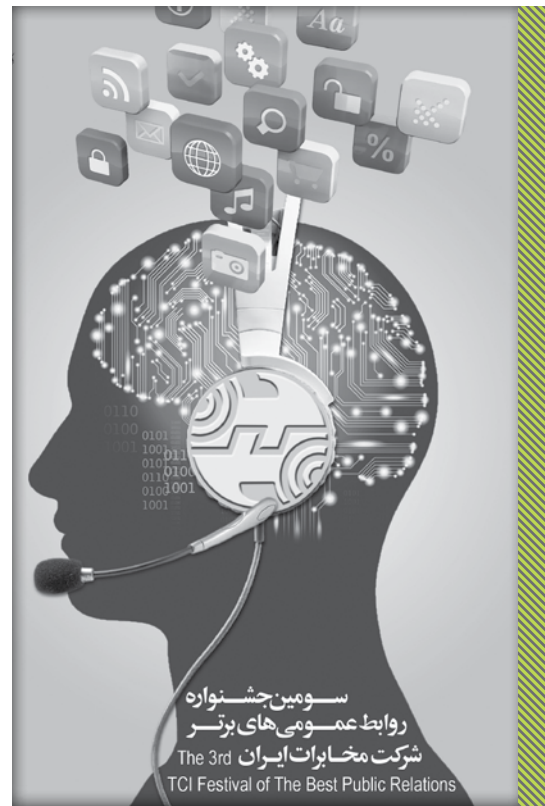
طی این مراسم همچنین از همکاران بازنشسته در روابط عمومی‌های مخابرات سراسر کشور تجلیل شد.

آقایان چراغی و ماندی و خانم نیک‌روش از روابط عمومی شرکت مخابرات ایران و آقایان سیدجمال سیاوشی، بهمن توکلی‌فرد و مجتبی علم‌الهدی از اصفهان، علی پورنادر از ایلام، احمد نیاکان از خوزستان، غلامرضا شهریاری از سیستان و بلوچستان و نادر صالح و قاسم عزیزی از گیلان با دریافت لوح و هدایایی مورد تجلیل قرار گرفتند.

این جشنواره با جلسه پرسش و پاسخ و برنامه بازدید از باغ موزه فردوس به کار خود پایان داد.

در حاشیه سومین جشنواره روابط عمومی‌های برتر شرکت‌های مخابرات ایران

## انتقاد از خود



سومین جشنواره انتخاب روابط عمومی‌های برتر شرکت مخابرات ایران نیز به پایان رسید و شرکت کنندگان در جشنواره به شهرهایشان بازگشتند. اما طبیعی است این همایش هم مانند تمامی مراسم و گردهمایی‌هایی از این دست، با حرف‌ها و حدیث‌هایی همراه باشد؛ با پایداری و نبایدها و هست‌ها و نیست‌ها. در محفلی که با حضور کارشناسان روابط عمومی برگزار می‌شود به ویژه زمانی که پای ارزیابی و داوری و جایزه و تشویق در میان باشد، طبیعی است بازار نقد و انتقاد و گوشه و کنایه هم بسیار گرم است. برای نخستین بار تصمیم گرفتیم مانع از خاموش ماندن نچواها در پستوی ذهن افراد شویم و خواستیم انتقادها و پیشنهادهای مدعوین را همراه با پاسخی که برگزار کنندگان جشنواره دادند. برای آگاهی خوانندگان محترم درج و منتشر کنیم. چرا که باور داریم تنها در شرایط شکل‌گیری گفت‌وگوهای سازنده، ایرادها بر طرف و اشکالات مرتفع می‌شود. پیشنهادهای، نظرات و انتقادات همیشه راهگشاست.

← برای برگزاری چنین جشنواره‌ای پراهمیت و برای ارزیابی‌ای چنین وسیع، مناسب‌تر این بود که یک سال قبل از برگزاری جشنواره، برنامه‌های

آن تدوین می‌شد و معیارهای ارزیابی به اطلاع تمامی روابط عمومی‌ها می‌رسید. در این صورت قاعدتاً روابط عمومی‌های مشتاق‌تر و فعال‌تر، از همان آغاز راه بر اساس این معیارها طرح‌ریزی و برنامه‌های خود را اجرا می‌کردند و سایر روابط عمومی‌ها نیز هر چند ممکن بود که برتر انتخاب نشوند ولی چند قدم مثبت و درست در جهت اهداف برتر شدن برمی‌داشتند.

در سال گذشته آیین‌نامه داده شده بود. اگر برخی از استان‌ها نخوانده‌اند باید در آینده تجدید نظر کنند.

← اگر به اهداف برگزاری این‌نوع جشنواره‌ها در شرکت مخابرات ایران توجه کنیم، در آنها معرفی و شناسایی استعدادها و ایجاد رقابت سالم و تبادل تجربیات روابط عمومی‌ها را می‌بینیم در حالی که در برگزاری سومین جشنواره، جای تبادل تجربیات روابط عمومی‌ها و شناسایی استعدادها خالی بود.

بحث درستی است، به دلیل شرایط خاص شرکت، نزدیک شدن به ماه مبارک رمضان و غیره جشنواره یک‌روزه برگزار شد.

← در این جشنواره، زمانی و محفلی برای تبادل اطلاعات و تجربیات روابط عمومی‌ها پیش‌بینی نشده؛ محفلی برای آنها که برتر شده‌اند تا از اقدامات و برنامه‌ها، سختی‌های کار، مشکلات و موفقیت‌های خود بگویند و آنها که برتر نشده‌اند، پاسخ سؤالات و ابهامات خود را دریافت کنند.

البته فرصت فراهم بود کسی سوالی نپرسید.

← بهتر نبود به جای پخش فیلم سینمایی در باغ فردوس، محفلی با پذیرایی و فضایی گرم و صمیمی و روح‌بخش ایجاد می‌شد تا برترین‌ها از موفقیت‌هایشان می‌گفتند؛ از اینکه چه کرده‌اند که انتخاب شده‌اند و سؤالات و ابهامات دیگران که شاید فکر می‌کردند باید آنها نیز انتخاب می‌شدند، پاسخ داده می‌شد؟

هر برنامه تفریحی کارکرد خودش را دارد. البته اگر هر دو برنامه اجرا می‌شد، بهتر بود.

← اکثر آنهایی که از استان‌ها به تهران می‌آیند، تشنه یادگیری‌اند. یک ساعت سخنرانی آموزشی برای جشنواره‌ای که بعد از سه سال برگزار شده است، خیلی ناچیز بود. همه مدعوین انتظار کارگاه‌های آموزشی غنی‌تری از این جشنواره داشتند.

هدف جشنواره برگزاری کارگاه آموزشی نبود. در دو سال گذشته کارشناسان روابط عمومی‌های مخابرات استان‌ها حداقل برای حضور در ۱۰ کارگاه دعوت شدند و حداقل ۳۰۰ نفر، ۱۰۰ ساعت آموزش دیدند. کارگاه‌های آموزشی حرفه‌ای‌گرایی در روابط عمومی (۶۰ نفر)، روابط عمومی و صنعت (۳۰ نفر) و روابط عمومی الکترونیک (۳۵ نفر) از جمله آنها بود.

← اکثر مدعوین برگزاری این جشنواره را یک نوع رفع تکلیف یک‌سویه و بدون تبادل نظر اعلام کردند. اکثر آنها با ذهنی پر از سؤال‌های بی‌پاسخ تهران را ترک کردند.

نتایج نظرسنجی برخلاف نظر شماست. این نظرسنجی نشان می‌دهد اکثر مدعوین رضایت داشته‌اند و خواستار تکرار این برنامه هستند.

← پیشنهاد برخی از مدعوین، برگزاری برنامه بازدید از خبرگزاری‌ها و روزنامه‌ها در میان برنامه‌های جشنواره بود.

پیشنهاد خوبی است ولی خبرگزاری‌ها امکان پذیرش بیش از ۳۰ نفر را ندارند. باید در نوبت‌های بعدی هماهنگ کنیم.

← برخی از مدعوین که حتی مقام برتر را نیز کسب کرده بودند، از نامشخص بودن علت برتر شدن در بخشی و انتخاب نشدن در بخش دیگری که خود را لایق‌تر می‌دانستند، گله‌مند بودند و از برگزار کنندگان این جشنواره می‌خواستند شرایطی به وجود می‌آمد تا سؤالات‌شان پاسخ داده می‌شد.

برای همه شرکت‌کنندگان در ارزیابی، کارنامه ارسال می‌شود ●



گفت و گو با میرزا بابا مطهری نژاد، پیشکسوت روابط عمومی مخابرات ایران

# روابط عمومی به جایگاه اصلی خود باز گشته



چنین شرایطی که دانشکده روابط عمومی نیز منحل شده بود، دکتر حمید نطقی و دکتر معتمدنژاد با تلاش خستگی ناپذیر و مضاعف، مجدداً گروه روابط عمومی را در دانشگاه تشکیل دادند؛ که خوشبختانه اکنون پس از گذشت ۳۰ و چند سال، روابط عمومی به جایگاه اصلی خویش باز گشته است.

## انتصاب شما به عنوان مدیر روابط عمومی شرکت مخابرات چگونه بود؟

در چنین فضایی و در اوایل سال ۱۳۶۰ و چند روز مانده به شهادت دکتر قندی، آقای زند که تنها چند ماهی مدیریت روابط عمومی را بر عهده گرفته بود، باز نشسته شد و دکتر قندی حکم مدیریت روابط عمومی را به بنده داد و خود در تاریخ هفتم تیرماه با ۷۲ تن از مسئولان وقت، به شهادت رسید. بالاچار یک سرپرست برای پست و یک سرپرست برای مخابرات تعیین شد و جلسه معارفه اینجانب که قرار بود توسط شهید قندی انجام شود، توسط دکتر عارف صورت گرفت.

## در زمان انتصاب شما چند نفر در روابط عمومی مشغول کار بودند؟

وقتی به روابط عمومی آمدم، تنها هفت کارمند داشت ولی با توجه به اینکه همگی آنها لیسانس داشتند، این اداره از لحاظ تخصصی، بدنه محکمی داشت و مستعد رشد و پیشرفت بود. این گروه در ابتدا پیام‌های حضرت امام (ره) را با شابلون روی پارچه و مقوای زدن و به ساختمان‌ها می‌جسباندند که البته همین کار را هم به صورت هنری و متمایز از سایر سازمان‌ها انجام می‌دادند؛ زیرا هنوز تأثیر نگاه هنری به روابط عمومی، از زمان استاد فریدون مشیری باقی مانده بود. به هر حال گذر از روابط عمومی تجملاتی به روابط عمومی جدید و اسلامی، با فراز و نشیب‌های فراوانی همراه بود که اگر حمایت‌های همه‌جانبه انجمن اسلامی - که خود یکی از مؤسسان آن بودم - نبود، به این سرعت پانمی گرفت.

این بار به هم صحبتی کسی رفتیم که سکان روابط عمومی را - که پیش از انقلاب تجملاتی و تشریفاتی محسوب می‌شد - در دست گرفت و با کمک دیگر کارشناسان و دلسوزان پس از سال‌ها تلاش، به جایگاه اصلی و واقعی خود رساند. متولد ۱۳۲۸، کارشناس ارشد ارتباطات است. ۲۷ سال سابقه مدیریت و تدریس در حوزه ارتباطات دارد. مدیریت و تدریس در گروه آموزشی مدیریت منابع انسانی، مدیریت روابط عمومی شرکت مخابرات ایران، وزارت پست و تلگراف و تلفن وقت و شرکت پست و همچنین عنوان مؤسس انجمن روابط عمومی ایران را نیز در پرونده کاری خود دارد. «آقای روابط عمومی» عنوانی است برای او که عمر خود را صرف تحقیق، تدریس و مدیریت در حوزه روابط عمومی و به خصوص روابط عمومی شرکت مخابرات ایران کرده است. میرزا بابا مطهری نژاد به عنوان عضوی از خانواده مخابرات در اسفند ۱۳۹۱ از این شرکت عنوان بازنشستگی را دریافت کرد ولی همچنان در حوزه ارتباطات و روابط عمومی فعالیت‌های خود را ادامه می‌دهد. برگزاری جشنواره روابط عمومی‌های شرکت مخابرات ایران بهانه‌ای شد تا پای صحبت این یار قدیمی روابط عمومی بنشینیم.

## آقای مطهری نژاد لطفاً درباره پیشینه روابط عمومی پس از انقلاب و دوران کاری خود بگویید.

بسیار خوشحالم که پس از انقلاب بازسازی روابط عمومی‌ها از شرکت مخابرات آغاز شد. باور مدیران بعد از پیروزی انقلاب و حتی مردم به روابط عمومی، یک نگرش تشریفاتی و تجملاتی بود. در سال‌های نخست انقلاب، رسانه‌ها یک همراهی و همدلی با دولت پیدا کرده بودند که ضعف‌ها را نشان نمی‌دادند و مردم نیز آن قدر به مسئولان و مدیران نزدیک بودند که خطاهای مسئولان را مانند رابطه پدر و فرزند احساس می‌کردند و به خاطر انسجام هر چه بیشتر انقلاب از آن می‌گذشتند. در

### چگونه توانستید نیروی انسانی را در روابط عمومی گسترش دهید؟

با کمک دوستان در سایر ادارات و کارگزینی توانستیم سایر هنرمندان، شعر، نویسندگان و کسانی را که آماده یادگیری روابط عمومی نوین بودند، گرد هم آوریم. بدین گونه که در سال ۱۳۶۵ تنها یک سال پس از به وزارت رسیدن مهندس غرضی، دارای یک روابط عمومی منسجم، کارا و باریشه شدیم، که البته نباید از یادآوری آموزش‌های بی‌دریغ و هفتگی اساتید لایقی چون دکتر حمید نطقی، دکتر معتمدنژاد، علوی تبار، ابراهیم آبادی و آخوندی غافل بمانیم. گفتنی است همزمان با رشد روابط عمومی در شرکت مخابرات، شاهد گسترش دانشکده روابط عمومی در دانشگاه‌ها نیز بودیم و پژوهش‌ها و تحقیقات را به صورت هفتگی، جمع‌آوری و علاوه بر استادان یادشده، هر هفته یک استاد معتبر را نیز دعوت می‌کردیم. در واقع «مرکز پژوهش ارتباطات» و «انجمن جامعه اطلاعاتی» از همین جا شکل گرفت. در آن زمان تعداد کارکنان روابط عمومی شرکت مخابرات ایران به ۱۴۰ نفر رسیده بود.

کار دیگر روابط عمومی در آن زمان حضور دائمی و فعال در تمامی افتتاحات و مراسم و دعوت از رسانه‌ها و خبرنگاران و انعکاس اخبار مربوط بود؛ در واقع زمانی که مدیران ارشد حضور روابط عمومی را می‌دیدند، دل‌شان قرص و خیال‌شان راحت می‌شد؛ به ویژه مهندس غرضی که دائم در حرکت بود و جنبش! یک تیم آتش تشکیل دادم و به دست مرحوم علیقلی سپردم که روحیه فرماندهی خوبی داشت. تحقیقات وسیع در آن زمان به ما یاد داد که باید چه کار کنیم. کارها را جهت‌دار کردیم. گرچه به دلیل ضعف نیروی انسانی، نمی‌توانستیم جواب این حجم تحقیقات را برای اجرا بدهیم. در آن زمان برون‌سپاری وجود نداشت و باید همه کارها در خود روابط عمومی انجام می‌شد.

### دکتر زارعیان چه زمانی به جمع همکاران روابط عمومی پیوست؟

یکی از بزرگ‌ترین پیروزی‌های روابط عمومی، پیوستن دکتر زارعیان به روابط عمومی بود. از ویژگی‌های خوب آقای زارعیان این بود که همواره تحصیل و کار را به هم آمیخته داشت و حسن دیگر ایشان این بود که با استادان سطح بالا در ارتباط بود و از مشاوره با آنان در کار روابط عمومی بهره می‌برد و نقش بسزایی در گسترش و رشد روابط عمومی شرکت مخابرات ایران ایفاء می‌کرد. دکتر زارعیان در سال ۱۳۷۰ به جمع ما پیوست.

### آیا همزمان با رشد روابط عمومی، کارهای دیگری نیز در دست داشتید؟

بله، همزمان کارهای بین‌المللی را نیز مد نظر داشتیم که از دنیا عقب نمانیم. یکی از کارهای بزرگی که برای جانبازان عزیز انجام دادیم، ایجاد «کتابخانه پستی جانبازان» بود. که دو عدد کیف برای هر جانباز و به نام خودش درست کردیم و هر هفته دو کتاب به هر جانباز در کیف خودش تحویل داده و کیف قبلی دریافت می‌شد. این کار به حدی خوب و گسترده بود که زمانی که با دکتر شهرستانی در کنفرانس کتابخانه‌داران در سوئد شرکت کردیم و این کار را توضیح دادیم، با استقبال بی‌نظیر «ایفلا» روبه‌رو شد.

### در چه زمانی روابط عمومی شرکت مخابرات ایران در کشور اول شد؟

در ارزیابی گسترده‌ای که هیأت داوران در سال ۱۳۷۰ از همه سازمان‌ها و وزارتخانه‌ها انجام دادند، به کمک دکتر محسنیان راد، شادروان دکتر قدی، مهاجرانی، مجید رضاییان و غیره شرکت مخابرات ایران به برتری رسید و پس از آن تمامی روابط عمومی‌ها و سازمان‌ها از مدل ما پیروی کردند؛ این دنباله‌روی تاکنون نیز ادامه دارد و هنوز هم روابط عمومی‌ها، از شرکت مخابرات و شرکت نفت انتظار کار حرفه‌ای و محکم دارند که بحق، آقای دکتر زارعیان این رسالت عظیم را مجدانه در دست دارند.

### آیا در طول دوران خدمت خود، از کار در روابط عمومی راضی بودید؟

بله بسیار راضی بودم و اکنون نیز بیشترین اشتغال من روابط عمومی است و به کمک کادری مجرب، برای سازمان‌ها کارهای مشاوره‌ای، تحقیق، پژوهش و افکارسنجی انجام می‌دهم و در حال حاضر چند پروژه برای وزارت راه و شهرسازی، پست بانک، چند بیمارستان و وزارت ارشاد و غیره در دست اجرا دارم.

### آیا فرزندان خود را به کار در روابط عمومی توصیه می‌کنید؟

بله، یکی از فرزندانم به طور مستقیم کار روابط عمومی انجام می‌دهد و هم‌اکنون نیز در مورد سمیناری با موضوع اقتصاد مقاومتی که در شهریورماه برگزار خواهد شد، فعالیت می‌کند. یکی از دخترانم نیز به توصیه من، در زمینه جامعه‌شناسی تحصیل کرد که اکنون نیز به عنوان یک پژوهشگر حرفه‌ای مشغول کار است. او در کارهای پژوهشی مورد نیاز من نیز بسیار فعال است.

### چه تألیفاتی در حوزه روابط عمومی دارید؟

تاکنون تألیفات بسیاری داشته‌ام؛ از جمله ماهنامه تخصصی پژوهشی روابط عمومی، تألیف چند کتاب برای دانشگاه علمی کاربردی، تألیف کتاب روش تحلیل مسائل سیاسی و اجتماعی که به زودی به چاپ می‌رسد، مجموعه یادداشت‌های سیاسی، فرهنگی و اجتماعی که در دو جلد زیر چاپ است و ده‌ها مقاله‌ی دیگر.

### آیا فعالیت‌های فرهنگی دیگری نیز به جز روابط عمومی دارید؟

بله؛ چهار سال سردبیر روزنامه مردم‌سالاری بودم؛ سایت خبری تحلیلی فریادگر را دارم که نام آن برگرفته از قرآن کریم است و در نهایت مدیر مسئول مجموعه فرهنگی هنری کوکب شب هستم که گستره‌ای از فعالیت‌ها و آموزش‌های مختلف را در بر می‌گیرد.

### در طول مسیر کاری خود، با چند وزیر و مدیرعامل کار کرده‌اید؟

من با شهید دکتر قندی، که خود در آن زمان مدیرعامل مخابرات نیز بود کار کردم و همچنین با دکتر نبوی، دکتر عارف، دکتر واعظی و مهندس نراقی همکار بودم.

### به نظر شما مشکلات فعلی حوزه ارتباطات و روابط عمومی چیست؟

در جایی خواندم آقای دکتر زارعیان سه چالش را در این مورد مطرح کرده است که انصافاً هم صحیح است و من یک چالش دیگر نیز به آن اضافه می‌کنم.

این مشکلات در چهار چالش زیر متمرکز می‌شود:

- ۱- چالش ساختاری، که به لحاظ جایگاه و موقعیت‌های اصلی به ساختار روابط عمومی‌ها برمی‌گردد.
  - ۲- نیروی متخصص، که بسیاری از روابط عمومی‌ها در این زمینه افراد کافی ندارند.
  - ۳- آموزش، که معتمد نیروهای روابط عمومی باید با شرایط امروز تربیت شوند.
  - ۴- چالش فرهنگی، که برمی‌گردد به عدم اعتقاد کافی مدیران به روابط عمومی‌ها.
- البته برای هر یک از این چهار چالش، توضیحات مبسوطی می‌توان بیان کرد که متأسفانه در این مقوله نمی‌گنجد.

### از اینکه با بزرگواری و مهربانی تمام، وقت گرانبهاتان را در اختیار همکاران

سابق خود گذاشتید، سپاسگزاریم

پرونده

مخابرات خریدار ندارد

وقایع نگاری فروش سهام شرکت  
توسعه اعتماد مبین

۳۵

رشد و سکون بی تناسب

نگاهی آماری به وضعیت اقتصادی کشور و مقایسه  
آن با تعرفه‌های مخابرات

۳۲

پای میز مذاکره خاتمه می‌یابد

بی‌مهری وزارت ارتباطات  
به شرکت مخابرات ایران

۲۶

بی‌مهری وزارت ارتباطات به شرکت مخابرات ایران

# پای میز مذاکره خاتمه می‌یابد

تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی ارسال و رسید دریافت شد. بر اساس این برنامه، نظر کارشناسان داخلی و مشاوران خارجی شرکت مخابرات ایران، میزان سرمایه‌گذاری در چهار سال ۷۲۰۰ هزار میلیارد تومان در بخش تلفن ثابت و توسعه زیرساخت به ویژه شبکه و آی‌تی است.

در همین حال، معاون دیگر وزیر ارتباطات، قیمت مخابرات را ۱۴۰ هزار تومان اعلام کرد و گفت: خارجی‌ها حاضر بودند برای مخابرات ۱۲۰ تا ۱۴۰ هزار تومان بدهند. که در پاسخ، رئیس هیأت مدیره شرکت مخابرات ایران نیز آمادگی متولیان شرکت را به واگذاری آن اعلام کرد و گفت: «ما عاشق نگه داشتن سهام مخابرات نیستیم و سیاست ما ماندگاری نیست. هر کسی بخواهد این شرکت را بخرد با همان شرایطی که این شرکت را خریدیم، آن را بگذارد می‌کنیم.»

با این حال دکتر سیدهاشمی ضمن اشاره به سرمایه‌گذاری ۱۱ هزار میلیارد تومانی مخابرات بعد از خصوصی‌سازی بر عزم این شرکت برای توسعه تأکید کرد و گفت: «به رغم تمامی مشکلات و ثبات در تعرفه‌های سال ۸۲ تاکنون به این میزان توسعه رسیده‌ایم.»

او خسارت ۲۷۰ میلیارد تومانی مخابرات بعد از اجرای طرح هم‌کدی را یادآور شد و پیشنهادهای شرکت مخابرات ایران برای حل بن‌بست موجود را خاطر نشان کرد و گفت: «دو پیشنهاد در ارتباط با تلفن ثابت داشتیم که شاید بسیار راهگشا باشد؛ یکی از آنها این بود که مکالمات نامحدود را در شبکه مخابرات تنها با یک رقم ثابت ماهانه که از سه هزار و ۵۰۰ تومان شروع می‌شود و پلکانی تا سقف ۱۰ هزار تومان برای شهرهای بزرگ می‌رسد، برای تلفن‌های ثابت شهری و بین‌شهری داشته باشیم. پیشنهاد دیگر نیز تعدیل تعرفه‌های موجود با توجه به افزایش هزینه‌های تمامی بخش‌های کشور بود.»

برای یادآوری ثابت ماندن تعرفه‌های مخابراتی در مقابل تعرفه‌های سایر بخش‌ها و نیز افزایش تورم در کشور، رئیس هیأت مدیره شرکت مخابرات ایران به مقایسه هزینه‌های شرکت مخابرات در برابر شرکت پست پرداخت و گفت: «زمانی که تعرفه تلفن‌های ثابت ۴۴/۷ ریال بود، نرخ پست برای توزیع



توسعه کافی نیست، مخابرات باید پیوست امنیتی، اقتصادی، مدیریتی و غیره ارائه کند و کلاً باید با نظر ما برنامه‌های خود را بی‌درد.»

این در حالی بود که مخابرات در نامه‌ای صریحاً عنوان کرد که قبلاً برنامه توسعه‌ای خود را به سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی ارائه داده است. در این نامه شرکت مخابرات ایران به خلف وعده جناب وزیر در عمل به تعهداتش اشاره کرده و گفته بود: این شرکت در اجرای مصوبه دولت و هماهنگی وزیر ارتباطات طرح هم‌کدی تلفن ثابت را با ۱ میلیارد تومان هزینه و کاهش ۱۰ تا ۳۰ درصدی درآمد، با هدف ارائه خدمات مطلوب‌تر با مشترکان و قول وزیر برای جبران کاهش درآمد اجرا و گزارش اقدامات خود را در زمستان ۹۳ تقدیم وی کرد. از آنجا که تغییر یا تعدیل تعرفه‌ها نیازمند مصوبه کمیسیون ارتباطات است این کمیسیون علاوه بر گزارش کاهش درآمد ناشی از هم‌کدی، برنامه توسعه مخابرات در سال‌های آتی را نیز درخواست داشت که این برنامه در تاریخ ۲۷ بهمن ۹۳ با شماره ۲/۱۳۲۲۷ به سازمان

خبر «خارج شدن طرح افزایش تعرفه تلفن ثابت از دستور کار وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات» با بیان صریح دکتر واعظی در خردادماه امسال، اختلافی را که از نخستین روزهای انتصاب وی به عنوان وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات دولت یازدهم زمزمه می‌شد، بار دیگر بر سر زبان‌ها انداخت.

از آن تاریخ تاکنون اظهار نظرها، تهدیدها و انتقادهای تاحدی کینه‌ورزانه از سوی برخی مخالفان خصوصی‌سازی در زمینه مخابرات و عملکرد آن پس از خصوصی‌سازی از طریق رسانه‌ها منتشر شد و اذهان مردم را مخدوش کرد؛ اظهار نظرهایی که در واقع مخابرات را به مبارزه‌ای نابرابر و ناعادلانه فراخوانده است.

در اولین اظهارات، وزیر ارتباطات ادعا کرد مخابرات برنامه توسعه ندارد و افزایش تعرفه‌های تلفن ثابت را به ارائه این برنامه منوط دانست. اما در اظهار نظر عجیب دیگری، معاون ایشان پا را از این هم فراتر گذاشت و اعلام کرد: «اگر ما بخواهیم تعرفه‌ها را اصلاح کنیم، برنامه



زهرا ایللی

قرار گرفت و با هزینه‌هایی که به این شرکت تحمیل شد، اکنون شرکت مخابرات ایران مجبور است پهنای باند را چهار برابر قیمت خرید به اپراتورها واگذار کند.

در این جوابیه با یادآوری اینکه در سال‌های اخیر ظرفیت خدمات اینترنتی و پهنای باند افزایش قابل توجهی یافته است و شرکت‌های خصوصی را ارائه‌دهنده خدمات اینترنتی در شهرهای کوچک و روستاها اقتصادی نمی‌دانند، خاطر نشان کرد که در این بخش‌ها رقابتی شکل نگرفته و شرکت مخابرات ایران به تنهایی و به‌رغم صرفه اقتصادی تلاش زیادی داشته است.

در همین جوابیه رقابتی بودن فضای ارائه خدمات مخابراتی در کشور تأکید شده و آمده است: «برخلاف آنچه گفته می‌شود، خدمات مخابرات در کشور انحصاری نیست و ایجاد و فعالیت شرکت‌های PAP در کنار شرکت مخابرات و ارائه خدمات از سوی آنها نشان این ادعاست.

کل واگذاری شرکت‌های بخش خصوصی تا قبل از خصوصی‌سازی مخابرات کمتر از ۴۰۰ هزار شماره بود. لیکن طی پنج سال اخیر از مرز چهار میلیون پورت فراتر رفته است. ضمن اینکه توجه به میزان اشتغال زایی شرکت‌های PAP و مقایسه آن با مخابرات باید مورد توجه قرار گیرد و برای چندمین مرتبه اعلام می‌کنیم هیچ انحصاری در مخابرات نیست و هر شرکتی که امکان بخواهد در قبال پرداخت هزینه‌ها (در حد قیمت تمام شده) به هر میزان در اختیارش قرار

شرایطی فراهم کند که تلفن ثابت هم مانند تلفن همراه رقابتی شود، مشکلات و اتفاقاتی از این دست اجتناب‌ناپذیر است. بر همین اساس ضروری به نظر می‌رسد تلفن ثابت هم حالت رقابتی داشته باشد؛ البته اخیراً کمیسیون تنظیم مقررات در این خصوص مصوباتی داشته که اجرای آن می‌تواند پایان بخش این مشکلات باشد.»

دکتر سلیمانی وزیر سابق ارتباطات نیز ضمن اینکه اعتقاد دارد نزاعی که بین وزارت ارتباطات و شرکت مخابرات ایران در حال شکل گرفتن است و هر روز هم شدیدتر می‌شود هیچ ربطی به واگذاری این شرکت ندارد، راهکاری برای خاتمه آن بیان کرد. وی اظهار داشت: «دو سال پیش مجلس شورای اسلامی مجوز برداشت تمامی درآمدهایی را که از سوی وزارت ارتباطات به خزانه واریز می‌شود، برای توسعه این حوزه به خود وزارتخانه داد. تعرفه‌های مخابراتی که تا پیش از سال ۹۲ به خزانه می‌رفت در اختیار دولت قرار می‌گرفت، اکنون در اختیار وزارت ارتباطات قرار می‌گیرد و در سال ۹۴ نیز حدوداً پنج هزار میلیارد تومان برای این حوزه در نظر گرفته شده است که با این رقم می‌توان در حوزه ICT انقلابی به پا کرد.»

اما ماجرا به اینجا ختم نشد و اختلاف وزارت ارتباطات با شرکت مخابرات ایران، با اظهار نظر مهندس قنبری معاون وزارت ارتباطات در تشکیک نسبت به فرآیند واگذاری شرکت مخابرات ایران به بخش خصوصی بالا گرفت.

مهندس قنبری با اشاره به اینکه «در زمان واگذاری مخابرات به بخش خصوصی، در واقع با شیوه‌ای غلط یک شرکت را از بخش دولتی خارج کرده و به بخش خصوصی سپرده ایم»، گفت: «واگذاری کابل‌ها و تأسیسات انتقال داده به عنوان زیرساخت‌ها به مخابرات در زمان خصوصی شدن آن کار اشتباهی بود.»

وی افزود: «اکنون این شیوه واگذاری، مشکلات متعددی در زمینه فعالیت برخی شرکت‌ها از جمله PAPها ایجاد کرده است. چرا که در این حوزه، فرصت مساوی در اختیار شرکت‌هایی که با یکدیگر رقابت دارند، قرار نمی‌گیرد و انحصار مخابرات را در بازار به وجود آورده است.»

به دنبال این اظهارات بود که روابط عمومی شرکت مخابرات ایران طی جوابیه‌ای بر این نکته تأکید کرد که مخابرات در این زمینه تصمیم‌گیرنده نبوده و تابع قوانین عمل کرده است. در این جوابیه، شرکت مخابرات ایران یادآور شد که در زمان واگذاری مخابرات به بخش خصوصی، زیرساخت از مخابرات ایران جدا شد و به صورت انحصاری در اختیار دولت

مرسولات با قیمت پایه ۳۰ تومان ارائه می‌شد؛ اکنون هزینه یک پست بین‌شهری چیزی نزدیک به ۹ هزار تومان شده، در حالی که نرخ مکالمه ثابت به یک ریال رسیده است، حال خودتان بررسی کنید که حق با کیست؟»

اما هیچ یک از این استدلال‌ها مسئولان وزارتخانه را قانع نکرد و اظهار نظرهای و انتقادات تا آنجا بالا گرفت که به نزاع‌های رسانه‌ای تبدیل شد. بحث بر سر این بود که چرا مخابرات چنان بر سر افزایش تعرفه‌ها پافشاری می‌کند.

برخی منتقدان بر این باور بودند که شرکت مخابرات ایران با کاهش چشمگیر درآمد روبه‌روست و به مرحله زیان‌دهی رسیده است. از سوی دیگر وزیر ارتباطات نیز معتقد بود مخابرات به وعده‌های خود برای توسعه زیرساخت‌ها عمل نکرده و اکنون هم نباید هزینه‌های خود را بر دوش مشتریان بگذارد.

این در حالی است که به اعتقاد دکتر سلیمانی وزیر اسبق ارتباطات و فناوری اطلاعات، وجود تورم و افزایش تعرفه‌ها در کشور یک حقیقت غیر قابل انکار است و نمی‌توان مخابرات را از آن مستثنی کرد. «کسی نمی‌تواند بگوید تورم در کشور ما وجود ندارد. بنزین تا پنج سال پیش ۱۰۰ تومان بود و نان هم ۲۰۰ تومان. اما الان هزار تومان شده‌اند. تازه این دو قلم جزو محتاج به شمار می‌آیند، در حالی که اگر تعرفه تلفن ثابت بعد از ۱۳، ۱۲ سال افزایش باید با توجه به اینکه امر حیاتی به حساب نمی‌آید مردم می‌توانند به مدیریت هزینه‌هایشان بپردازند.»

وی با این توضیح، افزایش نیافتن تعرفه‌های مخابرات بعد از این همه سال را ظلم به مجموعه مخابرات عنوان کرد و به طور سرپوشیده انگیزه‌هایی را برای آنچه مسئولان وزارت بیان می‌کنند، در مخالفت آنها با افزایش تعرفه‌های مخابرات دخیل دانست و گفت: «هر کارشناسی بررسی کند می‌گوید وزارت ارتباطات دارد گروکشی می‌کند.»

مهندس فیضی مدیر عامل اسبق شرکت مخابرات ایران نیز ضرر و زیان شرکت مخابرات ایران را از محل اجرای طرح هم‌کدسازی تأیید کرد و دولت را مکلف دانست برای جبران این ضرر راهکاری بیابد.

اوبه مواد ۵۸، ۵۹ و ۹۲ قانون اصل ۴۴ اشاره کرد و گفت: «با توجه به اینکه موضوع افزایش تعرفه‌های تلفن ثابت به صراحت در قانون آمده، به نظر می‌رسد حق با مخابرات است چرا که از ابتدا هم قرار بر آن بوده که تعرفه‌ها به گونه‌ای تنظیم شود که مخابرات ضرر نکند.»

در عین حال مهندس فیضی خاطر نشان کرد مشکل مخابرات صرفاً با افزایش تعرفه‌ها حل نخواهد شد و گفت: «تا زمانی که حاکمیت نتواند

## مخابرات ایران بعد از خصوصی‌سازی جمعاً بیش از ۲۰ هزار میلیارد تومان به دولت پرداخت کرده که این مبلغ از کل پرداختی به دولت بعد از انقلاب بیشتر است

داده می‌شود.»

در این نزاع بر سر قانونی یا غیر قانونی بودن روند واگذاری شرکت مخابرات ایران، محمد سلیمانی، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات دولت نهم و کسی که واگذاری مخابرات به بخش خصوصی در زمان وی صورت گرفته است، نیز به ادعاهای منتقدان واگذاری کابل‌ها و تأسیسات انتقال داده به عنوان زیرساخت‌ها به مخابرات در زمان خصوصی شدن آن پاسخ داد و گفت: «تمامی واگذاری‌ها طبق قانون انجام شد. سازمان خصوصی‌سازی متولی واگذاری است و وزیر اقتصاد و دادگستری نیز واگذاری‌ها را انجام می‌دهند لذا زمانی که شرکتی خصوصی می‌شود امضاء این دو وزیر در پای اسناد علاوه

روستاها و شهرهای زیر ۱۰ هزار نفر در اختیار وزیر ارتباطات قرار گرفت و با این رقم می‌شود مشکل بسیاری از روستاها را حل کرد. اینجا دیگر ربطی به مخابرات ندارد و وزارت ارتباطات می‌تواند خودش به صورت مستقل و در قالب مناقصه ورود کند.»

مدیرعامل سابق شرکت مخابرات ایران نیز داستان وزارت ارتباطات و شرکت مخابرات ایران را به سلاقی و مسائل شخصی مربوط می‌داند. مهندس فیضی می‌گوید: «طبق قانون حاکمیت امکان نظارت بر بخش‌های مختلف را دارد ولی از سویی باید توجه داشت حاکمیت، حاکمیت است و لازم است اهداف آن را در بخش خصوصی رعایت کرد اما باید حاکمیت هم از مدیریت تفکیک شود.»

مهندس کریم پور رئیس سابق سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی و معاون وزیر ارتباطات در دولت دهم، نیز با تأیید اینکه لطمه اصلی چنین تفکراتی بر حقوق مردم وارد می‌شود، گفت: «اختلافات بین این دو مجموعه داستانی طولانی با پیچیدگی‌های بسیار دارد که نیازی به تحقیق و تفحص نیست، مخصوصاً اینکه اختلافات موجود بین این دو مجموعه اصلاً ریشه علمی، تکنولوژیک و فنی ندارد و بیشتر فکری است.»

این در حالی است که بنا بر گفته دکتر زارعیان مدیر کل روابط عمومی و امور بین‌الملل شرکت مخابرات ایران، با وجود اینکه رفتار وزارت ارتباطات ادامه کار شرکت مخابرات ایران را بسیار سخت و زیان‌آور می‌کند، این شرکت فراتر از مباحث قانونی حاضر به همکاری با دولت محترم و سایر نهادهای کشور است.

اوبه عنوان سخنگوی شرکت مخابرات ایران صراحتاً اعلام کرد که تاکنون این همکاری وجود داشته است زیرا شرکت مخابرات ایران خود را بخشی از اقتصاد ایران می‌داند و فعالیت برای رشد و توسعه اقتصاد ملی را نیز برای خود یک وظیفه قلمداد می‌کند. اما در عین حال انتظار دارد دولت نیز بر حسب قوانینی چون اصل ۴۴ قانون اساسی، قانون تجارت و اصل انصاف با این شرکت رفتار کند.

دکتر زارعیان اظهار امیدواری کرد که این تاخت و تازهای وزارت ارتباطات و برخی مخالفان با مخابرات و خصوصی شدن آن، با نشستن پشت میز مذاکره به‌طور منطقی و منصفانه خاتمه یابد. زیرا اصلاً به سود مردم نیست و اگر بنا باشد شرکت مخابرات ایران به عنوان یک بنگاه اقتصادی و خدماتی و نماد صنعت ICT کشور به زمین بخورد، دودش چشمان مردم عزیزمان را خواهد سوزاند



ناخالص تلفن همراه، سهم هشت درصدی از تلفن ثابت و سهم پنج درصدی از دیتا به دولت پرداخت می‌شود.

این در حالی است که با چنین مبالغه پرداختی به دولت، باز هم مخابرات در مسیر توسعه متوقف نشده است و ۵۶۰۰ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری این شرکت در بخش توسعه و بهره‌برداری از ۸۵۹۲۹ پروژه مخابراتی در سراسر کشور طی پنج سال گذشته، دلیل این ادعاست؛ پروژه‌هایی که در حداقل ۵۰ درصد از مراسم افتتاح آنها وزرای وقت ارتباطات و فناوری اطلاعات حضور داشته‌اند.

#### چشم‌های مردم از دود این نزاع‌ها قرمز است

حامیان شرکت مخابرات ایران معتقدند این نزاع‌ها به واگذاری مخابرات به بخش خصوصی ربطی ندارد و همگی بر این موضوع توافق نظر دارند که پشت پرده پای مسائل دیگری در میان است.

دکتر سلیمانی این مسائل را نگران‌کننده و این نزاع‌ها و لجاجت‌ها را غیرمنطقی می‌داند و معتقد است که دود آن فقط به چشم مردم می‌رود.

دکتر سلیمانی با تأکید بر اینکه مشی وزارت ارتباطات در حال حاضر ممکن است توسعه مخابرات را متوقف یا با اختلال مواجه کند و این باعث متضرر شدن مردم می‌شود، گفت: «در قانون بودجه ۹۳ بالغ بر ۳۵۰ میلیارد تومان پول برای ارائه خدمات عمومی اجباری ارتباطات

بر رئیس سازمان خصوصی‌سازی مشاهده می‌شود. بنابراین اگر ادعا داریم اشتباهی صورت گرفته، باید قانون را اشتباه بدانیم.»

#### دولت ۲۰ هزار میلیارد تومان از مخابرات سود برده است

در هیچ یک از انتقادات و اظهار نظرهای غیرمنصفانه منتقدان و دولتمردان مخالف خصوصی‌سازی شرکت مخابرات ایران، به پرداختی‌های این شرکت به دولت اشاره‌ای نشده است. این در حالی است که طی سال‌های خصوصی شدن مخابرات، بیشترین سود را دولت برده است آن هم بدون اینکه دغدغه اشتغال ۵۰ هزار کارمند را داشته باشد یا اینکه در عمل به دستور مجلس حق بیمه شش هزار کارمند دفاتر خدمات روستایی را نیز بپردازد و سقف اشتغال مورد نظر دولت را حفظ کند.

شرکت مخابرات ایران طی سال‌های بعد از خصوصی‌سازی جمعاً بیش از ۲۰ هزار میلیارد تومان به دولت پرداخته است که این مبلغ از کل پرداختی به دولت در سال‌های بعد از انقلاب بیشتر است. همچنین، در بخش پروانه و زیرساخت نیز سهم ۳۱ درصدی از درآمد

مهندس فیضی زبان شرکت مخابرات ایران را از محل اجرای طرح هم‌کدسازی تأیید کرد و دولت را مکلف دانست برای جبران این ضرر راهکاری بیابد

# ۲۰ روز و این همه دعوا...

## مسئله مهم و چالش برانگیزی که این

روزها در باره آن بحث‌های زیادی شده است، جریان فروش سهام مخابرات، به علت عدم پرداخت باقیمانده اقساط بود؛ بحثی که در آن به واقع هر کسی از ظن خود به ماجرا پرداخته و راجع به آن نظریه پردازی کرده است.

ابتدا این خبر در رسانه‌ها بازتاب یافت که سازمان خصوصی سازی قصد دارد برای وصول اقساط عقب افتاده، بخشی از سهام مخابرات را بفرشود. سازمان خصوصی سازی معتقد است کنسر سیوم توسعه اعتماد مبین، مالک ۵۱ درصد سهام شرکت مخابرات ایران، بخشی از اقساط سهام خریداری شده را نپرداخته است. کنسر سیوم توسعه اعتماد مبین شش سال در جریان یک مزایده نیمی از سهام شرکت مخابرات را در مجموع با رقمی معادل هفت هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان به صورت قسطی خرید.

در این میان سازمان خصوصی سازی در یک اقدام غیر کارشناسانه تصمیم گرفت به علت عقب افتادن یک قسط به مدت ۱۹ روز، بلوک ۴/۷۸ درصدی از سهام شرکت مخابرات را که متعلق به کنسر سیوم توسعه اعتماد مبین است، در بورس بفروشد. اما سخنگوی شرکت مخابرات این ادعاها را رد کرد و گفت کنسر سیوم توسعه اعتماد مبین فقط یکی از اقساطش را پرداخت نکرده است. این در حالی است که در صورت پرداخت نشدن چهار قسط از بدهی ناشی از واگذاری، سازمان خصوصی سازی می‌تواند نسبت به فروش وثایق اقدام کند. دکتر زارعیان گفت: «توسعه اعتماد مبین تا پایان سال ۹۳ تمام اقساط شامل ۲۰ درصد مبلغ نقد اولیه و ۱۰ قسط از ۱۶ قسط (هر قسط به مبلغ پنج هزار میلیارد ریال) را پرداخت کرده است.»

مدیر کل روابط عمومی و امور بین‌الملل شرکت مخابرات ایران در ادامه افزود: «تصمیم سازمان خصوصی سازی برای فروش بلوک ۴/۷۸ درصدی، بدون توجه به مفاد قرارداد فروش مخابرات است و این کار با توجه به گذشت کمتر از ۳۰ روز از سر رسید یک قسط، نامتعارف است.»

### توضیح رئیس سازمان خصوصی سازی

اما علی اشرف عبدالله پوری حسینی رئیس سازمان خصوصی سازی با تأکید بر فروش سهام گفت: «سازمان خصوصی سازی این

## آگهی فروش سهام

شرکت توسعه اعتماد مبین (سهامی خاص) وکالتاً به نمایندگی از صاحبان سهام در نظر دارد نسبت به فروش صد درصد سهام شرکت توسعه اعتماد مبین (سهامی خاص) از طریق مزایده به اشخاص حقیقی، حقوقی و کنسر سیوم‌های ایرانی اقدام نماید. متقاضیان خرید سهام مزبور می‌توانند از روز چهارشنبه مورخ ۱۳۹۴/۰۴/۰۲ لغایت روز دوشنبه مورخ ۱۳۹۴/۰۴/۰۸ در ساعات اداری (۸ لغایت ۱۶) به نشانی تهران - خیابان شهید خاندان‌اسلامبولی - خیابان سی و نهم - پلاک ۴ - طبقه سوم - ریاست امور اداری، مراجعه و ضمن ارائه مدارک شناسایی با معرفی نامه معتبر و اعلامیه بانکی واریز مبلغ پانصد میلیون ریال (۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال) بابت بهای اسناد مزایده، به حساب سپرده کوتاه مدت شماره ۴۱۱۸۱۶۲۱۷۰۹۹۲۱ نزد بانک سینا شعبه نیابوران کد ۴۱۱ به نام شرکت توسعه اعتماد مبین (سهامی خاص)، نسبت به اخذ اسناد مزایده اقدام نمایند.

### شرایط مزایده:

- ۱- ارزش پایه معامله و شرایط پرداخت ثمن معامله در قالب اسناد مزایده به اطلاع متقاضیان خواهد رسید.
- ۲- فروش سهام به روش مزایده انجام می‌شود و بالاترین قیمت پیشنهادی، مبنای معامله قرار خواهد گرفت.
- ۳- متقاضیان باید پیشنهادهای خود را نسبت به کل سهام عرضه شده حداکثر تا پایان وقت اداری (ساعت ۱۶) روز شنبه مورخ ۱۳۹۴/۰۴/۰۲ به نشانی اعلام شده فوق تحویل و رسید دریافت نمایند. بدهی است به پیشنهادهایی که پس از این موعد واصل شوند، ترتیباً داده نخواهد شد.
- ۴- سپرده شرکت در مزایده برابر با هزار و دویست میلیارد ریال (۱۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال) می‌باشد که طبق مندرجات اسناد مزایده می‌بایست در قالب یک فقره ضمانتنامه بانکی معتبر، غیر قابل برگشت و بدون قید و شرط با مدت اعتبار اولیه سه ماه و در وجه مزایده‌گذار ارائه شود.
- ۵- چنانچه برنده مزایده طرف مهلت مقرر از تاریخ بلوغ توسط مزایده‌گذار، نسبت به امضای قرارداد، پرداخت ثمن نقدی معامله و ارائه اسناد تضمین اقدام ننماید، هرگونه ادعای نسبت به سپرده شرکت در مزایده نخواهد داشت و مزایده‌گذار می‌تواند ضمانتنامه بانکی ارائه

بلوک غیر مدیریتی را به وکالت از شرکت توسعه اعتماد مبین به دلیل وصول نشدن مطالبات و معوقه شدن بدهی‌ها روی میز فروش می‌برد.» به گفته او قیمت پایه هر سهم شرکت مخابرات در این واگذاری مبلغ دوهزار و ۲۳۶ ریال (نصف زمان خرید) به ازاء هر سهم تعیین شد. جالب اینکه مدعیان و مخالفان خصوصی سازی تا قبل از این معتقد بودند سهام مخابرات ۲۰ برابر ارزان به فروش رسیده است.

### بدهی سهامدار عمده چقدر است؟

بر اساس قرارداد فروش، کنسر سیوم توسعه اعتماد مبین به عنوان خریدار سهام مخابرات باید هر شش ماه یک بار ۴۸۴ میلیارد تومان به حساب سازمان خصوصی سازی واریز کند. یعنی توسعه اعتماد مبین باید سالانه حدود ۱۰۰۰ میلیارد تومان بابت اقساط سهام مخابرات به دولت بپردازد تا بتواند پس از پرداخت کل مبلغ هفت هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان مالک ۵۰ درصد به علاوه یک سهم شرکت مخابرات شود. روش کار به این صورت است که کل سهام فروخته شده تا زمان پرداخت همه اقساط، در وثیقه سازمان خصوصی سازی باقی می‌ماند. به این ترتیب هر بار که توسعه اعتماد مبین مبلغ ۴۸۴ میلیارد تومان قسط خود را به حساب خزانه واریز کند

متناسب با آن، بخشی از سهام به صورت قانونی به نامش منتقل و آزاد می‌شود.

در قرارداد فروش سهام مخابرات اعلام شده بود ۲۰ درصد از مبلغ کل فروش (یعنی ۷۸۰۰ میلیارد تومان) باید به صورت نقد و بقیه اقساط هشت ساله در قالب ۱۶ قسط با فاصله زمانی شش ماهه پرداخت شود. طبق گفته‌های دکتر سیدهاشمی، رئیس هیأت مدیره شرکت مخابرات ایران، از ابتدای خرید سهام شرکت، ۱۶ قسط باید پرداخت می‌شد که ۲۰ درصد آن همان ابتدا پرداخت شد. ۱۱ قسط دیگر هم از آن تعداد تا امروز پرداخت شده است. پنج قسط باقیمانده نیز طبق زمان بندی تا دو سال و نیم آینده پرداخت می‌شود.

اما به گفته دکتر زارعیان مدیر کل روابط عمومی شرکت مخابرات ایران، شرکت توسعه اعتماد مبین در تاریخ ۹۴/۰۳/۱۱ طی نامه به شماره ۴۹۹-۰۳-۹۴ از سازمان خصوصی برای پرداخت قسط اخیر به مدت شش ماه درخواست استمهال کرده بود که در این خصوص جوابی داده نشد. اما در نهایت سهامداران مخابرات برای اینکه از ۲۰ روز عقب افتادن قسط سوءاستفاده‌ای نشود، قسط یازدهم را پرداخت کرد و سرانجام این غائله خاتمه یافت.

سخنگوی شرکت مخابرات ایران تصریح کرد

# مخابرات گنج است اما برای دولت

است. به عبارت دیگر از زمان خصوصی سازی تا به حال حدود ۱۹ هزار میلیارد تومان از سوی این شرکت به خزانه دولت واریز شده است اما تعرفه گذاری سال ۱۳۹۲ شریطی ایجاد کرد که در نهایت دولت و همچنین مخابرات بیش از هزار میلیارد تومان ضرر کنند.»

زارعیان در ادامه تصریح کرد: «مخابرات زمانی گنج است که نگاهی مثبت و پدرا نه نسبت به آن وجود داشته باشد و بدون اینکه در حق کسی اجحاف یا زیاده خواهی شود، هزینه های واقعی از مشترکان دریافت شود.»

او افزود: «اکنون تنها در استان مازندران ۴۰۰ هزار شماره تلفن ثابت به ویلاها و اماکن تفریحی و روستاها اختصاص داده شده که حتی در ۵۰ درصد موارد هزینه آبونمان این خطها ۱۰۰ تومان است، در حالی که برای هر یک از این خطهای تلفن بین ۵۰۰ تا ۸۰۰ هزار تومان هزینه شده است.» وی همچنین متذکر شد: «اکنون برای این ۴۰۰ هزار شماره حتی قبض هم صادر نمی کنیم. چون با توجه به مبلغ کار کرد آنها صدور قبض مقرون به صرفه نیست. حال در چنین شریطی حرف ما این است که اجازه دهند برای ویلاهایی که دو میلیارد تومان ارزش دارد حداقل ماهانه سه هزار تومان به عنوان هزینه نگهداری تلفن آبونمان گرفته شود. اما متأسفانه حتی این اجازه هم داده نمی شود.»

## لزوم تقویت تعامل

سخنگوی شرکت مخابرات ایران در ادامه گفت: «بر همین اساس لازم است در کل تعاملات مخابرات دولت تقویت شود. وزارت ارتباطات باید از بالا به این مجموعه نگاه و کمک کند تا ما هم بتوانیم در کنار ارائه خدمات خوب، سرمایه گذاری خود را نیز انجام دهیم و سود حداقلی را نیز برای ۵۰ هزار سهامدار این شرکت که ۳۲ هزار و ۵۰۰ نفر آنها کارمندان مخابرات هستند، داشته باشیم.»

زارعیان در بخش دیگری از صحبت های خود در پاسخ به این پرسش که در نهایت این شرکت چه ایراداتی را به تعرفه فعلی وارد می داند، گفت: «تعرفه تلفن ثابت تا پایان سال ۱۳۹۲ بر مبنای پالس بود و برای هر پالس ما ۵۸ ریال هزینه از مشترک دریافت می کردیم. اما از سال ۹۲ از سوی کمیسیون تنظیم مقررات این گونه اعلام شد که لازم است تعرفه تماس ها بر حسب



## قیمت مخابرات ارزان بود

سخنگوی شرکت مخابرات ایران در پاسخ به این مطلب که «آیا بالابودن قیمتی که برای فروش سهام مخابرات اعلام شده بود، موجب پیدایش خریدار برای سهام این شرکت نشده»، توضیح داد: «قیمتی که برای مزایده مخابرات اعلام شده ارزان بود. ما مخابرات را زمانی که قیمت ارز ۱۰۰۰ تومان بود به قیمت ۷۸۰۰ میلیارد تومان خریداری کردیم حال اگر با نرخ ارز امروز برای مزایده این شرکت تنها بخواهیم پول خریدش را دریافت کنیم باید حداقل ۱۷ یا ۱۸ هزار میلیارد تومان برای فروش آن در نظر بگیریم.»

## گنج برای دولت

زارعیان در ادامه در پاسخ به این سؤال که «زمانی مدیرعامل سابق شرکت مخابرات ایران بر این باور بود که مخابرات یک گنج است و همیشه بر سر گنج دعواست، اکنون چگونه برای چنین گنجی مشتری پیدا نمی شود»، گفت: «مخابرات گنج است اما برای دولت.» وی ادامه داد: «اگر دولت از ماحمایت کند این شرکت می تواند یک گنج باشد چرا که پس از خصوصی سازی این شرکت تاکنون ۵۱ درصد درآمد ناخالص آن به خزانه دولت واریز شده

## مدیرکل روابط عمومی و

امور بین الملل شرکت مخابرات ایران به ارائه توضیحاتی درباره وضعیت فعلی این شرکت و موضوع مزایده سهام ۵۰ درصدی شرکت توسعه اعتماد مبین پرداخت و خاطر نشان کرد: «شرکت مخابرات از روزی که خصوصی شد مخالفان بسیاری داشت و هنوز هم دارد.»

داوود زارعیان درباره دلایل به فروش نرفتن سهم ۵۰ درصدی شرکت توسعه اعتماد مبین گفت: «اینکه چرا این سهام به فروش نرفته از نظر من به بحث کلان کشور مربوط می شود چرا که فضای افکار عمومی طی سال های گذشته به سمت و سویی کشیده شده که خصوصی سازی طرفدار ندارد.» وی در عین حال گفت: «به عنوان مثال زمانی تصور بر آن بود که اگر استقلال و پرسپولیس واگذار شوند، خریداران بسیاری برای آنها وجود خواهد داشت و به اصطلاح برای خرید آنها صف می کشند اما رویدادهای این سه ماه اخیر نشان داد که در نهایت کسی پای خرید آنها نایستاد. در خصوص مخابرات نیز تقریباً چنین وضعیتی مطرح است و علاوه بر آن بحث های متعددی که در فضای عمومی کشور درباره این شرکت مطرح شده نیز قطعاً در این موضوع بی تأثیر نبوده است.»



دقیقه در نظر گرفته شود؛ بر همین اساس تعرفه هر دقیقه تماس ثابت به ثابت درون استانی معادل سه تومان در نظر گرفته شد.»  
او ادامه داد: «در آن دوره عده‌ای برای اینکه بگویند هزینه‌های مشترکان چند برابر شده چنین مطلبی منتشر کردند اما تا زمانی که تماس‌های ما به شکل پالسی محاسبه می‌شد، حتی اگر مشترک یک ثانیه هم صحبت می‌کرد برای او هزینه‌ای معادل یک پالس محسوب می‌شد. اکنون شرایط به گونه‌ای است که تعرفه به شکل دقیقه‌ای اعمال می‌شود اما لازم است در محاسبه رقم کارکرد بر اساس تعداد ثانیه‌ها از مشترک هزینه دریافت شود؛ به عبارت دیگر اگر مشترکی تنها در حد یک ثانیه مکالمه داشته باشد، رقمی کمتر از دو ریال برای او محاسبه می‌شود و همین مسئله سرآغازی برای ریزش درآمدهای مخابرات بوده است.»

#### درآمد خنده‌دار

بنا بر اظهارات زارعیان، در گذشته در خصوص خدمات پرداخت‌های الکترونیکی نیز مبالغی بابت کارکرد مخابرات لحاظ شده که در نهایت می‌توان این ارقام را خنده‌دار دانست.  
وی در توضیح بیشتر این مطلب اعلام کرد: «به عنوان مثال اگر فردی مبلغ ۵۰ میلیون تومان را از طریق یک دستگاه POS جابه‌جایی کرده باشد ما تنها ۵۸ ریال کارمزد پرداخت می‌شد. اکنون نیز اگر فردی همین رقم را از این طریق جابه‌جایی کند در نهایت به ما هزینه‌ای حدود سه تا پنج ریال پرداخت می‌شود که به طور کلی می‌توان این ارقام را تاریخی دانست چرا که امروز حداقل برای نسلی که کمتر از ۱۵ سال دارد، ارقامی مانند سه ریال و پنج ریال ناشناس است و گویی چنین رقم‌هایی تنها در تعرفه‌گذاری مخابرات معنا پیدا کرده است.» سخنگوی مخابرات در ادامه صحبت‌های خود گفت: «علاوه بر این در بحث مکالمات درون استانی نیز در گذشته شرایط به گونه‌ای بود که برای برخی از استان‌های وسیع گاهی ممکن بود بابت یک دقیقه مکالمه تا ۸۰ تومان هزینه دریافت شود اما اکنون این رقم هم به سه تومان کاهش یافته و در نهایت شرایط به گونه‌ای پیش رفته که از یک سو بحث تورم کشور و بحث تأمین هزینه‌ها و حقوق کارمندان وجود دارد و هر روز هزینه‌های نگهداری شرکت مخابرات بیشتر می‌شود و از سوی دیگر تعرفه‌های ما به این شکل کاهش یافته است که در نهایت چنین موضوعی هر شرکتی را دچار مشکل و بحران اقتصادی خواهد کرد.»

#### لزم شناخت درست مخابرات

زارعیان در بخش دیگری از صحبت‌های خود

در خصوص اینکه تا چه اندازه مباحث سیاسی باعث ایجاد مشکل در فعالیت این شرکت شده، توضیح داد: «شرکت مخابرات ایران از روزی که خصوصی شد مخالف داشت و جالب اینکه اغلب این مخالفان هم در ارتباطی بودند، اما شناخت درستی از مخابرات ندارند.»  
او در ادامه به بحث تعامل دولت و مخابرات پرداخت و گفت: «در عرصه شرکت‌داری تفکر ما کاملاً خصوصی است و بر اساس این تفکر اصولی وجود دارد که باید به آنها پایبند باشیم. اولین اصل آن است که باید تعامل ما با دولت در تمام سطوح از وزارت ارتباطات و شرکت‌های زیرمجموعه آن گرفته تا استانداری‌ها، شهرداری و غیره حفظ شود.»  
وی ادامه داد: «نکته دیگر تعامل با مشترکان، سهامداران و کارکنان است که اگر در بخش اول این تعاملات همکاری لازم صورت گیرد، در سایر بخش‌ها نیز دچار مشکل نخواهیم شد.»

#### دست مخابرات در جیب مردم نیست

زارعیان افزود: «از نظر ما شرکت‌دار خوب فردی است که بتواند بهترین تعاملات را با این چهار گروه برقرار کند. در این میان طبیعی است با توجه به ساختار دولتی موجود در ایران و علاقه دولت به تصدیگری اولویت ما تعامل با دولت است اما از سوی دیگر لازم است این تعامل در چارچوب قوانین و مقررات باشد و به شکل دلخواهی و سلیقه‌ای رفتار نشود.»  
او ادامه داد: «ما شرکت مخابرات را بر اساس قانون تجارت اداره می‌کنیم و در مدیریت این شرکت نیز قانون تجارت حرف اول را می‌زند. در بخش فنی و نظارتی زیر نظر وزارت ارتباطات هستیم و سازمان تنظیم مقررات ناظر بر عملکرد ماست. ما این مسئله را به طور کامل پذیرفته و قبول داریم که مباحث ارتباطات در کشور باید توسط سطح کلانی مدیریت شود. در بحث تعرفه‌گذاری نیز تابع قانون هستیم.»  
وی افزود: «اگر قانون بخشی از تعرفه‌گذاری را بر عهده سازمان تنظیم مقررات گذاشته و ابلاغ فرمول تعرفه‌گذاری کالای انحصاری را بر عهده شورای رقابت، باز ما تابع قانون خواهیم بود. از سوی دیگر قانون اجرای سیاست‌های اصل ۴۴ را نیز مدنظر داریم. در این بخش نیز هم ما و هم دولت و نهادهای نظارتی ملزم به تبعیت از قانون هستیم. حال اینکه برخی از دوستان مدعی می‌شوند مخابرات فراتر از قانون عمل می‌کند و دستش در جیب مردم است، موضوعی است که صحت ندارد.»

زارعیان در پاسخ به این مطلب که متأسفانه بسیاری از افراد چنین باوری را قبول دارند که در

نهایت دست مخابرات در جیب مردم است، توضیح داد: «پاسخ این موضوع روشن است. زمانی که در جامعه‌ای مردم سالانه تورمی معادل ۶۰ تا ۷۰ درصد را تجربه و مسئولان ذی‌ربط آن را تکذیب می‌کنند، اگر شرکتی ۱۲ سال تعرفه‌های خود را تغییر ندهد و مسئولان بالاتر در رسانه‌ها بحث‌گران فروشی را مطرح کنند، در نهایت این تفکر شکل خواهد گرفت که در آن شرکت تخلفی صورت می‌گیرد چرا که ذهنیت مردم نسبت به گرانی یک ذهنیت کلی و عمومی است و معمولاً به صورت تفکیک شده و جز به جز کالاها و خدمات را بررسی نمی‌کنند.»

او اذعان داشت: «با تمام این اوصاف رویکرد ما نسبت به مجموعه اتفاقات پیش آمده رویکردی تعاملی است و بر همین اساس بارها از وزارت ارتباطات خواسته‌ایم این تعاملات برقرار شود. با این حال اگر تعاملات در راستای قانون نباشد دوام چندانی نخواهد آورد.»

#### تعامل فراتر از قانون

سخنگوی مخابرات ایران در ادامه صحبت‌های خود متذکر شد: «شرکت مخابرات ایران یک شرکت بزرگ و مادر است که در کشور در حوزه اشتغال نیز نقش اساسی دارد. از سوی دیگر در توسعه بخش‌های مختلف این بخش تأثیرگذار است به همین دلیل این شرکت نمی‌تواند به صورت فردی و جداگانه به فعالیت بپردازد. اکنون نیز رویکرد ما رویکرد تعاملی است و ما بر همین اساس رفتار می‌کنیم، حتی در مواردی نیز پارا از این حد فراتر گذاشته و در سال‌های اخیر در تعامل با دولت فراتر از قانون عمل کرده‌ایم.»

وی ادامه داد: «به عنوان مثال ما در انتصابات استانی خود بر اساس قانون تجارت باید بر اساس نظر هیأت مدیره عمل کنیم اما اکنون در ۹۰ درصد موارد با استانداران، نمایندگان مجلس و وزارت ارتباطات نیز هماهنگ عمل می‌کنیم و ما معتقدیم با توجه به جایگاه و اهمیتی که داریم باید این تعاملات حفظ شود.»

زارعیان در عین حال گفت: «حال شاید این سؤال پیش بیاید که اگر شرکت مخابرات تا این حد اهل تعامل است، چرا با چنین مشکلاتی مواجه می‌شود؛ در این زمینه به عنوان یک کارشناس نظر من آن است که هنوز در کشور ما باور خصوصی‌سازی وجود ندارد و همچنان بخشی از دولت داشتن بدنه بزرگ رami پسندد. البته ممکن است در این زمینه ما نیز اشتباهاتی داشته باشیم اما در نهایت چنین باوری می‌تواند مشکلات متعدد به دنبال داشته باشد»

نگاهی آماری به وضعیت اقتصادی کشور و مقایسه آن با تعرفه‌های مخابرات

## رشد و سکون بی تناسب

افزایش نیافتند که کاهش هم داشتند.

### تورم بالا

تورم در ایران از سال‌های میانی دهه ۵۰ تاکنون همواره دورقمی بوده است. آمارهای بانک مرکزی نشان می‌دهد تورم در دو سال رکورد بالایی را ثبت کرده است. یکی در سال ۷۴ و دیگری در سال ۹۲. هم‌اکنون نیز گرچه این شاخص، شتاب کمتری دارد اما باز هم دورقمی است و حتی به ۱۰ درصد در سال هم نرسیده است. متوسط نرخ تورم از سال ۸۲ تا پایان ۹۳ بیش از ۱۸/۵ درصد است. این بدان معناست که هزینه‌های شرکت مخابرات ایران برای ارائه خدمات و توسعه شبکه، افزایش چشمگیری داشته است.

جدول ۱ نرخ تورم از سال ۸۲ تا پایان ۹۳ را بر اساس آمارهای رسمی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران نشان می‌دهد. همچنین نمودار این روند افزایشی را در شکل ۱ می‌توان دید.

از سوی دیگر بخشی از نیاز شرکت مخابرات ایران در زمینه تجهیزات به صورت واردات تأمین می‌شود. افزایش ناگهانی نرخ برابری ارزهای خارجی (به خصوص دلار و یورو) در سال‌های گذشته هزینه‌های این شرکت در زمینه واردات را گاهی تا سه برابر افزایش داده است. جدول ۲ تغییرات نرخ دلار در این سال‌ها و مقایسه آن با تورم را نشان می‌دهد.

بدین ترتیب به خوبی می‌توان دریافت که هزینه‌های اداره کردن یکی از بزرگ‌ترین بنگاه‌های اقتصادی کشور تا چه اندازه افزایش یافته است. در همین حال هر ساله نرخ



او خواهد داد. مدت‌ها از آن زمان می‌گذرد؛ اما کسی نمونه‌ای غیر از تعرفه‌های مکالمه شرکت مخابرات ایران نیافته است.

داستان تعرفه‌ها و اصرار وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات بر ثابت ماندن آنها، آن قدر ادامه یافته که شاید برخی از افراد از پرداختن به آن خسته شده باشند؛ تعرفه‌هایی که از اسفند ۱۳۸۲ تغییر نکرده است. حتی اجرای طرح هم‌کدی در سراسر کشور نیز نتوانست این تعرفه‌ها را افزایش دهد و با توجه به هزینه‌های این طرح، می‌توان گفت تعرفه‌ها نه تنها

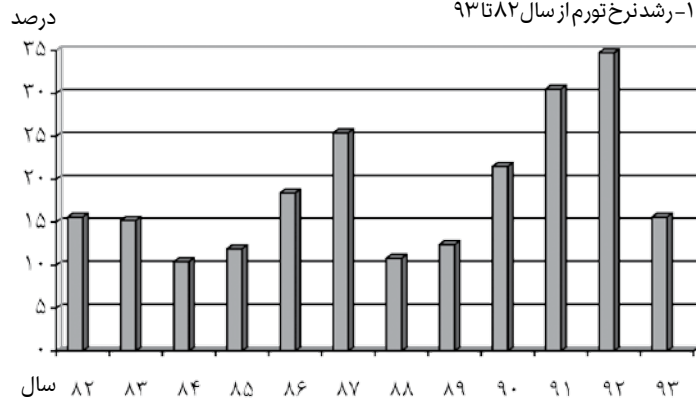
مدیرعامل همراه اول اعلام کرد هر کس بتواند کالا یا خدمتی را در کشور معرفی کند که در طول ۱۰ سال گذشته افزایش نرخ نداشته، جایزه‌ای به

### زمانی

جدول ۱- رشد نرخ تورم از سال ۸۲ تا ۹۳

سال	نرخ تورم (درصد)
۱۳۸۲	۱۵,۶
۱۳۸۳	۱۵,۲
۱۳۸۴	۱۰,۴
۱۳۸۵	۱۱,۹
۱۳۸۶	۱۸,۴
۱۳۸۷	۲۵,۴
۱۳۸۸	۱۰,۸
۱۳۸۹	۱۲,۴
۱۳۹۰	۲۱,۵
۱۳۹۱	۳۰,۵
۱۳۹۲	۳۴,۷
۱۳۹۳	۱۵,۶

شکل ۱- رشد نرخ تورم از سال ۸۲ تا ۹۳



جدول ۲- مقایسه رشد نرخ دلار و نرخ تورم از سال ۸۴ خرداد تا ۹۴ خرداد

سال	نرخ دلار به ریال	نرخ تورم	شاخص تورم بر پایه ۱۰۰=۱۳۹۰
۱۳۸۴	۹۰۴۲	۱۰,۴	۳۹,۸
۱۳۸۹	۱۰۴۴۲	۱۲,۴	۸۲,۳۱
۱۳۹۰	۱۲۰۴۷	۲۱,۵	۱۰۰
۱۳۹۱	۲۶۰۷۸	۳۰,۵	۱۳۰,۵۴
۱۳۹۲	۳۱۸۳۸	۳۴,۷	۱۷۵,۸۸
۱۳۹۳	۳۲۸۰۰	۱۵,۶	۲۰۳,۲۴
۱۳۹۴ خرداد	۳۳۳۲۰	۱۵	۲۲۵

شده‌اند. حال باید پرسید آیا این افزایش قیمت‌ها که بخش عمده‌ای از آنها خدمات دولتی محسوب می‌شوند، فشاری بر اقشار کم‌درآمد کشور وارد نمی‌کنند؟ یا آیا این کالاها و خدمات جزو ضروریات زندگی مردم نیستند؟ قانون هدفمندی یارانه‌ها بدین منظور به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید که بار سنگین یارانه‌ای که دولت به خدمات و کالاها

شش برابر می‌شود، اکنون یک دقیقه مکالمه تلفن ثابت در شهر باید حدود ۱۵ تومان می‌بود؛ در حالی که سه تومان است.

اگر تنها یک شاخص قیمت برق را در نظر بگیریم، شاهد خواهیم بود که رقم آن در چهار سال اخیر همواره صعودی بوده است. جدول ۳ مقایسه‌ای است میان هزینه‌های برق مصرفی یک مشترک خانگی در تهران بین سال‌های ۹۰ تا ۹۴ و شکل ۲ همین ارقام را به صورت نمودار نشان می‌دهد. این ارقام از سایت رسمی وزارت نیرو استخراج شده‌اند.

همچنین قیمت بنزین در این سال‌ها همواره روند افزایشی داشته و به خصوص بعد از اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها قیمت‌ها مدام افزایش یافته است. جدول ۴ قیمت بنزین سهمیه‌ای و آزاد را از سال ۱۳۹۰ تاکنون نشان می‌دهد و شکل ۳ همین ارقام را به صورت نمودار عرضه می‌کند.

نگاهی به آمارها به خوبی نشان می‌دهد قیمت‌ها در این سال‌ها تا چه اندازه اضافه

خدماتی که دولت در اختیار اپراتورها قرار می‌دهد (مانند نامبرینگ فضای فرکانسی و غیره) و همچنین مالیات افزایش یافته است.

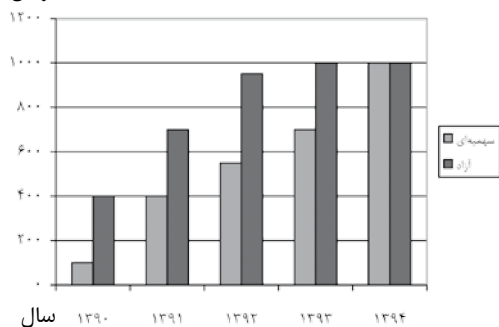
#### هزینه‌های ضروری

هنگامی که مدیران ارشد شرکت مخابرات ایران درخواست تجدید نظر در تعرفه‌های خدمات خود را داشتند، برخی از ناظران عنوان کردند مکالمه با تلفن ثابت جزو خدمات پایه‌ای است که نباید گران شود. این افراد معتقدند که افزایش تعرفه‌ها فشار مضاعفی بر اقشار کم‌درآمد و وارد می‌آورد و باعث دوری آنها از ارتباطات می‌شود. جدا از آنکه مدل‌های شرکت مخابرات ایران برای افزایش تعرفه یکسان نبوده و برای اقشار کم‌درآمد، طرح‌های متعددی در نظر گرفته شده، نگاهی به نرخ برخی از خدمات اولیه در سال‌های مختلف نشان می‌دهد فشار بر جامعه از چه ناحیه‌ای است. با توجه به تورم دورقمی موجود در کشور، از سال ۸۳ تا پایان ۹۳ قیمت نان ۱۸ برابر، شاخص حمل و نقل شش برابر، مسکن، آب، و برق و گاز پنج برابر و هزینه‌های خوراکی و آشامیدنی هشت برابر افزایش یافته‌اند. همچنین قیمت بنزین از ۸۰ تومان به ۱۰۰۰ تومان رسیده که افزایشی ۱۲/۵ برابری را نشان می‌دهد.

طبیعتاً همگان اذعان دارند که موارد ذکر شده در بالا همگی از اقلام مهم در زندگی مردم به شمار می‌روند و افزایش قیمت آنها تأثیر به مراتب شدیدتری بر زندگی شهروندان دارد تا افزایش نرخ مکالمه با تلفن ثابت.

طبق اطلاعات بانک مرکزی شاخص کل تورم در این مدت ۶/۱ برابر شده و اگر قرار بود تعرفه‌های مخابرات مانند شاخص کل تورم

تومان

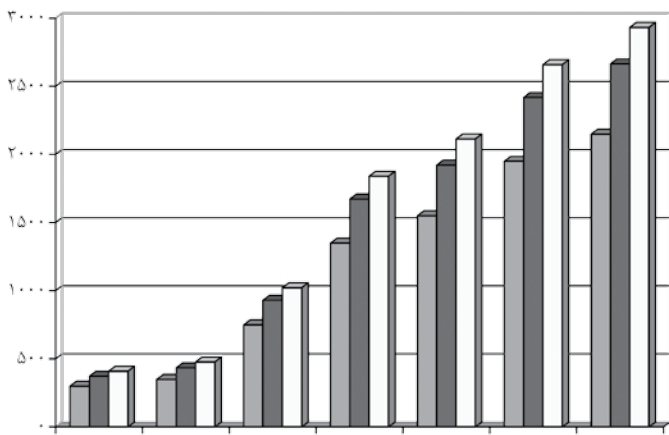


شکل ۳- قیمت بنزین از سال ۹۰ تاکنون

جدول ۳- تعرفه برق خانگی مناطق عادی (مانند تهران) و ماه‌های غیر گرم مناطق گرمسیر

قیمت پایه هر کیلووات ساعت (پال)	متوسط انرژی مصرفی ماهانه (کیلووات ساعت در ماه)	مازاد بر ۱۰۰ تا ۲۰۰
۱۳۹۴	۱۳۹۰ تا پایان ۱۳۹۲	۳۰۰
۴۰۹	۳۷۲	۳۵۰
۴۷۷	۹۳۰	۷۵۰
۱۰۲۳	۱۶۷۴	۱۳۵۰
۲۱۱۴	۱۹۲۲	۱۵۵۰
۲۶۶۰	۲۴۱۸	۱۹۵۰
۲۹۳۳	۲۶۶۶	۲۱۵۰

تومان



شکل ۲- تعرفه برق خانگی مناطق عادی (مانند تهران) و ماه‌های غیر گرم مناطق گرمسیر

**جدول ۴- قیمت بنزین از سال ۹۰ تاکنون**

سال	قیمت هر لیتر بنزین معمولی (ریال)	سهمیه‌ای آزاد
۱۳۹۰	۱۰۰۰	۴۰۰۰
۱۳۹۱	۴۰۰۰	۷۰۰۰
۱۳۹۲	۵۵۰۰	۹۵۰۰
۱۳۹۳	۷۰۰۰	۱۰۰۰۰
۱۳۹۴	۱۰۰۰۰	۱۰۰۰۰

**جدول ۵- هزینه هر پالس درون شهری**

تلفن ثابت	هزینه هر پالس درون شهری (ریال)	
تلفن ثابت	۸۲	۹۲
به تلفن ثابت	۴۴,۷	۵۸,۷۱
	۳۰ (دقیقه)	۹۳-۹۴

**جدول ۶- هزینه یک دقیقه مکالمه تلفن ثابت بین شهری سال ۸۲**

مسافت (کیلومتر)	تعداد پالس	تعرفه (ریال)
۱۰۰-۰	۳	۱۵۳,۰۹
۴۰۰-۱۰۰	۶	۳۰۶,۱۸
۷۰۰-۴۰۰	۱۲	۶۱۲,۳۶
۷۰۰ به بالا	۱۶	۸۱۶,۴۸

\* در سال ۹۴، یک دقیقه ۳۳۰ ریال

تغییری در درآمدهای مخابرات ایجاد نخواهد کرد. اتفاق اصلی و اساسی آن است که نظام

به اعتقاد سخنگوی شرکت مخابرات ایران گفت: «تغییر در شیوه محاسبه هزینه‌ها،

می‌دهد را از میان بردارد و کمک کند دولت بتواند در بخش‌های دیگر خدمات ارائه دهد. در همین حال شرکت مخابرات ایران که از سال ۸۸ سهام مدیریتی آن واگذار شده و به صورت خصوصی اداره می‌شود، همچنان موظف است یارانه سنگینی به مردم و سایر شرکت‌های فعال در زمینه ICT پرداخت کند. این در حالی است که پرداخت یارانه در تمامی کشورهای دنیا بر عهده دولت‌هاست و شرکت‌های خصوصی بر اساس قیمت تمام شده و حاشیه سود مناسب، کالاها و خدمات خود را به مردم و مشتریان شرکتی عرضه می‌کنند. البته شرکت مخابرات ایران در این سال‌ها هرگز مدعی نشده است که قصد دارد تمامی هزینه‌های خود را از مشتریان دریافت کند و همواره با استفاده از روش‌های مختلف بخشی از هزینه‌های خود را مدیریت کرده است.

**اجرای یک دستور**

همان‌گونه که مجلس نمی‌تواند قانونی را به تصویب برساند که بخشی از درآمدهای دولت را کاهش دهد، دولت نیز نمی‌تواند با اهرم‌های قانونی خود، بخش خصوصی را متضرر سازد. با این حال اجرای طرح هم‌کدسازی شماره‌های تلفن ثابت که دستوری دولتی بود، باعث ضرر شرکت مخابرات ایران شد. هنگام اجرای این طرح دولت قبول داد تعرفه‌های مکالمه را به گونه‌ای تغییر دهد که این ضرر جبران شود اما پس از پایان هم‌کدسازی در آذرماه سال ۹۳ این اتفاق رخ نداد و تغییرات به گونه‌ای بود که در نهایت اجرای هم‌کدی ۲۸۰ میلیارد تومان به شرکت مخابرات ایران ضرر رساند.

مصوبه ۱۶۰ کمیسیون تنظیم مقررات که به منظور جبران ضرر شرکت مخابرات ایران از محل هم‌کدی تصویب و ابلاغ شده بود، برای هر خط تلفن ثابت آبونمان ۹۰۰ تومانی در نظر گرفته بود اما شخص وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در نخستین دستور وزارتی خود در سال ۹۲ اجرای این مصوبه را ممنوع کرد.

در نهایت طی سال گذشته مصوبه‌ای به اجرا رسید که بر اساس آن سقف تعرفه هر دقیقه مکالمه ثابت به ثابت داخل استانی ۳۰ ریال، سقف تعرفه هر دقیقه مکالمه ثابت به ثابت بین استانی ۳۳۰ ریال و سقف تعرفه هر دقیقه مکالمه ثابت به تلفن همراه سایر اپراتورها ۶۲۵ ریال تعیین شده است. اما در پی تغییر نحوه محاسبه هزینه‌های تلفن ثابت و موبایل همراه اول این سؤال ایجاد شد که آیا با شیوه جدید، مشترکان ملزم به پرداخت رقم‌های بالاتری خواهند شد؟

وقایع نگاری فروش سهام شرکت توسعه اعتماد مبین

## کسی جرات نمی کند

طریق مزایده به اشخاص حقیقی، حقوقی و کنسر سیوم های ایرانی اقدام کند. متقاضیان خرید سهام از روز چهارشنبه ۹۴/۴/۳ تا دوشنبه مورخ ۹۴/۴/۸ فرصت داشتند با رعایت شرایطی که در این آگهی قید شده بود، پیشنهادات خود را برای خرید این شرکت ارائه دهند.

انتشار این آگهی موجی از گمانه زنی و اظهار نظرها را در میان کارشناسان به دنبال داشت و حتی نمایندگان مجلس نیز در این رابطه موضع گیری کردند. هرچند همزمانی این اتفاقات با تعطیلات تابستانی مجلس، تا حدودی از میزان اثرگذاری پارلمان در این رابطه کاست.

نمایندگان مجلس معتقد بودند اقدام توسعه اعتماد مبین در فروش کلی شرکت خود، امری قانونی است. به بیان دیگر بر اساس قانون تا زمانی که اقساط مخابرات تمام نشده نمی توان سهام آن را واگذار کرد ولی اعتماد مبین، ایرادی ندارد.

در همین حال مدیرعامل توسعه اعتماد مبین، این عمل را یک تصمیم قبلی و ناشی از یک سیاست کلی اعلام کرد.

مهدی صفری با تأکید بر اینکه فروش مالک مخابرات تصمیم قبلی بود، گفت: «مالک مخابرات در فروش سهام و خروج از سهام مخابرات تضادی با دولت ندارد بلکه سیاست مالک توسعه اعتماد مبین این است که به یک پروژه وارد می شود، آن را پردازش می کند، پس از اینکه آماده شد می فروشد و به سراغ پروژه بعدی می رود.»

اوضمن گلابیه از وضعیت تعرفه خدمات مخابراتی در کشور گفت: «اما تعرفه ها و درآمد علت اصلی فروش توسعه اعتماد مبین و خروج از سهام مخابرات نیست.»

صفری ادامه داد: «توسعه اعتماد مبین قصد دارد تمام سهام خود را به صورت پکیج به فروش برساند نه به صورت جزء. این بسته شامل سهام مخابرات و سایر سرمایه گذاری توسعه اعتماد مبین در پروژه های مخابراتی قزاقستان، پروژه های ترانزیت، IPTV و CDN است.»

۲۵ خردادماه بود که رئیس هیأت مدیره شرکت مخابرات ایران اعلام کرد صاحبان سهام مدیریتی این غول ارتباطاتی، سهام خود را می فروشند. این سخن شاید در ابتدا یک تهدید به نظر می رسید اما چند روز بعد، وقتی آگهی فروش صد درصد سهام شرکت توسعه اعتماد مبین (مالک ۵۰ درصد به اضافه یک سهم شرکت مخابرات ایران) منتشر شد، همگان بر جدی بودن سخنان سیدهاشمی پی بردند.

### سهام را می فروشیم

روز دوشنبه ۲۵ خرداد، رئیس هیأت مدیره مخابرات ایران در مراسم افتتاح پروژه های مخابراتی تهران گفت: «عاشق نگه داشتن سهام این شرکت نیستیم و هر کس می خواهد در قالب کنسر سیوم و شرکت مستقل مخابرات را خریداری کند آماده واگذاری این شرکت با همان شرایطی که آن را خریدیم، هستیم.»

سیدمصطفی سیدهاشمی با اشاره به اختلاف نظرهای به وجود آمده بین دولت و مخابرات گفت: «تا صحبت از خصوصی سازی می شود، بر سر مخابرات می زنند. در حالی که وقتی مخابرات را خریدیم دو برابر رقمی که در تابلو بورس پیشنهاد شده بود، بابتش پرداختیم.»

وی با اشاره به صحبت های معاون وزیر ارتباطات در ارتباط با ارزش ۱۴۰ میلیارد تومانی مخابرات گفت: «ایشان ارزش مخابرات را یک سوم ارزش واقعی آن عنوان کرده اند؛ اما با این حال حاضریم با مبلغی کمتر از این واگذار کنیم.»

شنبه هفته بعد (۳۰ خرداد) همان گونه که سیدهاشمی وعده داد بود، آگهی فروش صد درصد سهام شرکت توسعه اعتماد مبین منتشر شد؛ شرکتی که مالک ۵۰ درصد به اضافه یک سهم شرکت مخابرات ایران است.

در آگهی فروش سهام شرکت توسعه اعتماد مبین آمده بود این شرکت (سهامی خاص) وکالتاً به نمایندگی از صاحبان سهام در نظر دارد نسبت به فروش صد درصد سهام خود از

تعرفه های ما از پالس به دقیقه تغییر کرده است. پیش از این در مکالمات شهری هر سه دقیقه یک پالس محاسبه می شد اما اکنون دیگر با تغییر شیوه محاسبه هر یک دقیقه به شکل جداگانه ای محاسبه می شود.»

مدیرکل روابط عمومی شرکت مخابرات ایران یادآور شد: «پیش از این هزینه هر پالس مکالمه درون شهری ۵۱ ریال بود اما اکنون قرار بر آن است که مشترکان برای هر دقیقه مکالمه درون شهری ۳۰ ریال پرداخت کنند. از سوی دیگر در زمینه تلفن های بین شهری در گذشته کمترین تعرفه ما ۱۵ تومان و بالاترین هزینه ۸۶ تومان بود که از این پس با شیوه جدید تمام شهرستان ها به صورت یکسان محاسبه می شوند و هر دقیقه تماس با آنها ۳۳۰ ریال قیمت خواهد داشت.»

زارعیان در پاسخ به این مطلب که «با این وجود در مجموع مشترکان با افزایش هزینه پرداخت مواجه خواهند شد»، توضیح داد: «در تماس های بین شهری هزینه برخی استان ها که حدود ۸۱ تومان بود به ۳۳ تومان رسیده و به عبارتی می توان گفت در این حوزه ۵۳ تومان کاهش هزینه داشته ایم. البته در برخی موارد هم بوده است که مبلغ ۱۵ تومانی تبدیل به ۳۳ تومان شده است. در حوزه مکالمات درون شهری نیز شاید افزایش اندک وجود داشته باشد اما به هر حال محاسبات ما گویای آن است که در نهایت با تغییر شیوه محاسبه تعرفه ها درآمد شرکت مخابرات کاهش یافته است.»

سخنگوی شرکت مخابرات ایران همچنین به ارائه توضیحاتی درباره آپوتمانی که برای کاربران در نظر گرفته شده، پرداخت و گفت: «بر اساس تصویب سازمان تنظیم مقررات قرار بر آن شده که آپوتمانی هم کدسازی به طور پلکانی در نظر گرفته شود و در مناطق کم برخوردار حدود ۱۰۰ تومان و در بیشترین حالت در مناطق برخوردار به ۱۲۰۰ تومان برسد.»

جداول شماره ۵ و ۶ هزینه هر پالس مکالمه با تلفن ثابت را نشان می دهند.

پس از این تغییرات، شرکت مخابرات ایران بسته های تعرفه ای خود را به صورت پیشنهاد به سازمان تنظیم مقررات ارسال کرد تا بنا بر قول وزیر ارتباطات، تعرفه ها با زنگری شوند اما این بازنگری به ارائه برنامه توسعه از سوی شرکت مخابرات ایران منوط شد.

در حالی که شرکت مخابرات ایران برنامه توسعه شبکه خود را با جزئیات و ارقام هزینه ای به رگولاتوری ارائه داد اما وزیر این برنامه را نپذیرفت و در نهایت افزایش تعرفه ها به موضوعی لاینحل در صنعت ارتباطات کشور بدل شد.



مخابرات ایران ترغیب می‌کنند. همچنین مدت محدودیت پنج‌ساله برای حفظ هزاران کارمند مخابرات به پایان رسیده و مالک جدید می‌تواند تعدیل نیرو کند.

اما با این همه کسی حاضر نشد بزرگ‌ترین اپراتور ارتباطاتی خاورمیانه را بخرد. این در حالی بود که پیشتر بارها عنوان شده بود مخابرات ایران ارزان فروخته شده و ارزش واقعی آن ۱۲۰ هزار میلیارد تومان است اما اکنون کسی آن را ۱۹۱ هزار میلیارد تومان نمی‌خرد.

به نظر می‌رسد اتفاقات چند سال اخیر و نوع برخورد با مالکان شرکت مخابرات، هر خریدار و سرمایه‌گذاری را فراری می‌دهد. موضوع تعرفه‌ها و محدودیت‌های متعددی که مالک مخابرات در اعمال نظر دارد، چیزی است که باعث می‌شود سرمایه‌گذاران به آینده خوش بین نباشند.

آنچه در این پنج سال بر مخابرات خصوصی شده رفته است، از نگاه کسی دور نیست. در مقابل، آینده روشنی نیز برای افزایش درآمدها و تغییر ساختارها دیده نمی‌شود.

مزایده سهام توسعه اعتمادمبین نشان داد مخابرات ایران در شرایط فعلی کسی را برای مالکیت ترغیب نمی‌کند و سرمایه‌گذاران بخش خصوصی مانند مالکان فعلی معتقدند اداره شرکت مخابرات ایران با این وضعیت، ممکن نیست و باید فکری به حال آن کرد. همچنین این مزایده نشان داد قیمت‌هایی که برای شرکت مخابرات ایران عنوان می‌شود، کارشناسی نیست و ارتباطی با بازار ایران ندارد.

نتیجه آگهی فروش مالک مخابرات، چندان هم دور از انتظار نبود. خریدار هم باید رقم قابل توجهی پرداخت می‌کرد و هم شرایطی داشت که از عهده هر کسی بر نمی‌آمد.

اگرچه قیمت پایه پیشنهادی برای فروش مالک سهام مخابرات رسماً اعلام نشد اما برخی از خبرگزاری‌ها رقم ۱۹ هزار میلیارد تومان را اعلام کردند. این در شرایطی است که پنج سال پیش ۵۰+۱ درصد سهام مخابرات به قیمت هشت میلیارد دلار (حدود ۷۸۰۰ میلیارد تومان با دلار هزار تومان) فروخته شده بود. در این مدت نیز طبق گزارش حسابرسی تأیید شده ۱۱ هزار میلیارد تومان در مخابرات سرمایه‌گذاری شده که نیمی از آن سهم مالک مخابرات است.

گرچه این روزها با شنیدن اخبار اختلاس‌های میلیاردی، گوش‌ها به شنیدن اعداد و ارقام بزرگ عادت کرده، اما ۱۹ هزار میلیارد رقمی نیست که هر خریداری توان پرداخت آن را داشته باشد؛ به اضافه اینکه باید شرایطی دیگری را نیز تأمین کند. با این حال هستند شرکت‌ها، نهادها و کنسرسیوم‌هایی که می‌توانند شرایط مادی و غیرمادی این معامله را فراهم کنند. پس چرا کسی برای خرید مخابرات یا پیش نگذاشت؟

#### پایان یک ادعا

طی پنج سال گذشته بازار ارتباطات کشور توسعه یافته است. بر علاقه مردم به استفاده از تلفن همراه و اینترنت افزوده شده و واخذ مجوز نسل ۳ و بالاتر توسط همراه اول از جمله مواردی هستند که خریداران را برای تملک

مدیرعامل توسعه اعتمادمبین تصریح کرد: «قصد نداریم توسعه اعتمادمبین را ارزان بفروشیم، اگر اقساط مخابرات تمام و بدهی‌ها تسویه می‌شد وضعیت فروش تغییر می‌کرد و قیمت فروش قطعاً افزایش می‌یافت.»

وی گفت: «تصمیم فروش سهام توسعه اعتمادمبین سال گذشته گرفته شد و آگهی فروش در بهمن‌ماه ۹۳ آماده شده؛ این تصمیم حتی مربوط به پیش از جریان تغییر مدیرعامل مخابرات است.»

پیش از این سیدهاشمی نیز تأکید کرده بود: «سیاست ما، ماندگاری نیست و تنها آمده‌ایم محل عبور را باز کنیم.»

#### خریداری نیست

با همه حرف و حدیث‌های این روزها، یک هفته از زمان فروش سهام مالک ۵۰+۱ درصدی شرکت مخابرات ایران گذشت؛ اما خریداری پیدا نشد.

## انتشار این آگهی موجی از گمانه‌زنی و اظهار نظر‌ها در میان کارشناسان به دنبال داشت و حتی نمایندگان مجلس نیز در این رابطه موضع‌گیری کردند

پیش از این سازمان خصوصی‌سازی به بهانه تأخیر در پرداخت یکی از اقساط خرید شرکت مخابرات، تلاش کرد بخشی از سهام این شرکت را در بورس بفروشد که البته میسر نشد؛ اما این بار خریدار باید تمامی ۵۰ درصد مخابرات را یکجا می‌خرید.

اقتصاد رگولاتوری در بازارهای جدید مخابرات

## دیدگاه‌های آمریکا و اروپا

تفاوت بین مخابرات و خدمات اطلاعاتی در آمریکا در واقع

میراث کوشش‌های انجام‌شده‌ای است که به سال ۱۹۶۰ برمی‌گردد؛ سالی که تفاوت بازار رقابتی و بازار غیر رقابتی ترسیم شد. هر چند این تمایز، چالش‌های بسیاری ایجاد کرده و هیچ‌گاه به تعریف و تحلیلی رضایت‌آمیز ختم نشده، اما توانسته است در قانون مخابرات ایالت متحده آمریکا و در بازارهای کلاسیک جای خود را تثبیت کند. از آنجا که کمیسیون ارتباطات فدرال (FCC) بازارهای مختلف دسترس‌ی پهنای باند را آغاز خدمات اطلاعاتی در سال ۲۰۰۱ می‌داند، تفاوت در بازارهای پیشرفته‌تر کمتر مشهود است اما چالش‌هایی برای مؤسسه‌هایی که در بازارهای تلفن و اطلاعات مشغول هستند، ایجاد می‌کند.

مخابرات همچنان به عنوان ارائه‌دهنده خدمات حامل در نظر گرفته می‌شود که حق و حقوق ویژه خود را دارند (برای مثال در تعیین قیمت هزینه‌ها). با همه این‌احوالات، کمیسیون ارتباطات فدرال تلاش و شکست‌هایی خود را ادامه داده است. خدمات فناوری اطلاعات در حوزه کمیسیون ارتباطات فدرال بر اساس قانون اول سال ۱۹۳۴ پیش می‌روند.

تمایزهای دیگری نیز وجود دارد که بازار مخابراتی آمریکا را تحت تأثیر قرار می‌دهند. اصلاحاتی که در سال ۱۹۹۶ صورت پذیرفت، در راستای این نبودند که روش‌های قانونی و مختلف حقوقی را در تلویزیون‌های کابلی، رادیو، تلفن و خدمات اطلاعات حذف کنند. در عوض، قانون ارتباطاتی که در سال ۱۹۹۶ تصویب شد، موانع بین بخش‌های مختلف بازار را قابل نفوذ کرد و برای شرکت‌های مختلف این امکان را فراهم آورد که به فعالیت‌های دیگر بپردازند (هر چند همین امر در برخی موارد باعث به در دست افتادن رگولاتوری شد). این رویکرد در اواخر دهه ۹۰ و اوایل سال ۲۰۰۰ کارآمد بود اما وقتی همگرایی بین شرکت‌ها شدت یافت، دیگر قابل دفاع نبود. سرانجام بحثی درباره اصول اساسی و طرح قانونی چارچوب خط‌مشی ارتباطات آینده صورت گرفت. نکات کلیدی این مبحث، موضوع‌هایی را انعکاس می‌دهد که قبلاً در قوانین اصلاحی اروپا مطرح شده و ریشه دوانده بودند؛ قوانینی مثل بی‌طرفی فناوری و بی‌طرفی رقابتی.

مجموعه‌ای از داده‌های مرتبط و مفید برای ارزیابی قوانین سابق در مقررات هنوز هم مسئله‌ای

چالش برانگیز است. نقشه پهن‌بند ملی (the national broadband map) کم‌کم موفق شده است خلأهایی را پر کند اما هنوز نقطه‌ضعف‌هایی دارد. واضح‌ترین این ضعف‌ها، قیمت نامناسب داده‌هاست؛ نکته‌ای که عاملی مهم در ارائه خدمات است. بعد دیگری که داده‌ها چندان قوی عمل نمی‌کنند، فعالیت‌ها و عملکردهای نوآورانه است (در بخش ICT و زیرساخت آن). در هر حال مشکلی که رگولاتورها با آن مواجهند، فراتر از دسترسی به داده‌هاست؛ شرایطی که از مداخله رگولاتوری در نظام‌های پویای ICT انشأ می‌گیرد، هنوز چندان شناخته شده نیست.

زیرساخت ICT در آمریکا تا حد زیادی از جانب سرمایه‌گذاری‌های خصوصی حمایت می‌شود اما گزینه‌های دیگر نیز نقش خود را ایفا می‌کنند. قانون بهبود و سرمایه‌گذاری مجدد ۲۰۰۹ آمریکا (ARRA) در پی بحران اقتصادی سال ۲۰۰۸/۲۰۰۹ میلیارد دلار را به ارائه کمک‌هزینه به ارائه‌دهندگان خدمات در مناطقی که تحت پوشش نبودند، اختصاص داد. بیشتر ایالت‌ها نقشی فعال در استقرار زیرساخت‌های اطلاعاتی پیشرفته داشته‌اند. الگوهای موجود از مالکیت عمومی تا مالکیت خصوصی عمومی متغیر است.

## نیاز به نظریه و جهت‌گیری مجدد خط‌مشی

همه مشاهدات و موارد، دل‌بر این امر هستند که نظریه و خط‌مشی رگولاتوری نیاز به جهت‌گیری مجدد دارد. در درجه اول، بسیاری از اصولی که رگولاسیون بر اساس آنها بنیان‌گذاری شده است، از تعادل اقتصادی مشتق شده‌اند. حتی در جایی که سیاست‌گذاران به تکامل بازار پویا-مثل تنظیم قیمت بر اساس هزینه‌های افزایشی در طولانی‌مدت-توجه دارند، الگوهای مورد نظر نمی‌توانند به پای تکامل بازار پویا برسند. سرمایه‌گذاری و نوآوری فرآیندهایی هستند که تعادل ندارند و به دشواری با دخالت‌های رگولاتوری هماهنگ می‌شوند.

نکته دوم این است که مداخلات رگولاتوری (مداخلات نظارتی) اقداماتی محدود و هدفمند در بخش‌های بازار انحصاری هستند. این استراتژی در بخش‌های انحصاری در صنعت مفید و کارآمد بودند اما در چارچوب کنونی چندان کارآمد نیستند. در چنین فضایی خط‌مشی عمومی نیز می‌بایست از نظر سیستماتیک ارزیابی شود و تأثیرات غیر مستقیم مداخله رگولاتوری بر

سیستم ICT بررسی شود. مسئله مهم در این میان این است که ما عموماً ابزارهای مناسب را برای انجام این کار نداریم. نکته سوم این است که رگولاتوری اصلاً جنبه‌های خلاقیت و نوآوری را در نظر نمی‌گیرد. این مسئله طی دهه‌های ۱۹۳۰ و ۱۹۴۰ به ویژه از جانب جی‌ای شوومپتر مطرح شد اما چندان توجهی بدان صورت نگرفت. البته این طور هم نبوده که نوآوری اصلاً مهم نبوده باشد یا سعی در ایجاد نوآوری نشود؛ اما مسئله این است که سیاست‌گذاران چندان توجهی به آن نکرده‌اند. اوضاع کم‌کم با آزادسازی ICT بهتر شد اما مسئله نوآوری همچنان مانند قبل پیش پا افتاده در نظر گرفته می‌شود: «رقابت بیشتر، نوآوری بیشتر ایجاد می‌کند.» با رشد روز به روزی که ICT داشته است، به نظر واضح می‌آید که نوآوری لزوماً ربطی به روندهای رقابتی ندارد و در سایه روشن‌های مختلف دیگری نیز می‌تواند خود را نشان دهد. توجه به نوآوری، نشان‌دهنده نیاز به حفظ تنوع سیستم است زیرا فضاهای مختلف، از مسیرهای مختلف نوآوری پشتیبانی می‌کنند. نکته چهارم این امر است که در اکثر فرضیه‌های اقتصاد رگولاتوری، مداخله رگولاتوری هزینه‌بر در نظر گرفته نمی‌شود و عموماً بر این نظرند که رگولاتوری، مانند مشوقی برای رسیدن به اهداف عمل می‌کند. این امر می‌تواند طرح‌های پیشنهادی مختلف مانند رگولاسیون‌های متفاوت در مناطق جغرافیایی مختلف یا قیمت‌های پویا را آشکار سازد.

## نگاهی به آینده

برخی نویسندگان و نظریه‌پردازان، طرح‌ها و انتخاب‌های دیگری را در مسیر رگولاتوری مطرح کرده‌اند. این طرح‌ها عبارتند از نظریه اقتصادی اجتماعی، نظریه سیستم‌های تطبیقی پیچیده و اتکاء به روش‌های مدل‌سازی محاسباتی. اگرچه این چارچوب‌ها در بسیاری از محیط‌های فعلی تکنولوژیکی و اقتصادی در زمینه ICT مناسب‌تر از چارچوب‌های پیشین هستند اما هنوز به طور کامل توسعه داده نشده‌اند و اقدام‌های نظارتی و رگولاتوری خاصی در این زمینه‌ها صورت‌نپذیرفته است. جنبه‌های مهم طراحی رگولاتوری در این روش، اشاره به شکل‌های متقارن در مقررات، اهمیت تنوع نهادی و داشتن ابعاد جدید از سیاست‌های عمومی است که در رابطه با تنظیم گسترده‌تر قانون اساسی و چارچوبی برای ارتباطات قرار می‌گیرد.



اختلاف کمیسیون اروپا با رگولاتوری در آلمان بر سر تعیین قیمت‌ها

## هیچ طرف کوتاه نمی‌آید

۲۰۰۶، از راه‌حل‌ها و اصلاحاتی با هدف DTAG در بازار خبر داد.

در ۱۴ ژوئن سال ۲۰۰۶، کمیسیون اروپا نظراتی را در پاسخ به اقداماتی که رگولاتور آلمان در نظر داشت در رابطه با DTAG در بازارهای مصرف نهایی آلمان انجام دهد، ارائه داد. اقداماتی که دویچه تلکام در نظر گرفته بود، مربوط به دسترسی شبکه تلفن عمومی در مکان ثابت و ارائه خدمات تلفن‌های داخلی و ملی در دسترس عموم بود. کمیسیون درخواست اجرای هر دو راه‌حل و اصلاحات اضافی و اتصال بیشتری را داشت که باعث می‌شد رگولاتور قیمت‌ها را به صورتی کارآمدتر و بهتر کنترل کند و از احتمال شارژ بیش از حد DTAG جلوگیری شود.

در بازار اصلاحات خرد و خرده‌فروشی، این اقدام‌ها شامل ارائه انتخاب خدمات حامل (CS) و حامل پیش از انتخاب (CPS) می‌شود. علاوه

اتحادیه اروپا تأکید دارد. این قوانین باید بر اصول قانون رقابت اتحادیه اروپا منطبق باشند. ماده ۷ برای بازارهایی طرح شده است که احتمال شکست در آنها وجود دارد.

لازم به ذکر است که با توجه به رهنمودها و دستورالعمل‌های چارچوب ارتباطات الکترونیکی هنگامی که با در نظر گرفتن اصلاحات کلی و تحلیل جزئی بازار، اصلاحات در بازار تأثیر می‌گذارند، اولویت با بازار است. در تجزیه و تحلیل بازار خرده‌فروشی و در شرایطی که اصلاحات کلی مناسب، کافی و کارآمد نیستند، مجبور به تحمیل اصلاحات خرد و جزئی می‌شویم.

رگولاتور ارتباطات آلمان در دسامبر سال ۲۰۰۵ نشان داد دویچه تلکام قدرت قابل توجهی در زمینه تماس‌های صوتی بازار و دسترسی ثابت، داخلی و ملی دارد. رگولاتور آلمان در مه سال

مخابرات آلمان به رغم انتقادات کمیسیون اروپا،

قوانین مربوط به قیمت‌ها برای استفاده از تلفن ثابت را همچنان به شکل گذشته بر اساس دستورالعمل‌های دویچه تلکام وضع می‌کند.

دستورالعملی که در سال ۲۰۰۲ به تصویب رسید به کمیسیون اروپا این اجازه را می‌دهد که در بخش خدمات و شبکه‌های ارتباطی الکترونیکی کشورها، تصمیم‌گیری کند. این قانون به کمیسیون اروپا امکان می‌دهد از طریق جامعه، رسانه‌ها و رقابت شرکت‌ها با یکدیگر در بازار، نظرهایی را در رابطه با تنظیم مقررات ملی ارائه دهد؛ به ویژه وقتی که یکی از طرح‌ها و پیش‌نویس‌های این قوانین از چارچوب تصویب شده خارج شده باشد. ماده شماره ۷ این قانون بر مشاوره به منظور حصول اطمینان از تنظیم منعطفانه و شفاف قوانین در سراسر



داشته باشد.

به دنبال اظهارات کمیسیون در رابطه با راه‌حل‌هایی که به دست‌رسی ثابت، داخلی و ملی تماس‌های صوتی در بازار مربوط است، رگولاتور آلمان نهایتاً تصمیم‌گیری نهایی خود را در رابطه با تعهدات رگولاتوری تحمیل شده به DTAG در بازار به تصویب رساند؛ با این وجود اذعان داشت «نظر کمیسیون مطابق با ماده ۷(۵) در چارچوب دستورات» می‌بایست بنا بر دلایلی تغییر کند.

رگولاتور در درجه اول تصمیم گرفت کنترل سابق قیمت در DTAG را دو ماه پس از اندازه‌گیری شفافیت و اثربخشی‌اش در مقابل کارهای ضد رقابتی مانند قیمت‌گذاری بیش از حد، فشار قیمت و تعرفه‌های نامشخص مشخص کند. بر اساس رگولاتوری چنین راه‌حل‌هایی این امکان را فراهم می‌آورد که جلوی تثبیت تعرفه‌های نامناسب قبل از تأثیرشان بر بازار گرفته شود.

رگولاتور همچنین لزومی بر تحمیل جهت‌گیری قیمتی بر DTAG نمی‌بیند. زیرا بر اساس داده‌هایی که در بازار موجود است، قیمت‌ها و تعرفه‌ها واقعاً بالابرنده و رگولاتور نیز هیچ شکایتی در مورد بالابودن بیش از حد قیمت‌ها دریافت نکرده است.

رگولاتور تا آنجایی که مربوط به تعهد تفکیک حساب‌داری می‌شود، این نگاه و رویکرد را پیشه کرده است که مسائل اساسی رگولاسیون مانند تعرفه‌های بسیار بالا یا فشار قیمت را می‌توان بدون نیاز به جداسازی حساب‌داری انجام داد و راه‌حل‌های مناسب و کارآمدی برای آن ارائه کرد؛ زیرا هم‌اکنون قیمت عمده‌فروشی مانند نرخ اتصال به خوبی شناخته شده است و مسئله‌ای بیگانه و جدید نیست.

هدف چارچوب ارتباطات الکترونیکی این است که مقرراتی که در قالب آنها، رقابت در بازارهای ارتباطات الکترونیکی مؤثر است یا ممکن است مؤثر واقع شود، حذف شوند. در مقابل، چارچوب ارتباطات الکترونیکی راه‌حل‌های کارآمد و منعطفی را در شرایطی ارائه می‌دهد که موانع رسیدن به بازار بسیار بالاست. در چنین شرایطی، راه‌حل‌های سابق نمی‌توانند بازتولید محض قوانین رقابتی باشند اما باید ابزارهایی را فراهم بیاورند (جهت‌گیری‌های هزینه‌ها و تعرفه‌ها، تعریف قیمت‌گذاری‌ها و غیره) و به این ترتیب اجازه ندهند اپراتورهای SMP رفتارهای ضد رقابتی از خود نشان دهند. کمیسیون در پیشنهاداتی که به رگولاتور ارائه داد، تأکید بسیار بر این نکته داشت که پس از شکستی ساختاری در بازار پس از اجرای راه‌حل‌های سابق، نمی‌توان این راه‌حل‌ها را دوباره و پس از مداخله سازمان ملی تحمیل کرد.

رگولاتور را شدیداً مورد انتقاد قرار داد که تصمیم به پیاده‌سازی نوعی تنظیم قیمت دارد که کاملاً وابسته و متکی به کنترل سابق قیمت‌هاست. از آنجا که رقابت در بازار دست‌رسی خرده‌فروشی آلمان تقریباً وجود ندارد و DTGA حدوداً ۹۴ درصد از سهم بازار را در دست خواهد داشت، کمیسیون این مسئله را در نظر می‌گیرد که «خطر قیمت‌های بیش از حد از جانب DTAG را نمی‌توان از بین برد». علاوه بر این کمیسیون استدلال می‌کند کنترل قیمت سابق نمی‌توانست به اندازه لازم کار بران را از هجوم قیمت‌های بیش از حد محافظت کند؛ و این امر به دلیل وجود چنین مقرراتی است و بدین معناست که منع کنترل تعرفه اگر صورت بگیرد، کاملاً توهین آمیز خواهد بود.

این کمیسیون همچنین اعلام کرد رگولاتور در اجرای ماده ۱۹(۳) خدمات جهانی که خواستار ارائه خدمات اتصال CS و CPS با هزینه جهت‌گیری شده است، شکست خورده است. کمیسیون از رگولاتور آلمان اطلاعاتی در باب این مسئله می‌خواهد که در نظر دارد چگونه و به چه روشی تعهداتش را اجرا کند. لازم به ذکر است تعهد به جهت‌گیری‌های هزینه‌های مربوط به خدمات ارائه شده توسط اپراتورها، لزوماً بر هزینه‌های پرداخت شده توسط مصرف‌کنندگان یا کاربران صدق نمی‌کند. در موردی که در این یادداشت مورد تأکید است، مشاهده می‌شود که با وجود نظر کمیسیون و تأکیدش بر تعهدات مربوطه به جهت‌گیری‌های قیمت، این رگولاتور است که اقدام‌های مربوط به تصمیم‌گیری‌ها را انجام داده است.

در نهایت کمیسیون پیشنهاد اجرای تعهد جداگانه حساب‌داری (در دست‌رسی‌های خرده‌فروشی و تماس‌های داخلی و ملی در بازار) را بر DTGA ارائه داد تا به این ترتیب بتوان آسان‌تر و مؤثرتر قیمت‌ها را کنترل کرد و در نتیجه با توجه به ماده ۱۹(۳) هزینه خدمات CS و CPS به صورت جداگانه کنترل شود. بدیهی است کمیسیون می‌خواهد راه‌حل را به ماده ۱۹(۳) ارجاع دهد. این الزام تفکیک حساب‌داری عموماً بر اساس ماده ۱۹(۳) مطرح نمی‌شود، بلکه در ماده ۱۱ دستورالعمل‌های خدمات جهانی قرار دارد. این تعهدات و اجبار به داشتن حساب‌داری جداگانه را می‌توان در چارچوب تحلیل بازار بررسی کرد که شامل خدمات اتصال با توجه به ماده ۱۹(۳) می‌شوند. با تمام اینها، رگولاتور به رغم پیشنهاد کمیسیون به داشتن حساب‌داری جداگانه DTA، از چنین توصیه‌ای پیروی نمی‌کند. این مورد، یکی از شش موردی است که کمیسیون تلاش می‌کند حساب‌داری جدایی برای خدمات اتصال مربوط به CS/CPS



بر این رگولاتور متعهد به اعلام تعرفه‌های جدید دو ماه پیش از راه‌افتادن تجارت است تا بتواند بر تعهد خود بر نظارت و کنترل پایبند بماند.

رگولاتور در بازارهای تماس‌های صوتی در قسمت‌های خرید و بومی، پیشنهاد تعهد خود را در رابطه با اعلام تعرفه‌های جدید، دو ماه پیش از آغاز کار جدید داده است تا بتواند به تعهد سابق کنترل قیمت نیز وفادار بماند.

بر اساس قانون آلمان در ارتباطات الکترونیکی (TKG) آن دسته از خدمات خرده‌فروشی عرضه شده توسط ارائه‌دهندگان خدمات مخابراتی SMP که تأیید نشوند، همان قیمت‌ها و نرخ پیشین مقررات سابق‌شان به صورت اتوماتیک تصویب می‌شود.

البته رگولاتور نمی‌خواهد اصلاحاتی را بر قیمت‌های پیشین خود وارد کند، بلکه با توجه به این نکته که کنترل قیمت‌های خرده‌فروشی، روش اندازه‌گیری مناسبی بوده است، استدلال می‌کند اصلاحات CS/CPS و راه‌حل‌های عمده‌فروشی از قیمت بیش از حد DTAG جلوگیری خواهد کرد.

کمیسیون در پاسخ به اشارات رگولاتور در مورد تأثیرگذاری چنین اقداماتی ابراز تردید کرد و



## کاهش مشترکان و افزایش قیمت‌ها

قیمت‌ها در مخابرات کانادا در نتیجه کاهش مشترکان افزایش یافته‌اند

شرکت در پی افزایش قیمت‌ها گام برداشته است: شرکت حدود ۳۳/۵۰۰ کاربر تلویزیون و مشترک ماهواره را در نوامبر پیش از دست داده است؛ رقمی معادل ۱/۲ درصد کاهش و تقریباً برابر با آنچه در شرکت راجرز اتفاق افتاده است.

مقداری از این میزان با افزایش کاربران اینترنت که حدود ۱۴ هزار نفر بوده‌اند، جبران شده است اما با این حال از دست دادن ۲۰ هزار کاربر در حالت کلی باعث شده درآمد شرکت دو درصد افزایش یابد و به ۱/۳۹ میلیارد برسد.

در این میان Montera-based Cogo نیز اعلام کرده حدود ۸/۵۰۰ کاربر تلویزیون را در سال ۲۰۱۴ از دست داده است (۰/۸ درصد از کل کاربران). با این حال این شرکت نیز مثل دیگر هم‌تایان خود در کانادا، افزایش درآمد ۱/۸ درصدی داشته است.

در این شرایط، کاربران هستند که متضرر می‌شوند و از وضعیت موجود شکایت می‌کنند. آنها در واقع باید متحمل ضرر شوند؛ چون شرکت‌ها زبان ناشی از کاهش میزان کاربران خود را با تحمیل هزینه‌های بیشتر به کاربران فعلی جبران می‌کنند.



منبع: Huffingtonpost

قیمت‌های وایرلس در کانادا ۷/۶ درصد طی ۱۲ ماه اخیر افزایش یافته؛ این رقم سه برابر بیشتر از میزان تورم است.

این حجم از افزایش قیمت، دغدغه و عامل نگرانی در رابطه با حقوق کاربران است. آنها افزایش قیمت را به دلیل رقابت نامناسب در نظام مخابراتی کانادا می‌دانند.

جاش تالیس - مدیرعامل Open Media - تأکید می‌کند: «با چنین روندی از افزایش قیمت، جای تعجب ندارد که کانادا در سراسر کشورهای OECD سازمان همکاری و اقتصادی توسعه (کمترین میزان کاربران تلفن همراه را دارد.» او بدین ترتیب جیمز مور وزیر صنعت و CRTC ناظر را خطاب قرار می‌دهد که «زمینه‌ای مناسب فراهم بیاورند» تا داوطلبان بیشتری وارد بازار شوند.

راجرز تنها مورد در این زمینه پیش آمده نیست. Shaw Communications در ماه‌های اخیر اعتراض‌های زیادی را از کاربران دریافت کرده است که می‌گویند شرکت از سویی قیمت‌ها را افزایش داده و از سویی دیگر سرعت دانلود را برای کاربران جدید کاهش داده است. کاربران فعلی این شرکت با ۱۰ درصد افزایش قیمت مواجه شده‌اند.

بر اساس آمار اخیر شرکت که در ماه پیش منتشر شد، می‌توان به این نکته پی برد که چرا

برخی از بزرگ‌ترین ارائه‌دهندگان اینترنت و خدمات وایرلس در کانادا به دلیل کاهش کاربران خود قیمت‌ها را افزایش داده‌اند تا هزینه بیشتری که از کاربران فعلی دریافت می‌شود، جایگزین کاهش کاربران شود.

Rogers Communications در گزارش خود میزان کاهش کاربران تلویزیون را در سال اخیر ۱۰۳ هزار نفر اعلام کرده است؛ رقمی معادل پنج درصد کاهش کاربران. نکته جالب این است که درآمد حاصل شده از تلویزیون، دو درصد کمتر شده و نشان دهنده این است که شرکت سه درصد بیشتر از میزان قبلی از کاربران خود هزینه می‌گیرد.

از سوی دیگر در گزارش راجرز میزان کاربران وایرلس هزار نفر در سال اخیر کاهش یافته است. در این قسمت از گزارش نیز درآمد ماهانه به ازاء هر کاربر، از ۱/۰۹ دلار به ۶۷/۴۳ دلار افزایش یافته است.

ماهر یاکپی تحلیلگر Desjardines اشاره می‌کند شرکت راجرز، کاهش میزان کاربران وایرلس را با افزایش قیمت‌ها جبران کرده است. یاکپی ادامه می‌دهد که «این امر باعث ایجاد سود بسیار در طولانی مدت خواهد شد.»

اما مسئله مهم این است که کاربران با قیمت‌های افزایش یافته در کوتاه‌مدت مواجه شده‌اند. بر اساس اطلاعات StatsCan

# نگاه از بیرون



۱۰۰  
۰۱۰۰۱۱۰۰۰  
۱۱۱۰۰۱۰۰۰

## OTTها، ضامن دوام اپراتورها

چرا اپراتورهای شبکه همراه باید از خدمات OTT استقبال کنند

۵۰

## جاسوس‌های همراه

دردسرهای گوشی‌های هوشمند به موازات امکانات آنها بیشتر می‌شود

۴۴

## هفت بند طلایی

مروری بر شاخص‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات در سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه

۴۲

مروری بر شاخص‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات در سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه

## هفت بند طلایی

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای رهبر معظم انقلاب اسلامی در نامه‌ای به آقای روحانی رئیس‌جمهور، سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه را ابلاغ کردند.

۱ ایجاد شبکه ملی اطلاعات

۲ اولویت دادن به دیپلماسی اقتصادی

۳ لزوم تحقق اقتصاد مقاومتی ۸ درصد

۴ تدوین راهبردی ملی مبارزه با مفاسد

۵ افزایش توان دفاعی در تراز قدرت منطقه ای

۶ دستیابی به رتبه اول منطقه در علم و فن آوری

۷ کاستن از محکومیت به حبس با بازنگری در قوانین

Uromnews.ir

هدف دستیابی به جایگاه اول اقتصادی و علم و فناوری منطقه طراحی شده بود، اما متأسفانه به دلایل مختلف از رسیدن به اهداف خود باز ماند. برنامه پنجم توسعه در بخش شاخص‌های پنج‌ساله فناوری اطلاعات و ارتباطات، در ۱۷ بند اهداف کمی را برای این حوزه مطرح کرده بود که باید در سال انتهایی برنامه (۹۴) محقق می‌شدند. مروری ساده بر وضعیت فناوری اطلاعات و ارتباطات کشور در سال جاری که سال پایانی برنامه پنجم توسعه است، به خوبی نشان می‌دهد اهداف این برنامه در بسیاری از موارد محقق نشده‌اند.

### برنامه ششم توسعه

هم‌اکنون سیاست‌های کلی برنامه ششم از سوی مقام معظم رهبری ابلاغ شده و دولت مشغول تدوین لایحه برنامه ششم برای تقدیم به مجلس است.

برای تدوین بخش‌های مختلف این برنامه، یک شورای برنامه‌ریزی تشکیل شده که در بخش ICT ریاست این شورا بر عهده وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات است. اعضای این شورا عبارتند از: معاون علم و فناوری، رئیس‌جمهور، وزیر علوم تحقیقات و فناوری،

پایان جنگ تحمیلی آغاز شدند. برنامه اول در سال ۶۸ آغاز شد و تا سال ۷۲ ادامه داشت. هدف اصلی این برنامه، بازسازی اقتصاد کشور پس از جنگ بود. برنامه دوم توسعه از سال ۷۴ آغاز شد و هدف اصلی آن تثبیت دستاوردهای برنامه اول بود. این برنامه تا سال ۷۸ ادامه یافت.

برنامه سوم توسعه که از سال ۷۹ آغاز شد، با هدف اصلاح ساختارها و ایجاد زیرساخت‌های لازم برای توسعه طراحی شده بود. در ماده ۱۳۴ این برنامه برای نخستین بار در کشور اجازه آزادسازی در صنعت مخابرات کشور به دولت داده شده بود که پیامد آن، حضور اپراتور دوم تلفن همراه در کشور و همچنین شرکت‌های خصوصی در زمینه اینترنت پرسرعت بود. اجرای این برنامه تا سال ۸۳ ادامه یافت.

به دنبال اجرای برنامه سوم توسعه، در برنامه چهارم که از سال ۸۴ آغاز شد، اهداف کمی و قابل محاسبه‌تری برای صنعت ICT کشور گنجانده شده بود. برنامه چهارم توسعه اولین برنامه شروع سند چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور بود. اجرای این برنامه تا سال ۸۹ ادامه یافت و هرچند در برخی از حوزه‌ها به اهداف خود دست یافت اما تمام و کمال اجرایی نشد.

برنامه پنجم توسعه که از سال ۹۰ آغاز شد با

رهبر معظم انقلاب اسلامی در نامه‌ای به حسن روحانی رئیس‌جمهور، سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه را ابلاغ کردند. این سیاست‌های کلی بر پایه محورهای سه‌گانه «اقتصاد مقاومتی»، «پیش‌تازگی در عرصه علم و فناوری» و «تعالی و مقاومت‌سازی فرهنگی» با در نظر گرفتن واقعیت‌های موجود در صحنه داخلی و خارجی تنظیم شده است تا با تحقق اهداف برنامه ششم، به ارائه الگوی برآمده از تفکر اسلامی در زمینه پیشرفت که به کلی مستقل از نظام سرمایه‌داری جهانی است، کمک کند.

سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه دارای ۸۰ بند و شامل سرفصل‌های امور: «اقتصادی»، «فناوری اطلاعات و ارتباطات»، «اجتماعی»، «دفاعی و امنیتی»، «سیاست خارجی»، «حقوقی و قضائی»، «فرهنگی» و «علم، فناوری و نوآوری» است. تاکنون پنج برنامه توسعه در کشور به تصویب رسیده است که اجرای آخرین برنامه در سال ۹۴ به پایان می‌رسد.

### برنامه‌های گذشته

برنامه‌های توسعه در ایران پس از انقلاب با

متن ابلاغیه رهبر معظم انقلاب اسلامی به رئیس‌جمهور که همزمان برای مجلس شورای اسلامی و مجمع تشخیص مصلحت نظام ارسال شده، به این شرح است:

بسم الله الرحمن الرحيم  
جناب آقای دکتر روحانی  
رئیس‌جمهور محترم  
با سلام و تحیت،

اینک که در آستانه ماه‌های آغازین دهه دوم چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور قرار داریم، سیاست‌های کلی برنامه پنج‌ساله ششم توسعه ابلاغ می‌گردد.

این مجموعه پس از بررسی‌های فراوان و مشورت با مجمع تشخیص مصلحت نظام و بر پایه محورهای سه‌گانه «اقتصاد مقاومتی»، «پیش‌تازگی در عرصه علم و فناوری» و «تعالی و مقاوم‌سازی فرهنگی» تنظیم شده است.

اتکاء بر توانایی‌های انسانی و طبیعی و امکانات داخلی و فرصت‌های وسیع برآمده از زیرساخت‌های موجود در کشور و بهره‌گیری از مدیریت جهادی و روحیه انقلابی و تکیه بر اولویت‌های اساسی آمده در سیاست‌های کلی: «اصل ۴۴»، «اقتصاد مقاومتی»، «علم و فناوری»، «نظام اداری» و «جمعیت» و از همه بالاتر توکل به قدرت لایزال الهی می‌تواند ما را به رغم تمایل و اراده دشمنان عنود، با تحقق اهداف برنامه ششم در ارائه الگویی برآمده از تفکر اسلامی در زمینه پیشرفت، که به کلی مستقل از نظام سرمایه‌داری جهانی است، یاری رساند.

در تدوین این سیاست‌ها تلاش شده است با در نظر گرفتن واقعیت‌های موجود در صحنه داخلی و خارجی، مجموعه‌ای به عنوان سیاست‌های کلی که مبنای تنظیم قانون پنج‌ساله ششم خواهد بود، تعیین شود که در یک دوره پنج‌ساله کاملاً دست‌یافتنی باشد. مراقبت و دقت نظر جناب‌عالی و سایر مسئولان در قوای سه‌گانه و نظارت مجمع تشخیص مصلحت نظام، اطمینان لازم را برای حسن اجرای این سیاست‌ها در مراحل تنظیم و اجرای برنامه، تأمین خواهد کرد.

لازم است قدردانی خود را از تلاش‌های مجمع تشخیص مصلحت نظام، هیأت دولت، دبیرخانه مجمع و کارشناسان فعال و همکار در این مجموعه‌ها و سایر دست‌اندرکاران تنظیم و تدوین این سیاست‌ها در روند جدید، ابراز دارم. نسخه‌ای از این سیاست‌ها همزمان برای مجلس شورای اسلامی و مجمع تشخیص مصلحت نظام ارسال می‌گردد.

**سیدعلی خامنه‌ای**

### شاخص‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات در برنامه پنجم توسعه

توسعه شاخص فناوری اطلاعات و ارتباطات	۱۰ از ۲۲
توسعه شاخص آمادگی الکترونیکی	۱۰ از ۸
توسعه پورت‌های پرسرعت ۵۱۲ کیلوبیت بر ثانیه	۵۰ درصد خانوار
عرضه خدمات الکترونیکی بین‌دستگاهی	۱۰ درصد خدمات
عرضه خدمات الکترونیکی بین دستگاه‌ها و بنگاه‌ها به مردم	۷۰ درصد خدمات
جایگزینی اسکناس و شبه پول با پرداخت الکترونیکی	۸۰ درصد
توسعه سلامت و رفاه الکترونیکی	۵۰ درصد
توسعه پرونده الکترونیکی سلامت	۱۰۰ درصد
پوشش کارت هوشمند ملی به عنوان پایه سامانه‌های خدمات دولت الکترونیکی	۱۰۰ درصد جمعیت کشور
توسعه آموزش‌های الکترونیکی (از راه دور)	۳۰ درصد
توسعه تجارت الکترونیکی	۲۰ داخلی و ۳۰ درصد خارجی
توسعه ثبت و ممیزی املاک شهری و روستایی	۱۰۰ درصد
ایجاد و توسعه زیرساخت‌های داده مکانی ملی یا NSDI	۱۰۰ درصد
توسعه مدیریت منابع سازمانی	۶۰ درصد
توسعه صادرات محصولات و خدمات فناوری اطلاعات	۱/۵ درصد صادرات غیر نفتی
سهم فاوا از تولید ناخالص داخلی	۲ درصد
توسعه محصولات امنیتی	۵۰ درصد

اجتماعی (بند ۳۳)  
۳- ایجاد، تکمیل و توسعه شبکه ملی اطلاعات و تأمین امنیت آن، تسلط بر دروازه‌های ورودی و خروجی فضای مجازی و پالایش هوشمند آن و ساماندهی، احراز هویت و تحول در شاخص ترافیکی شبکه به طوری که ۵۰ درصد آن داخلی باشد. (بند ۳۴)

۴- بهره‌گیری از موقعیت ممتاز کشور با هدف تبدیل ایران به مرکز تبادلات پستی و ترافیکی ارتباطات و اطلاعات منطقه و گسترش حضور در بازارهای بین‌المللی (بند ۳۵)

۵- حضور مؤثر و هدفمند در تعاملات بین‌المللی فضای مجازی (بند ۳۶)

۶- افزایش سهم سرمایه‌گذاری زیرساختی در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات تا رسیدن به سطح کشورهای پرتز منطقه (بند ۳۷)

۷- توسعه فناوری فضایی با طراحی، ساخت، آزمون، پرتاب و بهره‌برداری از سامانه‌های فضایی و حفظ و بهره‌برداری حداکثری از نقاط مداری کشور. (بند ۳۸)

اجرای برنامه ششم توسعه از سال ۹۵ آغاز می‌شود که امید می‌رود به سرانجام برنامه پنجم دچار نشود

دبیر شورای عالی اطلاع‌رسانی، دبیر شورای عالی انفورماتیک، وزیر صنعت معدن و تجارت، رئیس مرکز ملی فضای مجازی، رئیس سازمان فضایی ایران، نماینده صنف رایانه‌ای کشور، معاون صدا و سیما و سایر دستگاه‌های اجرایی کشور بر حسب مورد. بدین ترتیب می‌توان گفت همه تصمیم‌گیرندگان دولتی و خصوصی کشور در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات در این کمیته حضور دارند و انتظار می‌رود خروجی آن اهدافی قابل محاسبه و قابل دسترسی باشد. اهمیت موضوع زمانی بیشتر می‌شود که بدانیم در متن ابلاغیه مقام معظم رهبری به رئیس‌جمهور، علم و فناوری یکی از شاخص‌های مهم ذکر شده است.

در این سیاست‌های کلی، مجموعاً هفت بند به فناوری اطلاعات و ارتباطات مربوط است که عبارتند از:

۱- کسب جایگاه برتر منطقه در توسعه دولت الکترونیکی در بستر شبکه ملی اطلاعات (بند ۳۲)

۲- توسعه محتوا در فضای مجازی بر اساس نقشه مهندسی فرهنگی کشور تا حداقل پنج برابر وضعیت کنونی و بومی‌سازی شبکه‌های

در دسرهای گوشی‌های هوشمند به موازات امکانات آنها بیشتر می‌شود

## جاسوس‌های همراه



سازمان پدافند غیرعامل کشور اعلام کرد: «مسئولانی که اطلاعات طبقه‌بندی شده دارند، مجاز نیستند از گوشی‌های هوشمند استفاده کنند.»

سردار غلامرضا جلالی در نشست مطبوعاتی خود با اصحاب رسانه درباره استفاده مسئولان از گوشی‌های هوشمند گفت: «برای این موضوع دستورالعملی تهیه کرده‌ایم که در حال ارسال برای تصویب است. چون مسئولانی که اطلاعات طبقه‌بندی شده دارند مجاز نیستند از گوشی‌های هوشمند استفاده کنند و برای این دست کارکردهای اداری طبقه‌بندی شده باید از سایر گوشی‌ها استفاده کنند.»

او ادامه داد: «معمولاً از اطلاعاتی که وارد گوشی‌های هوشمند می‌شود یک بک‌آپ گرفته می‌شود که دیگر قابلیت حذف آن وجود ندارد و به نوعی شرکت‌های سازنده به آن اطلاعات دسترسی دارند، پس کسانی که از گوشی‌های هوشمند استفاده می‌کنند باید بدانند اطلاعاتی که در گوشی خود دارند به راحتی در اختیار شرکت‌های سازنده قرار می‌گیرد.»

به دنبال انتشار این سخنان، سردار محمدجواد زاده‌کمند جانشین معاون هماهنگ‌کننده نیروی انتظامی، از ممنوعیت استفاده گوشی‌های هوشمند در برخی از واحدهای ناجا خبر داد.

او درباره اینکه «آیا در ناجا به عنوان سازمانی

### مشاغل حساس

بنا بر اسناد افشاشده توسط اسنودن از سال ۲۰۱۰، آمریکا و انگلیس عملیات هک سیم‌کارت را در بیش از ۸۵ کشور اجرا کرده و بیش از یک و نیم میلیارد کاربر جهانی موبایل در آمریکا و کشورهای دیگر را تحت نظارت و شنود قرار داده‌اند که در میان آنها نام اپراتور ایرانی ایرانسل نیز دیده می‌شود.

به دنبال انتشار این خبر، شرکت ایرانسل اعلام کرد این شرکت هلندی از سال ۲۰۰۷ تاکنون یکی از تأمین‌کنندگان سیم‌کارت‌های ایرانسل بوده اما «ایرانسل در این خرید، تنها چیپ‌ست سیم‌کارت (سیم‌کارت خام) را خریداری می‌کرده است. کلیدهای رمز (KIS) مربوط به همه این سیم‌کارت‌ها در ایران، توسط یک شرکت ایرانی تعیین و روی سیم‌کارت ثبت می‌شده است.»

وزیر ارتباطات نیز این مسئله را «امری طبیعی و مربوط به تمام دنیا» دانست.

محمود واعظی گفت: «هیچ یک از مسئولان کشور برای ارتباطات کاری خود از تلفن همراه استفاده نمی‌کنند. ما همواره اعلام کرده‌ایم که تمام مسئولان دولتی و حتی مردم عادی تلاش کنند از موبایل برای ارتباطات ضروری خود استفاده کنند چرا که تلفن ثابت در این زمینه امنیتی به مراتب بالاتر دارد.»

اما به نظر نمی‌رسد همه به اندازه وزیر اطمینان داشته باشند. ۲۳ خردادماه رئیس

از مردم علاقه ندارند بسیاری کسی در زندگی شخصی‌شان سرک بکشد و از رازهای آن مطلع شود. حتی اگر رازی هم در میان نباشد، احساس اینکه فرد یا افرادی زندگی ما را هر لحظه زیر نظر دارند، خوشایند نیست. با وجود چنین حسی، بسیاری از ما رفتاری در دنیا مجازی داریم که امکان ورود غریبه‌ها را هر روز بیشتر از روز قبل می‌کند. از انتشار اطلاعات و عکس‌های شخصی در فضای مجازی که بگذریم، نحوه استفاده ما از تلفن‌های همراه هوشمند به گونه‌ای است که امکان دسترسی به اطلاعات ما را برای بسیاری فراهم می‌سازد. این موضوع شاید برای افراد عادی جامعه چندان مهم نباشد و در نهایت با یک شکایت حقوقی حل و فصل شود، اما زمانی که پای مسئولان کشوری و اسناد طبقه‌بندی شده به میان می‌آید، داستان متفاوت می‌شود. هشدار اخیر سازمان پدافند غیرعامل و برخی دیگر از دستگاه‌ها را می‌توان در همین راستا رازبایی کرد.

توصیه می‌شود برای کاهش خطر آلوده شدن به بدافزار، از فروشگاه‌های متفرقه خرید نکنند، سیستم‌های عامل تلفن همراه خود را به‌روزرسانی کنند

ارزشمند است اما برای دستگاه‌هایی که از رمزگذاری بهره می‌برند هم می‌تواند مفید باشد؛ چرا که دادن فرصت نامحدود به دیگران برای حدس زدن کلمه عبور، شانس آنها را افزایش می‌دهد.

البته باید به خاطر داشته باشید که حتماً از تمامی داده‌های خود به طور منظم یک نسخه پشتیبانی تهیه کنید و از راهکاری برای بازیابی داده‌های خود در یک دستگاه جدید بهره‌مند شوید. اما به عنوان چهارمین راهکار، پیش از اینکه گوشی گم شود یا به سرقت برود، باید راهکاری جهت ردیابی و مدیریت از راه دور آن داشته باشید. این گونه راهکارها به شما اجازه می‌دهند موقعیت دستگاه‌تان را روی یک نقشه مشاهده کنید.

علاوه بر این، برای جلوگیری از ورود بدافزارها به گوشی‌تان می‌توانید راهکارهای زیر را نیز استفاده کنید:

از نرم‌افزارهای هک شده / تغییر کرده استفاده نکنید؛ به طور مرتب چند نسخه پشتیبان از فایل‌های خود بگیرید و برنامه یا بازی را از سایت‌های رسمی دانلود کنید.

تنظیمات امنیتی گوشی خود را فعال کنید؛ مانند کد امنیتی تا اجازه ندهید کاربرانی غیر از شما، روی تلفن همراه‌تان نرم‌افزارهای متفرقه نصب کنند.

از کسانی که نمی‌شناسید هیچ فایلی از طریق بلوتوث دریافت نکنید. حتی اگر آنها را می‌شناسید باز هم احتیاط کنید، چون ممکن است نرم‌افزارهای آنها چیزی که شما تصور می‌کنید، نباشند. اگر از بلوتوث تلفن همراه‌تان استفاده نمی‌کنید آن را خاموش کنید.

## از سال ۲۰۱۰، آمریکا و انگلیس عملیات هک سیم‌کارت را در بیش از ۸۵ کشور اجرا کرده‌اند که در میان آنها نام اپراتور ایرانی ایرانسل نیز دیده می‌شود

وقتی برای مرور وب از تلفن همراه استفاده استفاده می‌کنید فقط به سایت‌های مطمئن سر بزنید. هنگام اتصال به سیستم‌های وای‌فای عمومی احتیاط کنید، مگر اینکه بتوانید تشخیص دهید که صاحبان آنها مطمئن هستند.

البته در نهایت باید این نکته را نیز مد نظر داشت که موضوع آلوده شدن به بدافزار و ویروس تنها مربوط به گوشی‌هایی از نوع اندروید نمی‌شود و هر یک از سیستم‌های عامل از جمله iOS نیز مشکلات خود را در این زمینه دارند ●

اندروید شناسایی شد، در حالی که این رقم در سال ۲۰۱۲ تقریباً چهار برابر شد و به ۳۷ مورد رسید.

مطالعات Juniper Networks در سال‌های گذشته نشان می‌دهد ۴۸ درصد این حملات از طریق تروژان‌های پیام کوتاه، ۲۹ درصد از طریق نصب نرم‌افزارهای تقلبی و ۱۹ درصد از طریق بدافزارهای جاسوسی به وقوع می‌پیوندد.

بر همین اساس به کاربران توصیه شده برای کاهش خطر آلوده شدن به بدافزار، از فروشگاه‌های برنامه‌های کاربردی متفرقه خرید نکنند، سیستم‌های عامل تلفن همراه خود را به روز رسانی کنند و به برنامه‌ها اجازه ندهند به اطلاعات شخصی و خصوصی ذخیره شده روی دستگاه، دسترسی یابند.

اما در زمینه مشکلاتی که به واسطه ویروس و بدافزار در گوشی ایجاد می‌شود می‌توان به موارد متعددی اشاره کرد که بسیاری سایت‌ها نیز به ارائه توضیحاتی در این باره پرداخته‌اند.

در این میان یکی از مشکلات رایجی که در این زمینه ایجاد می‌شود این است که ویروس به طور خودکار به ارسال پیام‌هایی بدون اجازه و اطلاع صاحب گوشی می‌پردازد که همین موضوع می‌تواند مشکلات متعددی برای فرد به دنبال داشته باشد.

گاهی نیز برخی بدافزارها در صورت از بین رفتن در یک ساعت اولیه فعالیت سبب از بین رفتن داده‌های شما خواهند شد. با طراحی یک کرم انبوهی از پیام‌ها توسط MMS از سوی گوشی آلوده ارسال می‌شود که صاحب گوشی نیز خود در جریان این ارسال‌ها نخواهد بود.

ویروس‌هایی نیز هستند که اطلاعات SMS و MMS گوشی را سرقت می‌کنند. برخی نیز با ارسال پیامی با این عنوان که یک برنامه مهم یا به روز رسانی امنیتی لازم دارید وارد گوشی شما می‌شوند. ویروس‌هایی نیز هستند که سبب قفل شدن گوشی خواهند شد و اجازه هیچ گونه عملیاتی را به شما نمی‌دهند.

بی‌شک فعال کردن یک کلمه عبور (Pin) نخستین اقدام دفاعی برای محافظت از اطلاعات خواهد بود. این کار کمک می‌کند در صورت گم شدن، به سرقت رفتن یا جا ماندن دستگاه از برداشتن آن توسط دیگران و مشاهده و دستکاری محتویات آن در امان باشید.

اغلب سیستم‌های عامل موبایل، به طور خودکار داده‌های دستگاه را پس از چند بار تلاش ناموفق برای وارد کردن کلمه عبور حذف می‌کنند. این کار در صورتی که رمزگذاری توسط دستگاه پشتیبانی نشده باشد، بسیار

که اطلاعات طبقه‌بندی شده وجود دارد، چنین ممنوعیتی لحاظ شده یا خیر» نیز گفت: «ما از مدت‌ها قبل چنین محدودیتی را در برخی مراکز و برای یکسری از فرماندهان و پرسنل‌مان اعمال کرده بودیم و این یک بحث منطقی و صحیحی است که حتماً باید رعایت شود و اگر کسی هم بوده که تاکنون آن را رعایت نمی‌کرده، باید رعایت کند.»

جانشین معاون هماهنگ‌کننده ناجا در عین حال تأکید کرد در ناجا توجه ویژه‌ای به این موضوع وجود دارد و تمامی مسئولان نیز باید نسبت به آن توجه لازم را داشته باشند.

### بهشت بدافزار

میزان استفاده مردم از گوشی‌های هوشمند به شدت در حال گسترش است و در این میان سیستم‌عامل بخش قابل توجهی از این گوشی‌ها اندروید است که طبق بررسی‌های صورت گرفته از آن به عنوان بهشت بدافزارها یاد می‌شود.

طبق آمارهای ارائه شده در کشور بیش از ۲۵ میلیون کاربر گوشی هوشمند داریم و این آمار به طور دائم در حال گسترش است. در این میان بر اساس رنج قیمتی متوسط بیشتر افراد از گوشی‌هایی استفاده می‌کنند که سیستم‌عامل آنها اندروید است.

اما استفاده از این گوشی‌ها نیازمند رعایت نکات ایمنی خاص است چرا که گشتی کوتاه در دنیای اینترنت نشان می‌دهد حدود ۹۷ درصد از ویروس‌ها و بدافزارها به این سیستم‌عامل مربوط می‌شود.

علاقه مردم به استفاده از برخی برنامه‌های خاص گوشی‌های اندرویدی سبب شده افراد تمایل مضاعفی به خرید گوشی‌های اندرویدی نشان دهند اما باید به این نکته نیز توجه داشت که سیستم‌عامل اندروید محبوب‌ترین سیستم‌عامل هکرها و بدافزار نویسندگان است.

آلوده شدن به ویروس‌ها و بدافزارها از جمله مشکلاتی است که در کمین کاربران تلفن‌های همراه نشسته و در این میان یکی از چالش‌هایی که ارائه‌کنندگان سیستم‌عامل با آن مواجه هستند این است که هر چه محصول آنها محبوبیت بیشتری داشته باشد، به همان نسبت علاقه هکرها و ویروس نویسندگان نیز بیشتر می‌شود.

اکنون به گواهی آمارها، سیستم‌عامل اندروید دارای بالاترین میزان فروش در بازار گوشی‌های همراه است و به همین دلیل بیش از دیگر رقیبان خود مورد تهدید بدافزارهای مختلف قرار گرفته؛ به عنوان مثال در سال ۲۰۱۱ تنها ۱۰ مورد بدافزار جدید روی نرم‌افزارهای

# اپراتورهای مجازی تلفن همراه از راه می‌رسند

با مراجعه به پورتال سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی و مطالعه دقیق این مصوبه و فراخوان صدور پروانه MVNO از شرایط دریافت پروانه و مدارک و مستندات لازم آگاه شوند و از پانزدهم اردیبهشت تا پانزدهم مرداد سال جاری درخواست خود را همراه با مدارک و مستندات لازم به سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی ارسال کنند.»

معاون بررسی‌های فنی و صدور پروانه رگولاتوری نیز به تازگی با بیان اینکه از زمان اعلام فراخوان صدور پروانه MVNO از اردیبهشت‌ماه تاکنون هشت درخواست به رگولاتوری ارسال شده که در حال بررسی است، گفت: «شرکت‌هایی که تاکنون درخواست دریافت پروانه MVNO کرده‌اند قصد دارند در زمینه محتوا، حوزه‌های بانکی، سرویس‌های ارزش افزوده و ارتباطات ماشین به ماشین فعالیت کنند.»

به گفته صادق عباسی شاهکوه پروانه اپراتورهای مجازی تلفن همراه (MVNO) به منظور افزایش رقابت، کیفیت و پوشش نیازهای جدید مشتریان و ترغیب نوآوری و ارائه خدمات ارزش افزوده در بازار تلفن همراه کشور صادر می‌شود و مقررات به گونه‌ای تنظیم شده که رقابت در خدمات پایه شکل نگیرد بلکه در خدمات جدید، فضای رقابت به وجود آید.

نخستین MVNO توسط اپراتور دانمارکی TELE2 راه‌اندازی شد و پس از آنکه موج این پدیده اروپا را فرا گرفت، اپراتور مجازی موفق انگلیس در سال ۱۹۹۹ میلادی (۱۳۷۸ شمسی) با برند Nextel به فروش خدمات مخابراتی اپراتور UK پرداخت. موفقیت این اپراتور فاقد شبکه و تجهیزات به شکل‌گیری اپراتور مجازی «ویرجین موبایل» در ایالات متحده آمریکا منجر شد؛ اپراتوری که توانست از ابتدای آغاز به کار خود تاکنون رقمی بالغ بر ۴۸۰ میلیون در آمد داشته باشد.

## حق امتیاز

هیأت وزیران به تازگی حق امتیاز پروانه اپراتور مجازی تلفن همراه و پروانه ارائه خدمات ارتباطی را تعیین کرد.

متن مصوبه هیأت وزیران بدین شرح است:  
۱- حق امتیاز پایه پروانه اپراتور مجازی تلفن همراه (MVNO) نوع اول ۵۰ میلیارد ریال و پروانه اپراتور مجازی تلفن همراه نوع دوم ۲۰

عنوان اپراتور مجازی در کشور فعالیت خواهند کرد همان سرویس‌های مشابه اپراتورهای موجود را ارائه می‌دهند و عمده تفاوتی که خواهند داشت این است که شبکه دسترسی یا همان طیف رادیویی را ندارند.»

حسین فلاح در توضیح بیشتر این مطلب گفت: «با توجه به اینکه کشور از نظر پوشش تلفن همراه به درجه اشباع رسیده است و مشترکان می‌توانند با سیم‌کارت‌هایشان علاوه بر خدمات تلفنی از خدمات اینترنتی نیز استفاده کنند، لازم است روی این بستر موجود خدمات محتوایی و ارزش افزوده جدید ارائه شود.»

در واقع اپراتور مجازی شبکه تلفن همراه نوعی اپراتور تلفنی است که خود عملاً دارای امکانات فیزیکی برای ارسال مکالمات و داده‌ها نیست. این نوع اپراتورها با بستن قرارداد با یک اپراتور دیگر که دارای امکانات فیزیکی برای ارسال مکالمات و داده‌هاست، خدمات خود را به صورت عمده خریداری کرده و سپس با نشان تجاری و برند خود اقدام به فروش خدمات تلفن همراه در بازار خرده‌فروشی می‌کنند.

به عبارت دیگر MVNOها سرویس ویژه‌ای متفاوت از خدمات تلفن همراه ارائه نمی‌دهند، بلکه شرکت‌های اپراتور مجازی می‌توانند با استفاده از بستر تلفن‌های همراه، محتوا و اپلیکیشن‌های داخلی را ارائه دهند و برای رسیدن به این نقطه لازم است میزان تولید محتوا افزایش یابد.

اگرچه در حال حاضر بخش زیادی از محتوای اینترنتی تولید داخلی است لازم است از تولیدکنندگان اپلیکیشن‌های داخلی حمایت بیشتری صورت گیرد و در تولید محتوا نهضتی به وجود آید. سیاست‌های دولت و وزارت ارتباطات نیز بر این مبنا استوار است که تولید محتوای داخلی تا مرز ۵۰ تا ۶۰ درصد افزایش یابد اما با توجه به اینکه خود دولت نمی‌تواند تأمین‌کننده محتوا باشد، برای ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز آن تلاش می‌شود، اپراتور مجازی نیز یکی از این زیرساخت‌هاست.

«اصول حاکم بر پروانه‌های مجازی تلفن همراه اسفندماه سال گذشته در کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات تصویب و بر این اساس اعلام شد: «شاخص حقیقی و حقوقی متقاضی دریافت پروانه MVNO می‌تواند

**ورود** اپراتورهای مجازی به فضای تلفن همراه کشور، کم‌کم شکل جدی‌تری به خود می‌گیرد. اگر تا سال گذشته این موضوع در حد یک فراخوان بود، مصوبه هیأت وزیران درباره حق پروانه این اپراتورها نشان داد دولت در به سرانجام رساندن این پروژه عزم جدی دارد.

اگر کارها همان‌گونه که وعده داده شده پیش برود، احتمالاً در پایان تابستان باید مشخص شده باشد که چند اپراتور مجازی وارد رقابت با هم می‌شوند؛ اپراتورهایی که به دلیل وابستگی به زیرساخت‌های اپراتورهای حقیقی موجود، نمی‌توانند رقیبی جدی برای آنها به شمار بیایند، اما کسی از آینده خبر ندارد. مدتی است بحث روی کار آمدن اپراتورهای مجازی که از آنها با عنوان انحصاری MVNO یاد می‌شود، جدی شده و گفته می‌شود تاکنون هشت شرکت برای فعالیت در این بخش اعلام آمادگی کرده‌اند و برای سایر متقاضیان فعالیت در این حوزه نیز تنها تا نیمه مردادماه فرصت باقی است.

مطالعات صورت‌گرفته گویای آن است که بر اساس برآوردهای اقتصادی و حقوقی انجام شده، به منظور ارتقاء رقابت بین اپراتورهای تلفن همراه، شرایط حاضر زمان مناسبی است تا اپراتورهای مجازی تلفن همراه وارد بازار شوند.

## کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات در جلسه شماره ۲۱۰ خود مقررات مرتبط با اصول حاکم بر پروانه فعالیت اپراتورهای مجازی را تصویب کرد

طبق آنچه پیش از این اعلام شده بر اساس بررسی‌های صورت‌گرفته، به نظر می‌رسد راه ورود اپراتور چهارم تلفن همراه از طریق MVNO است، البته آنچه می‌تواند عامل موفقیت اپراتور چهارم موبایل شود تخصیص فرکانس‌های مناسب‌تر در باندهای ۷۰۰ و ۸۰۰ مگاهرتز است که در این صورت فضا برای توسعه خدمات در مناطق محروم‌تر فراهم می‌آید.

اما در خصوص اینکه اپراتور مجازی چیست و چه کارکردی دارد، مدیر بررسی‌های اقتصادی سازمان تنظیم مقررات رادیویی پیش از این اعلام کرد: «سرویس‌های اپراتور چهارم که به





اپراتورهای میزبان ملزم شدند بخشی از ظرفیت شبکه خود را به اپراتورهای مجازی اختصاص دهند و نحوه اعمال ساز و کار فنی آن به نحوی باشد که برای استفاده از این ظرفیت مشترکان اپراتور مجازی اولویت داشته باشند.

### MVNOها سرویس ویژه‌ای متفاوت از خدمات تلفن همراه ارائه نمی‌دهند، بلکه با استفاده از بستر تلفن‌های همراه، محتوا و پلیکیشن‌های داخلی را ارائه می‌دهند

اپراتور میزبان باید درخواست مذاکره همه متقاضیان دارای موافقت اصولی را بررسی کند و هر گونه محدودیت توسط اپراتور میزبان در ارائه خدمات به اپراتور مجازی خارج از چارچوب تعیین شده در پروانه او مجاز نیست؛ در همین حال محدودیت و جلوگیری از همکاری اپراتور مجازی با سایر اپراتورهای میزبان در قالب قرارداد یا هر توافق و قرارداد دیگر توسط اپراتور میزبان ممنوع است.

طبق این مصوبه، اپراتور میزبان نباید هیچ گونه تمایزی از لحاظ کیفیت خدمات میان آنچه به مشترکان خود ارائه می‌کند و آنچه در اختیار اپراتور مجازی قرار می‌دهد، قائل شود و عدم همکاری اپراتورهای میزبان با اپراتورهای مجازی در انعقاد قرارداد، از مصادیق رفتارهای ضد رقابتی محسوب می‌شود.

می‌تواند تحول بسزایی در صنعت ارتباطات کشور ایجاد کند، در دست سازمان صدا و سیما قرار دارد و بلااستفاده مانده است. چند ماهی است اپراتورهای تلفن همراه، شرکت‌های انتقال دهنده داده (PAP) و اپراتور رادیو ترانک عمومی کشور در حال مذاکره با این سازمان برای در اختیارگیری بخشی از این فرکانس حیاتی مخابرات هستند تا بتوانند سطح ارائه خدمات خود را ارتقاء دهند.

کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات در جلسه شماره ۲۱۰ خود مقررات مرتبط با تعهدات اپراتورهای موبایل دارای شبکه درباره ارائه خدمات به اپراتورهای مجازی تلفن همراه و نیز اصول حاکم بر پروانه فعالیت اپراتورهای مجازی را با هدف افزایش رقابت، کیفیت و پوشش خدمات و ارائه خدمات ارزش افزوده در بازار موبایل کشور تصویب کرد.

اپراتور مجازی باید بخش‌هایی از شبکه زیرساخت موبایل را به جز شبکه دسترسی رادیویی راه‌اندازی کند و ایجاد مرکز سوئیچینگ موبایل و ثبت اطلاعات مکانی مشترکان از دیگر الزامات مدنظر برای اپراتور مجازی به شمار می‌رود.

اپراتور مجازی ملزم به ارائه هر گونه خدمات ارتباطی و انتقال داده از قبیل دسترسی به اینترنت، دسترسی به شبکه ملی اطلاعات و خدمات مبتنی بر موبایل است.

بر اساس مصوبه کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات، اپراتورهای موبایل به عنوان

میلیارد ریال تعیین می‌شود.

تبصره- در صورتی که ارزش خالص روز درآمد پیش‌بینی شده در طرح تجاری بیش از ۲۰۰ میلیارد ریال باشد، به ازای هر ۵۰ میلیارد ریال، ۱۰ درصد به حق امتیاز اضافه خواهد شد. برای مقادیر ارزش خالص روز کسری از ۵۰ میلیارد ریال ضریب افزایش حق امتیاز به صورت خطی محاسبه خواهد شد.

۲- حق امتیاز پروانه ارائه خدمات ارتباطی (Servco) ۲۰ میلیارد ریال تعیین می‌شود.

اسحاق جهانگیری معاون اول رئیس‌جمهور، این مصوبه را در تاریخ ۱۳۹۴/۴/۲ برای اجرا به وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، وزارت امور اقتصادی و دارایی و وزارت اطلاعات ابلاغ کرد.

#### قانون

پیش از این معاون بررسی‌های فنی و صدور پروانه رگولاتوری جزئیاتی از نحوه ورود اپراتورهای مجازی به بازار ایران را تشریح کرده بود. او با تأکید بر اینکه «در این آیین‌نامه برای ورود شرکت‌های حوزه اینترنت به ویژه شرکت‌های PAP به بازار اپراتورهای مجازی امتیاز قائل شده‌ایم»، افزود: «آینده بازار ارتباطات کشور همگرای بخش ارتباطات ثابت و سیار است و به همین دلیل پیش‌بینی می‌شود شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات ارتباطی ثابت علاقه‌مند به حضور در بازار موبایل مجازی باشند.»

صادق عباسی شاهرکه با تأکید بر اینکه بر اساس مقررات تدوین شده تعداد زیادی اپراتور مجازی نمی‌تواند در کشور شکل بگیرد، ادامه داد: «اینکه متقاضیان راه‌اندازی اپراتور مجازی موبایل ملزم به انعقاد قرارداد با اپراتورهای فعلی موبایل و نیز ظرفیت‌سازی مطابق تعهدات خواهند بود، کار راحتی نیست و به همین دلیل ممکن است چند کنسر سیوم از شرکت‌های ارائه‌دهنده این خدمات شکل بگیرد.»

این معاون رگولاتوری همچنین درباره نتایج مطالعات انجام شده برای ورود اپراتور تلفن همراه افزود: «بر مبنای مطالعات صورت گرفته به نظر می‌آید راه ورود اپراتور چهارم تلفن همراه از طریق MVNO است؛ البته آنچه می‌تواند عامل موفقیت اپراتور چهارم موبایل شود، تخصیص فرکانس‌های مناسب‌تر در باندهای ۷۰۰ و ۸۰۰ مگاهرتز است که در این صورت فضا برای توسعه خدمات در مناطق محروم‌تر فراهم می‌شود.» فرکانس ۷۰۰ مگاهرتز در کشور که یکی از بزرگترین فرکانس‌های مخابراتی است و

شرکت مخابراتی و دافون برای توسعه شبکه خود چه میزان سرمایه‌گذاری می‌کند؟

## ۱۹ میلیارد پوند برای ۲ سال



شبکه‌ها و فروشگاه‌ها در سال‌های ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ سرمایه‌گذاری کرده است. برنامه و دافون این است که با سرمایه‌گذاری بیشتر در اروپا بخش مهم‌تری از بازار تلفن و اینترنت را از آن خود کند و رقیبانی چون orange و telefonica را به چالش بکشد. و دافون می‌خواهد خدمات 4G بسیار پرسرعتی ارائه کند و با این خدمات ۹۱ درصد جمعیت اروپا را در سال ۲۰۱۶ پوشش دهد. این شرکت همچنین اینترنت همراه گسترده‌تری در بازارهای در حال ظهور فراهم خواهد آورد.

و دافون از همان سال ۲۰۱۴ از سرمایه‌گذاری روی شبکه در سال ۲۰۱۵ خبر می‌داد. این شرکت می‌خواهد بعد از تجارت موفقیت‌آمیز ۱۳۰ میلیارد دلاری خود در آمریکا، در اروپا سرمایه‌گذاری کند تا از رقبایش مثل orange، دوپچه تلکام و تلفونیکا پیشی گیرد.

### سرمایه‌گذاری و دافون در دیگر کشورها

شرکت و دافون در آلمان و اسپانیا اپراتورهای کابلی را خریداری کرده است تا میزان خدمات را افزایش دهد و بتواند روی شبکه‌های

شرکت مخابراتی انگلیسی و دافون است که از لحاظ میزان

درآمد، بزرگ‌ترین کمپانی ارتباطات بوده و تا پایان ژوئن سال ۲۰۱۱ با ۴۳۹ میلیون مشترک، دومین شرکت بزرگ مخابراتی جهان پس از china mobile محسوب می‌شود. شرکت و دافون در بیشتر از ۳۰ کشور فعالیت می‌کند و در ۴۰ کشور دیگر نیز شرکای تجاری دارد. این شرکت ۴۵ درصد از سهام «ورایزون بی‌سیم» -بزرگ‌ترین شرکت ارتباطات سیار ایالات متحده- را در اختیار دارد. همچنین سهام این شرکت در بازار بورس لندن و بورس نزدک معامله می‌شود. سرمایه شرکت و دافون در سال ۲۰۱۲ میلادی ۸۹/۱ میلیارد پوند برآورد شده؛ این رقم شرکت و دافون را به سومین شرکت بزرگ انگلستان تبدیل کرده است.

### برنامه سرمایه‌گذاری و دافون

و دافون به عنوان دومین اپراتور بزرگ دنیا از فروش سهم خود در بازار ایالات متحده آمریکا در سال ۲۰۱۴ حدود ۱۳۰ میلیارد دلار به دست آورده که تمامی این مبلغ را روی به‌روزرسانی

همچنین این شرکت با ارائه شبکه NGN در اسپانیا می‌خواهد پوشش مشترکان خانگی خود را به ۱۰ میلیون کاربر برساند؛ این رقم معادل ۵۷ درصد کل جمعیت این کشور است. و دافون در نظر دارد برای دستیابی به سود بیشتر در



از سه سال رکود سرانجام با رشد همراه بوده است. می‌توان این رشد را به دلیل خدمات 4G این شرکت و بازارهای اروپایی اش دانست. شرکت ادامه این رشد را در سال ۲۰۱۶ نیز پایدار می‌داند و پیش‌بینی می‌کند در آمد و عایدات این شرکت بین سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۶ به ۱۱/۵ میلیارد پوند تا ۱۲ میلیارد پوند خواهد رسید. این ارقام در مقایسه با درآمد ۱۱/۹ میلیارد پوندی وادفون در سال‌های ۲۰۱۴-۲۰۱۵ شدی قابل توجه را نشان می‌دهد و مبین این امر است که شرکت از رکود سال‌های اخیر خود خارج شده است. حجم کلی معاملات این شرکت بریتانیایی بین ماه‌های ژانویه تا مارس سال جاری ۰/۱ درصد رشد داشته است.

وادفون با درک نیازهای کاربر و توجه به خواسته‌های کاربر عصر امروز توانسته است دوره رکود خود را پشت سر بگذارد. «تقاضای بیشتر برای داده از جانب کاربران» چیزی است که ویتوریو کولادونیز در گفت‌وگوی خود بر آن تأکید کرده است. بدین ترتیب با تمرکز بر نیاز کاربر امروز در دنیای مخابرات، وادفون تبدیل به شرکتی پیشگام در بین هم‌نوعان خود شده است. بنا بر گزارش رویترز، وادفون امروز با ۴۴۶ هزار کاربر در کشورهای مختلف مثل اسپانیا، قطر و آفریقای جنوبی باعث شده است کاربران برای استفاده از اینترنت، بیشتر سراغ تلفن همراهایشان بروند تا دیگر دستگاه‌ها همچون لپ‌تاپ یا تبلت. وادفون توانسته است با ایجاد بازارهای اروپایی خود ثبات ایجاد کند و بنا بر گفته تحلیلگران از بهترین شرکت‌های ارتباطی است که به سمت رشدی دوباره خیز برداشته است.

می‌کند: «سال ۲۰۱۵ برای شرکت وادفون سالی منحصر به فرد است؛ زیرا در این سال وادفون سرمایه‌گذاری‌های قابل توجهی را در راستای ایجاد تمایز بین کیفیت شبکه و رقابت آغاز خواهد کرد.»

ویتوریو کولادونیز مدیر عامل وادفون از تلاش‌های گروه و عملکرد خوب آن در اروپا به ویژه آلمان و ایتالیا سخن می‌گوید که در واقع گام‌هایی به سوی بهبود عملکرد تجاری بوده است. او از نشانه‌های پیشروی تدریجی اظهار امیدواری می‌کند.

ویتوریو کولادونیز ادامه، ارائه 4G از جانب وادفون را «تغییری اساسی» در تاریخ شرکت می‌خواند که با نیازهای کاربران به داده‌ها و تقاضای آنها برای سرعت بیشتر در هماهنگی است.

#### جمع‌بندی

نتایج کار وادفون در شش ماه قبل از سپتامبر سال ۲۰۱۴ خوب بوده است؛ هر چند میزان درآمدهای قبل از مالیات ۱۰ درصد افت داشت. در واقع کندی روند رشد فعالیت‌های اقتصادی در اروپا و وجود رقابت شدید در بازار ارائه خدمات مخابراتی و تلفنی بازدهی شرکت‌های فعال در این بخش را با افت روبه‌رو کرده است. البته این کاهش کمتر از آن چیزی بود که پیش‌بینی می‌شد و بنا بر این همه راضی بودند. شاید مسئله این نباشد که آنچه دست‌آخر پس از انجام کاری به دست می‌آید، چقدر منفعت و چقدر زیان دارد؛ بلکه مساله مهم‌تر این است که مردم در رابطه با رویکرد مورد اتخاذ چه نظری دارند و چقدر برای آنها رضایت‌آور بوده است. فعالیت‌های شرکت مخابراتی وادفون پس

بلندمدت و برای چهار سال آینده، هزینه‌های سرمایه‌ای را صرف کند؛ همچون اختصاص ۲۴۰ میلیون یورو برای توسعه شبکه.

از سویی دیگر وادفون قصد ارائه ۲۰۰ مگابایتز در هر ثانیه را در آلمان دارد که می‌تواند رقیبی برای Virgin به شمار آید. البته با تمامی راهکارهایی که شرکت وادفون به کار گرفته، درآمد این شرکت در برخی مناطق اروپایی مثل ایتالیا و آلمان در سال ۲۰۱۴ پایین بوده است اما کماکان می‌خواهد با سرمایه‌گذاری بیشتر این رویکرد خود را ادامه دهد. در این میان تمرکز بیشتر وادفون در رقابت بر BT است.

افزون بر این وادفون بخش عظیم پروژه‌های آتی خود را بر اجرای شبکه‌های تلفن همراه نسل چهارم پر سرعت یا 4G متمرکز خواهد کرد تا بتواند اینترنت پر سرعت را به کاربران ارائه دهد و سطح مطلوبی از رضایت و خشنودی را در آنها به وجود آورد. علاوه بر این افراد غیر کاربر نیز ترغیب به استفاده از خدمات این شرکت می‌شوند.

به این ترتیب در نیمه اول سال ۲۰۱۴ تعداد کاربران 4G وادفون در ۱۴ کشور ۷/۴ میلیون نفر بوده است. تعداد کاربران ورایزون - ۳/۲۶ میلیون نفر بوده است. در سال ۲۰۱۴ درآمد شش ماهه وادفون ۷۵/۲۰ میلیارد یورو یا حدود ۱/۳۰۰ یورو در هر ثانیه بوده است. طبق آنچه وادفون در سال ۲۰۱۴ نیز مطرح کرده بود، تمرکز این اپراتور بیش از هر چیز بر 4G بوده و به همین دلیل تا حد زیادی روی نسل چهارم سرمایه‌گذاری کرده است. شرکت در سال ۲۰۱۴ بیان کرده است: «برنامه دوساله آتی ما، سرمایه‌گذاری ۱۹ میلیارد یورو در راستای این هدف است که شبکه‌مان را سرعت و وسعت ببخشیم... ما در این مسیر قرار داریم که استقرار شبکه‌های برنامه‌ریزی شده‌مان را ببینیم؛ ۲۱ هزار سایت 4G و غیره. شبکه 4G امروزه در اروپا ۵۹ درصد جمعیت را پوشش می‌دهد.»

#### چالش‌های اساسی

وادفون تصمیم دارد ۱۹ میلیارد پوند در سال‌های ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ سرمایه‌گذاری کند؛ این میزان هزینه که بخشی از برنامه سرمایه‌گذاری وادفون است، Project Spring نامیده می‌شود.

این سرمایه‌گذاری پروژه‌های سبب می‌شود در آمد ۱۱/۴ میلیارد پوندی وادفون به ۱۱/۹ میلیارد پوند در سال ۲۰۱۵ برسد؛ این رقم در سال ۲۰۱۴، ۱۲/۸ میلیارد بوده است. تحلیلگران بر اساس داده‌هایی که رویترز ارائه داده است، رقمی پایین‌تر از ۱۲/۵ میلیارد را پیش‌بینی کرده‌اند. اسپریتو سانتو در یادداشتی تأکید

چرا اپراتورهای شبکه همراه باید از خدمات OTT استقبال کنند

# OTT ها، ضامن دوام اپراتورها



این رویکرد با ایزوله کردن مشترکان خود، پتانسیل آنها برای استفاده از خدمات OTT را محدود می‌کند و عملاً کاری برای جذب مشتری جدید انجام نمی‌دهد.

ابتکار عملی به نام Joyn بازی تدافعی دیگری بود که اپراتورها به راه انداختند. Joyn در اصل حرکتی جمعی برای سازمان‌های قانونی بود تا به واسطه آن با خدمات OTT مقابله کنند اما به تعویق افتادن زمان ورود خدمات به بازار و پیچیده شدن روند اتحاد اپراتورها با هم سبب شد آنها ضرر کنند.

اپراتورها تازه دارند می‌فهمند همکاری و شراکت با ارائه‌دهندگان خدمات OTT، سودمندترین راه‌حل پیش روست. این رویکرد مزایایی برای هر دو طرف داشته و فرصتی برای رشد آتی مشترک فراهم می‌آورد.

### همکاری با OTT چه مزایایی برای اپراتورها به همراه دارد؟

با استناد به گزارش Mobilesquared چنانچه همکاری ای بین آنها شکل گیرد، OTT communication تا سال ۲۰۱۸ ارزشی معادل ۴۳ میلیارد دلار به دست می‌آورد. این امر منوط به موارد زیر است:

← ارائه خدمات OTT راهی برای جذب مشتریان وفادار است؛ زیرا اپراتورهای شبکه همراه را توانمند می‌سازد تا دسترسی ارزان‌تری به خدمات ارزش افزوده برای مشتریان فراهم آورند.

← به واسطه توانمند شدن OTT برای پوشش خدماتی نظیر چت هم‌زمان با وب و پیام کوتاه، اپراتورها می‌توانند پرونده cross-channel traffic را مختومه اعلام کنند و از این رهگذر درآمد خود را افزایش دهند.

گفت‌وگویی با Thorsten Trapp مدیر ارشد فنی و از بنیانگذاران tyntec، ترتیب داده‌ایم تا نظری را در مورد اینکه چگونه رشد روز افزون محبوبیت خدمات OTT، جو اپراتورها را تحت تأثیر قرار داده و اینکه اپراتورها در شرایط جدید برای پابرجا بودن در بازار چه باید کنند، جویا شویم.

### افزایش محبوبیت خدمات OTT چه تأثیری بر اپراتورها داشته است؟

بی‌شک مخرب‌ترین تأثیر آن، درآمدزایی به ویژه در زمینه پیام‌رسانی بوده است. در تحقیقی که اخیراً توسط Mobilesquared صورت گرفته، ۸۰ درصد شبکه‌های اپراتور همراه این مسئله را به عنوان نگران‌کننده‌ترین دغدغه خود اعلام کرده‌اند. یک سوم از اپراتورهای همراه (۳۳ درصد) تا ۱۰ درصد با کاهش درآمد خود مواجه بوده‌اند. در حالی که در سال ۲۰۱۳ تنها ۲۲ درصد از اپراتورهای همراه با چنین مسئله‌ای روبه‌رو شدند.

این افزایش محبوبیت خدمات OTT منجر به کاهش میانگین درآمد اپراتور به ازای هر مشترک می‌شود. متعاقباً اپراتورها شروع به بازبینی مدل‌های کسب و کارشان می‌کنند و خدمات قدیمی مخاطرات را به معادل ارتباطی نوین آن برمی‌گردانند.

### اپراتورها چه واکنشی به این مسئله نشان داده‌اند؟ اصلاً خواهند توانست با فناوری OTT رقابت کنند؟

واکنش اولیه آنها تدافعی بود. چنان‌که بسیاری از اپراتورهای شبکه همراه، خدمات OTT را مسدود کردند و خدمات شبه OTT خودمانند اپ‌رایگان TU Go - را که متعلق به Telefonica بود، راه‌اندازی کردند. با این حال چنین رویکردی به مسئله، محدودیت‌های خود را به همراه دارد؛

شبکه همراه OTT دارند و برای تنظیم توافقاتی از این دست زمان گذاشته‌اند، بهتر از هر کس دیگری می‌توانند چنین دغدغه‌هایی را رفع و رجوع کنند. OTT نیاز به دسترسی جهانی دارد و این خواسته‌ای نیست که اپراتورهای شبکه همراه به عنوان جزئی از صنعت مخابرات بین‌المللی بتوانند به راحتی برای ایشان فراهم کنند. از نظر اقتصادی برای اکثر اپراتورها بهتر است با ارائه‌کنندگان شبکه‌های بین‌المللی همکاری کنند. چنین انتخابی سودآورتر از ورود به توافقات جداگانه با بی‌شمار شریک است.

#### گام بعدی ارائه داده خالص است؟ این کار برای ارائه‌دهندگان سیستم پیام‌رسانی فوری به چه معناست؟

در آینده نزدیک فرصت‌هایی برای اپراتورها وجود خواهد داشت تا با بهره‌گیری از پیام‌رسانی متنی و صوتی بتوانند مانند سرویس‌های دیتا درآمدزایی کنند. شماره‌های تلفن همراه همچنان ارزشمندترین دارایی برای اپراتورها در مقام مالک آن به حساب می‌آید. از این دارایی می‌توان به عنوان شناسه‌های منحصر به فردی سود جست که ارتباط میان دو حوزه مخابرات و وب را به طور همزمان ممکن می‌سازد. افزون بر این، استفاده روزافزون از SMS-based two-factor authentication منبع دیگری از درآمدها را در اختیار اپراتورها قرار می‌دهد. تعداد رو به رشدی از شرکت‌ها این فناوری را برای چک کردن اطلاعات مشتری و محافظت از اطلاعات به کار می‌برند. چالش پیش روی اپراتورها این است که آنها باید زیرکانه از فرصت‌ها و موقعیت‌های نوظهور سود برند.

## اپراتورها تازه دارند می‌فهمند همکاری و شراکت با ارائه‌دهندگان خدمات OTT، سودمندترین راه حل پیش روست. این رویکرد مزایایی برای هر دو طرف داشته و فرصتی برای رشد آتی مشترک فراهم می‌آورد

#### آیا شما در آینده‌ای نزدیک تغییری در رویکردها پیش‌بینی می‌کنید؟

ما تاکنون شاهد تغییر رویکرد اپراتورها نسبت به OTT بوده‌ایم. چنان‌که در سال گذشته دیدیم، بیش از نیمی از اپراتورها خواهان همکاری با شریک OTT خود بودند. در سال ۲۰۱۳ تنها ۳۶ درصد از اپراتورها تمایل به چنین همکاری‌ای داشتند.

با این حال مصالحه امری بس ضروری است. ارائه‌دهندگان خدمات OTT توانایی بالایی در ابتکار و به‌روزرسانی از خود نشان داده‌اند. اپراتورها هنوز نتوانسته‌اند خود را با این شرایط وفق دهند. تنها به واسطه استقبال از نوآوری است که اپراتورهای شبکه همراه می‌توانند جایگاهی نوین در اکوسیستم مخابراتی مدرن از آن خود سازند ●

پی‌نوشت:

۱- Tyntec اپراتور پیام‌رسانی همراه و ارتباطات ابری در سراسر جهان است. دفتر مرکزی آن در آلمان قرار دارد. حوزه فعالیت اصلی این اپراتور در زمینه توانمند ساختن سیستم‌ها برای ادغام سه سرویس کلیدی مخابرات در یکی است: SMS، تماس صوتی و شماره‌های همراه.

منبع: Techradar

به واسطه سرمایه‌گذاری بر فناوری‌های موجود از طریق همکاری با OTT و درآمدزایی از دارایی‌های موجود مانند شماره‌های همراه، اپراتورها دیگر نیاز نخواهند داشت در کشورهای در حال توسعه سرمایه‌گذاری و صرفاً خدمات خود را مدیریت کنند.

برای به‌تحقق رسیدن مزایایی از این دست، کمک گرفتن از شخص ثالث لازم است؛ کسی که به مدل‌های کسب و کار هر دو طرف آشنایی کامل داشته باشد، می‌تواند روند همکاری را برای طرفین مؤثرتر و آسان‌تر سازد.

#### به نظر می‌رسد این همکاری‌ها تنها استراتژی ممکن اپراتورها برای بقاء در بازار باشد. نقش آفرینان حوزه OTT این میان چه نفعی می‌برند؟

OTT می‌تواند با تحت پوشش قرار دادن خدمات سنتی مخابرات، شروع به راه‌اندازی برنامه‌کاربر محور جهانی کند. برای نمونه می‌تواند به کارگیری سیستم SMS-backup connection برای خدمات آی‌پی محور در بازارهای جدید اشاره کرد. این مورد در جاهایی کاربرد دارد که اتصال به اینترنت در حد نیاز وجود ندارد.

فراتر از این، بسته به اینکه مدل کسب و کار OTT چه باشد (تجارت الکترونیکی، بازار، شبکه اجتماعی و غیره)، شماره‌های مجازی همراه نیز می‌توانند فرصت‌های نوینی برای OTT باشند تا کاربران را به واسطه ارتباط دو جانبه در یک زمان جذب خود کنند یا برای شماره‌های همراه موقت، امنیتی مضاعف در خصوص تراکنش‌های شخصی و تعاملات خصوصی فراهم آورد.

#### اپراتورها چگونه می‌توانند به همکاری‌هایی از این دست با OTT شکل دهند؟ آیا نمونه موفقیت آمیزی در این مورد سراغ دارید؟

همکاری دو جانبه اپراتورهای شبکه همراه و OTT هنوز در مراحل اولیه به سر می‌برد. گام نخست را اپراتورها باید بردارند؛ آنها باید صلاحیت‌های اصلی و همچنین محدودیت‌های خود را بررسی کنند و دریابند کدام فرصت‌ها از نظر اقتصادی برایشان صرف می‌کند. اپراتورهای همراه می‌توانند با تحت پوشش قرار دادن این خدمات به عنوان بخشی از بسته استاندارد داده خود، از برندهای OTT جهت استفاده از داده سود جویند. متناوباً می‌توانند از طریق تبلیغات و بازاریابی، فروش یا شارژ ماهانه برای مشترکان از این همکاری درآمدزایی کنند.

برای مثال واتس‌آپ از بستن قرارداد همکاری‌ای با اپراتور آلمانی MVNO-E-Plus خبر داد که طبق آن حجم ترافیک مشخصی برای پیام‌های واتس‌آپ، ویدئوها و تصاویر در اختیار مشترکان می‌گذارد. این مثال کوچکی است از آنچه یک ارائه‌دهنده سیستم پیام‌رسانی فوری carrier (در جهت عرضه خدمات OTT) انجام می‌دهد. با این حال همین نمونه چشم‌اندازی از آینده همکاری OTT و اپراتورهای شبکه همراه را پیش رویمان می‌گستراند.

#### چرا هنوز برخی اپراتورها برای شکل‌گیری این همکاری دست و پا می‌زنند؟

این عرصه هنوز نوپاست و نامطمئن. بررسی اخیر نشان داده ۶۴ درصد اپراتورهای همراه بر این باورند که دلایل تجاری انگیزه نخستین آنها برای امتناع از همکاری با ارائه‌دهندگان خدمات OTT است. ۲۶ درصد پیچیدگی‌های زیرساختی و ۲۳ درصد مسائل رگولاتوری را عامل اصلی می‌دانند. همچنین بسیاری از اپراتورها از دغدغه‌های خود در مورد مفاد قرارداد گفتند؛ بیشتر آنها حتی تصویری در ذهن ندارند که این قرارداد به چه شکل خواهد بود.

غالباً اشخاص ثالثی که شناختی از مدل‌های کسب و کار اپراتورها

رقابت بی‌سیم در کانادا

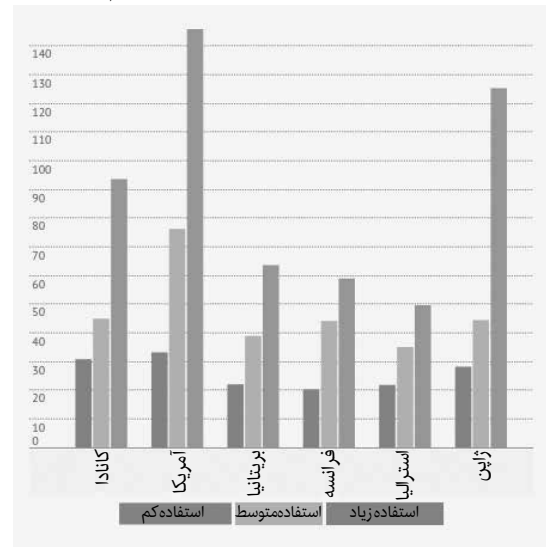
# خوب، بد، زشت

**ارائه** خدمات به مشتریان با کیفیت پایین و هزینه‌های پنهان. مردم پس از لغو خدمات بی‌سیم هنوز برای آن پول پرداخت می‌کنند؛ هزینه‌هایی که ماه به ماه در نوسان هستند. گمانه‌زنی‌ها بر سر تثبیت قیمت همچنان ادامه دارد.

این تنها مضمی از خروار شکایاتی است که خوانندگان Canada HuffPost ماه گذشته در نظر سنجی عمومی‌ای در مورد خدمات بی‌سیم در میان گذاشتند. این موضوع هفته گذشته به واسطه گزارشی برگرفته از سازمان نظارت بر شکایات مخابرات تأیید شد. میزان شکایات صورت گرفته علیه شرکت‌های بی‌سیم با محوریت پرداخت هزینه‌ها، از سال پیش دو برابر شده است.

خوانندگان ما یکصد از این مسئله شکایت دارند: ما بیشترین هزینه را در دنیا برای بدترین خدمات می‌پردازیم. بی‌شک کمی اغراق شده است اما پرسش اینجاست: این امر صحت دارد؟ آیا ما واقعاً بیشترین هزینه را برای پایین‌ترین سطح خدمات می‌پردازیم؟ هنگامی که در جزئیات قضیه غور می‌کنیم و نظر کارشناسان را جویا می‌شویم، تصویر هزینه‌های بی‌سیم کانادا در ذهن‌مان پیچیده‌تر نقش می‌بندد.

جدول ۱: میزان استفاده کاربران کشورهای مختلف از بی‌سیم



منبع: 2013.Wallcommunicationsreport

در مورد برخی مسائل شکی وجود ندارد؛ این یک واقعیت است که کانادا از بیشتر کشورهای پیشرفته در زمینه راه‌اندازی شبکه بی‌سیم عقب افتاده. آن زمان که اروپایی‌ها در دهه ۹۰ از تلفن‌های همراه‌شان می‌گفتند، تکنولوژی همراه در کانادا تازه پا گرفته بود.

واضح است که ظهور تلفن هوشمند و احتمالاً بی‌سیم حامل کانادایی که امروزه دیگر در معرض خطر انقراض است - همه چیز را تغییر داده است.

طی پنج سال گذشته، صنعت بی‌سیم کانادا دستخوش تحولات شگرفی شده؛ این نظر Amit Kaminer تحلیلگر گروه Seaboard است. وی سیر بازار بی‌سیم کانادا را طی سال‌های بررسی کرده است.

Kaminer می‌گوید این‌ها ویرانه‌ها را برای بدترین خدمات گرفته، امری مربوط به گذشته است. این حرف دیگر امروز مصداق ندارد.

اومی‌گوید متصدیان در زمینه قیمت‌گذاری بیش از پیش وارد فضای رقابت باهم شده‌اند. وی به این موضوع اشاره می‌کند که امروزه هزینه‌های بی‌سیم به طور میانگین ۲۵ دلار به ازای هر گیگابایت داده است. حال این میزان را با سه هزار دلار به ازای هر گیگابایت در سال ۲۰۰۷ مقایسه کنید (زمانی پیش از آنکه ظهور تلفن هوشمند، استفاده از داده را به بالاترین میزان خود برساند).

در سال ۲۰۰۷ واژه «نامحدود» برای شرکت‌های بزرگ مخابراتی آرزویی محال بود اما امروزه برنامه‌های نامحدود برای صدا و متن جای خود را در برنامه‌های بی‌سیم باز کرده‌اند.

Kaminer این مسئله را در وهله نخست منوط به ظهور تازه‌واردان کوچک حوزه بی‌سیم نظیر Mobilicity, Public Mobile, Wind در سال ۲۰۰۸ می‌داند. ظهور آنها مدیون بازنگری قوانین بی‌سیم از جانب دولت است که برای تسهیل رقابت در بازار صورت گرفته است.

وی می‌گوید: «صرفاً تهدید باز شدن پای دیگر شرکت‌ها به بازار بود که شرکت‌های Bell, Rogers, Telus را توانمندتر ساخت. همچنان که به آنها آموخت طی مسیر متواضعانه‌تر رفتار کنند و دست از بلندپروازی‌های اقتصادی خود بکشند.»

آیا آنها واقعاً چنین کردند؟ کمپین "Fair for Canada" که سه تن از متصدیان بزرگ مخابرات تابستان امسال به راه انداختند، تلاشی در جهت ورود Verizon به کانادا تحت مقررات جدید وارداتی بود. این امر در نظر تحلیلگران بازار، کنش‌های تهاجمی و شوک آور در جهت محدود کردن رقابت بود.

این مسئله مخالفت مردم با دولت Stephen Harper، نخست‌وزیر کانادا و وزیر صنعت، James Moore را برانگیخت؛ کسانی که در اتحاد این سه متصدی بزرگ نقش داشتند.

دولت Harper به امید بازپس‌گیری محبوبیت خود نزد مردم، سیاستی ساده در مورد بی‌سیم اعمال کرد: تعداد متصدیان اصلی بی‌سیم در تمامی ایالات کانادا را از سه به چهار افزایش داد. این امر متعاقباً رقابت بر سر هزینه پایین‌تر و ارائه خدمات بهتر به مشتریان را از دیاد بخشید. هرچند امروز شرایط برخلاف جریان پیش می‌رود: پس از اینکه Telus اخیراً Public Mobile را خرید و Mobilicity واگذار شد، تعداد شرکت‌های بی‌سیم رو به کاهش است.

Kaminer نگران است مبادا اسقوط بارز تازه‌واردان کوچک (به استثناء Wind که در این سال‌ها خود را سرپا ننگه داشته است) منجر به افزایش هزینه‌های بی‌سیم شود. فشارهای رقابتی‌ای که این سه شرکت را به سمت فضای رقابت تنگاتنگی سوق می‌داد، در جهت عکس عمل می‌کند.

وی می‌گوید: «چنانچه این وضع ادامه یابد و این سه شرکت رقابت را مصادره کنند، به سادگی ممکن است به همان نقطه اول خود در سال ۲۰۰۷ بازگردیم.»

امروز کجا ایستاده‌ایم؟ کمپین تبلیغاتی دولت Harper، روند بی‌سیم را به همان مسیری کشانده که کانادایی‌ها از آن حرف می‌زنند: «پرداخت بالاترین هزینه برای بی‌سیم». گزارشی که اخیراً برای CRTC و صنعت کانادا تهیه شده است، کانادا را با آمریکا، بریتانیا، فرانسه، استرالیا و ژاپن مقایسه کرده و به این نتیجه رسیده که در کل، قیمت‌های بی‌سیم کانادا بالاترین جایگاه را به خود اختصاص داده است. هر چند در بررسی موردی به مورد، بی‌سیم در آمریکا به میزان قابل توجهی گران‌تر از کانادا است.

«تا وقتی دولت برای حل این مسائل به طور جدی وارد عمل نشود، اوضاع تغییر نمی‌کند.»  
وضع بقیه کشورها هم تعریفی ندارد. چه بسا بدتر از کانادا باشد. سهام بازار بزرگ‌ترین شرکت بی‌سیم کانادا یعنی Rogers معادل ۳۴ درصد است که در مقایسه با سایر کشورها رده پایینی در جدول را به خود اختصاص داده است. سوئیس بدترین وضع را در این رده‌بندی دارد. تنها یک شرکت در سوئیس به نام Swisscom وجود دارد که ۶۲ درصد از سهام بازار را در اختیار دارد.

با این همه برخی از تحلیلگران بازار این را مشکل چندان مهمی نمی‌بینند؛ استدلال آنها از این قرار است که بنا به ماهیت کسب و کار تا وقتی که اوضاع پیش برود، همه چیز خوب است.

یکی از این افراد Jeffrey Church، استاد دانشگاه Calgary در رشته اقتصاد است. وی می‌گوید وجود شرکت چهارم بی‌سیم نه تنها کمکی به حل مسئله نمی‌کند، بلکه اصلاً نمی‌تواند در بازار دوام بیاورد.

او می‌افزاید: «طبیعی است محدودیتی برای تعداد متصدیان در بازار بی‌سیم وجود داشته باشد و در کانادا مثل اکثر کشورها این تعداد از سه تا تجاوز نمی‌کند.»

Winseck استاد دانشگاه Carleton در رشته روزنامه‌نگاری و ارتباطات است.

Winseck بر این باور است که اگر رقابت در بازار بی‌سیم کانادا جواب نمی‌دهد، تا حدی به خاطر این مسئله است که شرکت‌های بزرگ مخابراتی عادلانه بازی نمی‌کنند.

وی می‌افزاید این سه شرکت بزرگ هر کاری می‌کنند تا تازه واردان در عرصه بی‌سیم را بازی ندهند. برای نمونه وی از موردی یاد می‌کند که متخصصان شرکت‌های بزرگ مخابراتی فرصت‌هایی برای نصب آنتن برج‌های مخابراتی مشترک را نادیده گرفتند تا آنتن‌ها را در قسمت‌های بسیار پایین‌تر برج مخابراتی برای آنتن‌دهی بهتر نصب کنند.

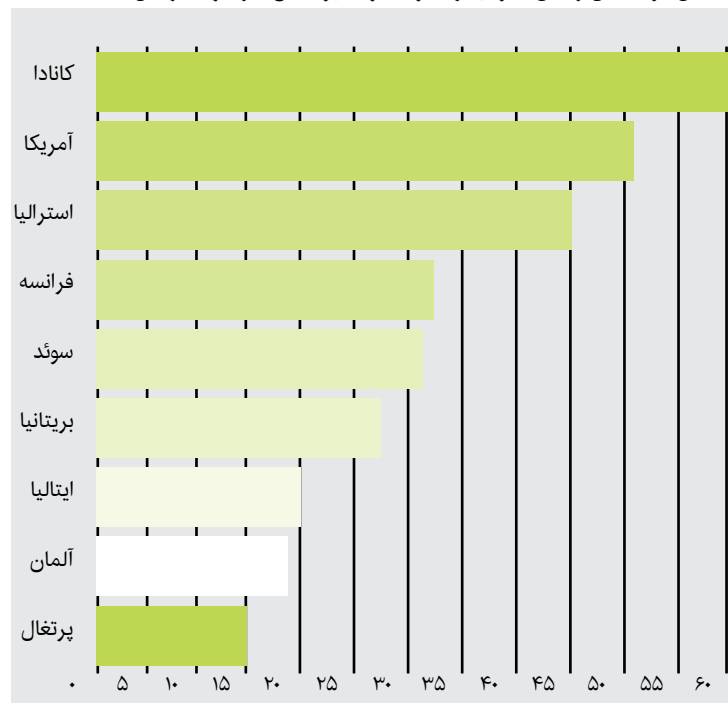
او می‌گوید: «این رفتار در خوبی متصدیان نهادینه شده است. همیشه داستان از این قرار بوده است. اگر به روزگاری بسیار پیشتر از این بازگردیم می‌بینیم شرکت‌های تلگراف رقیب، سیم‌های یکدیگر را می‌چیدند!»

حال راه حل چیست؟ به نظر Winseck باید رگولاسیون دولتی را تقویت کرد.

محافظه‌کاران به درستی برنامه افزایش رقابت را پیش می‌گیرند اما باید از هر آنچه در چنته دارند، سود جویند تا این صنعت را توانمندتر سازند و پایه‌های کشورهای دیگر پیش روند.

جدول ۲: آنها به واسطه سود کانادایی‌ها پول پاروی می‌کنند...

میانگین سود حاصل از تلفن همراه به ازاء هر مشترک (بر اساس دلار آمریکا در سال ۲۰۱۲)



منبع: 2013 01, BofA Merrill Lynch Wireless Matrix

برخلاف باور عامه، کانادا بالاترین هزینه را برای بی‌سیم در کل جهان نمی‌پردازد. در واقع خدمات بی‌سیم آمریکا در تمام سطوح از کانادا گران‌تر است. با این همه کانادایی‌هایی که از اینترنت همراه خود بسیار استفاده می‌کنند، بیشتر از کاربران پر مصرف در بریتانیا، فرانسه یا استرالیا هزینه می‌پردازند.

گزارش مذکور نشان می‌دهد سبد کالای معمول خدمات بی‌سیم در کانادا طی سال گذشته تا ۱۳ درصد کاهش قیمت داشته است. هر چند گزارش دیگری که از طرف J.D Power در همان زمان صورت گرفته و منتشر شده است، نتیجه‌ای عکس این را نشان می‌دهد؛ هزینه‌های بی‌سیم تا ۱۳ درصد افزایش داشته‌اند. اعداد و ارقام در مورد بازار بی‌سیم کانادا، قضیه را در حاله‌ای از ابهام فرو می‌برد.

شاید این ابهام به عمد باشد. وبلاگ‌نویسی به نام Peter Nowak اخیراً نقل قولی از مدیر عامل پیشین مخابرات نیوزیلند، Teresa Gattung فاش کرده است:

«بیباید در مورد قیمت‌گذاری فکر کنیم. شرکت‌های مخابراتی در سراسر جهان در این باره چه کرده‌اند؟ این مسئله که به مثابه اهرم اصلی بازار است، همواره در حاله‌ای از ابهام فرو رفته است. اینکه خوب است. می‌توان بر سر این مسئله بحث کرد که چگونه همگی ما هزینه‌های تماس را بالا نگه داشته‌ایم و با برگرفتن سود آن و سرمایه‌گذاری آن در کسب و کاری پردرآمد، مدتی طولانی است که از آن بهره می‌بریم. با این همه مشتریان چه به روی خود بیاورند چه نیاورند، می‌دانند بازی از چه قرار است؛ می‌دانند که ما با آنها روراست نبوده‌ایم.»

هر کسی اگر حداقل یک بار برنامه‌های خدمات بی‌سیم را با هم مقایسه کرده باشد، می‌فهمد Gattung از چه چیزی حرف می‌زند. معامله‌ای بهتر: ۱۰۰ دقیقه مکالمه رایگان به ازاء پرداخت ۳۰ دلار در ماه همراه با یک دلار به ازاء هر دقیقه‌ای که بعد از آن اضافه می‌شود یا ۲۵۰ دقیقه مکالمه رایگان با پرداخت ۴۵ دلار در ماه به اضافه نیم دلار برای هر دقیقه‌ای که بعد از آن افزوده می‌شود؟ موفق باشید کاربران عزیز!

حرفی که به طور اتفاقی از دهان Gattung پرید، آخرین حربه برای پنهان‌کاری دولت نیوزیلند را شکست و منجر به ورشکسته شدن شرکت و البته از کار بیکار شدن Gattung شد. شرکت‌های همراه بیشترین درآمد خود را از طریق مردم کانادا به دست می‌آورند.

«بهترین چیزی که در مورد این صنعت می‌توان گفت، این است که وضع ما به بدی آمریکا نیست.» این گفته Dwayne

زیرا تلفن‌هایی خوب و شبکه‌هایی سریع در اختیار داریم.»

مشتریان بی‌سیم در ژاپن، آمریکا و بریتانیا داده‌ها و ترافیک بیشتری نسبت به کانادایی‌ها استفاده می‌کنند اما شرکت‌های بی‌سیم از کانادایی‌ها بیشتر از دیگر ملت‌ها کسب درآمد می‌کنند.

وی این مسئله را رد می‌کند که سه شرکت بزرگ به عنوان تنها قطب این بازار فعالیت و هر طور بخواهند قیمت‌ها را تعیین می‌کنند. Church در بررسی خود اطلاعات مالی Rogers را از دهه ۸۰ آورده است؛ زمانی که این شرکت با نام CanTel فعالیت می‌کرد است. او می‌گوید در این مدت قیمتی که شرکت تعیین می‌کرد، هزینه‌های آن را مشخص می‌ساخت. این امر به قول Church در شرایط اقتصادی تک‌قطبی اتفاق نمی‌افتد.

وی همچنین اشاره می‌کند بازارهای بی‌سیم در کشورهای دیگر متمرکزتر هستند. در کانادا Rogers با ۳۷ درصد از سهام بازار بی‌سیم پیشرو بازار است. این وضعیت را با استرالیا مقایسه کنید؛ جایی که تنها یک شرکت یعنی Telstra ۴۷ درصد سهام بازار را در اختیار دارد یا شرکت Swisscom که ۶۲ درصد از مشتریان بی‌سیم را در اختیار دارد.

مدافعان حقوق مشتری این نگاه را تکذیب می‌کنند. استدلال آنها از این قرار است که سه شرکت بزرگ مخابراتی در کانادا در قالب یک شرکت عمل می‌کنند و عملاً فضایی تک‌قطبی به وجود آورده‌اند.

کمپین "Fair for Canada" که توسط این سه شرکت راه‌اندازی شد و این امر که آنها تقریباً به طور همزمان در تابستان امسال قیمت‌ها را پایین آورده‌اند، بر این ادعای منتقدان صحنه می‌گذارد.

آنها به عنوان کسانی که از دور نظاره‌گر ماجرا هستند، استدلال می‌کنند که تنها با ایجاد رقابت بیشتر می‌توان اوضاع را تغییر داد.

با این همه اگر تحلیل Church درست باشد، حتی تغییر بنیادین در نگرش شرکت‌های بزرگ مخابراتی نیز به کاهش قیمت‌ها آنچنان که مورد انتظار مشتریان است، نخواهد انجامید. با شکست نسل دوم تازه‌واردان بی‌سیم، این فرضیه که وجود شرکت جدید بی‌سیم در بازار مسائل را حل خواهد کرد، زیر سؤال می‌رود. این بدان معناست که اگر کانادا با همین خط‌مشی در مورد بی‌سیم پیش برود، به زودی به خانه اول بازمی‌گردد.

منبع: Huffngtonpost

آن باشد.

Church برای اثبات ادعای خود به مورد Shaw Communications اشاره می‌کند که در مقام تازه‌وارد به این حوزه، spectrum را طی مزایده‌ای در سال ۲۰۰۸ خریداری کرد اما دست آخر بدون اینکه بتواند آن استفاده کند، به شرکت Rogers فروخت.

واضح است در بازار جایی برای شرکت چهارم وجود ندارد. پس چرا وریزون وارد صحنه شد؟

(طی مصاحبه‌ای که HuffPost Church انجام داده است، مشخص شد وریزون عقب کشیده و دوباره با Ottawa لابی کرده است. این امر احتمال این را افزایش می‌دهد که غول مخابرات آمریکا هنوز از تصمیم ورود به بازار کانادا صرف نظر نکرده باشد)

Church این مسئله را انکار نمی‌کند که کانادایی‌ها هزینه زیادی برای خدمات بی‌سیم می‌پردازند اما می‌گوید دلیل خوبی برای این امر وجود دارد: کانادایی‌ها بیشترین تعداد کاربران تلفن هوشمند و استفاده از خدمات بی‌سیم آن در سراسر جهان را تشکیل می‌دهند.

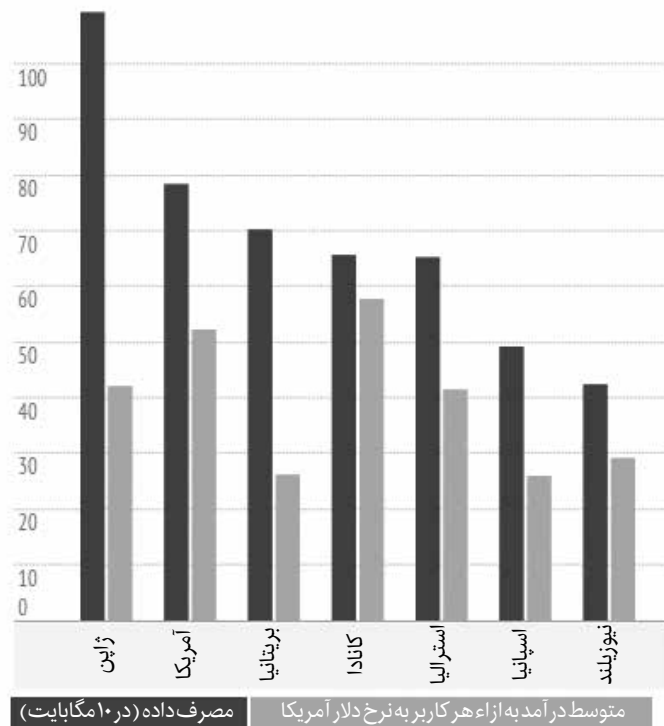
«ما از داده‌ها استفاده‌های بسیاری می‌کنیم؛

Church ماه پیش در گزارش منتشر شده خود استدلال می‌کرد که بازار بی‌سیم کانادا همین‌طور که پیش می‌رود، جو رقابتی خود را حفظ می‌کند. چنانچه شرکت چهارمی به این مجموعه اضافه شود یا ورشکست می‌شود یا توسط دیگر رقیبان حذف می‌شود. بنابراین دوباره تعداد به سه می‌رسد.

گزارش وی با مفاهیم تخصصی اقتصاد مانند هزینه نهایی پیش می‌رود اما حرف آخرش این است که برای ایجاد رقابت، شرکت چهارم باید قیمت‌های خود را بسیار پایین بیاورد که در این صورت دیگر برایش سودی نمی‌ماند و این امر خود منجر به حذف شرکت از صحنه رقابت بازار خواهد شد.

به همین علت است که نسل جدید داوطلبان برای ارائه خدمات بی‌سیم در همین دهه گذشته مانند Microcell یا Clearnet PCS شکست خوردند. این به خاطر ماهیت کسب و کار است. راه‌اندازی شبکه بی‌سیم هزینه بسیار بالایی می‌طلبد که برای جبران آن باید مشتریان زیادی داشت. طبیعتاً مشتری کافی در هیچ حوزه‌ای وجود ندارد که بتواند جوابگوی بازگشت هزینه‌های چهار شرکت یا بیش از

جدول ۳: حجم مصرف بی‌سیم و درآمد حاصل از آن در کشورهای مختلف



منبع: CiscoVNI via Peter Nowak



# لغو قانون هزینه رومینگ در پارلمان اروپا



**اپراتورهای** تلفن همراه داخلی در نتیجه لغو هزینه رومینگ که قرار است در دسامبر ۲۰۱۵ ایجاد شود، افزایش خواهد یافت.

طرح لغو هزینه‌های رومینگ استفاده از تلفن همراه در خارج از کشور از دسامبر سال ۲۰۱۵ مطرح شده است و انتظار می‌رود در پارلمان اروپا بدان رأی داده شود؛ اما اپراتورها هشدار داده‌اند در نتیجه این قوانین و به علت تغییرات ایجاد شده، هزینه تماس‌های داخلی افزایش خواهد یافت تا به این ترتیب افزایش هزینه تماس‌ها، جایگزین درآمد رومینگ شود.

مسئله مطرح شده در مورد لغو هزینه رومینگ، توجه به این نکته است که به روز کردن سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی مثل اینستاگرام یا چک کردن ایمیل‌ها نباید ختم به قبض‌ها و هزینه‌های سنگین غیرمنتظره شود.

به این ترتیب اپراتورها دیگر قادر نخواهند بود از مسافرانی که وارد ۲۸ کشور عضو اتحادیه اروپا می‌شوند، هزینه‌های بیشتری برای تماس‌ها و استفاده از اینترنت بگیرند؛ وضعیتی که تیلی‌کروز - رئیس هیأت مخابرات - آن را درآمدزاد صنعت می‌داند.

این هزینه‌ها قبلاً حدود ۴۵۰ یورو در هر گیگابایت برای رومینگ اینترنت بوده است که تا حد ۲۰۰ یورو در جولای کاهش یافته بود. این کاهش قیمت نتیجه اخیر قوانین اروپا بود. اما لغو هزینه‌های رومینگ تفاوتی مهم ایجاد خواهد کرد؛ بدین معنا که کاربران برای هر گیگابایت ۱۰ یورو پرداخت خواهند کرد. یک گیگابایت فقط برای دانلود فیلمی استاندارد و با کیفیت از آی‌تیونز قابل استفاده است.

در این میان ائتلاف شبکه‌ها که نماینده ۴۵ میلیون کاربر هستند، هشدار داده‌اند این قوانین چنان بدطراحی شده است که مسلماً هزینه‌های تماس‌های داخلی افزایش خواهد یافت.

با توجه به ائتلاف رومینگ «این ریسک وجود دارد که تعرفه‌های داخلی برای کاربران اروپایی افزایش یابد. در طرح کنونی ممکن است رومینگ اضافه‌بهایی نداشته باشد اما سطح کلی تعرفه را افزایش می‌دهد و احتمالاً مشتریان غیر رومینگ خواهند بود که بهای مشتریان رومینگ را متحمل خواهند شد.»

ائتلاف که نماینده ۱۵ اپراتور و شبکه‌های مجازی شامل Three, Virgin Media, و

می‌شوند.

انجمن اپراتورهای شبکه‌های مخابراتی اروپا ادعا کرده است لغویکی از درآمدزاترین منابع می‌تواند باعث شود شبکه‌ها روی مسائلی مهم‌تر سرمایه‌گذاری کنند و بیشتر به خدمات 4G بپردازند.

قانون جدید بر این مبناست که کاربران از ۱۵ دسامبر ۲۰۱۵ «می‌توانند در تمام کشورهای اروپایی (عضو اتحادیه) که مسافر هستند به اینترنت وصل باشند، بدون اینکه هزینه‌های بیشتری پرداخت کنند؛ هزینه‌هایی که در کشورهای عضو اتحادیه تصویب شده است، همان تعرفه برای مسافران نیز قلمداد می‌شود، نه بیشتر.»

ائتلاف رومینگ امیدوار است بتواند این طرح را قبل از تصویب نهایی لایحه در پاییز امسال اصلاح کند. این ائتلاف خواهان کمتر شدن هزینه‌های کلی است که بر اساس هزینه واقعی خدمات ارائه شده محاسبه می‌شود.

در این میان دریافت قبض‌هایی با هزینه‌های سنگین برای افرادی که به خارج از اروپا سفر می‌کنند، محتمل است؛ چون هیچ کنترل هزینه‌ای وجود ندارد. این مسئله امری جدی است. در سال ۲۰۱۳، حدوداً ۱۳۹ هزار کاربر درباره هزینه‌های بالای قبض‌های تلفن همراه‌شان با مخابرات تماس گرفته‌اند و خیلی از این افراد زیر بار بدهی رفته‌اند ●

و France's Free, Italy's FastWeb است، تأکید دارد برای جلوگیری از افزایش هزینه تماس‌های داخلی، هزینه‌های کلی کاربران در شبکه‌ها می‌بایست کاهش یابد.

اپراتورهای کوچک‌تر از این امر هراس دارند که در این میان هزینه‌هایی به آنها تحمیل شود که بیشتر از درآمد و عایدات‌شان است.

از جولای سال ۲۰۱۴، هزینه کلی رومینگ پنج سنت به ازای هر مگابایت داده یا هر تماس تلفنی خواهد بود و هزینه هر پیام متنی نیز دو سنت خواهد بود. این ارقام به نظر پایینی می‌آید اما کاربران انگلیسی قبل از این، بسیار کمتر از این میزان هزینه می‌کردند. هزینه داده به ازای هر گیگابایت، ۱۰ یورو برای کاربر رقم خواهد خورد.

مدیر عامل رگولاتوری Three می‌گوید: «رگولاسیون مؤثر و کارآمد، مهم‌ترین مسأله است. بدون وجود این رگولاسیون، اگر کاربران از شمال اروپا به جنوب اروپا سفر کنند و در حین سفر از تلفن‌های هوشمندشان استفاده کنند، هزینه‌های سنگینی متحمل خواهند شد. شاید بتوان اپراتورها را محدودتر کرد؛ اما نتیجه‌اش غیر قابل توجیه است و در برخی موارد می‌تواند بر هزینه تماس‌های داخلی تأثیر بگذارد؛ زیرا اپراتورها سعی می‌کنند از این راه درآمدشان را به دست آورند.»

در این میان کسانی که در شمال اروپا زندگی می‌کنند، بیشتر متحمل ضرر خواهند شد. زیرا آنها هستند که در تعطیلات روانه جنوب اروپا

## بازار اینترنت اشیا ۱۱ تریلیون دلاری می‌شود



کارشناسان معتقدند ارزش بازار اینترنت اشیا تا ۱۰ سال دیگر به ۱۱ تریلیون دلار می‌رسد زیرا شاهد اتصال همه چیز اعم از خودرو، وسایل منزل و غیره به اینترنت هستیم.

تحقیقات مؤسسه McKinsey Global

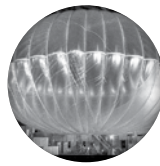
حاکمی از این است که ارزش این بازار در حال حاضر تنها ۳/۹ تریلیون دلار برآورد می‌شود اما این رقم در سال ۲۰۲۵ برابر با ۱۱/۱ تریلیون دلار خواهد بود. با افزایش وسایل متصل به اینترنت و اتصال میلیاردها حسگر به وب برای تبادل اطلاعات درآمد شرکت‌های ارائه‌دهنده این خدمات رشد چشمگیری خواهد یافت، مشاغل جدیدی به وجود می‌آید و تصمیم‌گیری‌ها در بسیاری از حوزه‌ها تسهیل خواهد شد. اینترنت اشیا کنترل روندها و پدیده‌های مختلف را از فواصل چند هزار کیلومتری ممکن می‌کند و به عنوان مثال از این طریق می‌توان از تغییرات لحظه به لحظه در یک اقیانوس یا وضعیت فشارخون یک فرد از راه دور به سادگی مطلع شد. به کارگیری حسگرها در تمامی زیرساخت‌های بشری اعم از پل‌ها، ساختمان‌ها، لامپ‌های روشنایی و غیره زندگی بشر را بهبود می‌بخشد و بدین وسیله می‌توان کیفیت آب و هوا، نشست خطرناک مواد مختلف و غیره را شناسایی کرد. البته در این میان نگرانی‌های جدی‌ای در مورد امنیت افراد و حریم شخصی آنان نیز وجود دارد. زیرا این اطلاعات برای هکرها و برخی دولت‌ها نیز قابل سوءاستفاده است و به آنها امکان می‌دهد از خصوصی‌ترین شیوه‌های زندگی افراد مطلع شوند.

## اپل یک ارتش سری دارد

تصور کنید به شغل رؤیایی خود رسیده‌اید اما نمی‌توانید درباره آن با هیچ‌یک از دوستان خود صحبت کنید یا در فیس‌بوک مطلب بگذارید یا جزئیات موفقیت‌های خود را در این شغل در رزومه کاری‌تان ذکر کنید. این دقیقاً همان شرایطی است که کارآموزان شرکت اپل با آن مواجه هستند. یکی از کارآموزان سابق اپل که خواست نامش فاش نشود، گفت: «آنها (اپل) می‌خواهند محصولاتی تولید کنند که همه از آن راضی باشند اما هیچ‌کس قبل از عرضه از آن اطلاعی نداشته باشد. از این رو نمی‌توانید درباره شغل‌تان با کسی صحبت کنید. همچنین نمی‌توانید با افراد بیرون از خانواده درباره کاری که انجام می‌دهید صحبت کنید.»

تأکید شدید روی مخفیانه بودن کار به همراه وفاداری غیر معمول کارکنان، فرهنگ موجود در شرکت اپل را نسبت به دیگر شرکت‌های فناوری آمریکا متفاوت می‌کند. بی‌زی‌بسی اینسایدر برای پی‌بردن به این فرهنگ متفاوت با یکی از کارآموزان سابق اپل به گفت‌وگو نشست تا اطلاعات بیشتری درباره تجربه کار در این شرکت به دست آورد. یک کارآموز سابق اپل که تنها با نام «برد» معرفی شده، می‌گوید: «روند مصاحبه در این شرکت بسیار متفاوت از شرکت‌هایی همچون گوگل و فیس‌بوک است. اپل با نامزدهای کارآموزی در این شرکت برای مشاغل مشخص مصاحبه می‌کند و مدیر قسمت مربوطه گفت‌وگو را انجام می‌دهد.» برد که برای کارآموزی در فیس‌بوک مصاحبه شده و همچنین از دوستان خود که در گوگل مصاحبه شده‌اند، مطالبی شنیده؛ این شرکت‌ها کار مصاحبه را قدری متفاوت انجام می‌دهند. این کارآموز سابق اپل به سؤال خاصی که در جریان مصاحبه در اپل با آن روبه‌رو شده و اشاره نکرد اما در عین حال گفت به مدت یک الی دو ساعت درباره شغل قبلی خود با فرد مصاحبه‌کننده صحبت کرده است.

## بالون‌های گوگل در راهند



شرکت گوگل در حال کار روی پروژه بلندپروازانه‌ای به نام «لون» برای انتقال سرویس اینترنت به وسیله فرستادن بالون‌های غول‌پیکر در جو زمین است.

دو سال قبل در چنین روزهایی گوگل با انتقال ارسال اینترنت از زمان به کل نقاط جهان ۳۰ بالون را از نیوزیلند به جو فرستاد. غول اینترنت آمریکا بالون‌های پر فشاری را به ارتفاع ۲۵ کیلومتری زمین فرستاد و این بالون‌ها در ارتفاعی نزدیک به دو برابر ارتفاع پرواز هواپیماها در جو زمین رها شدند. مهندسان گوگل امروز در حال تمرکز روی آزمایش بالون‌های اینترنتی خود که قطر آنها به ۱۵ متر می‌رسد در سردخانه‌های بزرگ هستند تا از عدم نشت آنها مطمئن شوند.

این بالون‌های پر از هلیوم می‌توانند اینترنت 3G را به چهار میلیارد و ۸۰۰ میلیون نفر از مردم جهان که هنوز به اینترنت دسترسی ندارند، برسانند. هدف اصلی گوگل برای بالون‌های هوشمند شامل انتقال اینترنت به مناطق دورافتاده و توسعه نیافته‌ای همچون آفریقا است که تنها ۱۰ درصد مردم در آن به اینترنت دسترسی دارند و برزیل، که در آن بچه‌ها اغلب برای دریافت سیگنال بهتر در گوشی‌های موبایل خود از درختان بالای رود. این شرکت به دنبال این بود که این بالون‌ها ۱۰۰ روز در آسمان باقی بمانند اما ۶۰ بالون اولی که به آسمان فرستاده شدند، بلافاصله پس از رسیدن به جو زمین منفجر شدند. آزمایش‌ها کمک کرده بالون‌ها بیشتر از قبل در آسمان بمانند. در فوریه ۲۰۱۴ رکورد ماندن آنها در جو ۵۰ روز بود اما در دوم مارس امسال این رکورد به ۱۸۷ روز رسیده است.

راون اوستار که برای ناسا بالون می‌سازد به گوگل کمک کرده بالونی بسازد که ۱۸۷ روز در آسمان بماند. در سال ۲۰۱۳ برای به آسمان فرستادن یکی از این بالون‌ها به ۱۴ نفر و ۵۴ دقیقه زمان احتیاج بود.

اما گوگل اکنون یک آشیانه قابل حمل ساخته که دارای یک جرثقیل برای پهن کردن بالون قبل از پر کردن گاز هلیوم در آن است. با استفاده از این وسیله چهار نفر می‌توانند در ۱۵ دقیقه یک بالون را به آسمان بفرستند. گوگل هم اکنون از اطلاعات سازمان‌های هواشناسی برای پیش‌بینی وضعیت آب و هوا و ارتفاع توان بالون‌ها در مقابله با بادها استفاده می‌کند. به گفته گوگل زمانی که این بالون‌ها به بهره‌برداری برسند می‌توانند به منطقه‌ای به وسعت ۷۸۰ مایل مربع (دو برابر وسعت نیویورک) شبکه اینترنت برسانند.

انسان چند قرن است از بالون برای مصارف ارتباطی، حمل و نقل و تفریح استفاده می‌کند. در سال‌های اخیر محققان نظامی و هوانوردی از بالون برای ارسال سیگنال‌های اینترنت به پایگاه‌های نظامی در مناطق دورافتاده استفاده کرده‌اند. این بالون‌ها نیروی مورد نیاز خود را از پنل‌های خورشیدی به دست می‌آورند که ظرف چهار ساعت شارژ کافی برای یک روز را جذب می‌کنند. نوع زمین برای پروژه لون مشکلی ایجاد نخواهد کرد به طوری که این بالون‌ها می‌توانند اینترنت را به منطقه پریپچ و خم خیبر افغانستان یا شهر یائونده (پایتخت کامرون) که بر اساس اعلام بانک جهانی از هر ۱۰۰ نفر تنها چهار تن به اینترنت دسترسی دارند، برسانند.

سیگنال‌های ارسالی به وسیله این بالون‌ها در طیف بدون مجوزی حرکت می‌کنند؛ به این معنی که گوگل مجبور نیست از سازمان‌های تنظیمات مقررات رادیویی تبعیت کند.

گوگل امیدوار است تا پایان امسال به کمک این بالون‌ها به مدت چند روز در مناطق دورافتاده جهان ارتباط اینترنت برقرار کند و تا سال آینده این سرویس را به بهره‌برداری تجاری برساند.



## به مناسبت در گذشت خالق پیامک

مورد آینده ارتباطات موبایلی به دانمارک آمده بود، ایده سرویس پیام رسانی برای گوشی‌های دیجیتال GSM به ذهنش خطور کرد.

وی برای این کار دستمزدی دریافت نکرد زیرا حق امتیاز این ایده را به ثبت نرسانده بود.

از دلایل اصلی موفقیت پیامک این بود که با همه گوشی‌ها می‌توان پیام کوتاه ارسال کرد و فعال کردن آن نیاز به چیزی ندارد و البته مستقل از نوع شبکه‌های ارتباطی نیز هست.

سال ۱۹۹۲ نوکیا ۱۰۱۱ یکی از اولین گوشی‌های موبایل با شکل ساده (Candy Bar) تنها امکان ۶۰ دقیقه مکالمه را به کاربر می‌داد. حافظه این گوشی فقط برای ذخیره ۹۹ شماره مخاطب کافی بود و یک صفحه‌نمایش کوچک سیاه و سفید داشت و مهم‌ترین قابلیت آن امکان تایپ و ارسال پیامک بود. ماتی ماکونن خالق پیامک سرانجام در برابر بیماری‌اش تسلیم شد و ۱۰ تیرماه امسال در سن ۶۳ سالگی از دنیا رفت.

از وی به عنوان پدر پیامک یاد می‌شود؛ هرچند خودش به دلیل کار گروهی که انجام داده بود، از این عنوان امتناع می‌کرد.

و دبیرخانه طراحی شده بود اما به مرور زمان استفاده از آن گسترش یافت، به طوری که تا ۲۰ سال بعد نقشی محوری در نحوه برقراری ارتباط میان انسان‌ها پیدا کرد.

SMS به آن صورت اولیه وارد ایران نشد. آن زمان که این سرویس اختراع شد، ایران سرگرم تأسیس اولین شبکه تلفن همراه خود بود. ۱۰ سال بعد از آن تاریخ یعنی در سال ۱۳۸۱ SMS وارد ایران شد و تا پنج سال بعد فقط از نام اختصاری انگلیسی اسم اس برای آن استفاده می‌شد. در سال ۸۶ فرهنگستان زبان و ادبیات فارسی واژه‌های پیامک و پیام کوتاه را به عنوان برابرهای فارسی این واژه تصویب کرد که اولی با اقبال بیشتری روبه‌رو شد.

اختراع پیامک گرچه حاصل یک کار گروهی بود اما مخترع اصلی آن راماتی ماکونن می‌دانند.

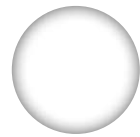
### پیامک عزادار شد

ماکونن یک مهندس فنلاندی بود که در سال ۱۹۸۴ در یک پیتزافروشی (در کپنهاگ) کار می‌کرد. زمانی که برای شرکت در کنفرانسی در

روزگاری بهترین راه برای انتقال یک پیامک چندحرفی، تلگراف بود. به خصوص اداره‌جات دولتی از تلگراف استفاده گسترده‌ای داشتند. بعدها تلفن آمد و پیام‌ها بیشتر صوتی شدند. تلفن همراه هم با آمدنش این عادت را گسترش داد که هر پیامی را می‌شود بدون نوشتن انتقال داد. اما یک اختراع به ظاهر ساده، خیلی چیزها را عوض کرد.

در سال ۱۹۹۲ در گروه سما تلکام شرکت مخابراتی ودفون در انگلیس، پدیده‌ای اختراع شد که به سرعت تأثیر خود را نشان داد؛ SMS که مخفف (Short Message Service) است، در این سال متولد شد. نیل پاپورت یکی از مهندسان شرکت ودفون که در ساخت این فناوری مشارکت داشت در ۳ دسامبر ۱۹۹۲ اولین پیام کوتاه را فرستاد. در آن زمان تلفن‌های همراه صفحه‌کلید نداشتند و برای نوشتن پیام کوتاه از کامپیوتر استفاده شد. این سیستم در واقع به عنوان یک پیجر اداری برای گزارش رفت و آمد مدیران شرکت‌ها به منشی

# پرسه در رسانه



عباس  
پورخالیان

**خبر اول:** آغاز دومین فراخوان اعطاء تسهیلات  
وجوه اداره شده وزارت ارتباطات از ششم تیرماه  
۱۳۹۴

به منظور حمایت از شرکت‌های فعال در حوزه فاوا، دومین فراخوان اعطاء تسهیلات وجوه اداره شده وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات از ششم تیرماه آغاز شد.

بنابر اعلام مرکز روابط عمومی و اطلاع‌رسانی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، دکتر حسین صمیمی مدیرکل توسعه فناوری و صدور خدمات فنی - مهندسی و دبیر وام وجوه اداره شده این وزارتخانه با اعلام این خبر افزود: شرکت‌های متقاضی دریافت تسهیلات از محل وجوه اداره شده می‌توانند از تاریخ مذکور ضمن مراجعه به پورتال وجوه اداره شده به نشانی [www.ees.ict.gov.ir/web/loan](http://www.ees.ict.gov.ir/web/loan) ضمن آشنایی با اولویت‌های اعطاء تسهیلات، نسبت به ثبت نام، تکمیل و ارسال مدارک اقدام کنند.

وی با بیان اینکه شرکت‌هایی که در حوزه تحقیق و توسعه، توسعه کسب و کار و توسعه صادرات محصولات فاوا، فعالیت می‌کنند می‌توانند بر اساس اولویت‌های مطرح شده در پورتال اقدام به ثبت نام کنند، افزود: تعیین اولویت‌ها موجب جهت‌دهی به اعطاء تسهیلات خواهد شد.

صمیمی تصریح کرد: در پورتال مذکور امکان پیگیری درخواست‌های ثبت شده نیز فراهم آمده تا متقاضیان بتوانند از وضعیت درخواست‌های خود مطلع شوند.

دبیر وام وجوه اداره شده وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات از بارگذاری دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های مربوطه در پورتال خبر داد و اضافه کرد: در فراخوان اول، بسیاری از شرکت‌ها طرح کسب و کار قابل قبولی ارائه نکرده بودند، همچنین مبلغ وام درخواستی برخی از شرکت‌ها با توان مالی و گردش مالی آنها متناسب نبود که ناچاراً با درخواست این شرکت‌ها موافقت به عمل نیامد. البته ضروری است در تکمیل مدارک و مستندات مورد نیاز دقت فراوان صورت گیرد.

وی با اشاره به ساختار و فرآیندهای اعطاء تسهیلات وجوه اداره شده خاطر نشان ساخت: در حال حاضر چهار کارگروه تخصصی در حوزه‌های سخت‌افزار، محتوا، نرم‌افزار و امنیت متشکل از مدیران و کارشناسان زبده سازمان‌ها و شرکت‌های زیرمجموعه وزارت ICT وظیفه انتخاب ارزیابان و داوران طرح‌ها، صحنه‌گذاری نتایج دوری و ارائه آنها برای تأیید نهایی را بر عهده دارند.

صمیمی عنوان کرد: در بحث ارزیابی طرح‌ها از مشارکت حداکثری بخش خصوصی نیز استفاده می‌شود. دبیر وام وجوه اداره شده وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات با تأکید بر جدیت و اهتمام این وزارتخانه بر حمایت از بخش خصوصی در راستای انجام مأموریت‌های وزارت و تحقق اهداف مربوطه از کلیه صاحب‌نظران و متخصصان دعوت کرد تا نظر‌ها و پیشنهاد‌های خود را به آدرس [vam@ict.gov.ir](mailto:vam@ict.gov.ir) ارسال کنند.

**منبع:** وب‌گاه پست بانک

**تاریخ انتشار:** هفتم تیرماه ۱۳۹۴

**تفسیر خبر اول:** این وام به منظور کمک به تسریع انجام پروژه‌های فعال در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات به تمام شرکت‌های بخش خصوصی و تعاونی دارای قرارداد فعال در این حوزه با دستگاه‌های دولتی و عمومی، پرداخت می‌شود تا به تأمین نقدینگی مورد نیاز برای استخدام نیروی انسانی و تهیه تجهیزات لازم مورد استفاده در پروژه برسد. البته دریافت‌کننده وام می‌بایست به محض پایان قرارداد، نسبت به تسویه آن اقدام کند.

شایان ذکر است مبحث وام‌های وجوه اداره شده در سال ۱۳۸۲ آغاز شد و طی آن زمان، شرکت‌های تابعه وزارت، مبالغی را به عنوان ودیعه در اختیار پست بانک قرار می‌دادند تا مطابق قانون بودجه، دو درصد از اعتبار شرکت‌ها برای پژوهش هزینه شود. ضمناً از این دو درصد، تمامی شرکت‌های تابعه وزارت ارتباطات در آن زمان، می‌بایست ۱/۵ درصد آن را به حساب مرکز تحقیقات واریز و ۰/۵ درصد باقیمانده را در شرکت‌های استانی مخابرات که در آن زمان هنوز دولتی بودند، هزینه کنند. مرکز تحقیقات مخابرات نیز در اکثر موارد، مرکزی برای اجرای تحقیقات نبود، بلکه عمدتاً مرکز «مدیریت تحقیقات» بود؛ زیرا با برون‌سپاری تحقیقات بنا بود توزیع درست وجوه مذکور را مدیریت کند. این راهم از قول سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی اضافه کنیم که: از آغاز سال گذشته تا اول اسفند ۱۳۹۳، هنوز حدود ۶۰۰ میلیارد تومان از بودجه تحقیقاتی وزارت ارتباطات هزینه نشده بود؛ ولی تنها حدود ۲۰ روز بعد گفته شد که محل هزینه کرد این مبلغ، معین و کل آن پرداخت شده است. اینکه طی سال‌های اخیر اسفندماه هر سال، ماه جادویی مصرف بودجه بوده است، نشانه خوبی نیست و بهتر است در دولت تدبیر و امید تکرار

نشود. همچنین اصل جریان آزاد اطلاعات حکم می‌کند گزارشی شفاف و ملموس نیز از محل این هزینه‌ها و از خود پژوهش‌ها و نتایج تحقیقات منتشر شود.

**خبر دوم:** تدوین برنامه ششم توسعه در مجمع  
تشخیص مصلحت نظام

بررسی و تدوین سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه جمهوری اسلامی ایران در مجمع تشخیص مصلحت نظام روز شنبه نوزدهم اردیبهشت ۱۳۹۴ پایان یافت و به زودی برای تأیید نهایی تقدیم رهبر معظم انقلاب خواهد شد. در این جلسه علاوه بر اکثریت اعضا، رؤسای کمیسیون‌های اجتماعی و ویژه حمایت از تولید ملی و نظارت بر اجرای سیاست‌های اصل ۴۴ در مجلس شورای اسلامی، قائم مقام وزیر کشور، معاون رئیس‌جمهور در امور زنان و خانواده، رئیس ارکان و امور مشترک ستاد کل، معاون طرح و برنامه و بودجه ستاد کل و رئیس اداره ایثارگران ستاد کل نیروهای مسلح و معاون اجرایی دبیرخانه شورای عالی امنیت ملی، معاونان وزارت ارتباطات و اطلاعات و قائم مقام بنیاد ملی نخبگان کشور نیز حضور داشتند.

در جلسه مجمع تشخیص مصلحت نظام پس از بحث و بررسی‌های مبسوط اعضا و مدعوین، ۲۶ بند از این سیاست‌ها در بخش‌های امور اقتصادی، بودجه، فناوری اطلاعات و ارتباطات و فضای مجازی، امور خدمات اجتماعی، دفاعی، امنیت، اجتماعی و خانواده به تصویب رسید.

**منبع:** جهان نیوز

**تاریخ مشاهده:** پنجشنبه چهارم تیرماه ۱۳۹۴

**تفسیر خبر دوم:** تا آنجا که به یاد داریم، پیش‌نویس بخش مربوط به «فناوری اطلاعات و ارتباطات و فضای مجازی» سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه، دارای شش حکم به شرح زیر بوده است:

۱- حکم شماره ۵۰ تصریح می‌کند در پایان این برنامه (طی سال ۱۳۹۹) ایران باید در منطقه، مقام اول در امور علم، نوآوری، فناوری اطلاعات و ارتباطات و فضای مجازی را احراز کند که البته نشدنی نیست.

۲- حکم شماره ۵۱ نیز مربوط به تولید انبوه محتوای دیجیتالی بومی است، به طوری که در پایان برنامه پنج ساله، باید چهار درصد از کل محتوای فضای سایبری بومی سازی شده باشد. این حکم چندان شفاف نیست؛ پرسش

این است: آیا چهار درصد از کل محتوای فضای سایبری مورد استفاده ایرانیان باید بومی سازی شود. یا چهار درصد از کل محتوای موجود در فضای سایبری وب جهان گستر و اینترنت جهانی باید ایرانی (فارسی) و بومی سازی شود؟ آیا این چهار درصد محتوای بومی از کل محتوای سایبری، فقط مربوط به تولید محتوا در داخل کشور است یا ایرانیان خارج از کشور را نیز در بر می گیرد؟

۳- حکم ۵۲ مربوط به ترافیک شبکه ملی اطلاعات است که در آن تصریح شده: ۵۰ درصد از کل ترافیک این شبکه باید داخلی باشد.

۴- حکم ۵۳ جهش صادراتی ۱۰ درصدی فرآورده‌های ارتباطات و فناوری اطلاعات را مطالبه می‌کند.

۵- حکم ۵۴ بر اجرای تعاملات بین‌المللی در فضای سایبری تأکید دارد و رسیدن به ائتلاف علیه امپریالیسم اطلاعات و استکبار جهانی را درخواست می‌کند.

۶- در نهایت حکم ۵۵، هم بر افزایش سهم سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های ارتباطات و فناوری اطلاعات تأکید دارد.

شایان ذکر است حکم ۸۶ پیش‌نویس سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه، عیناً تکرار همان حکم شماره ۸ سیاست‌های کلی برنامه پنجم بوده است که تهیه پیوست فرهنگی و اجرای مهندسی فرهنگی را در مورد تمام طرح‌های مهم درخواست می‌کند.

البته ممکن است و امیدواریم نسخه نهایی سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه که به زودی منتشر می‌شود، نسبت به پیش‌نویس آن دچار تغییراتی کلی یا جزئی شود یا شده باشد.

**خبر سوم: سایننا، نخستین مرورگر بومی کاربران ایران**

مرکز متما اقدام به ایجاد مرورگر ایرانی سایننا با در نظر گرفتن نکات امنیتی و قابلیت‌های متناسب با نیازهای فرهنگی جامعه کرده است. مرورگر سایننا با کمک متخصصان داخلی تولید شده و در حال حاضر نسخه اولیه آن جهت نصب روی سیستم‌های عامل ویندوز، لینوکس و اندروید در این نشانی الکترونیکی در دسترس است: [Saina.MATMA.ir](http://Saina.MATMA.ir).

از جمله قابلیت‌های این مرورگر، مواردی نظیر انطباق با فرهنگ و بوم‌پارسی، سرعت بالا در مرور صفحات، قابلیت اجرا در چارچوب‌های گوناگون، سطح امنیتی بالا و متناسب با شرایط داخلی است. به‌طور کلی این مرورگر علاوه بر قابلیت‌های مرورگر فایرفاکس دارای قابلیت‌هایی به شرح زیر نیز هست:

← دارای امکان کنترل توسط والدین  
← دارای امکان داخلی کردن CA های ملی

← دارای غلطیاب املا فارسی  
← دارای تنظیم رنگ و فونت فارسی  
← دوزبانه بودن متن در یک صفحه  
← داشتن امکان ایجاد زبانه‌های افقی و عمودی  
← دارای امکان تغییر زبان از طریق منوها  
← دارای امکان خبررسانی و  
← واسطه‌ایکون‌دار.

همه کاربران می‌توانند نظرات و پیشنهادهای خود را از طریق پست الکترونیکی [support-saina@matma.ir](mailto:support-saina@matma.ir) به این مرکز اعلام کنند.

**منبع: سازمان فناوری اطلاعات  
تاریخ انتشار: چهارم تیر ۹۴**

**تفسیر خبر سوم:** متما، اختصاری است برای: مدیریت توسعه ملی اینترنت؛ و مرکز متما، یکی از زیرمجموعه‌های سازمان فناوری اطلاعات است.

"سایننا" هم به معنی سیم‌رغ؛ و بر اساس لغت‌نامه دهخدا، واژه‌ای از ریشه پهلوی است. به همین دلیل، لوگوی مرورگر سایننا، تصویری از سیم‌رغ را نشان می‌دهد که کمی شبیه به لوگوی فایرفاکس است. البته گفته می‌شود که این شباهت لوگویی بی‌دلیل نیست و ساختار سایننا، بسیار شبیه به ساختار فایرفاکس فارسی است. نسخه آزمایشی مرورگر "سایننا"، دو سال است که معرفی شده و دارد به تدریج و گسندی، جای مرورگرهای رایج در ایران را می‌گیرد که عبارتند از: ۱- اینترنت اکسپلورر (Internet Explorer)، ۲- موزیلا فایرفاکس (Mozilla Firefox)، ۳- گوگل کروم (Google Chrome) و ۴- اپرا (Opera).

چهار مرورگر مذکور به صورت رایگان از طریق اینترنت در اختیار کاربران ایرانی قرار گرفته و می‌گیرند و از آنجایی که این چهار مرورگر، معمولاً متناسب با نیازمندی‌های امنیتی و فرهنگی مورد انتظار در شبکه ملی اطلاعات ایران نیستند، سایننا طراحی و ارائه شده است. اجرای این طرح، با همکاری مرکز مدیریت توسعه ملی اینترنت، شرکت ایمن رایانه امیرکبیر و مینا (مدیریت پروژه‌های نیروگاهی ایران) به سفارش سازمان فناوری اطلاعات ایران نهایی شده است.

این مرورگر دارای سطح امنیت بالا، امکان شخصی‌سازی نحوه نمایش صفحه‌وب، دانلودگر ویدئو، امکان کنترل توسط والدین با ارائه خدمات "فهرست سیاه" و "فهرست سفید"، پشتیبانی از خدماتی مانند تغییر تم، شکل و کدهای امضای الکترونیکی، دارای امکان دریافت نظرات کاربران و مرتب‌سازی بر اساس پربازدیدترین، محبوب‌ترین و جدیدترین وب‌گاه‌ها است که

به شکل "متن‌باز" (اپن سورس) طراحی شده است.

البته، توضیح موردچیسستی نرم‌افزارهای "متن‌باز" یا "منبع‌باز" (اپن سورس)، بیشتر به مسائل حقوقی و ویژگی‌های فنی این نوع نرم‌افزار مربوط است:

"سایننا" به این لحاظ یک نرم‌افزار "متن‌باز" یا "منبع‌باز" (اپن سورس) به حساب می‌آید که شامل ۱۰ ویژگی زیر است:

۱- دارای قابلیت توزیع مجدد و آزاد، بدون نیاز به پرداخت حق امتیاز یا هرگونه پرداختی برای فروش به صورت آزاد است؛

۲- به همین لحاظ، کد منبع نرم‌افزار باید از یک صفحه وب، قابل دانلود باشد (امکان دانلود رایگان مرورگر ایرانی "سایننا" از طریق مراجعه به چند وب‌گاه فراهم شده است: [www.matma.ir](http://www.matma.ir) و [MATMA.ir](http://MATMA.ir))؛

۳- اعمال تغییرات و کارهای بعدی روی نرم‌افزار و پدیدآوری یک نرم‌افزار جدید از آن، تحت همان شرایط نرم‌افزار اولیه امکان‌پذیر است. این ویژگی، نرم‌افزار اصلی را قابل تکثیر می‌کند؛

۴- اجازه تغییر در اصل متن برنامه را به کاربران متخصص می‌دهد؛

۵- میان افراد و گروه‌های کاربر، تبعیض نمی‌گذارد؛

۶- هیچ تبعیضی در نوع استفاده تجاری یا تحقیقاتی از نرم‌افزار وجود ندارد؛

۷- مجوز استفاده از آن، به هر کاربری که یک کپی از نرم‌افزار را دریافت می‌کند، نیز اختصاص می‌یابد، بدون اینکه کاربر نیاز به اخذ توافق و هماهنگی با مرجعی برای صدور اجازه‌نامه دیگری داشته باشد؛

۸- اجازه‌نامه، مخصوص یک محصول نیست؛ یعنی حقوق داده شده در مجوز استفاده از این نرم‌افزار، وابسته به بسته نرم‌افزاری بزرگ‌تری نیست. در صورتی که نرم‌افزار از محصول دریافت شده نیز جدا شود، باید همان حقوق را در استفاده، توزیع و ویرایش، به دریافت‌کننده نرم‌افزار اعطا کرد. تمام کسانی که نرم‌افزاری را که قبلاً به عنوان بخشی از محصولی بزرگ‌تر بوده، دریافت و یا توزیع مجدد می‌کنند، باید تمامی حقوق استفاده از آن را مانند محصول اصلی داشته باشند؛

۹- اجازه‌نامه کار با نرم‌افزارهای دیگر را محدود نمی‌کند، یعنی شرایط تعریف شده در مجوز، توزیع نرم‌افزار را در کنار نرم‌افزارها با مجوزهای دیگر محدود نمی‌کند؛

۱۰- اجازه‌نامه، از نظر کار با انواع فناوری، بی‌طرف است.

به ۱۰ دلیل حقوقی/فنی مذکور است که "سایننا"، متن‌باز نامیده می‌شود ●

ترجمه قسمتی از خطبه شعبانیه

# سلام بر ماه بندگی



ای مردم! اگر کسی در این ماه اخلاق خودش را نیکو و اصلاح کند، جواز عبور از پل صراط برای او خواهد بود.

امیرالمؤمنین گفت: از جا برخاستم و عرض کردم: ای رسول خدا، کدام عمل در این ماه ارزشمندتر است؟ فرمود: ای ابالحسن، ارجمندترین عمل در رمضان آن است که انسان از آنچه خدا حرام کرده است، دوری جوید.

آن گاه گریه کرد. عرض کردم: چه چیزی باعث گریه شما شد؟ فرمود: علی جان، گریه من برای این است که در این ماه در حالی که به نماز ایستاده‌ای فرق سرت به دست شقی‌ترین انسان شکافته و محاسن شریف تو خصاب می‌شود.

امیرالمؤمنین عرض کرد: ای رسول خدا، آیا دین من سالم است؟ رسول خدا فرمود: آری ...

توفیق دهد و نیز به تلاوت قرآن موفق سازد. انسان شقی کسی است که در این ماه مورد بخشش و آمرزش خدا قرار نگیرد.

با گرسنگی و تشنگی این ماه، به یاد گرسنگی و تشنگی قیامت بیفتید و به فقرا و محرومان صدقه بدهید. در ماه رمضان به بزرگان تان احترام کنید و به کودکان و افراد کوچک‌تر، از هیچ محبتی دریغ نورزید. در این ماه بیشتر صلّه رحم کنید و زبان خود را از گفتار ناپسند و زشت نگه دارید و از آنچه خدا بر شما حلال نکرده است، چشمان تان را ببندید و آنچه را که شنیدنش بر شما حلال نیست، گوش نکنید و از گناهان تان توبه کنید.

ای مردم! جان تان در گرو اعمال شماست، با طلب مغفرت از خدا، آزادش کنید و شانه‌های شما که از بار گناه و زشتی‌ها سنگینی می‌کند، با سجده‌های طولانی، آن بار گناه را سبک کنید. بدانید خداوند به عزت خود قسم یاد کرده است که نماز گزاران و سجده‌کننده‌گان را عذاب نکند.

ای مردم! هر کسی از شما روزهدار مؤمنی را افطار دهد، چنان است که گویا بنده‌ای را آزاد کرده و خداوند از لغزش‌های گذشته‌اش می‌گذرد.

در بخشی از خطبه شعبانیه، آنجا که در حال وداع از این ماه و ورود به ماه مبارک رمضان است، آمده است:

حضرت امام رضاع علیه‌السلام از پدر گرامی خود و او از پدران بزرگوارش و آنان هم از امیرالمؤمنان امام علی علیه‌السلام نقل کرده‌اند که آن حضرت فرمود: یکی از روزهای آخر ماه شعبان و در آستانه رمضان، پیامبر خدا خطاب به ما خطبه مهمی خواند که مضمونش چنین است: ای مردم، ماه خدا همراه برکت و رحمت و آمرزش گناهان به شما روی آورده است.

ماهی است که از همه ماه‌ها ارزشمندتر و بافضیلت‌تر است و روزهایش ارزشمندترین روزهاست و شب‌هایش بافضیلت‌ترین شب‌هاست و ساعت‌هایش از همه ساعت‌ها ارزشمندتر و ارجمندتر است؛ ماهی است که شما به مهمانی خدا دعوت شده‌اید، نفس‌های شما در ماه رمضان تسبیح است و خواب تان عبادت خداست و عمل شما مورد قبول درگاه خداست و دعایتان در این ماه عزیز مستجاب است.

بخواهید که شما را در این ماه به گرفتن روزه

منابع:

عیون اخبار الرضا، جلد اول، صفحه ۳۹۵.  
بحار الانوار، جلد ۹۶، صفحه ۱۵۷.