



گزارش پایداری سال ۱۴۰۰

IranCell Sustainability Report 1400



۴۷	مدیریت مصرف انرژی	۲۲	تعهدات قانونی	پایداری در ایرانسل
۵۰	تشعشعات امواج الکترومغناطیسی	۲۳	زنجیره تأمین مسئولانه	در باره گزارش
۵۱	اقدامات زیست محیطی		جامعه	در باره ایرانسل
	اقتصاد دیجیتال	۲۶	فراگیری شبکه ارتباطی	یادداشت مدیرعامل
۵۴	اقتصاد دیجیتال	۳۲	سرمایه انسانی و محیط کار	استراتژی پایداری کسب و کار
۵۵	تسهیل نوآوری دیجیتال	۳۳	رشد هدفمند	مسائل مهم در مسیر خلق ارزش
۵۶	سرمایه گذاری در زیرساخت ها	۳۵	شکوفایی در محیطی مثبت	تعامل با ذی نفعان
۵۷	کاهش شکاف دیجیتال	۳۶	فراگیری و گوناگونی	حاکمیت شرکتی
۵۸	زیرساخت های دیجیتال	۳۷	ارتباط برای توسعه	ساختار حاکمیت شرکتی
۶۰	ارزیابی ملی تحول دیجیتال	۳۸	پروژه های CSI	مدیریت ریسک
	پیوست	۴۰	همکاری با سازمان های مردم نهاد	تداوم کسب و کار و انطباق با قوانین
۶۲	جوایز، گواهینامه ها و تقدیرنامه ها		محیط زیست	اخلاق در تمامی حوزه ها
۶۳	شاخص های عملکردی ESG	۴۲	انرژی و تغییرات اقلیمی	حقوق بشر دیجیتال
		۴۵	مدیریت اثرات زیست محیطی	عملکرد مسئولانه در ارتباط با مشتریان



گزارش پایداری ایرانسل ۱۴۰۰

پایداری در ایرانشل



دامنه گزارش

این گزارش، محدوده عملیاتی شرکت ایرانسل در سراسر ایران، به ویژه مناطق کم‌برخوردار را پوشش می‌دهد و ضمن تشریح رویکرد و عملکرد ایرانسل در ابعاد مختلف پایداری، به مهمترین موضوعات کسب‌وکار ایرانسل، به عنوان یک بستر ساز راهکارهای دیجیتال و ارائه‌دهنده خدمات ارتباطی می‌پردازد.

استانداردها و دستورالعمل‌های گزارش‌دهی

خوشبختانه در سال‌های اخیر، عناوین برخی از استانداردهای گزارش‌دهی پایداری در ایران مطرح و تا حدی شناخته شده است اما درک درست و کاربرد آن متناسب با ماهیت صنایع مختلف و همچنین فضای کسب‌وکار در ایران محدود بوده است. با این حال، در تدوین و انتشار گزارش‌های پایداری گروه ام‌تی‌ان و به تبع آن ایرانسل، بُن‌مایه و سرخط‌های اصلی UNGC^۱، سیستم گزارشگری GRI^۲، پروژه افشای کربن^۳ و اصول راهنمای سازمان ملل در زمینه تجارت، مدنظر بوده است.

جمع‌آوری داده‌ها

بخش مهمی از داده‌های این گزارش، از سیستم‌های مختلف مدیریتی و گزارش‌های مدیریت اجرایی و هیئت‌مدیره استخراج شده است. بخش‌های دیگر بر اساس بازخورد از تعامل با ذی‌نفعان کلیدی، نظرسنجی‌ها و نمونه‌کاوی‌های شرکت‌های فناوری تدوین شده است. در برخی موارد که سابقه روشنی در زبان فارسی و فضای کسب‌وکار ایرانی وجود نداشته، تلاش کردیم که با تکیه بر مطالعه‌ها و مشاوره‌های آکادمیک، معیارها و نحوه استخراج آن‌ها را متناسب با شرایط ایران تعریف کنیم و به کار بریم. برای ایجاد امکان ارزیابی روندها در طول زمان، داده‌های کمی سال‌های مختلف در صورت لزوم ارائه شده است.

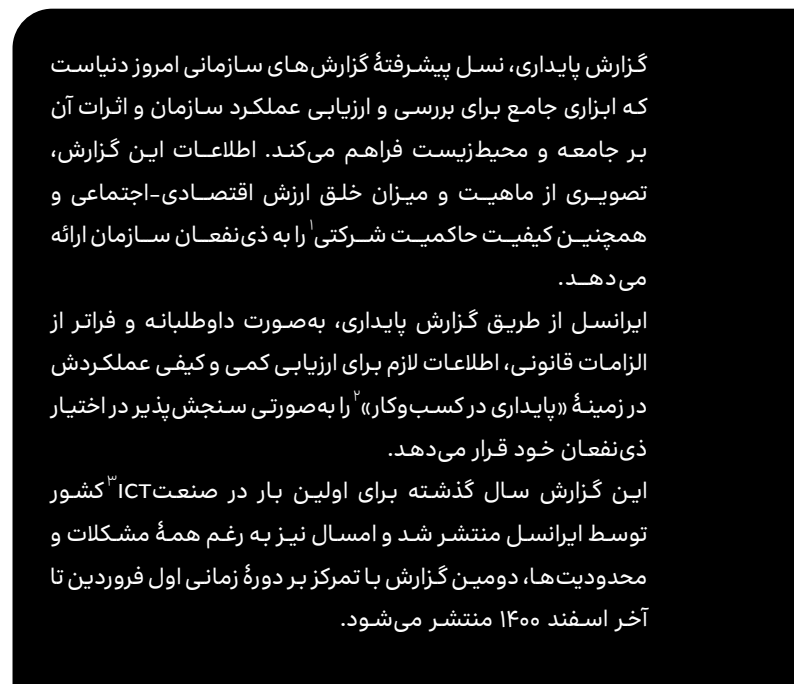
نرخ ارز در گزارش

تمامی داده‌های مالی به واحد پول ریال ایران (IRR) گزارش شده است. در سال ۱۴۰۰ میانگین نرخ ارز، ۳۹۷،۲۶۰ ریال ایران به ازای یک دلار آمریکا بوده است.

اهداف و شاخص‌های کمی

یکی از نکاتی که در گزارش‌های پایداری بنگاه‌های اقتصادی دیده می‌شود، تعیین و اعلام اهداف بلندمدت و میان‌مدت و تعهدات مشخص سازمان‌ها در سال‌های آتی است. این موضوع امکان ارزیابی دقیق‌تر رویکرد و همچنین عملکرد سازمان را در قبال تعهداتش فراهم می‌سازد.

در گزارش سال گذشته ایرانسل، برای نخستین بار شاخص‌های کلان پایداری (زیست‌محیطی، اقتصادی و اجتماعی) در کنار شاخص‌های تخصصی صنعت ارتباطات مانند پوشش، سرعت، کیفیت دسترسی و... اعلام شده است. از سوی دیگر، وضعیت پرچالش موجود و تحریم‌ها، محدودیت‌های متعددی را بر کسب‌وکارها تحمیل کرده است که اعلام اهداف دقیق در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی را برای بنگاه‌ها دشوار می‌سازد. علاوه بر این، استخراج خط پایه^۴ و امکان مقایسه در این موضوعات کلان با توجه به تأثیر عوامل متعدد، نیازمند تداوم فرایند گزارش‌دهی است. در حال حاضر مطالعه، جمع‌آوری داده‌ها، تعیین نحوه محاسبه و اطلاع‌رسانی آن‌ها در چارچوب‌های استاندارد، اولویت دارند. با این حال در تلاشیم طی سال‌های آتی، اهداف مشخصی را در حوزه‌های مذکور تعیین کنیم.



درباره ایرانسل

ایرانسل شرکت خدمات ارتباطی است که خدمات متنوع تلفن همراه و اینترنت بی سیم ثابت و همراه و همچنین خدمات دیجیتال را در سراسر ایران ارائه می دهد. ایرانسل از موفق ترین نمونه های سرمایه گذاری مشترک داخلی-خارجی در ایران است. سرمایه گذاری مشترک در این شرکت از سال ۱۳۸۴ با گروه امتیاز (۴۹ درصد) و شرکت توسعه الکترونیک ایران (IEDC) (۵۱ درصد) آغاز شد.

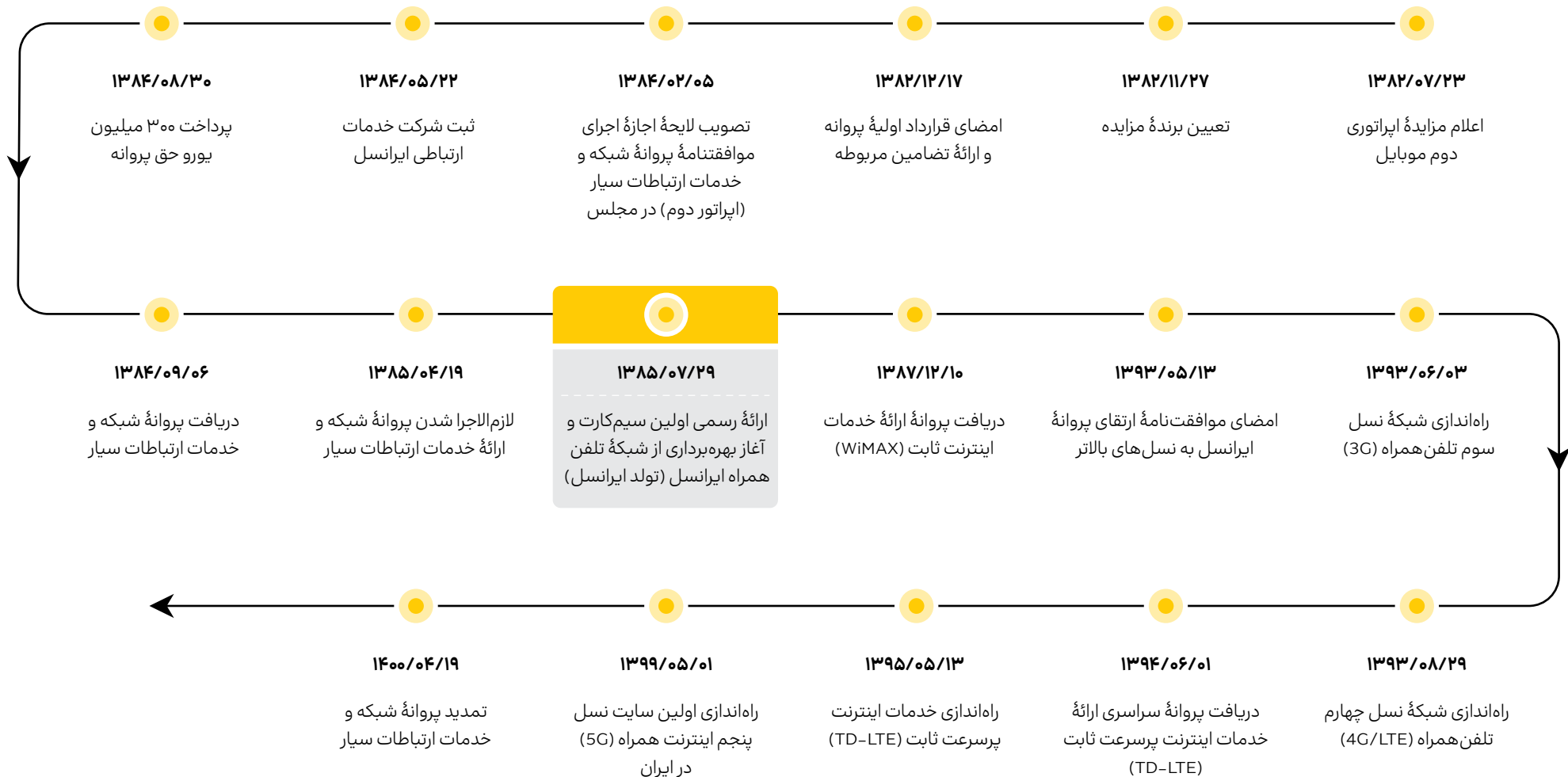
شرکت «ویستا ارتباطات پیشرو» با هدف استفاده بهینه از منابع مالی و مدیریت سرمایه گذاری های ایرانسل تأسیس شده و با تمرکز بر تکمیل زنجیره خدمات و محصولات خود از طریق سرمایه گذاری در شرکت هایی با مدل کسب و کار نوآورانه و پیشرو بر بستر ICT، تحقق اهداف دیجیتال شرکت ایرانسل را تسریع می کند.

پرتفولیوی سرمایه گذاری های ویستا

تأمین و توزیع محتوا	صندوق های سرمایه گذاری خطرپذیر	شبکه اجتماعی	تحقیق و توسعه	تسهیم سایت	سوپر اپلیکیشن
ویستا مدیا	صندوق نوآفرین	رویکا	ایرانسل لبز	ایرانیان تاورز	اسنپ
تاریخ سرمایه گذاری: آبان ۱۳۹۹	تاریخ سرمایه گذاری: فروردین ۱۳۹۹	تاریخ سرمایه گذاری: اسفند ۱۳۹۸	تاریخ سرمایه گذاری: شهریور ۱۳۹۸	تاریخ سرمایه گذاری: آبان ۱۳۹۷	تاریخ سرمایه گذاری: اسفند ۱۳۹۵
					

درباره ایرانسل

نقاط عطف در تاریخچه ایرانسل



یادداشت مدیرعامل



دکتر بهزاد عباسی آرنند مدیرعامل

پایداری و مسیر پیش رو

گام بعدی ایرانسل مشارکت فعال در اقتصاد پلتفرمی و خدمات دیجیتال است. ما با حضور مؤثر در اکوسیستم دیجیتال کشور و ایجاد ارزش پایدار در اقتصاد دیجیتال از طریق همکاری در اجرای پروژه‌های تحول دیجیتال در صنایع کشور، همه تلاش خود را به کار می‌گیریم تا زمینه بهره‌برداری بیشتر مردم ایران را از مزایای زندگی دیجیتال و ارتباطات نوین و کاهش شکاف دیجیتال فراهم سازیم.

تدوین و انتشار گزارش پایداری برای دومین سال متوالی، با هدف شناسایی و اطلاع‌رسانی مهم‌ترین اثرات اجتماعی-اقتصادی و زیست‌محیطی کسب‌وکار ایرانسل، اقدامی در مسیر شفافیت فراتر از الزامات حقوقی و تعامل بهتر با ذی‌نفعان در چارچوب‌های فعلی فضای اقتصادی کشور است. ارائه این گزارش و بازخوردهای آن از گروه‌های مختلف، به ما کمک می‌کند تا ضمن حفظ و تقویت نکات مثبت عملکرد خود بر نقاط منفی موجود تمرکز داشته باشیم تا در حد ممکن برای بهبود آن‌ها بکوشیم.

و در نهایت، تعامل با ذی‌نفعان، روزه‌روز الزام و ضرورت بیشتری برای توجه اصولی به مسئله «پایداری در کسب‌وکار»^۱ قائل می‌شوند. ما نیز در ایرانسل مدیریت کارآمد اثرات زیست‌محیطی، اجتماعی و حکمرانی‌شرکتی^۲ را برای تحقق اهداف استراتژیک ایرانسل حیاتی می‌دانیم و همواره می‌کوشیم که سطوح بالاتری از استانداردهای مدنظر در این حوزه را درک کنیم و به کار بگیریم. این در حالی است که پاسخگویی و برآوردن انتظارات گوناگون طیف گسترده ذی‌نفعان، از سهامداران داخلی و خارجی و حدود ۶ میلیون مشترک حقیقی و هزاران مشتری سازمانی گرفته تا حاکمیت و دستگاه‌های قانون‌گذار، شرکای تجاری و زنجیره تأمین، اصحاب رسانه، جامعه مدنی، کارکنان سازمان و... در چنین شرایط پرچالشی، می‌بایست در دستور کار هرروزه ما قرار داشته باشد.

عملکرد ایرانسل در ایجاد زیرساخت برای دسترسی مردم در مناطق دورافتاده و کم‌برخوردار به اینترنت و دنیای دیجیتال، ارائه خدمات مقرون‌به‌صرفه، به‌کارگیری فراگیر نسل پنجم تلفن همراه، حمایت از تولیدکنندگان داخلی و تلاش برای بومی‌سازی و توانمندسازی ایشان، اشتغال‌آفرینی مستقیم و غیرمستقیم، بسترسازی برای رشد کمی و کیفی اقتصاد دیجیتال و توجه به تحقیق و توسعه در صنعت ICT کشور، مواردی است که مورد توجه صاحب‌نظران و ذی‌نفعان قرار گرفته است. در کنار موارد فوق، توجه به اثرات زیست‌محیطی عملیات هرروزه سازمان بزرگی مانند ایرانسل، نشانگر پابندی و تعهد ما به برداشتن قدم‌های مؤثر در مسیر پایداری است.

کارکنان ایرانسل در بخش‌ها و لایه‌های مختلف، رکن اصلی در اجرای این نگاه راهبردی به کسب‌وکار در شرایط پیچیده و چالش‌های جاری آن هستند. ما در کنار هم تلاش کرده‌ایم که سازمانی تاب‌آور بسازیم و من از همه همکارانم به خاطر تلاش‌ها و مشارکت‌شان در ارائه خدمت به مردم عزیز کشورمان ایران سپاسگزارم.

چالش‌ها و تداوم ارائه خدمت در محیطی که دائم متحول می‌شود

جامعه و بنگاه‌های اقتصادی ایرانی در دو سال گذشته با شرایط پیچیده‌ای دست‌به‌گریبان بوده‌اند. چالش‌هایی که یکی پس از دیگری در مسیر عملیات جاری و توسعه کسب‌وکارها قرار گرفته‌اند، منجر به تحولات بزرگ و اتخاذ سیاست‌های متفاوتی برای پیشبرد امور شده‌اند. در این زمان، با بیماری همه‌گیر جهانی که سیستم بهداشت و درمان و اقتصاد ملی و بین‌المللی را عمیقاً متأثر کرد و همچنین چالش‌های بزرگی در بخش‌های مهمی از جامعه و اقتصاد کشور، مواجهه بوده‌ایم؛ تغییرات بزرگ در نسل‌ها، بازار کار، آموزش، سیاست داخلی و خارجی و... ایرانسل در مواجهه با این چالش‌ها، به نوعی در خط مقدم بوده است و عملکردش بر جامعه و زندگی مردم آثار مهمی داشته و در مقابل، به شدت از شرایط موجود متأثر شده است. در همه این شرایط، تلاش کردیم که تمرکز خود را بر ارائه خدمات متنوعی حفظ کنیم که باعث تسهیل زندگی مردم، ایجاد اشتغال و کاهش شکاف دیجیتال^۳ در جامعه می‌شود. در عین حال، به نقش خود به عنوان یک بنگاه اقتصادی بزرگ و پیشرو در کاهش آثار منفی و افزایش اثرات مثبت بر جامعه و محیط‌زیست واقفیم. این موضوع در استراتژی کلان ایرانسل - نبض زندگی دیجیتال -^۴ ذیل عنوان «غنی‌سازی سرمایه اجتماعی و انسانی»^۵، بازتاب یافته است.

عملکردی مطابق با پایداری و اهداف استراتژیک سازمان

پایداری از مهم‌ترین موضوعات مورد توجه شهروندان، دولت‌ها، نهادهای بین‌المللی است و آسیب به آن از بزرگ‌ترین معضلات جوامع انسانی قلمداد می‌شود. به عبارتی، پایداری در نگاهی کلان و البته غیرسطحی، نیاز مبرم امروز و آینده ایران ما است. بنگاه‌های اقتصادی که از جمله بازیگران مهم جوامع امروزی هستند نیز برای سودآوری پایدار، بقا در بلندمدت، توسعه خدمات و محصولات خود

استراتژی پایداری کسب و کار



اهداف استراتژیک برای غنی سازی سرمایه اجتماعی

خلق ارزش مشترک و سرمایه گذاری اجتماعی

خلق ارزش مشترک با طراحی و اجرای پروژه های سرمایه گذاری اجتماعی شرکتی موجب توسعه اجتماعی-اقتصادی در جامعه می شود. هدف این پروژه ها بیشتر جوامع آسیب دیده، آسیب پذیر، به حاشیه رانده شده و جوامع کم برخوردار است. استفاده از ظرفیت های ایرانسل در تعریف این پروژه ها، امکان خلق ارزش مشترک و ایجاد آثار مثبت اجتماعی و رشد اقتصادی پایدار را فراهم می کند.

ارتقای خوشنامی ایرانسل با تعامل و مشارکت با ذی نفعان

ایرانسل برای درک دغدغه های ذی نفعان، سعی در گسترش تعامل دوسویه با آن ها دارد چرا که درک این دغدغه ها اصل اولیه ایجاد روابط سازنده، پاسخگویی به مشکلات و بهبود خوشنامی شرکت محسوب می شود. تعامل اصولی، دائمی و مدیریت شده از چارچوب های تجاری ایرانسل برای افزایش خوشنامی است. مدیریت خوشنامی شرکت، با مدنظر قراردادن انتظاراتی که ذی نفعان از عملکرد کسب و کار دارند، محقق می شود.

«خلق ارزش مشترک» در بطن اهداف استراتژیک ایرانسل جای دارد. رویکرد خلق ارزش مشترک با فعالیت های صرفاً انسان دوستانه و خیریه ای توسط بنگاه های اقتصادی متفاوت است. در بنگاه های اقتصادی، این رویکرد منجر به نگاهی دوجانبه هم به تولید ارزش اقتصادی و هم به نیازهای جامعه می شود. در این صورت است که می توانیم بگوییم ما در حال حرکت به سوی خلق یک کسب و کار پایدار هستیم. به همین دلیل خلق ارزش مشترک در خدمت مفهوم «پایداری» است.

باور کلی ما

همه مردم سزاوار بهره مندی از مزایای زندگی دیجیتال و نوین هستند.

چشم انداز ما

رهبری زیست بوم دیجیتال برای مشتریان و کسب و کارها

مأموریت ما

فراگیری زندگی دیجیتال و پیشبرد اقتصاد دیجیتال از طریق ایجاد بسترهای ارتباطی امن، همکاری با شرکت های پیشرو و به کارگیری نوآوری

ارزش های ما

مشتری مداری من می توانم	نوآوری چابکی	رهبری درستی	دین باوری میهن دوستی	روابط انسانی
----------------------------	-----------------	----------------	-------------------------	--------------

ایرانسل، نبض زندگی دیجیتال



مسائل مهم در مسیر خلق ارزش

موارد زیر در این نظرسنجی ارزیابی شد:

مسائل مهم پایداری مواردی هستند که می‌توانند بر توانایی ایرانسل در خلق و حفظ ارزش پایدار، تأثیری چشمگیر داشته باشند. به همین دلیل، تعیین میزان اهمیت و وزن آن‌ها از نظرگاه‌های مختلف بسیار حیاتی است زیرا که می‌تواند نوع توجه و تمرکز سازمان بر آن‌ها را در استراتژی‌ها، برنامه‌ها و اقدامات خرد و کلان تعیین کند. در گزارش سال ۱۴۰۰، فرایند تعیین میزان اهمیت مسائل پایداری، تا حد زیادی بازنگری شده و روشی مستدل و منسجم برای تعیین آن طراحی و اجرا شده است.

شناسایی مسائل مهم پایداری

در گام نخست، با بررسی مطالعات و استانداردهای مختلف، مسائل مهم اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی شناسایی شدند که در صنعت ICT بیشترین تأثیر را بر کسب‌وکار و ذی‌نفعان دارند. این مسائل با در نظر گرفتن میزان تأثیرپذیری ذی‌نفعان از آن‌ها، میزان تأثیرگذاری آن‌ها بر سازمان و با لحاظ تهدیدها و فرصت‌های ممکن، انتخاب شدند. نظرسنجی «تعیین اولویت‌های پایداری در کسب‌وکار ایرانسل» برای درک نگاه ذی‌نفعان در دو مرحله برگزار شد؛ در مرحله اول نظر ذی‌نفعان خارج از سازمان دریافت شد. ذی‌نفعان کلیدی ایرانسل در گروه‌های مختلفی چون جامعه مدنی، مشتریان، رسانه، حکومت و نهادهای سیاست‌گذار، شرکای تجاری، فعالان صنعت تلفن همراه و تأمین‌کنندگان در این نظرسنجی شرکت کردند تا مشخص شود در نگاه آن‌ها ایرانسل چقدر باید در برنامه‌ها و فعالیت‌های خود به موضوعات پیش رو توجه کند.

انتشار گازهای گلخانه‌ای (ردپای کربن) که منجر به گرم‌شدن کره زمین و تغییرات اقلیمی شده است		ارتقای سواد و آموزش دیجیتال به خصوص در مناطق محروم		دسترسی مقرون به صرفه اقشار مختلف به شبکه ارتباطی و فراگیری خدمات دیجیتال در مناطق محروم	
مدیریت دفع پسماند (به‌ویژه پسماندهای الکترونیکی)		کاهش انتشار فرکانس‌های رادیویی دکل‌های ایرانسل (EMF)		مدیریت بهینه منابعی مانند آب، کاغذ و ...	
مدیریت اثرات اجتماعی-زیست‌محیطی زنجیره تأمین ایرانسل		افزایش دسترسی اقشار خاص (نابینایان، ناشنوایان و...) به خدمات دیجیتال		اخلاق حرفه‌ای-تجاری و مقابله با ارتشا و تبعیض	
بومی‌سازی و توانمندسازی تولیدکنندگان داخلی		حقوق بشر دیجیتال		حمایت از استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای فعال در حل معضلات اجتماعی	
اقدامات حمایتی در بحران‌های ملی و طبیعی (مانند سیل، زلزله و...)		حمایت از نهادهای مدنی فعال در حوزه معضلات اجتماعی (مانند کار کودکان و...)		رعایت حقوق کودکان در فضای دیجیتال	

از نمایندگان تمامی ذی‌نفعان ایرانسل دریافت شد، ماتریس مسائل پایداری این سازمان را شکل داد. نکته مهم درباره ماتریس پایداری، این است که اولویت کمتر برخی مسائل، به معنای بی‌اهمیتی آن‌ها نیست. همه موضوعات باید در جایگاه خود و در عملیات و برنامه‌های سازمان مورد توجه قرار گیرند.

اهمیت این موارد برای ذی‌نفعان، محور عمودی ماتریس مسائل مهم پایداری را شکل می‌دهد. برای ترسیم این ماتریس، لازم است که در محور افقی نیز تأثیر این مسائل بر اهداف کلان سازمان ارزیابی شود. برای این منظور، نظر تیم رهبری و نمایندگان سهامداران اخذ شد. برآورد نظر تیم رهبری شرکت در کنار نظراتی که طی دو نظرسنجی

مسائل مهم در مسیر خلق ارزش

نتایج نظرسنجی «تعیین اولویت‌های پایداری در کسب‌وکار ایرانسل»

نتایج نظرسنجی نشان داد سه اولویت اصلی ذی‌نفعان، «دسترسی مقرون به صرفه اقشار مختلف به شبکه ارتباطی و فراگیری خدمات دیجیتال در مناطق محروم»، «ارتقای سواد و آموزش دیجیتال به خصوص در مناطق محروم» و «افزایش دسترسی اقشار خاص (نابینایان،

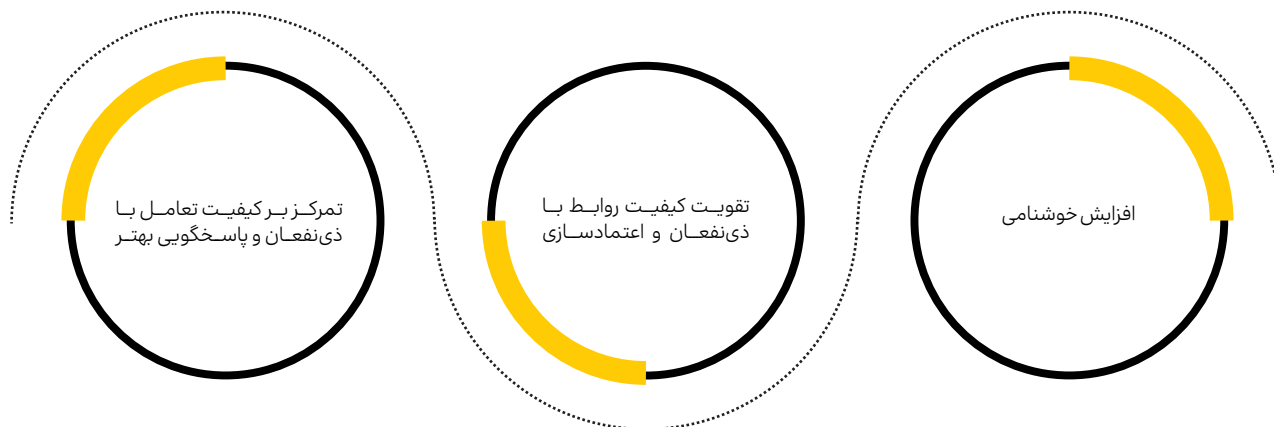
نابینایان، ناشنوایان و...) به خدمات دیجیتال» و «اخلاق حرفه‌ای-تجاری و مقابله با ارتشا و تبعیض» تأثیر قابل توجهی بر اهداف کلان سازمان داشته و نیازمند رسیدگی ویژه‌ای هستند.

ناشنوایان و...) به خدمات دیجیتال» بوده است. این در حالی است که از نگاه تیم رهبری سازمان، مسائلی چون «دسترسی مقرون به صرفه اقشار مختلف به شبکه ارتباطی و فراگیری خدمات دیجیتال در مناطق محروم»، «افزایش دسترسی اقشار خاص



تعامل با ذی نفعان

ایرانسل در تعامل با ذی نفعان خود سه هدف اصلی را دنبال می کند:



اهداف اصلی تعامل با ذی نفعان، نشانگر شاخص های عملکرد کلیدی است که ما از آن ها برای ارزیابی تأثیر فعالیت هایمان بر شاخص تعامل با ذی نفعان استفاده می کنیم. ما برای سنجش عملکرد خود از شاخص های متعددی مانند خوشنمایی^۱، ارزیابی نمره^۲ خالص ترغیب کنندگان^۳ و ارزیابی فرهنگی گروه^۳ بهره می گیریم. در فرایند بررسی شاخص خوشنمایی، بیش از پیش متوجه می شویم که ذی نفعان چه درکی از سازمان دارند. نظرسنجی شاخص خوشنمایی در سال ۱۴۰۰ با مشارکت ۴۵۲ نفر از نمایندگان ذی نفعان خارج از سازمان برگزار شد.

شناخت ذی نفعان، درک انتظارات آن ها از ایرانسل، شفافیت، دسترسی آسان به اطلاعات، پاسخگویی به مسائل، مشارکت ذی نفعان در تصمیم گیری ها و دیدگاه آن ها در مورد تأثیرات کسب و کار سازمان، مبنای تعامل با کیفیت با ذی نفعان است. ایرانسل با ایجاد روابط متقابل با ذی نفعان کلیدی خود توانسته اعتماد آن ها را جلب کند؛ موضوعی که برای تحقق باور کلی ایرانسل - همه^۳ مردم سزاوار بهره مندی از مزایای زندگی دیجیتال و نوین هستند - حیاتی است. تعامل سازنده با ذی نفعان داخلی و خارجی سازمان، امکان مدیریت مشکلات را فراهم می سازد.



تعامل با ذی نفعان

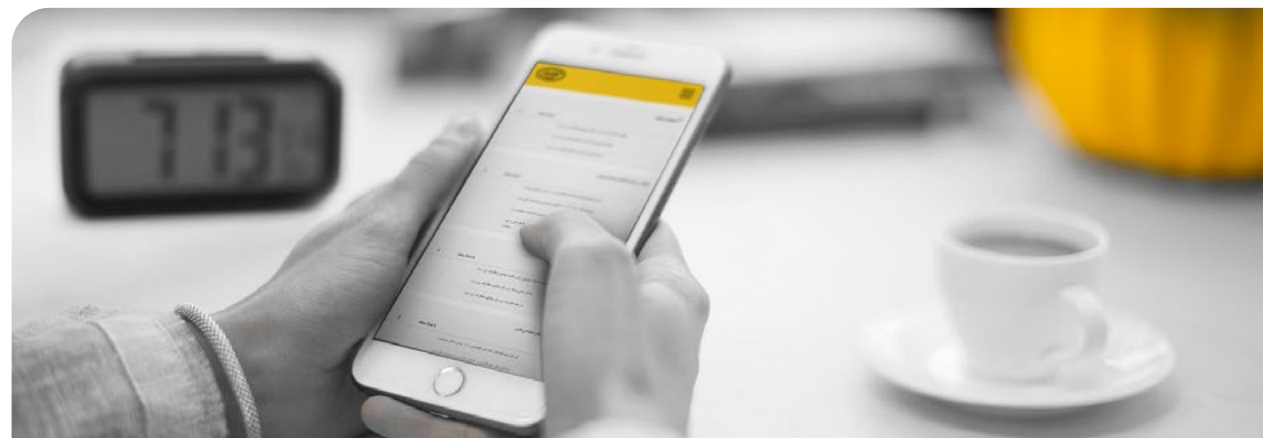
نتایج نظرسنجی شاخص خوشنامی ایرانسل

مسائلی که برای ذی نفعان ایرانسل اهمیت دارند در ۱۰ عامل دسته بندی شده اند. در نظرسنجی ۱۴۰۰ از ذی نفعان خواسته شد میزان اهمیت هر یک از این عوامل را مشخص کنند. هر هفت گروه ذی نفعان شاخص «عملکرد شبکه» را نخستین مسئله با اهمیت دانستند. از این میان، شش گروه، شاخص «خدمات مشتریان» و چهار گروه، شاخص «عملکرد کسب و کار و نتایج مالی» را در اولویت قرار دادند. به طور کلی، نظر ذی نفعان درباره عملکرد ایرانسل در حوزه های زیر سنجیده شد.

امتیاز ایرانسل	حوزه عملکرد
۸۷	ایفای نقش مؤثر در صنعت مخابرات
۸۳	عملکرد کسب و کار و نتایج مالی
۸۱	خدمات مشتریان
۸۰	متابعت از قوانین و مقررات
۸۰	بومی سازی
۷۸	تأثیر مثبت بر پیشرفت های اجتماعی-اقتصادی
۷۸	حاکمیت شرکتی
۷۴	عملکرد شبکه
۷۱	صدور منصفانه و شفاف قیوض و صورت حساب ها
۶۴	عملکرد زیست محیطی

در نظرسنجی شاخص خوشنامی عملکرد ایرانسل با توجه به شرایط اقتصادی، اجتماعی و سیاسی ذیل پنج عنوان بررسی می شود. مهمترین آن ها نمره خوشنامی کلی است که حداقل امتیاز مورد انتظار برای آن ۷۵ است. این شاخص در سال های مختلف و با توجه به میزان برآوردن انتظارات ذی نفعان در حوزه های اصلی عملکردی ایرانسل شکل می گیرد. در این نظرسنجی مسائلی چون شفافیت و دسترسی به اطلاعات، تعهدات بلندمدت، عملکرد در کسب و کار، عملکرد شبکه، اخلاق در کسب و کار و غیره در نظرسنجی سنجیده می شود. تجربه ای که ذی نفعان کلیدی از ارتباط و تعامل با این سازمان دارند، سطح «اعتماد» ذی نفعان و در نهایت «کیفیت روابط» با ایشان از موضوعات مهم نظرسنجی است. موضوع بعدی، تعیین اولویت و اهمیت مسائل از نگاه ذی نفعان کلیدی ایرانسل است. نظرسنجی شاخص خوشنامی به ایرانسل این امکان را می دهد که در دوره های زمانی متفاوت درک بهتری از جایگاه خود در نگاه ذی نفعان مختلف داشته باشد و با تجزیه و تحلیل آن به دنبال تقویت نقاط قوت و بهبود نقاط ضعف و در نهایت تعامل هرچه بهتر با ذی نفعان باشد.

سال	خوشنامی	کیفیت روابط	کیفیت تعامل	اعتماد	پاسخگویی	اقدامات مربوط به کرونا
۱۳۹۸	۷۳	۷۴	۷۲٫۵	۷۶٫۵	۷۱	-
۱۳۹۹	۸۴	۷۳٫۵	۷۵٫۵	۷۳	۷۴٫۵	۶۹٫۵
۱۴۰۰	۸۰	۷۸	۷۳	۷۳٫۵	۷۱٫۵	۷۳٫۵



تعامل با ذی نفعان

اصول پایداری از نگاه ذی نفعان ایرانسل

امتیاز عملکرد ایرانسل در اصول پایداری از نگاه ذی نفعان به شرح زیر است.

امتیاز ایرانسل	اصول پایداری
۷۹	ارزش اقتصادی
۶۴	مسئولیت‌های زیست محیطی
۷۸	حاکمیت شرکتی
۷۹	جوامع پایدار

بر اساس نظر ذی نفعان خارج از سازمان، عملکرد زیست محیطی ایرانسل پایین‌ترین جایگاه را در میان چهار حوزه فوق داشته است. این مؤلفه در هسته بخش مسئولیت‌های زیست محیطی چارچوب ESG ایرانسل قرار دارد و به طور کلی امتیاز ایرانسل در حوزه عملکرد زیست محیطی ۶۴ بوده است. بر این اساس، در میان چهار اصل پایداری که مورد ارزیابی قرار گرفت، ارزش اقتصادی، جوامع پایدار و حاکمیت شرکتی به ترتیب امتیاز بهتری نسبت به مسئولیت‌های زیست محیطی نزد ذی نفعان ایرانسل داشتند.

در باره امتیاز عملکرد زیست محیطی ایرانسل باید اشاره کرد که اولاً درصد زیادی از ذی نفعان در پاسخ به سؤالات مربوط به مدیریت آب و پسماند، کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای و اقدامات ایرانسل برای کاهش اثرات فعالیت‌هایش بر محیط زیست، گزینه «اطلاعی ندارم» را انتخاب کرده‌اند. ثانیاً ذی نفعان، ایرانسل و اصولاً صنعت ICT را آلاینده بزرگی نمی‌دانند و بنابراین کاهش اثرات زیست محیطی از سوی ایرانسل را در اولویت قرار نمی‌دهند.



تعامل با ذی نفعان

مسئولیت‌های زیست‌محیطی

عملکرد ایرانسل

در میان ذی‌نفعانی که از اقدامات ایرانسل برای حفاظت از محیط‌زیست آگاه بودند، ۵۰ درصد موافق بوده‌اند که ایرانسل به دنبال کاهش پیامدهای منفی زیست‌محیطی خود است.

حوزه‌های قابل بهبود

حدود ۴۰ درصد ذی‌نفعانی که در نظرسنجی شاخص خوشنامی شرکت کردند، اطلاعی درباره اقدامات ایرانسل برای مدیریت پسماند و مصرف بهینه آب و همچنین کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای نداشته‌اند.

راهکار اجرایی

تمرکز بیشتر بر اطلاع‌رسانی درباره نقش ایرانسل و نقش تأمین‌کنندگان آن در مدیریت و کاهش اثرات زیست‌محیطی این سازمان

جوامع پایدار

عملکرد ایرانسل

بیش از ۸۰ درصد ذی‌نفعان باور دارند که ایرانسل تأثیر چشمگیری بر افزایش دسترسی به خدمات دیجیتال داشته و حدود ۷۵ درصد آن‌ها معتقدند که ایرانسل پیشرفت‌های اجتماعی-اقتصادی را در ایران ممکن می‌سازد.

حوزه‌های قابل بهبود

ذی‌نفعان بر این عقیده‌اند که ایرانسل می‌تواند عملکرد بهتری در افزایش دسترسی به خدمات مالی داشته باشد.

راهکار اجرایی

اطلاع‌رسانی درباره عملکرد ایرانسل در افزایش دسترسی به خدمات مالی، با توجه به تأثیری که بر توسعه کسب‌وکارها و رشد اقتصاد دارد.

ارزش اقتصادی

عملکرد ایرانسل

بیش از ۷۵ درصد شرکت‌کنندگان در نظرسنجی خوشنامی، معتقدند ایرانسل سابقه خوبی در توسعه کسب‌وکارهای داخلی دارد و همین حدود از ذی‌نفعان بر نقش ایرانسل در ایجاد مشاغل، توسعه مهارت‌های کاری و رشد اقتصاد داخلی صحنه گذاشتند.

حوزه‌های قابل بهبود

ذی‌نفعان بر این عقیده‌اند که ایرانسل می‌تواند اقدامات بیشتری در حوزه سرمایه‌گذاری اجتماعی شرکتی و ایجاد فرصت‌های همکاری با تأمین‌کنندگان داخلی داشته باشد.

راهکار اجرایی

تداوم تلاش‌های ایرانسل برای تقویت بومی‌سازی و تمرکز بیشتر بر توسعه فرصت‌های همکاری با تأمین‌کنندگان داخلی

حاکمیت شرکتی

عملکرد ایرانسل

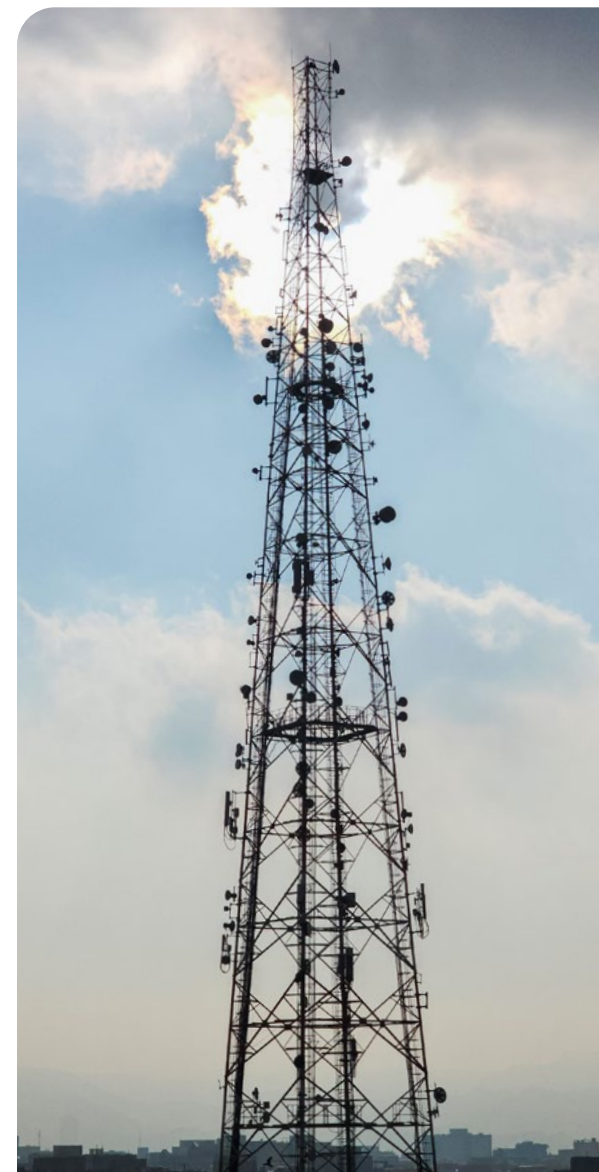
بیش از ۷۰ درصد ذی‌نفعان باور دارند که ایرانسل استانداردهای اخلاقی بالایی در کسب‌وکار خود دارد و حدود ۷۰ درصد آن‌ها نیز قبول دارند که ایرانسل ریسک‌های خود را به خوبی مدیریت می‌کند.

حوزه‌های قابل بهبود

در میان گروه‌های مختلف ذی‌نفعان، ۲۱ درصد اعلام کردند که اطلاعی از خط‌مشی ایرانسل در حوزه امنیت داده‌ها و حفظ حریم خصوصی مشتریان ندارند.

راهکار اجرایی

اطلاع‌رسانی خط‌مشی موجود، شناسایی و گسترش امنیت و حریم خصوصی در خط‌مشی‌های سازمان



حاکمیت شرکتی

ساختار حاکمیت شرکتی

ایرانسل همواره بر این باور بوده که برخورداری از ساختار و فرایندهای مناسب در حاکمیت شرکتی، همسو با استراتژی شرکت، یکی از اصول ایجاد و حفظ ارزش در تعامل با ذی‌نفعان است. حاکمیت شرکتی در کنار دو اصل محیط‌زیست و جامعه یکی از توانمندسازهای حیاتی سازمان است. «حاکمیت شرکتی خوب»^۱ هر تجارتی را در بلندمدت در مسیر موفقیت قرار می‌دهد و در عین حال موجب خلق ارزش برای بهبود کیفیت زندگی جامعه می‌شود.

ایرانسل در حوزه حاکمیت شرکتی، خط‌مشی‌ها، منشورها و ساختارهای مختلفی تدوین کرده و آن‌ها را به صورت دوره‌ای بازنگری می‌کند. خط‌مشی حاکمیت شرکتی، منشور کمیته حسابرسی و ریسک، منشور هیئت‌مدیره، منشور کمیته منابع انسانی و حقوق و مزایا، نمونه‌هایی از اسناد مدون در این حوزه هستند که به هیئت‌مدیره و مدیریت اجرایی سازمان کمک می‌کنند مسئولیت‌های مرتبط با رعایت الزامات انطباق و کاربست رویه‌های برتر در حوزه ساختارهای حاکمیت را اجرایی کنند.

ایرانسل خود را متعهد به حفظ حریم خصوصی مشترکان و تضمین امنیت اطلاعاتشان می‌داند و در این حوزه نیز از اصول، قوانین، فرایندها و خط‌مشی‌هایی پیروی می‌کند که به صورت استاندارد تدوین شده و سالانه بررسی و در صورت لزوم به‌روزرسانی می‌شوند. از این طریق است که ایرانسل مسیر عملکرد مسئولانه و افزایش اعتماد ذی‌نفعان خود را هموار می‌کند. رعایت اخلاق حرفه‌ای، حاکمیت شرکتی خوب، انطباق با قوانین و مدیریت ریسک، از عوامل تأثیرگذار در پایداری کسب‌وکار ایرانسل هستند.

هیئت مدیره

مسئول تصمیمات کلی و خروجی کسب‌وکار از جمله تعیین اهداف، نظارت بر فرهنگ، ارزش‌ها، استانداردها و اهداف استراتژیک، بررسی عملکرد و اطمینان از برقراری تعامل مثبت و سازنده با ذی‌نفعان سازمان است.

کمیته حسابرسی و ریسک

دارای حدود گسترده‌ای از وظایف و اختیارات، در حوزه‌های مدیریت اخلاق حرفه‌ای، ریسک و حسابرسی، امنیت اطلاعات، حسابرسی مستقل، تصویب صورت‌های مالی و... است. تیم‌های واحد حسابرسی و ریسک، تداوم کسب‌وکار، انطباق با قوانین و مقررات، حسابرسی فرایندها و تکنولوژی و مدیریت ریسک تقلبات باید گزارش پیشرفت برنامه‌هایشان را هر سه ماه، به این کمیته ارائه دهند.

کمیته حقوق و دستمزد

خط‌مشی حقوق و دستمزد معاونان، مدیران اجرایی، تیم مدیریت ارشد و کارکنان را تنظیم، بررسی و توصیه می‌کند. همچنین بر اجرای خط‌مشی حقوق و دستمزد و شیوه‌های کلی پرداخت در شرکت نظارت می‌کند.

مدیر عامل

مدیریت ریسک

مدیریت ریسک ESG^۳

ریسک‌های اساسی «زیست‌محیطی»، «حاکمیتی» و «اجتماعی و اخلاقی» در حوزه مدیریت ریسک ESG تعریف شده که ماهانه پیش می‌شوند. ایرانسل در ارتباط با «ریسک‌های محیطی»، مواردی چون اقدامات غیرمسئولانه زیست‌محیطی و به کار نگرفتن دستورالعمل‌های زیست‌محیطی را مدنظر قرار می‌دهد. در خصوص «ریسک‌های حاکمیتی»، سازمان، ریسک‌های مرتبط با ساختارهای حاکمیتی ناکارآمد، ناهماهنگی میان مدیریت سازمان یا مدیریت عملیاتی با استراتژی‌های مدیریتی و همچنین مدیریت ناکارآمد حوزه تضاد منافع را شناسایی و ارزیابی می‌کند. در حوزه ریسک‌های «اجتماعی-اخلاقی» نیز به مواردی چون نبود تمهیدات مناسب برای جلوگیری از تقلب و رفتار غیراخلاقی می‌توان اشاره کرد.

محرك‌های ریسک و ریسک‌های اصلی

مدیریت ریسک در تمامی فعالیت‌های ایرانسل جاری است و ریسک‌ها در سه سطح دسته‌بندی می‌شوند. در سطح اول، ریسک‌ها در شش حوزه استراتژیک، حاکمیتی، مالی، عملیاتی، فناوری و خارجی طبقه‌بندی می‌شوند. در سطح دوم، ریسک‌ها با عنوان «ریسک‌های اصلی» در هر یک از آن حوزه‌های اصلی قرار می‌گیرند. در ادامه ریسک‌ها بر اساس ۲۸ ریسک اساسی به طور منظم شناسایی و ارزیابی شده و در صورت وجود زیان‌های احتمالی، اقدامات متناسب با کاهش سطح اثر ریسک انجام می‌شود. بر این اساس پنج ریسک پرخطر در ایرانسل بدین شرح است: افزایش و تداوم تحریم‌ها، نوسانات نرخ ارز، هماهنگ نبودن تعرفه‌ها با افزایش هزینه‌ها، قطع همکاری پیمانکاران اصلی و وضع مقررات جدید و سختگیرانه.

مدیریت ریسک از اجزای اساسی چارچوب حاکمیت شرکتی ایرانسل است که نقش پررنگی در مسیر دستیابی به اهداف استراتژیک ایفا می‌کند. مدیریت ریسک ابزار مهمی برای مدیریت مؤثر و حصول اطمینان از ایفای تعهدات شرکت به ذی‌نفعان است.

هدف از چارچوب مدیریت ریسک سازمانی، ارائه رویکردی است برای شناسایی و ارزیابی رویدادهای بالقوه‌ای که احتمال تأثیرگذاری بر دستیابی به اهداف سازمان را دارند. ایرانسل در روش مدیریت ریسک سازمانی خود از مفاهیم و روندهای کاری مندرج در چارچوب‌ها و استانداردهای مدیریت ریسک شامل ISO 31000، «چارچوب کوزو»^۱، «حاکمیت شرکتی King IV»^۲ و سایر چارچوب‌های پیشرو مانند ISO 27001 برای امنیت اطلاعات و ISO 22301 برای مدیریت تداوم کسب و کار بهره می‌برد.



تداوم کسب و کار و انطباق با قوانین

مدیریت بحران و تداوم کسب و کار ایرانسل بر اساس استانداردهای ISO 22301، ISO 27031، BS 11200 و سایر الگوهای معتبر بین‌المللی، تدوین شده و مراحل کلیدی آن از این قرار است: تدوین خط‌مشی و فرایند کلی مدیریت بحران و تداوم کسب و کار؛ تعیین اعضای تیم مدیریت بحران و تداوم کسب و کار و نمایندگان در بخش‌های مختلف؛ تحلیل اثرات کسب و کار؛ تدوین طرح‌های مدیریت تداوم کسب و کار بخش‌های مختلف؛ تدوین طرح‌های آمادگی برای واکنش به بحران‌های محتمل؛ مانورهای واقعی و دورمیزی^۲ و نگهداری و بازنگری مستمر.

سند‌های «طرح مدیریت تداوم کسب و کار» برای بخش‌های مختلف تدوین شده است. این اسناد مراحل و مسئولیت‌های لازم پس از فاجعه را برای بازیابی نفرات کلیدی، تأمین‌کنندگان و پیمانکاران کلیدی، زیرساخت‌های کامپیوتری و ارتباطی، محیط کار و مستندات و داده‌های مهم و سیستم‌های کلیدی شرح می‌دهد.

ایرانسل «طرح‌های آمادگی» مقابله با بحران‌هایی با احتمال وقوع بالا در کسب و کار را نیز تدوین کرده است. در این طرح‌ها کلیه اقدامات، نقش‌ها و مراحل مقابله با بحران در سه فاز تشریح شده است: فاز قبل از بحران برای ایجاد آمادگی لازم و کاهش اثرات احتمالی ناشی از بحران؛ فاز حین بحران برای بازیابی سریع فرایندهای کلیدی متأثر از بحران و فاز بعد از بحران برای ثبت درس‌آموخته‌ها به منظور بازنگری و بهبود طرح‌ها.

برنامه‌های مدیریت تداوم کسب و کار برای حصول اطمینان از کیفیت، تناسب و چابکی کامل این طرح‌ها در زمان بحران از طریق روش‌های مشخص تمرین و نگهداری می‌شوند. این روش‌ها عبارت‌اند از: مانورهای واقعی و دورمیزی؛ بازنگری دوره‌ای و مدون طرح‌های مدیریت کسب و کار و طرح‌های آمادگی مقابله با بحران؛ شناسایی نقاط نیازمند بهبود و تعیین اقدامات اصلاحی و پیگیری اقدامات اصلاحی حاصل از مانورهای واقعی و دورمیزی.

رویکرد ایرانسل به صورت کلی، انطباق با تمام قوانین و مقررات در حیطه فعالیت خود است، بنابراین، هیچ‌گونه ریسکی را در مورد عدم انطباق نمی‌پذیرد. برای کاهش ریسک عدم انطباق، برنامه‌ای مبتنی بر سطح ریسک تهیه و به صورت سالانه اجرا می‌شود تا از مطابقت عملکرد ایرانسل با سرفصل‌های اصلی انطباق با قوانین اطمینان حاصل شود.

به طور کلی در ایرانسل، انطباق با قوانین و مقررات داخلی (خط‌مشی‌ها، فرایندها و رویه‌های سازمانی) و خارجی (مالیات، بیمه، پروانه‌ها، مصوبات سازمان تنظیم و مقررات و...) بخشی از سیاست‌های اصلی سازمان است. واحدهای مرتبط به‌عنوان اولین سطح اطمینان‌ساز از طریق ایجاد و اجرای کنترل‌های داخلی و واحد مدیریت ریسک و انطباق به‌عنوان سطح دوم اطمینان‌ساز از طریق بررسی‌های دوره‌ای بر مبنای میزان ریسک عدم انطباق، این اطمینان را به سهامداران و سایر ذی‌نفعان سازمان می‌دهند که ایرانسل در بالاترین سطح از انطباق با قوانین و مقررات قرار دارد.



اخلاق در تمامی حوزه‌ها

خط‌مشی‌های مربوط به اخلاق

- خط‌مشی انضباطی
- خط‌مشی شکایت
- دستورالعمل اخلاق حرفه‌ای
- منشور اخلاق
- خط‌مشی منع آزار و تبعیض

پویش «اخلاق مهم است»

در طول سال ۱۴۰۰، پویش «اخلاق مهم است» در ایرانسل برگزار شد. این پویش شامل مقاله‌های کوتاهی درباره‌ی چالش‌های اخلاقی است که کارکنان با آن مواجه هستند.

مواردی که در این پویش پوشش داده شد، به شرح زیر است:

- چطور می‌توانیم محل کارمان را اخلاق مدارتر کنیم
- چطور با احساس قربانی شدن در محل کار برخورد کنیم
- چطور با سوءاستفاده در محل کار برخورد کنیم
- چطور با جانب‌داری ناعادلانه در محل کار برخورد کنیم
- چطور در محل کار نارضایتی و اعتراض خود را ابراز کنیم
- دزدی زمان در محل کار

آگاهی‌بخشی و نهادینه‌سازی اخلاق از طریق پویش‌های منظم، بخشی از تلاش ایرانسل برای تقویت پایبندی به اخلاق در میان کارکنان است. به همین منظور ایرانسل هم در رویدادهای جهانی که بر ایجاد محیط کاری اخلاقی‌تر متمرکزند، مشارکت دارد. در سال ۱۴۰۰، مانند هر سال، در هفته آگاهی‌رسانی اخلاق حرفه‌ای و مدیریت ریسک تقلب، فعالیت‌هایی چون ارسال ایمیل‌های اطلاع‌رسانی، برگزاری مسابقات آنلاین و معرفی کانال‌های گزارش‌دهی با شعار تأثیرگذاری انجام شد. همچنین در روز ۲۷ مهر ماه سال ۱۴۰۰، ایرانسل روز جهانی اخلاق را با موضوع #داری_قدرت_اخلاقی^۱ گرامی داشت.

آگاهی‌رسانی تأمین‌کنندگان

ایرانسل به منظور آگاهی‌رسانی در میان تأمین‌کنندگان، جلساتی را به صورت سالانه با حضور پیمانکاران و تأمین‌کنندگان برگزار می‌کند. طی این جلسات، دفتر اخلاق حرفه‌ای در مورد اقدامات ایرانسل و ارتباط با پیمانکاران و تأمین‌کنندگان، مطالبی را ارائه می‌دهد.

مدیریت تخلفات و تقلبات

خط‌مشی مبارزه با فساد و رشوه در ایرانسل به صورت سالانه و هماهنگ با گروه ام‌تی‌ان، به روزرسانی می‌شود. در این سند آمده که آستانه تحمل ریسک برای رشوه و فساد در ایرانسل صفر است. مشارکت در رشوه و فساد منجر به اقدامات انضباطی می‌شود.

سنجش عملکرد «اخلاقی» و «متقلبانه»

خط‌مشی گزارش‌دهی ناشناس تخلفات و تقلبات در سال ۱۴۰۰، با تأکید بیشتر بر ایجاد محیطی مساعد برای گزارش‌دهی محرمانه-ناشناس به روزرسانی شد.

امکان گزارش‌دهی ناشناس برای همه کارمندان، تأمین‌کنندگان و هر طرف شخصی که بخواهد نگرانی‌های خود را به صورت ایمن و ناشناس گزارش دهد، فراهم شده است. تمامی نگرانی‌های مربوط به حوزه اخلاق، به صورت سه ماهه به کمیته حسابرسی و ریسک و گروه ام‌تی‌ان گزارش داده می‌شود. در سال ۱۴۰۰، تعداد ۱۳ مورد انضباطی گزارش شد که از این میان، بیشتر موارد دریافتی، مربوط به بدرفتاری، آزار و تبعیض بوده‌اند.

اقدامات ۱۴۰۰

- ۷ اخطار انضباطی اعمال شد
- ۱۳۳ نفر از کارکنان در دوره آموزشی انطباق با قوانین شرکت کردند
- بیش از نیمی از کارکنان دوره آموزشی اخلاق حرفه‌ای را گذراندند

اخلاق حرفه‌ای یا اخلاق کسب‌وکار، مجموعه‌ای از اصول اخلاقی است که با هدف ترویج فرهنگ و رفتار اخلاق‌مدارانه در سازمان وضع شده و رعایت آن‌ها مسئولیت کارکنان در تمام سطوح است. ما در ایرانسل محیط کاری را ایجاد می‌کنیم که در آن همه کارکنان شاخص‌های رفتار اخلاقی را درک می‌کنند و راه‌های مختلف برای گزارش چالش‌ها و موضوعات اخلاقی به آن‌ها معرفی شده است.

استراتژی ایرانسل در زمینه اخلاق حرفه‌ای بر مبنای نتایج نظرسنجی اخلاق - که به صورت دوسالانه برگزار می‌شود - و با تعریف اقدامات و برنامه‌های هدفمند، تدوین می‌شود. ایرانسل همچنین مجموعه‌ای با عنوان «رهبری اخلاق مدار» را تهیه کرده است. این مجموعه شامل مواردی چون ایجاد محیط کاری امن، اخلاق در مدیریت میانی و ریسک انتظارات غیرواقع‌بینانه است که در اختیار همه تیم رهبری و مدیریت سازمان قرار می‌گیرد.

ایرانسل در فرایند اجرای استراتژی اخلاق حرفه‌ای، مجموعه‌ای کامل از خط‌مشی‌های مربوط به اخلاق را تدوین کرده که به صورت دوره‌ای بازنگری می‌شوند. تمامی کارکنان در جریان محتوای این خط‌مشی‌ها قرار گرفته‌اند و محتوای آن‌ها روی سایت ایرانسل در قسمت پایداری نیز در دسترس مخاطبان قرار دارد.

حقوق بشر دیجیتال

اتصال به اینترنت، دسترسی و مقرون به صرفه بودن آن، در عین توجه به حقوق بشر، سنگ بنای زندگی مدرن و دیجیتال است. ایرانسل دسترسی به اینترنت را در کنار حفظ حریم خصوصی به عنوان یک حق انسانی تأیید می‌کند و حقوق هر گروه از ذی‌نفعان خود را در قالب خط‌مشی‌های مربوطه به اجرا می‌گذارد. حقوق مشترکان ایرانسل در مجموعه‌ای از خط‌مشی‌ها از جمله خط‌مشی حقوق بشر دیجیتال، حریم خصوصی و حفاظت از داده‌ها و استراتژی امنیت اطلاعات مورد توجه قرار گرفته است.

خط‌مشی حقوق بشر دیجیتال

خط‌مشی «حقوق بشر دیجیتال» برای احترام به حقوق دیجیتال مشترکان و نیز حصول اطمینان از انطباق فعالیت ایرانسل با شرایط پروانه و تعهدات قانونی آن تدوین شده است. در مواردی که انجام کامل این تعهد ممکن نیست، ایرانسل تمام تلاش خود را برای کاهش تأثیرات منفی از نظر دامنه، گستره یا مدت زمان به کار می‌گیرد.

اصول کلی خط‌مشی حقوق بشر دیجیتال در ایرانسل:

- ایرانسل با هر اقدامی که تضعیف حقوق مردم و تبعیض را به دنبال داشته باشد، مخالف است.
- ایرانسل به حقوق تمامی افراد در برقراری ارتباط آزاد، به اشتراک‌گذاری اطلاعات و نظرات، برخورداری از حق حفظ حریم خصوصی و امنیت اطلاعات احترام می‌گذارد.
- تمامی مشترکان حق دسترسی آسان به اطلاعات مربوط به شرایط استفاده از خدمات ایرانسل را دارند؛ چه این خدمات از سوی ایرانسل ارائه شود، چه از سوی اشخاص ثالث در پلتفرم‌های ایرانسل.
- در مواردی که مشکلات شبکه باعث شود کاربران نتوانند از حقوق خود بهره‌مند شوند، ایرانسل تمام تلاش خود را برای اطلاع‌رسانی به کاربران متأثر و کاهش تأثیرات منفی این مسئله به کار می‌گیرد.

• حقوق بشر دیجیتال ممکن است به دلیل قوانین ملی یا بین‌المللی یا شرایط پروانه محدود شود و پاسخ ایرانسل در این مواقع با در نظر گرفتن حق آزادی و امنیت کارکنان، تداوم ارائه خدمات ارتباطی، حقوق دولت طبق قوانین ملی و رعایت شرایط پروانه اطلاع‌رسانی می‌شود.

حقوق دیجیتال کودکان

با توجه به ریسک‌هایی که متوجه آسیب‌پذیرترین قشر جامعه یعنی کودکان و نوجوانان است، ایرانسل سرویس «سیمبا» را برای دسترسی امن کاربران کودک و نوجوان به دنیای دیجیتال طراحی کرد. ایده ارائه خدمات دیجیتال به کودکان و نوجوانان در یک پلتفرم جامع دیجیتالی، در سال ۱۴۰۰ با هدف تحقق عدالت اجتماعی در حوزه آموزش و سرگرمی آغاز شد. ارائه سرویس VoD کودک، طراحی واسط کاربری و امکان خرید اشتراک برای کاربر در فاز اول و اضافه شدن بازی و اپ‌های سرگرمی، سرویس نظارت محتوایی والدین و تبلیغات روی محتوا در فاز دوم در نظر گرفته شد.

خط‌مشی حفظ حریم خصوصی و حفاظت از داده‌ها

این خط‌مشی به منظور اطمینان از حفاظت از حریم خصوصی افراد و اطلاعات شخصی پردازش شده مشترکان در ایرانسل تدوین شده و با تمام الزامات نظارتی قابل اجرا مطابقت دارد.

استراتژی امنیت اطلاعات

استراتژی ایرانسل درباره امنیت اطلاعات، حفظ محرمانه بودن، یکپارچگی و در دسترس بودن اطلاعات است. این فرایند بر اساس تعداد رخداد‌های امنیتی، در هر ماه رصد و به عنوان موارد حائز اهمیت در گزارش‌های ماهانه به کمیته حسابرسی و ریسک ارائه می‌شود.

خط‌مشی رفتار منصفانه با مشتریان

ایرانسل مسئولیت‌های اخلاقی خود را در قبال مشتریان پذیرفته و با برآوردن نیازها و انتظارات آن‌ها، متعهد به تضمین بهترین تجربه مشتریان است. این خط‌مشی به منظور ایجاد یک بازاریابی شفاف و استاندارد برای پیشگیری از افزایش شکایات مشتریان، تأثیر منفی بر برند و کاهش درآمد تدوین شده است.



عملکرد مسئولانه در ارتباط با مشتریان

پاسخگویی و عملکرد مسئولانه در قبال ذی نفعان، یکی از اولویتهای اصلی ایرانسل است. به همین منظور همواره تلاش دارد راههای ارتباطی خود را گسترش دهد تا بتواند صدای مشتریان خود را بشنود. در حال حاضر، مراکز تماس و ارتباط با مشتریان ایرانسل با بیش از ۹۰۰ کارشناس، در شهرهای مختلف به صورت ۲۴ ساعته از طریق کانالهای متنوع، پاسخگوی نیازها و شکایات مشتریان است. این کانالها شامل تماس، گفتگوی آنلاین، برنامه کاربردی «ایرانسل من»، شبکههای اجتماعی و فضای مجازی می شود. ایرانسل همچنین با بهینه سازی برنامه کاربردی «ایرانسل من» سعی کرده تا امکان ارائه خدمات به مشتریان کم بینا و نابینا را فراهم کند. همچنین خدمات پشتیبانی ویژه ناشنویان و کم شنوایان از طریق ارتباط تصویری با کارشناسان با زبان اشاره ارائه می شود. ضمناً ۱۰ کانال ارتباطی دیجیتال ایرانسل که شامل ۴۷ حساب کاربری مختلف می شود، در شبکههای اجتماعی مختلف فعال هستند.

پاسخگویی به ۵۲٪ از مشتریان از طریق کانالهای دیجیتال	پیک ساعات مکالمه در شبانه روز بین ساعت های ۱۱ تا ۱۴ و ۲۰ تا ۲۲	پاسخگویی به ۵,۰۳۶,۲۲۲ گفتگوی آنلاین	پاسخگویی به ۱۰,۰۱۰,۳۴۶ تماس، بررسی و حل ۹۰٪ آن ها طی اولین ارتباط
بررسی ۱,۹۴۴,۷۶۵ مشکل ارجاع شده به بخش پشتیبانی و برطرف شدن بیش از ۸۵٪ از آن ها در کمتر از ۲۴ ساعت و رشد ۲ درصدی حل مشکلات نسبت به سال قبل	بررسی ۷۳۷,۱۷۵ نظر و اعلام مشکل در شبکه های اجتماعی و رشد ۸۵ درصدی نسبت به سال قبل	۳۸۰ هزار ساعت مجموع مکالمه ورودی و ۱۱۰ هزار ساعت مجموع مکالمه خروجی	
کاهش ۳۲٪ در مدت زمان پاسخگویی نسبت به سال قبل	افزایش ۷٪ سطح سرویس ارائه خدمت نسبت به سال قبل	امتیاز کیفی ۹۷٪ نسبت به پاسخگویی	کسب رضایت مندی ۹۶٪ مشتریان از ارائه خدمات

رسیدگی به شکایات

پاسخ ایرانسل	نوع شکایت
ایرانسل در پاسخ به شکایات مربوط به تشعشعات به اندازه گیری سطح تشعشعات توسط سازمان انرژی اتمی استناد می کند که در اکثر موارد با استعلام انجام شده، معمولاً، سطح تشعشعات بسیار پایین تر از حد خطرناک بوده است.	تشعشعات
رسیدگی به شکایات ثبت نامی مشتریان در خصوص موضوعات مختلف مربوط به سیم کارت	سیم کارت

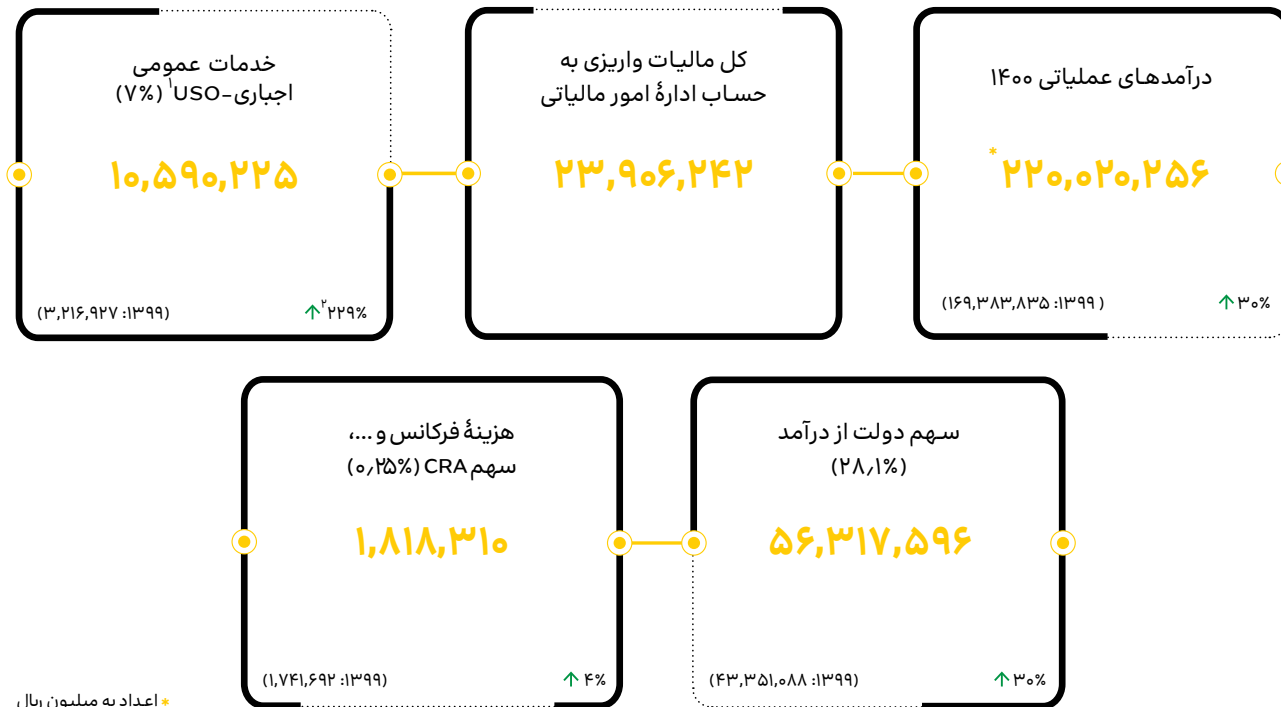
نوع شکایت	تعداد شکایات جدید در سال ۱۴۰۰	موارد رسیدگی شده در سال ۱۴۰۰*	موارد در حال رسیدگی
شکایت در سامانه ۱۹۵	۱۴,۷۷۰	۱۴,۶۹۱	۷۹
شکایات مربوط به تشعشعات	۴۲۶	۴۶۷	۵۹

* این موارد منحصر به شکایات ثبت شده در سال ۱۴۰۰ نیست.

تعهدات قانونی

قوانین مالیاتی پیچیده، با الزامات نظارتی متعددی بر فضای کسب و کار شرکتها حکمفرماست. ایرانسل نیز برای تداوم کسب و کار خود در این فضا، استراتژی مالیاتی شفاف و مؤثری را اتخاذ کرده است. این استراتژی، منطبق با کلیه قوانین و مقررات مالیاتی ایران است. اصول رویکرد مالیاتی ایرانسل:

- تعامل با نهادهای نظارتی
- بررسی مسائل مالیاتی بابت معاملات تجاری جدید، محصولات جدید، سرمایه‌گذاری‌ها و ابتکارات
- استفاده دقیق و کارآمد از سیستم مالیاتی
- محاسبه دقیق مالیات عملکرد، مطابق با قوانین و مقررات مالیاتی
- ارسال به موقع اظهارنامه‌ها و پرداخت‌های مالیاتی
- پاسخگویی به موقع و شفاف به کارشناسان سازمان امور مالیاتی
- مدیریت ریسک مالیاتی یکی از ابزارهای لازم برای اطمینان از تمکین مالیاتی در فرایندهای عملیاتی شرکت است. فرایند مدیریت ریسک مالیاتی، شامل دو شاخص کلیدی ریسک «تغییر در ساختار مالیاتی» و «تعداد و میزان جرائم مالیاتی» طراحی شده است و به صورت ماهانه پایش می‌شوند.



* اعداد به میلیون ریال



زنجیره تأمین مسئولانه

ایرانسل برای تأمین خدمات و محصولات خود، با زنجیره گسترده‌ای از تأمین‌کنندگان همکاری دارد. فعالیت‌های زنجیره تأمین، بر تأمین‌کنندگان ثالثی تأثیر می‌گذارد که از طریق تحویل کالاها و خدمات مورد نیاز شرکت، منافع مالی کسب می‌کنند. بنابراین، توجه صرف به ماهیت فعالیت زنجیره تأمین کافی نبوده و در واقع ریسک‌های اصلی را باید در لایه‌های بعدی نیز جستجو کرد.

رعایت ایمنی بهداشت و محافظت از محیط زیست از جمله الزاماتی است که پیمانکاران در صورت برخورداری از آن‌ها فرصت همکاری بیشتری را با ایرانسل دارند. آن‌ها پیش از آغاز به کار باید قرارداد عدم افشا و تعهدنامه اجرای الزامات ایمنی بهداشت و محیط زیست را امضا و گواهینامه تأیید صلاحیت ایمنی پیمانکاران را در بدو همکاری ارائه کنند.

دیجیتالی کردن زنجیره تأمین

ایرانسل طی سال‌های گذشته، بر دیجیتالی کردن روند تعامل با زنجیره تأمین به منظور افزایش پایداری آن متمرکز بوده و در این مسیر نیز اقدامات زیر را اجرایی کرده است:

- دیجیتالی کردن فرایند برگزاری مناقصه
- ثبت الکترونیکی سفارش‌های خرید
- دفع ایمن باتری‌ها با همکاری شرکت‌های واجد شرایط

اقدامات ایرانسل برای دیجیتالی کردن زنجیره تأمین

- توسعه داشبورد «کانبان»^۱ برای مدیریت فرایندهای زنجیره تأمین
- توسعه سیستم «iTender»^۲ برای بررسی و تأیید موضوعات خرید
- دریافت پیشنهادات مالی مناقصات از طریق سامانه تأمین
- توسعه سیستم ارزیابی فنی مناقصات



۱- کانبان یکی از روش‌های مدیریت پروژه چابک یا Agile است و در بخش تأمین ایرانسل برای مدیریت خریده‌ها به کار گرفته شده است. این سیستم، با تقسیم فرایند تأمین به مراحل کوچکتر و با تصویرسازی گردش کار، شفاف‌سازی فرایندها و مدیریت و بهبود جریان کار، فرایند تأمین را شفاف، ساده و ملموس می‌کند.
 ۲- سیستم جمع‌آوری تأییدیه‌های داخلی که فرایندهای تأیید را به صورت خودکار و در چند ثانیه ایجاد می‌کند. این سیستم به صورتی طراحی شده که قادر است فرم تأیید را به طور خودکار، بر اساس قوانین و سیاست‌ها ایجاد کند، تا اطمینان حاصل شود که فرد مناسب در زمان مناسب در مورد موضوعات، تصمیمات لازم را اتخاذ می‌کند.

زنجیره تأمین مسئولانه

تعداد تأمین کنندگانی که سفارش خرید بالای ۳ میلیارد ریال داشتند

۴۶۶

تعداد تأمین کنندگانی که نمره ارزیابی اولیه شان کمتر از ۶۰ بوده

۷۵

تعداد تأمین کنندگانی که نمره ارزیابی اولیه شان بیشتر از ۶۰ بوده

۱۸۷

تعداد کل ارزیابی عملکرد تأمین کنندگان در سال ۱۴۰۰

۲۸۲

تعداد کل ارزیابی عملکرد تأمین کنندگان که در سال ۱۴۰۰ پایان یافته

۲۴۸

تعداد تأمین کنندگان جدید ثبت شده

۵۴۹

درصد مبالغ پرداختی به تأمین کنندگان داخلی نسبت به کل

۴۷

دستاوردهای ۱۴۰۰

بازیافت ۲۱,۷۶۴ باتری به روش سازگار با محیط زیست



تولید انواع مختلف آنتن در طرح بومی سازی و همکاری با ۵ پیمانکار در این حوزه



افزایش تعداد تأمین کنندگان دکل از ۵ به ۱۵



جامعه

فراگیری شبکه ارتباطی

دسترسی به فناوری‌های ارتباطی مقرون به صرفه، این قدرت را دارد که زندگی افراد را تغییر دهد و پلی باشد به سوی برابری بیشتر. افراد و جوامعی که به واسطه اینترنت به هم متصل هستند، در نهایت توانمندتر می‌شوند. «فراگیری دیجیتال» برای توسعه اجتماعی و اقتصادی کشور ضروری است. برای از بین بردن موانع فراگیری دیجیتال می‌توان شاخص‌هایی چون پوشش مناسب در مناطق روستایی و کم‌برخوردار، دسترسی به دستگاه‌های اتصال به اینترنت، مقرون به صرفگی هزینه خدمات داده، بسته‌های خدماتی و سواد دیجیتال را مدنظر قرار داد و برای بهبود آن‌ها برنامه‌ریزی کرد.

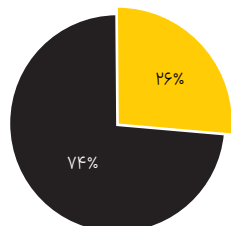


افزایش دسترسی

ایرانسل در سال ۱۴۰۰، توانست ۱,۴۲۱,۶۴۱ نفر دیگر را به جمعیت تحت پوشش شبکه ارتباطی خود اضافه کند. این در حالی است که جمعیت تحت پوشش اینترنت پرسرعت ایرانسل نیز در پایان سال ۱۴۰۰، به ۷۳,۶۹۵,۲۴۶ نفر رسید.

ایرانسل برای کاهش شکاف پوشش شبکه، در سال ۱۴۰۰ توانست تعداد سایت‌های BTS^۱ خود را به ۱۶,۰۷۴ برساند. در این میان، تعداد سایت‌های روستایی به ۵,۶۹۸ رسید که ۱,۴۷۲ سایت در قالب «طرح توسعه خدمات عمومی اجباری-USO» بهره‌برداری شدند.

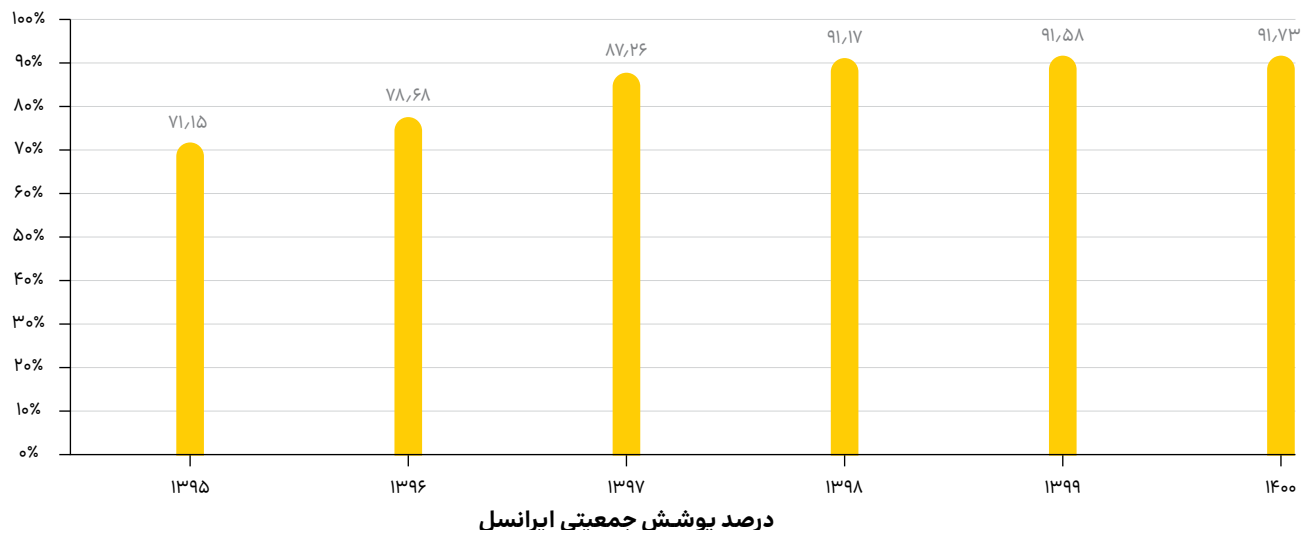
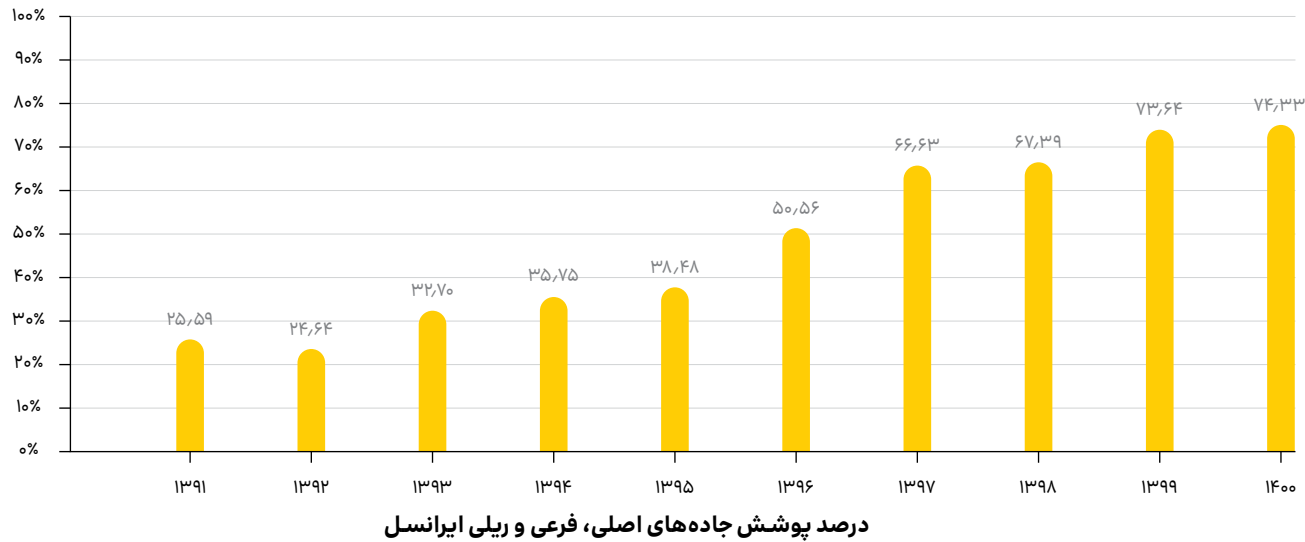
تعداد سایت‌ها در مناطق روستایی به تفکیک پروژه تا پایان ۱۴۰۰



- ۱,۴۷۲ سایت مربوط به طرح USO
- ۴,۲۲۶ سایت مربوط به پروژه‌های ایرانسل

مناطق	تعداد سایت BTS	پوشش منطقه‌ای	پوشش جمعیتی
شهر	۱۰,۶۶۱	۱,۳۷۴ شهر	۵۸,۹۷۹,۱۳۵
روستا	۵,۶۹۸	۳۲,۱۶۳ روستا	۱۳,۰۶۸,۹۸۹
جاده	۲,۷۴۸	۶۴,۲۴۵ کیلومتر	-

خلاصه عملکرد ایرانسل تا پایان سال ۱۴۰۰



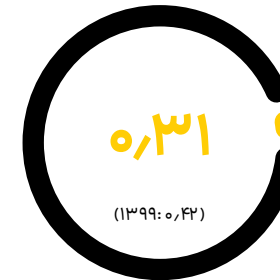
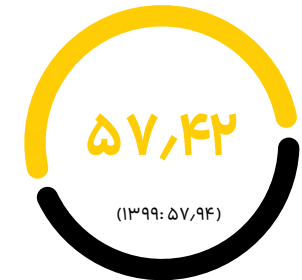
فراگیری شبکه ارتباطی



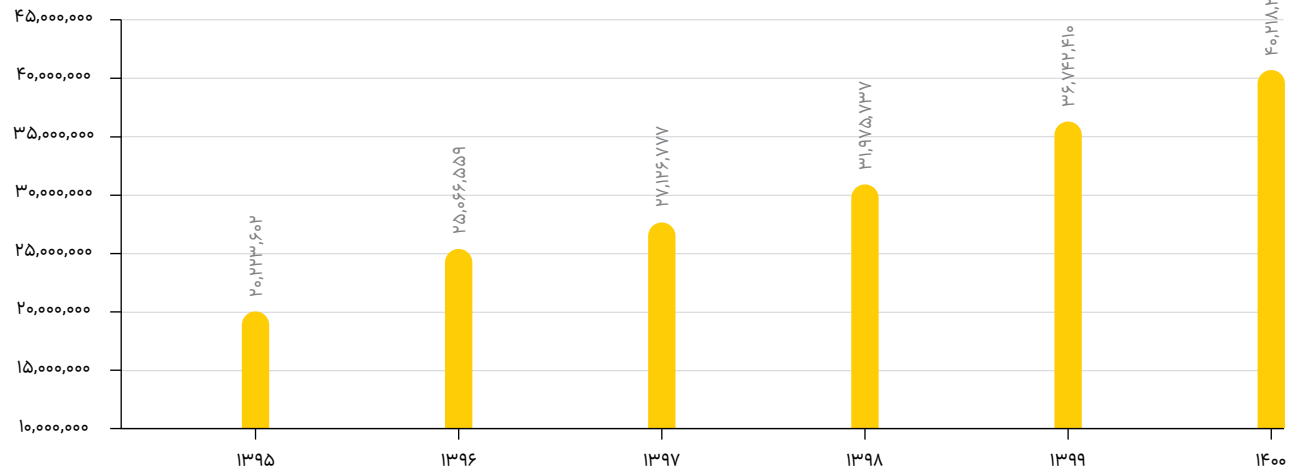
۱۴۰

(۱۳۹۹:۱۴۴)

تعداد کشورهای دارای ارتباط رومینگ با ایرانسل

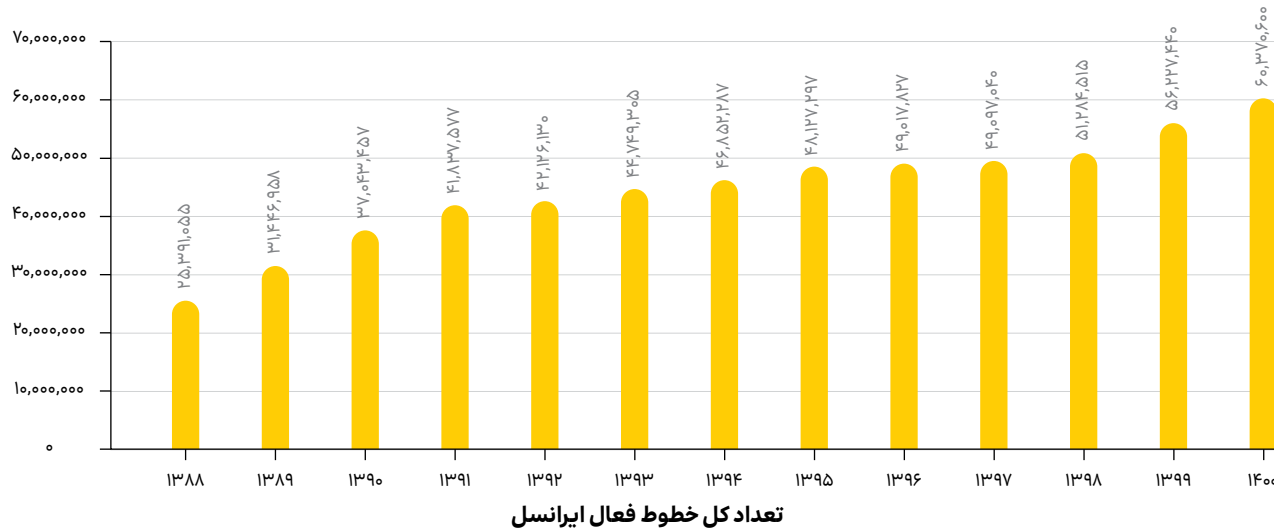
درصد میزان انتقال موفقیت آمیز مکالمه^۴ (HOSR)درصد متوسط میزان برقراری موفقیت آمیز مکالمه^۳ (CSSR)درصد میزان مکالمات قطع شده^۲ (CDR)درصد میزان موفقیت در برقراری مکالمات^۱ (ASR)

* بر اساس گزارش سه ماهه چهارم CRA



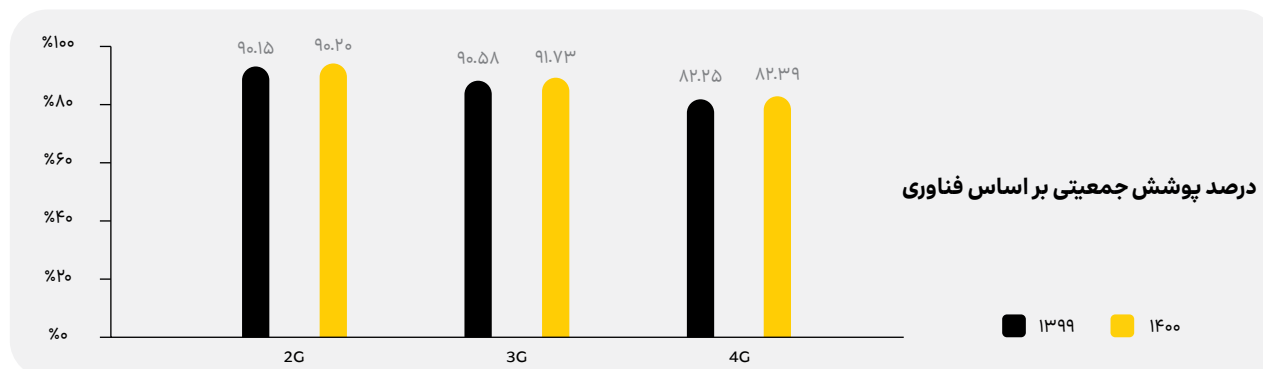
تعداد مشترکان ارتباطات پهن باند سیار (MBB) ایرانسل در کشور

فراگیری شبکه ارتباطی



خدمات اینترنت

در سال ۱۴۰۰ تعداد مشترکان فعال دیتای ایرانسل به ۳۲,۵۲۵,۸۰۶ رسید و میانگین حجم دیتای مصرفی هر مشترک در ماه ۱۴,۰۳ گیگابایت محاسبه شد. این حجم از دیتای مصرفی، مجموع ترافیک داخلی و بین‌الملل با احتساب بسته‌های تشویقی و هدایا است که لزوماً منجر به درآمد مستقیم برای اپراتور نمی‌شود. این در حالی است که نرخ مؤثر دیتا در سال ۱۴۰۰ نسبت به سال ۱۳۹۹، معادل ۳,۲۹ درصد کاهش یافته است که منجر به کاهش هزینه ارتباطات و دسترسی مقرون به صرفه‌تر به دیتا می‌شود. منظور از نرخ مؤثر دیتا زمانی است که قیمت دیتا افزایش نمی‌یابد اما بهینه‌سازی مصرف دیتا باعث می‌شود رقم نهایی که مصرف‌کننده می‌پردازد کمتر از قیمت دیتا پیش از بهینه‌سازی باشد.



درصد پوشش جمعیتی بر اساس فناوری

حداقل دیتای مصرفی در روز

11,596 TIB

حداکثر دیتای مصرفی در روز (رکورد ترافیک روزانه دیتا)

17,092 TIB

فراگیری شبکه ارتباطی

کاهش هزینه مالکیت

در سال‌های اخیر، تقاضای جهانی برای ابزارهای هوشمند افزایش یافته، در حالی که عرضه آن‌ها به‌خصوص در ایران به دلیل وجود تحریم‌ها و افزایش نرخ ارز با مشکلاتی همراه بوده است. ایرانسل به‌نوبه خود برای بهبود این شرایط و همچنین حمایت از کسب‌وکارهای بومی، با شرکت‌های داخلی در زمینه تولید مودم، گوشی تلفن همراه و سیم‌کارت همکاری‌هایی را آغاز کرده است. در زمینه تولید مودم، ایرانسل با «شرکت اتصال صنعت میانه» و «شرکت خدمات مخابراتی ارگ جدید» همکاری می‌کند. در سال ۱۴۰۰، حدود ۴۰۰,۰۰۰ سفارش از این مودم‌ها توسط ایرانسل ثبت شد. پروژه بومی‌سازی مودم‌های Dual Mode که به‌طور همزمان باند فرکانسی TD و FD را پشتیبانی می‌کند نیز مورد استقبال مشتریان قرار گرفته است.

نام محصول	نوع مودم
FD-040 E1	فضای باز (پروژه اینترنت مدارس)
FD-i40 B1	داخلی
FD-i40 E1	داخلی
FD-i40 E2	داخلی
TF-i60 S1	داخلی

تا پایان سال ۱۴۰۰:

- تولید حدود ۵,۰۰۰ گوشی تلفن همراه داخلی با همکاری شرکت صنایع مخابرات صایران (صما)
- تولید بیش از ۹ میلیون سیم‌کارت با سیستم عامل بومی با همکاری شرکت صنایع قطعات الکترونیک شیراز (صقا)

مقرون به صرفگی

مقرون به صرفگی اینترنت با توجه به اهداف سازمان ملل و بر اساس سیستم امتیازدهی PIE^۱ ارزیابی می‌شود. برای پاسخگویی به این پرسش طراحی شده که بسته‌های دیتای اپراتورها به چه میزان با توان مالی کاربرها تطابق دارد. این سیستم امتیازدهی با تحلیل سه فاکتور درآمد خانوار، قیمت بسته دیتا و نسبت تقاضای دیتا به قیمت بسته‌ها (میزان حساسیت یا کشش پذیری)، به ارزیابی بسته‌های دیتا از منظر مقرون به صرفگی می‌پردازد.

بر اساس پژوهش‌های «اتحادیه بین‌المللی ارتباطات»^۲ و «اتحاد برای اینترنت مقرون به صرفه»^۳، هزینه بالای دسترسی به اینترنت در مقایسه با درآمد ماهانه، همچنان یکی از موانع اصلی استفاده از خدمات ارتباطات و فناوری اطلاعات در عرصه جهانی است. به همین دلیل است که «کمسیون پهنای باند برای توسعه پایدار سازمان ملل»^۴ در هدف‌گذاری ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۵ خود اعلام کرد، هزینه یک گیگابایت خدمات پهن باند تلفن همراه در کشورهای در حال توسعه نباید بیشتر از ۲ درصد سرانه درآمد ناخالص ملی به صورت ماهانه باشد. نسبت قیمت نرخ مؤثر یک گیگابایت داده پهن باند ایرانسل به سرانه درآمد ناخالص ملی، به صورت ماهانه در سال ۱۴۰۰ معادل ۰٫۰۴ درصد بوده که بیانگر مقرون به صرفگی دیتای ایرانسل است.

بسته خدمات

تقسیم‌بندی مشتریان به گروه‌های مختلف با ارزش‌های پیشنهادی متفاوت باعث کاهش هزینه ارتباط با آن‌ها می‌شود. همچنین رضایت کاربران جدید از هزینه‌های اینترنت و مکالمه را به دنبال دارد. در سال ۱۴۰۰ ایرانسل به منظور ارائه خدمات با دسترسی پذیری بیشتر در سطح جامعه، پروژه‌های فروش مختلفی را مانند «سیم‌کارت هدیه نابینایان» تعریف کرده است.



فراگیری شبکه ارتباطی

آموزش و سهولت در دسترسی

آموزش شبکه فروش

در سال ۱۴۰۰ شبکه فروش ایرانسل قریب به ۱۰ هزار نفر ساعت آموزش آنلاین داشته و در ۷۰ دوره آموزشی شرکت کردند.

پراکندگی کانال های فروش

ایرانسل در سال ۱۴۰۰ به طور مستقیم با حدود ۵۵ بانک و توزیع کننده، قرارداد فروش محصولات الکترونیک داشته و مشتریان می توانند از طریق POS، ATM، اپلیکیشن های مختلف، کدهای دستوری، وبسایت، تلفن گویا، کانال های ارتباطی ایرانسل و... شارژ و بسته های اینترنت ایرانسل را تهیه کنند. همچنین تعداد ۱۰ شرکت توزیع کننده حضوری نیز محصولات ایرانسل اعم از سیم کارت، مودم و کارت شارژ را در اقصی نقاط کشور به صورت موبیگرگی توزیع کرده و به فروش می رسانند. ایرانسل حدود ۵ میلیون نقطه فروش POS و ATM در سراسر کشور دارد.

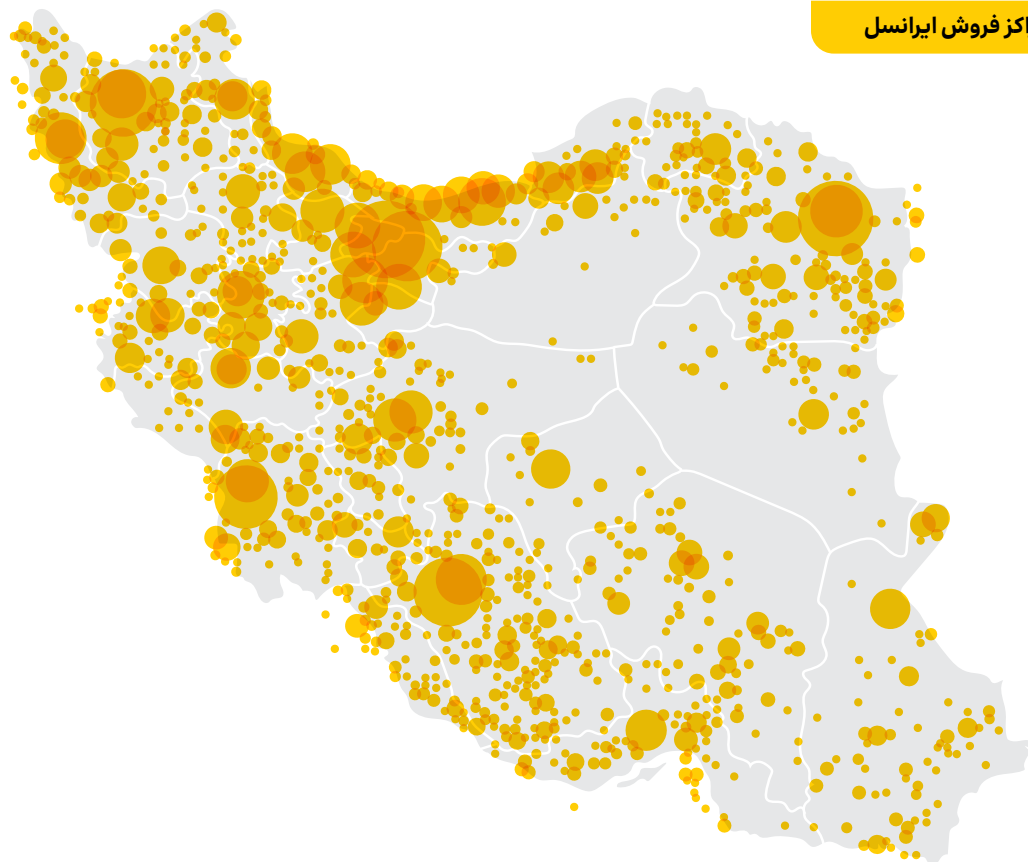
پروژه تحویل سریع محصولات

ایرانسل برای حفظ سلامت هموطنان در دوره کرونا به عنوان یک وظیفه اجتماعی، پروژه تحویل سریع محصولات را در شهرهای بزرگ راه اندازی کرد. در سال ۱۴۰۰ بیش از ۱۰۰،۰۰۰ محصول و خدمات با این روش به مشترکان ایرانسل ارائه شد.

کانترهای معرفی و فروش محصولات ایرانسل

ایرانسل برای ایجاد سهولت در دسترسی به محصولات و خدمات شرکت و همچنین افزایش رضایتمندی مشتریان، در ابتدای هر فصل کانترهای فروش را در مکان های پرتردد مستقر می کند. در سال ۱۴۰۰ به طور میانگین در هر ماه تعداد ۵۵ کانتر معرفی و فروش محصولات ایرانسل در سراسر کشور فعال بوده اند.

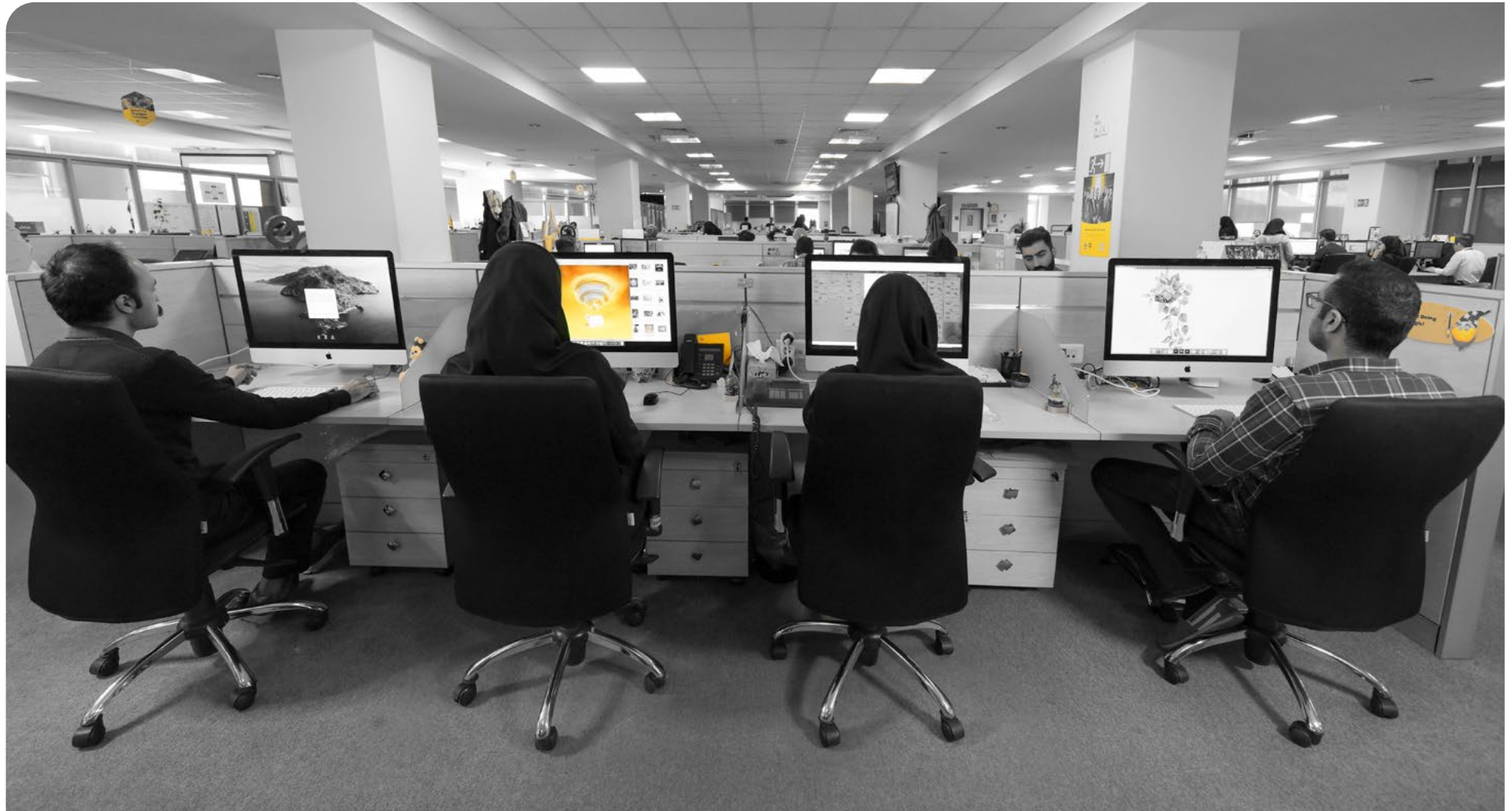
نقشه پراکندگی مراکز فروش ایرانسل



استان	تعداد	مراکز فروش
تهران (۷)، آذربایجان شرقی (۲)، اصفهان، فارس، خراسان رضوی و مازندران	۱۳	فروشگاه و مرکز خدمات ایرانسل
تمام استان های کشور	۵۴۵	مراکز ارتباط با ایرانسل
تمام استان های کشور	۱۱،۱۵۸	نمایندگان فروش

سرمایه انسانی و محیط کار

با شروع همه‌گیری کرونا در ایران، عواقب اقتصادی- اجتماعی آن بر بیشتر کسب‌وکارها، منجر به تحول ناگزیر در محصولات و خدمات و حتی تغییر روش انجام کارها برای حفظ حداقل پایداری ممکن در این شرایط زمانی شد. مجموعه این تحولات منجر به ارائه مدل جدید «ارزش‌های پیشنهادی به کارکنان»^۱ در سال ۱۴۰۰ هماهنگ با گروه ام‌تی‌ان و هم‌سو با استراتژی ایرانسل شد که بیانگر تعهدات سازمان در قبال زمان و مهارت کارکنان است.



رشد هدفمند

یادگیری برای آینده

برنامه توسعه فردی کارکنان و آموزش آنلاین

ایرانسل به منظور توانمندسازی کارکنان در مسیر دستیابی به اهداف شغلی و سازمانی، به صورت مدون و در چرخه‌ای سالانه برنامه‌های توسعه فردی را طراحی و اجرا می‌کند. در سال ۱۴۰۰، بیش از ۷۵ هزار ساعت آموزش در دسته‌بندی آموزش‌های توسعه‌ای و همچنین مهارت‌های نرم برای کارمندان مهیا شد که طی آن، نزدیک به ۳,۵۰۰ نفر در حدود ۲۶۰ عنوان دوره مختلف، آموزش‌های لازم را دریافت کردند. علاوه بر برنامه توسعه فردی، بیش از ۱۴ هزار عنوان دوره دیجیتال در پلتفرم آموزش آنلاین ایرانسل در اختیار کارکنان قرار داده شد. در سال ۱۴۰۰ حدود ۷۱ هزار نفر ساعت یادگیری از طریق پلتفرم‌های آموزش آنلاین داخلی ایرانسل صورت گرفت.

- رشد ۳۶ درصدی دوره آموزشی با بیش از ۱۴۷,۰۰۰ ساعت آموزش
- رشد ۴۵ درصدی سرمایه‌گذاری آموزشی برای کارکنان سازمان

برنامه مدرس درخشان^۱

برنامه مدرس درخشان بر مبنای روش Peer to Peer Learning در سال ۱۴۰۰ اجرایی شد. در این برنامه از کارکنانی که دانش و تخصص خاصی داشتند، دعوت شد به عنوان مدرس، یادگیری کارکنان دیگر را تسهیل کنند.

حس مالکیت کسب‌وکار

کارتو

براساس ارزش‌های پیشنهادی به کارکنان و برای ایجاد حس مالکیت کسب‌وکار، رویداد کارتو به عنوان رویداد نوآوری، با رویکردی مشابه Startup Weekend، با هدف شکوفایی ایده‌های خلاقانه و مهارت‌های منحصر به فرد برای ایرانی‌هایی که در رؤیای ایجاد

- جابه‌جایی افقی ۱۰ درصدی کارکنان در مشاغل و رشد ۰,۲ درصدی آن نسبت به سال قبل

تعیین مدل شایستگی مشاغل

شایستگی‌های مشاغل ایرانسل با کمک منابع انسانی و همچنین نظرات مدیران ارشد، شناسایی و از آن‌ها به عنوان اطلاعات ورودی برای اجرای فرایندهای مرتبط با سرمایه‌های انسانی استفاده می‌شود.



انعطاف‌پذیری کارراهه شغلی

اطلاع‌رسانی داخلی موقعیت‌های شغلی

انعطاف‌پذیری کارراهه شغلی کارکنان به عنوان راهکار رشد هدفمند کارکنان، یکی از ارکان اصلی ارزش‌های پیشنهادی به کارکنان است. برای این منظور ایرانسل از پلتفرم دیجیتالی فرایند جذب سازمانی به عنوان ابزاری برای اعلام موقعیت‌های شغلی به کارکنان استفاده می‌کند.

اولویت‌دهی به جابجایی و رشد افقی و عمودی کارکنان

اولویت جذب از داخل سازمان برای موقعیت‌های شغلی، ارتقای سرمایه انسانی، امکان جابه‌جایی و انتقال کارکنان و امکان تغییر در نوع قرارداد، نمایانگر یکی دیگر از مؤلفه‌های رشد هدفمند و انعطاف‌پذیری کارراهه شغلی است.

- ارتقای سطح شغلی ۷,۵ درصد از کارکنان شرکت و رشد ۲,۵ درصدی آن نسبت به سال قبل
- سهم ۵۱ درصدی ارتقا به مشاغل مدیریتی از کل ارتقاها صورت گرفته در سال

پایداری

پایداری موقعیت‌های شغلی

در سال ۱۴۰۰، حدود ۲,۳۰۰ نفر در ۹ دفتر ایرانسل مشغول به فعالیت بوده‌اند. ثبات ۷۴ درصد از عناوین شغلی شرکت، بدون تغییر در شرح شغل و حیطه وظایف، رشد ۶ درصدی عناوین شغلی نسبت به سال گذشته در کنار میانگین طول حضور ۸,۴ ساله کارکنان در ایرانسل، نشان از تعهد ایرانسل به ارزش رشد هدفمند و پایداری موقعیت‌های شغلی است. همچنین شرح شغل ۲۰ درصد از مشاغل سازمان به‌روزرسانی شد.

- متوسط سن کارکنان در پایان سال ۱۴۰۰: ۳۶ سال
- درصد کارکنان با تحصیلات دانشگاهی (مدرک لیسانس و بالاتر) در پایان سال ۱۴۰۰: ۸۶ درصد

محل کار دیجیتال

در سال ۱۴۰۰ با همه‌گیری کرونا، بسیاری از سرویس‌های سازمانی در بستر فرایندها یا برنامه‌های کاربردی دیجیتالی به کارکنان ارائه شد تا ضمن تداوم کسب‌وکار ایرانسل در دوران دورکاری حداکثری، کارکنان بتوانند به توسعه فردی خود ادامه دهند.

مدیریت کار در دوران کرونا

مجموعه اقدامات مؤثر صورت گرفته در تمامی ابعاد با راهبری «کمیته بحران» برای مدیریت، تداوم و رشد کسب‌وکار در دوران کرونا منجر به کسب تقدیرنامه «مدیریت کار در دوران کرونا» از پنجمین ارزیابی ملی تحول دیجیتال شد.

- تعداد کل کارکنان مبتلا: ۹۷۱
- تعداد فوت بر اثر ابتلا به کرونا: ۴

مهم‌ترین اقدامات برای مقابله با کرونا در داخل سازمان

- فراهم‌آوردن امکان واکسیناسیون کرونا در محل شرکت برای کارکنان
- برگزاری مستمر جلسات کمیته بحران کرونا
- فراهم‌آوردن زیرساخت مناسب برای انجام دورکاری حداکثری
- تهیه وسایل بهداشتی مورد نیاز کارکنان مانند ماسک و الکل
- رعایت فاصله فیزیکی در استقرار نفرات
- محدودکردن برگزاری جلسات و همایش‌ها
- استقرار کادر پزشکی در دوران اوج کرونا
- راه‌اندازی خط ویژه مشاوره و گزارش کرونا
- تسهیل مرخصی استعلاجی کارکنان مبتلا



شکوفایی در محیطی مثبت

برنامه مشارکت‌کنندگان برتر^۱

برنامه «مشارکت‌کنندگان برتر» با هدف بررسی استعدادها در سازمان اجرا شده است. کارمندان منتخب علاوه بر عملکرد قابل قبول، مشارکت فعالانه‌ای نیز در مسیر تحقق اهداف سازمان داشته‌اند. مشارکت‌کنندگان برتر ۵ تا ۷ درصد جمعیت هر بخش را شامل شدند که ابتدا توسط مدیران مستقیم و سپس از طریق جلسه هم‌فکری با حضور مدیران لایه‌های بالاتر و معاون بخش انتخاب شدند.

برنامه نقش‌آفرینان طلایی

نقش‌آفرینان طلایی ایرانسل، براساس نمرات ارزیابی عملکرد سالانه انتخاب شده، طی اطلاع‌رسانی‌هایی معرفی و هدایایی نیز برای هر کدام در نظر گرفته می‌شود. همچنین جوایز ویژه‌ای به همکارانی که دو سال متوالی (نقش‌آفرینان پلاتینیوم) و سه سال متوالی (نقش‌آفرینان الماس) بهترین عملکرد را داشته‌اند، اختصاص داده می‌شود.

برنامه قدردانی از کارمند نمونه

فرایند انتخاب برترین کارمندان در چند حوزه (همیار، رهیار، دانشیار و نیک‌یار) صورت می‌گیرد. معرفی کارمند نمونه توسط سایر همکاران در هر ماه براساس دستاوردهای همان ماه انجام می‌شود و پس از داوری، از کارمندان نمونه در هر حوزه و کارمندانی که همکاران خود را معرفی کرده‌اند، قدردانی می‌شود. همچنین کارمند نمونه فصلی و سالانه نیز از میان کارمندان نمونه ماهانه معرفی می‌شوند.

انعطاف در محل انجام کار

نیاز برای اجرای دورکاری و مدل کار هیبریدی برای سطوح و مشاغل مختلف سازمان در سال ۱۴۰۰ و تجهیز کارکنان به کلیه وسایل مورد

اجرای دورکاری حداکثری و مدل کار هیبریدی برای سطوح و مشاغل مختلف سازمان در سال ۱۴۰۰ و تجهیز کارکنان به کلیه وسایل مورد



فراگیری و گوناگونی

ویژگی‌های جمعیت شناختی

همواره یکی از رویکردهای استراتژیک ایرانسل، توانمندسازی زنان و جوانان در مسیر پایداری سرمایه انسانی و کسب‌وکار بوده است. در پایان سال ۱۴۰۰، با رشد ۲ درصدی، حدود ۱۲ درصد از کارکنان ایرانسل را متولدین دهه هفتاد تشکیل می‌دادند. در این سال، جوان‌ترین ایرانسلی با ۲۱ سال سن در واحد ارتباط با مشتریان مشغول به کار بوده است. مشارکت زنان در ترکیب کارکنان ایرانسل همانند سال گذشته ۳۴ درصد بوده است که نشانگر ثبات و تداوم

شنیدن صدای همکاران

از آنجا که فراگیری و گوناگونی، لازمه شکوفایی در محیطی مثبت است، تیم منابع انسانی ایرانسل تلاش کرده طی برنامه‌هایی به صورت مداوم با همکاران نشست‌هایی را برگزار کند و اقدامات اصلاحی و پروژه‌های بهبود متنوعی را بر اساس پیشنهادات و انتقادات کارکنان تعریف کند. پیرو این طرح، گردهمایی‌های هیبریدی (آنلاین و حضوری) تحت عنوان گفت‌وگو با منابع انسانی در تمامی بخش‌ها برگزار شد.

اقدام دیگر در خصوص شنیدن صدای افراد، اجرای نظرسنجی پالس سازمانی است که از سال ۱۴۰۰ در ایرانسل به صورت منظم هر دو ماه یک‌بار برگزار شده و در مورد ابعاد مختلف فرهنگ سازمانی و احساس و نظر کارکنان، پرسش‌های کوتاهی را مطرح می‌کند. در پایان سال ۱۴۰۰، متوسط نمرات رضایت‌مندی کارکنان از وضعیت «تنوع و گوناگونی سازمانی» ۷۵ درصد و در «توجه تیم رهبری و مدیران سازمان به مسائل مرتبط با رفاه کارکنان» ۷۲ درصد بوده است.

همچنین در نظرسنجی ارزیابی فرهنگی سالانه ایرانسل موسوم به «ارزیابی فرهنگی گروه ۲۰۲۱» که به صورت هماهنگ با گروه ام‌تی‌ان صورت پذیرفت، بیش از ۹۰ درصد کارکنان مشارکت داشته‌اند که نتایج حاکی از رضایت ۸۰ درصدی کارکنان در بُعد تنوع و گوناگونی و رضایت ۷۵ درصدی ایشان در بُعد مرتبط با رفاه از وضعیت کنونی سازمان است.

رویکرد ایرانسل در فراهم‌آوردن زمینه مشارکت و توانمندسازی زنان در عرصه کسب‌وکار خود است.

شایستگی، تنها مبنای ایرانسل در رویه‌های مدیریت سرمایه انسانی همانند جذب، نحوه تعیین حقوق، چگونگی تخصیص فرصت‌های آموزشی و امکان توسعه شغلی است. در عین حال جذب نیروهای بومی سراسر کشور خصوصاً در دفاتر منطقه‌ای از اولویت‌های ایرانسل با هدف فراگیری و گوناگونی و استفاده از برترین استعدادها این مرز و بوم است.

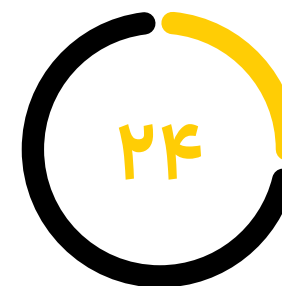
درصد سهم زنان از کل ارتقا به مشاغل مدیریتی



درصد سهم زنان از مدیران ارشد سازمان



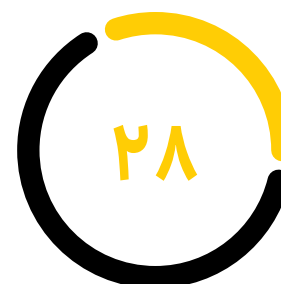
درصد مشارکت زنان در مشاغل مدیریتی و بالاتر



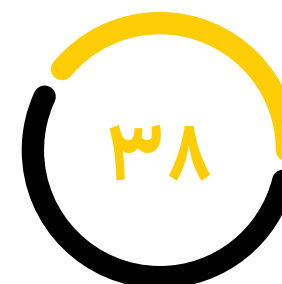
درصد حضور زنان در واحدهای توسعه محصول و خدمات



درصد مشارکت در واحدهای فناوری



درصد مشارکت زنان در گروه کارشناسان متخصص سازمان



۴۳%

سهم زنان از استخدام در سال ۱۴۰۰

ارتباط برای توسعه

نتایج در راستای اهداف

بخش بندی اهداف

مدل خردکردن اهداف کلان در سازمان و با توجه به توافقنامه عملکرد هر فرد، پس از بررسی دقیق و تعیین نقاط قابل بهبود در نتایج نظرسنجی «ارزیابی فرهنگی گروه»، انجام و مجموعه‌ای از اقدامات برای بهبود نتایج و خلق تجربه بهتر برای کارکنان، تعریف و پیشرفت اجرای آن‌ها به صورت منظم پیش می‌شود. این مدل کاری منجر به تضمین تحقق اهداف کلان سازمان می‌شود.

اجرای مدل Check-in

مدل‌های جدید عملکردی همواره پیشنهاد می‌دهند تا به جای استفاده از بازخورد، داده‌های گذشته نگر و نقاط ضعف، بر پیش‌خورد و تأکید بر نقاط قوت تمرکز شود. فرایند گفت‌وگوی مستقیم بین مدیر و کارمند (Check-in) در ایرانسل، برای شناسایی شفاف انتظارات، ارائه پیش‌خورد مؤثر و راهکارهای توسعه فردی معرفی شد.



مدیر در نقش مربی

دوره آموزشی مدیر در نقش مربی

در مسیر سرمایه‌گذاری روی شایستگی‌های رهبری و همچنین رویکرد «مدیر در نقش مربی» با شاخص‌های زیر در قالب ۴۰ ساعت کارگاه آموزشی برای مدیران ایرانسل برگزار شد:

- بهبود توانایی‌هایی از جمله گوش دادن فعال
- تصمیم‌گیری صحیح
- انجام تمرین عملی برای پارادایم شیفت
- تغییر در مدل ذهنی
- بهبود عملکرد فردی و سازمانی

سرمایه‌گذاری روی شایستگی‌های رهبری

برنامه‌های توسعه رهبری

- برنامه توسعه رهبری^۱

برنامه توسعه و بهبود رهبری از طریق ارزیابی ۳۶۰ درجه، شایستگی‌های رهبری مدیران و همچنین نقاط قابل بهبود آن‌ها شناسایی شده و پس از تحلیل گزارش‌ها، دوره‌های آموزشی طراحی و برنامه‌ریزی می‌شوند. پس از برگزاری دوره‌های مذکور میزان اثربخشی آن‌ها سنجیده و نتایج آن در ارزیابی بعدی مجدداً بررسی می‌شود.

• برنامه توسعه جانشین‌ها^۲

برنامه شناسایی جانشین‌های مناسب برای موقعیت‌های شغلی حیاتی در سازمان، برای به حداقل رساندن ریسک‌های فنی و مدیریتی در سطح مدیران ارشد و بالاتر اجرا می‌شود. در این برنامه ابتدا حداقل دو نفر زیرمجموعه و یا خارج از مجموعه تحت سرپرستی به عنوان جانشین، توسط متصدی شغل معرفی می‌شوند. پس از مشخص

شدن زمان تقریبی آمادگی مورد انتظار برای تصدی شغل مربوطه، نقاط قابل بهبود شناسایی می‌شوند و برنامه‌ریزی‌های لازم برای توسعه فردی توسط بخش منابع انسانی صورت می‌گیرد.

خدمات کوچینگ^۳ سازمانی

امکان استفاده از خدمات کوچینگ سازمانی به منظور تسهیل دسترسی به مهارت‌های توسعه رهبری برای مدیران ایرانسل فراهم شد. در این برنامه مدیران می‌توانند کوچ مورد نظر خود را از میان گروهی از کوچ‌های بین‌المللی داخل سازمانی یا خارج سازمان انتخاب کنند.

عملکرد چابک

توسعه ارزش‌های سازمانی

«مشتری‌مداری» و «چابکی» در کنار ارزش‌هایی همانند «رهبری»، «نوآوری»، «ارتباطات»، «درستی» و «من می‌توانم» فرصت‌های بسیاری را برای تحول دیجیتال و مهیا کردن زیرساخت‌های توسعه‌ای سازمان فراهم می‌آورد. شاخص‌های رفتاری ارزش «چابکی» به شرح زیر است:

- اقدام فوری برای کاهش چالش‌ها و استفاده از فرصت‌های موجود در داخل و خارج سازمان
- تسریع فرایندهای تصمیم‌گیری شخصی و سازمانی
- آمادگی برای پاسخگویی به تغییرات در آینده و نیازهای در حال تغییر زیست‌بوم کسب‌وکار
- حذف مراحل اضافی از فرایندهای سازمانی
- الزام به رعایت مهلت‌ها و سررسیدهای زمانی



احداث مدرسه ایرانسل در سیمین شهر استان گلستان

دبیرستان پسرانه ایرانسل واقع در سیمین شهر شهرستان گمیشان در استان گلستان، دارای ۶ کلاس درس، کتابخانه، آزمایشگاه، امکانات چندرسانه‌ای و سایر امکانات آموزشی و پژوهشی، در زمینی به مساحت ۲,۵۰۰ متر مربع و با زیربنای ۱,۵۰۰ مترمربع ساختمان آموزشی است. این مدرسه در پایان سال ۱۴۰۰ بیش از ۲۰۰ دانش‌آموز مقطع متوسطه اول را پذیرفته است.



احداث مدارس پسرانه و دخترانه اینترنت و ارتباطات

این دو مدرسه در روستای پشتکوه، شهرستان خاش، استان سیستان و بلوچستان واقع شده‌اند. هر یک از این مدارس دارای سه کلاس و مجهز به امکانات آموزشی، بهداشتی و ورزشی هستند. با احداث این مدارس، ظرفیت آموزشی برای ۱۳۰ دانش‌آموز دختر و پسر در این روستا و روستاهای هم‌جوار در مقاطع اول و دوم متوسطه فراهم شده است.



احداث زمین ورزشی

ایرانسل همزمان با افتتاح پروژه‌های ارتباطی در ۱۴۱ روستای استان هرمزگان، پنج زمین ورزشی چمن مصنوعی در روستاهای بشاگرد و حاجی‌آباد و یک زمین چمن در روستای قلعه‌کنگ شهرستان زهک احداث کرد. همچنین با سرمایه‌گذاری در پروژه ناتمام ساخت زمین ورزشی در محل دانشگاه آزاد دهدشت، زمینه برگزاری مسابقات ورزشی را فراهم کرد.

پروژه‌های CSI

پروژه اتصال مدارس روستایی کشور به شبکه اینترنت

پروژه نصب مودم‌های مدارس روستایی با وجود مشکلاتی همچون فواصل دور روستاها و نبود برق در روستاها، از سال ۱۳۹۹ در دو بخش آغاز شد:

- تأمین مودم فضای باز^۱
- عملیات نصب و راه‌اندازی مودم و اتصال به شبکه اینترنت

فاز اول این پروژه در ۱,۵۲۱ مدرسه در استان‌های آذربایجان شرقی، زنجان، فارس، گیلان و مازندران، ۱,۵۶۰ مدرسه در استان‌های اردبیل، تهران و حومه، خراسان رضوی، خوزستان و سمنان و ۳,۴۵۲ مدرسه در استان‌های اصفهان، خراسان شمالی، کرمانشاه، گلستان، خراسان رضوی و خوزستان اجرا شد. در ادامه با اجرای فازهای دوم، سوم و چهارم پروژه تا پایان سال ۱۴۰۰ تعداد ۷,۲۰۸ مدرسه دیگر به اینترنت مجهز و ۳۰ گیگابایت اینترنت ماهانه برای این مدارس به مدت دو سال فعال شد.

تعداد مدارس مجهز شده

فازهای پروژه

۶,۵۳۳	۱
۱,۷۵۷	۲
۲,۳۴۵	۳
۳,۱۰۶	۴
۱۳,۷۴۱	مجموع

روستای تاریخی «شهرل» تحت پوشش اینترنت 3G و 4G ایرانسل

روستای شهرل واقع در شهرستان شبستر در شمال غربی تبریز به دلیل وجود کلیسای تاریخی هوهانس مقدس (از کلیساهای ارامنه) یکی از روستاهای مهم تاریخی و گردشگری ایران است. این روستا با ۴۸ خانوار و ۱۶۵ نفر جمعیت، در برنامه ششم توسعه و با حمایت وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات از محل بودجه USO، توسط ایرانسل تحت پوشش شبکه 3G و 4G قرار گرفت و سیم‌کارت رایگان با بسته دیتای هدیه در این روستا توزیع شد.



حمایت از رویداد «فرد دارای معلولیت؛ فرصت‌های برابر»

ایرانسل با هدف تلاش برای فراگیری و دسترسی‌پذیری خدمات دیجیتال، از برگزاری رویداد «فرد دارای معلولیت؛ فرصت‌های برابر» حمایت کرد. این رویداد در ادامه پروژه‌های سرمایه‌گذاری اجتماعی، توسط مؤسسه نیکوکاری رعد، هم‌زمان با روز جهانی افراد دارای معلولیت برگزار شد. در این رویداد، در کنار آشنایی بیشتر با چهره‌های سرشناس دارای معلولیت، مانند قهرمانان پارالمپیک، هنرمندان، ورزشکاران و ...، درک بهتر از مناسب‌سازی فرهنگی، با حضور مدیران، کارشناسان و فعالان این حوزه پیگیری شد.

هدیه ایرانسل به مناسبت روز جهانی ناشنوایان

به مناسبت روز و هفته جهانی ناشنوایان، بسته اینترنت هدیه ۱۰ گیگابایتی یک ماهه ایرانسل، برای حدود ۸,۰۰۰ نفر از مشترکان ناشنوا و کم‌شنوا فعال شد. ایرانسل، ۹ مهر ماه ۱۳۹۹، هم‌زمان با روز جهانی ناشنوایان، برای نخستین بار در ایران این امکان را فراهم کرده بود تا مشترکان ناشنوا و کم‌شنوا بتوانند از طریق ارتباط ویدئویی با کارشناسان مرکز ارتباط با مشتریان، با استفاده از «زبان اشاره»، پشتیبانی لازم را دریافت کنند.

اقدامات در حوزه بهداشت و درمان

همکاری با سفارت آفریقای جنوبی در تأمین تجهیزات بهداشتی برای کودکان موسسه خیریه کهریزک



توزیع ۶۰ کپسول اکسیژن به مراکز درمانی استان‌های مازندران و گیلان

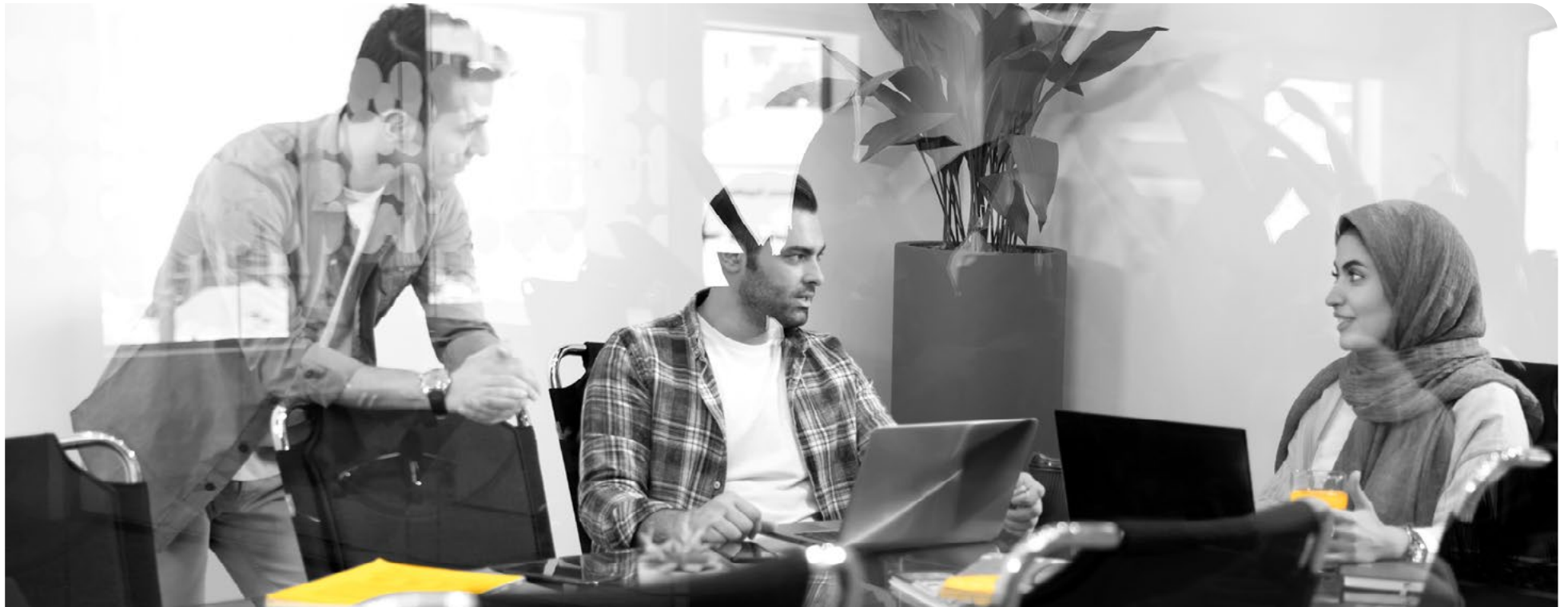


همکاری با سازمان های مردم نهاد

سازمان های مردم نهادی که تاکنون با آنها همکاری داشته ایم



ایرانسل در تعریف هر پروژه سرمایه‌گذاری اجتماعی، اخذ مشاوره تخصصی از سازمان‌های مرتبط با موضوع پروژه را امری بدیهی و ضروری می‌داند تا اثرات مثبت پروژه شناسایی و تقویت شده و از اثرات منفی و آسیب‌های آن پیشگیری شود. سمن‌ها نمایندگان جامعه مدنی هستند و می‌توانند واسطه بین بنگاه‌های اقتصادی و عموم مردم باشند. در مرحله انتخاب یک سازمان مردم‌نهاد برای همکاری در پروژه‌ای خاص، علاوه بر توان تخصصی آن مجموعه، خوشنامی، صورت‌های مالی شفاف، کیفیت سازماندهی، سوابق و... نیز ارزیابی می‌شود.



محيط زيست



انرژی و تغییرات اقلیمی

تعاریف اولیه

محدوده ^۱	محدوده ^۲	محدوده ^۳	جبران کربن ^۲
این محدوده شامل انتشار مستقیم گازهای گلخانه‌ای از منابع تحت کنترل می‌شود؛ مانند مصرف مستقیم سوخت بنزین یا گازوئیل.	این محدوده شامل انتشار غیرمستقیم گازهای گلخانه‌ای از منابع انرژی‌ای می‌شود که خریداری شده است؛ مانند مصرف انرژی برق.	این محدوده شامل انتشار گازهای گلخانه‌ای (مواردی که در محدوده ^۲ لحاظ نشده) می‌شود که در کل زنجیره تأمین شرکت وجود دارد.	شامل مجموعه فعالیت‌هایی است که انتشار دی‌اکسید کربن ^۳ و سایر گازهای گلخانه‌ای را جبران می‌کند؛ مانند پروژه‌های انرژی تجدیدپذیر.

«معادل دی‌اکسید کربن»^۴ یا CO₂e یک واحد استاندارد برای اندازه‌گیری ردپای کربن است. در این روش محاسبه تأثیر هر یک از گازهای گلخانه‌ای مختلف (دی‌اکسید کربن، متان^۵ و دی‌نیتروژن مونوکسید^۶) بر حسب مقدار CO₂ بیان می‌شود به طوری که همان میزان تأثیر زیست‌محیطی را منعکس کند. به این ترتیب، ردپای کربن متشکل از تعداد زیادی گازهای گلخانه‌ای مختلف را می‌توان به صورت یک عدد بیان کرد. با استفاده از فرضیات زیر، محاسبات ردپای کربن یا انتشار گازهای گلخانه‌ای به صورت میزان «معادل دی‌اکسید کربن» انتشار یافته یا CO₂e، انجام شده است.

پیش فرض ۱	در ایران راندمان متوسط نیروگاه‌های گازی ۳۲ درصد و متوسط نیروگاه‌های سیکل ترکیبی حدود ۴۵ درصد است. ^۷
پیش فرض ۲	تلفات خطوط انتقال و توزیع برق حدود ۲۰ درصد تخمین زده می‌شود؛ این رقم برای فواصل طولانی انتقال برق و استان‌های دارای فناوری‌های قدیمی‌تر یا شرایط اقلیمی سخت‌تر (مانند خوزستان) تا ۳۰ درصد نیز قابل تصور است. اما برای مناطقی که فاصله نیروگاه تا محل مصرف کمتر است می‌تواند ۱۰ درصد نیز فرض شود.
فرض ۱	راندمان متوسط نیروگاهی حدود ۳۸ درصد است.
فرض ۲	تلفات خطوط انتقال و توزیع ۱۵ درصد است.
فرض ۳	شبکه نیروگاهی، یکپارچه است.
فرض ۴	۹۰ درصد انرژی مصرفی نیروگاه‌ها، گاز طبیعی و ۱۰ درصد آن ترکیبی از گازوئیل و مازوت است.
نتیجه ^۱	به ازای تحویل هر کیلووات ساعت برق به مصرف‌کننده، ۲۹ مترمکعب گاز طبیعی و ۰٫۳ لیتر گازوئیل و مازوت می‌سوزد.
نتیجه ^۲	برای تحویل هر کیلووات ساعت برق به مصرف‌کننده، ۳۱ کیلووات ساعت (معادل ۱۱٫۲ مگاژول) انرژی در نیروگاه‌ها صرف می‌شود.
نتیجه ^۳	سبد سوخت نیروگاهی منجر به انتشارات ۰٫۶۵ کیلوگرم دی‌اکسید کربن به ازای هر کیلووات ساعت برق مصرفی می‌شود.

ایرانسل هم‌سو با گروه ام‌تی‌ان در تلاش است با ایجاد تعادل در انتشار گازهای گلخانه‌ای و جبران آن، سهم خود را در مقابله با تغییرات اقلیمی ایفا کند. اولین قدم برای این هدف، شفاف‌سازی «ردپای کربن» و اعلان رسمی میزان انتشار گازهای گلخانه‌ای به صورت «میزان معادل دی‌اکسید کربن انتشار یافته» است. ایرانسل برای اولین بار در ایران، از سال ۱۳۹۹، میزان انتشار گازهای گلخانه‌ای متأثر از فعالیت‌های خود در سراسر کشور را محاسبه کرده و در گزارش پایداری بازتاب داده است. از سوی دیگر، رویکرد ایرانسل برای کاهش اثرات مخرب زیست‌محیطی به افزایش بازدهی، بازاستفاده از تجهیزات و قطعات زیرساختی و نهایتاً سرمایه‌گذاری در منابع انرژی تجدیدپذیر معطوف می‌شود.

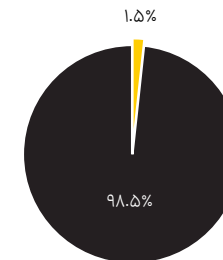
ایرانسل همواره از طریق پروژه‌ها، طرح‌ها و برنامه‌های مسئولیت‌پذیری زیست‌محیطی، تعهد خود به حفاظت از منابع طبیعی و مدیریت برای پیشگیری از آسیب به محیط زیست را نشان داده است. دغدغه و تعهد ایرانسل به این مهم در موارد زیر نمود دارد:

- استفاده بهینه از منابع طبیعی و انرژی
- کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای
- کاهش تولید انواع پسماند صنعتی و اداری
- نظارت و گزارش دهی عملکرد زیست‌محیطی
- آگاهی بخشی اجتماعی درباره مسائل زیست‌محیطی

انرژی و تغییرات اقلیمی

ارائه نتایج انتشار گازهای گلخانه‌ای

مصرف برق در سایت‌های BTS، ۷۸٫۷ درصد از کل انتشار گازهای گلخانه‌ای ایرانسل را تشکیل می‌دهد. بعد از آن مصرف برق در مراکز داده و سایت‌های سویچ است که با سهم ۱۵٫۸ درصدی از کل انتشار انرژی، گلخانه‌ای، رتبه دوم را دارد. از آن جایی که این دو حوزه مصرفی شامل می‌شوند، ما می‌کوشیم با به‌کارگیری تکنولوژی‌های جدید در این حوزه مصرف انرژی و تولید کربن را در سطح کلان کاهش دهیم.

ردپای کربن در هر محدوده (% tCO₂e) در سال ۱۴۰۰

■ محدوده ۱: ۶,۴۴۱ تن کربن
■ محدوده ۲: ۴۲۶,۸۸۲ تن کربن



مجموع انتشار گازهای گلخانه‌ای در محدوده ۱ و ۲

۴۳۳,۳۲۳ تن کربن

ردپای کربن ۱۴۰۰

سهم تولید کربن هر عنوان در محدوده خود (درصد)	میزان انتشار گازهای گلخانه‌ای - tCO ₂ e	زیرمجموعه‌های محدوده ۱
۲٫۵	۱۵۸	مصرف بنزین وسایل نقلیه
۸٫۲	۵۳۱	مصرف سوخت گازوئیل در سایت‌های BTS
۱٫۶	۱۰۵	مصرف سوخت گازوئیل در ساختمان‌ها
۱۴٫۶	۹۴۱	مصرف سوخت گازوئیل در مراکز داده و سایت‌های سویچ
۵۴٫۵	۳,۵۰۸	مصرف گاز طبیعی
۱۸٫۶	۱,۱۹۹	گاز مُبرد

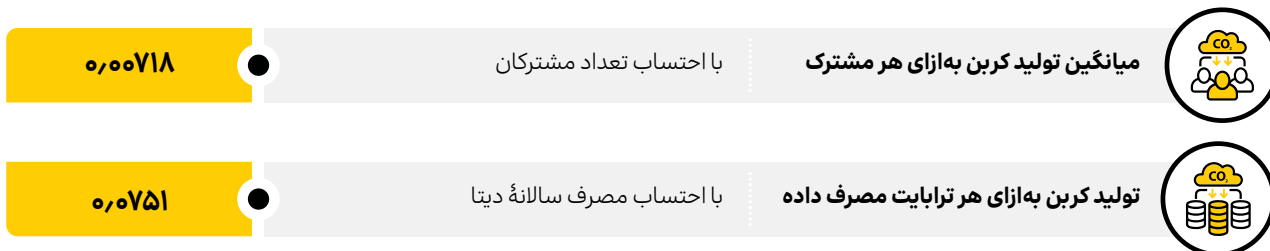
سهم تولید کربن هر عنوان در محدوده خود (درصد)	میزان انتشار گازهای گلخانه‌ای - tCO ₂ e	زیرمجموعه‌های محدوده ۲
۷۹٫۹	۳۴۱,۲۱۶	مصرف برق در سایت‌های BTS
۴	۱۷,۱۳۳	مصرف برق در ساختمان‌ها
۱۶٫۱	۶۸,۵۳۳	مصرف برق در مراکز داده و سایت‌های سویچ

تعداد	تعداد	طبقه‌بندی
۱۶,۰۷۴	۲۱,۲۶	سایت‌های BTS
۵۹	۱,۱۷۷,۵۲	مراکز داده و سایت‌های سویچ
۳۸	۴۵۳,۶۳	ساختمان‌ها

انرژی و تغییرات اقلیمی

تحلیل انتشار گازهای گلخانه‌ای

بیشترین مقدار تولید کربن از مصرف انرژی ایرانسل برای مصرف برق ۹۸٫۵ درصد و بعد از آن گاز طبیعی ۰٫۸ درصد و سپس گازوئیل ۰٫۴ درصد است. این منابع در سایت‌های مخابراتی، ساختمان‌ها و مراکز داده استفاده می‌شوند.



وضعیت مصرف انرژی ایرانسل

نرخ افزایش	سال ۱۳۹۹	سال ۱۴۰۰	انرژی مصرفی در کل محدوده‌ها
۵%	۲,۳۴۳,۶۵۶,۳۷	۲,۴۶۱,۱۸۱,۰۶	انرژی با واحد GJ

بررسی وضعیت عملکرد ایرانسل در زمینه انتشار کربن و اثر زیست محیطی: مقایسه سال ۱۴۰۰ و ۱۳۹۹

اقدامات ایرانسل برای کاهش مصرف انرژی

- استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر (تأمین انرژی ۶ سایت فعال با انرژی خورشیدی)
- سیستم‌های هوشمند مصرف انرژی مبتنی بر میزان ترافیک
- بازگردانی باتری‌ها در اواخر عمر به مدار
- به اشتراک‌گذاری ظرفیت شبکه با دیگر اپراتورها
- کاهش تعداد خنک‌کننده‌ها به واسطه تغییر تکنولوژی از 2G تا 5G

میزان کاهش / افزایش	وضعیت عملکرد	شاخص
↓ ۲%	خوب	میانگین تولید کربن هر سایت BTS
↓ ۱٫۵%	خوب	میانگین تولید کربن به ازای هر مشترک
↓ ۲۱٫۵%	عالی	تولید کربن بر اساس حجم مصرف سالانه دیتا
↑ ۵٫۸%	متعادل	خالص تولید کربن
↑ ۳٫۳%	متعادل	میانگین تولید کربن هر ساختمان اداری
↑ ۸٫۴%	بهبودپذیر	میانگین تولید کربن هر مرکز داده و سایت سویچ

مدیریت اثرات زیست محیطی

رشد و کامیابی کسب و کارها نباید با هزینه‌هایی جبران‌ناپذیر برای آینده زمین همراه شود. ایرانسل همواره بر کاهش اثرات منفی فعالیت‌ها و در نظر گرفتن ملاحظات پایداری زیست محیطی در عملیات هرروزه و مدیریت کسب و کار خود تلاش می‌کند. با توجه به اینکه بزرگترین اثر زیست محیطی ما، در مصرف انرژی است، در نظر داریم راه‌های مختلف کاهش مصرف انرژی و اقدامات منجر به بهره‌وری بالاتر را ارزیابی کنیم.



چارچوب اقدامات زیست محیطی

گزارش عملکرد زیست محیطی	کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای و انواع پسماندها	استفاده بهینه از انرژی و منابع طبیعی	مدیریت مسائل زیست محیطی	چارچوب
<ul style="list-style-type: none"> انتشار گزارش پایداری سال ۱۳۹۹ انتشار گزارش پایداری سال ۱۴۰۰ 	<ul style="list-style-type: none"> اجرای پروژه‌های درختکاری برای کاهش ردپای کربن دیجیتال‌سازی فرایندهای داخلی سازمان و کاهش مصرف کاغذ ایجاد سازوکار بومی برای محاسبه میزان انتشار به صورت سالانه محاسبه میزان پسماند 	<ul style="list-style-type: none"> استفاده از تکنولوژی‌های به روز برای کاهش مصرف انرژی محاسبه میزان مصرف منابع طبیعی مانند آب، گاز و... محاسبه میزان مصرف انرژی مانند برق، بنزین، گازوئیل و... 	<ul style="list-style-type: none"> تدوین خط‌مشی‌های زیست محیطی مانند HSE^۱ 	اقدامات
<ul style="list-style-type: none"> انتشار سالانه گزارش پایداری 	<ul style="list-style-type: none"> تعیین شاخص‌های هدف برای میزان انتشار برنامه‌های مدیریت و کاهش پسماند اداری تعریف پروژه‌ها و ابتکاراتی برای مدیریت پسماند الکترونیک 	<ul style="list-style-type: none"> نظارت بر میزان مصرف انرژی و منابع طبیعی تعریف اقدامات اصلاحی 	<ul style="list-style-type: none"> تدوین خط‌مشی‌های زیست محیطی ایجاد فرایندهایی برای تعیین شاخص‌های زیست محیطی تعریف اقداماتی برای رسیدن به شاخص‌ها 	برنامه‌ها

مدیریت اثرات زیست محیطی

رویکرد اقتصاد چرخشی

این رویکرد با هدف امکان بازاستفاده (استفاده مجدد) از منابع تا آخرین زمان ممکن، افزایش کارایی و بازدهی، حفظ منابع طبیعی، کاهش میزان پسماند تولیدی و ایجاد زنجیره تأمین مسئولانه طراحی شده است. افزایش چرخه عمر محصول، بازاستفاده به جای خرید جدید در فرایند ساخت تجهیزات، بازیابی منابع به جای دفع پسماند موجب کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای و ردپاهای زیست محیطی می‌شود.

تمام خدمات و محصولات در این رویکرد، در سه فاز مختلف، مطالعه و سنجیده می‌شوند. مسئولیت‌پذیری در این سه فاز، متضمن چرخه سالم اقتصادی است که برگشت‌پذیری منابع در آن مطرح است.

توضیح	مسئولیت‌پذیری	فاز
موضوع مصرف مجدد و استفاده بهینه مدنظر است. مسئولیت‌پذیری در این فاز می‌تواند در بازاستفاده از محصولات و خدمات یا استفاده بهینه از آن‌ها تعریف شود.	استفاده بهینه و مجدد	۱
مسئولیت‌پذیری در فرایند تولید، طراحی خدمات و در همکاری با زنجیره تأمین تعریف‌شدنی است.	مسئولیت‌پذیری در فرایند	۲
به دفع ایمن پسماندهای مختلف اداری و صنعتی می‌پردازد.	دفع ایمن پسماند	۳

نمونه پروژه از رویکرد اقتصاد چرخشی

استفاده از تجهیزات 3G سایت‌هایی که تبدیل به 5G می‌شوند، در مناطقی که هنوز به شبکه ارتباطی متصل نشده‌اند، یکی از نمونه‌های اقتصاد چرخشی است. این تبادل تجهیزات می‌تواند بین اپراتورهای مختلف یا حتی کشورهای مختلف هم صورت گیرد. رویکرد استفاده بهینه از منابع و ایجاد دسترسی و فراگیری خدمات دیجیتال برای مناطق دورافتاده، توأمان اثر مثبت زیست محیطی و اجتماعی دارد. افزایش بهره‌وری در استفاده از منابع مالی و کاهش ضایعات و زباله‌های صنعتی، از طریق استفاده مجدد و بازگرداندن تجهیزات قدیمی و مستهلک به چرخه استفاده، آثار مثبت زیست محیطی دارد.

در استان‌های هرمزگان، سیستان و بلوچستان، آذربایجان غربی و شرقی، مازندران، خراسان رضوی، کردستان، کرمان و همدان واقع شده‌اند.

راهکار استفاده از تجهیزات قدیمی مانع از توقف پروژه و موجب ایجاد رضایت برای ذی‌نفعان پروژه شد. به طور میانگین هر کدام از لینک‌های اجرا شده از طریق این راه‌حل، منجر به صرفه‌جویی مالی در حدود ۴,۰۰۰ دلار به‌ازای هر سایت و در مجموع برای ۵۱ عدد لینک ۲۰۴,۰۰۰ دلار شد.

ایجاد دسترسی به خدمات ارتباطی و اینترنت نیز به کاهش شکاف دیجیتالی و آثار مثبت اجتماعی منجر می‌شود.

پروژه خدمات عمومی اجباری یا USO امکان استفاده از سرویس‌های ICT را برای مناطقی فراهم می‌کند که صرفه اقتصادی برای شرکت‌های خصوصی مخابراتی ندارد. بازگرداندن تعداد ۵۱ عدد لینک ماکروویو به چرخه استفاده در پروژه USO منجر به صرفه‌جویی مالی در خرید تجهیزات جدید و تحت پوشش اینترنت قرار دادن ۸۰ آبادی شامل ۵,۱۲۰ خانوار با ۱۷,۶۳۹ نفر از جمعیت روستایی کشور شد؛ نمونه‌ای از تلافی دو رویکرد خلق ارزش مشترک و اقتصاد چرخشی. این روستاها

مدیریت مصرف انرژی

مدیریت انرژی در ساختمان های اداری و فنی

رویکرد ما دربارهٔ اثرات زیست محیطی ساختمان های اداری و فنی ایرانسل، کاهش مصرف، اطلاع رسانی و آگاهی بخشی، حفظ منابع، مواجههٔ مسئولانه با پسماند اداری-صنعتی و مدیریت بازیافت و بازاستفاده است.

● مدیریت انرژی

میزان مصرف در مراکز داده و سایت های سوییچ	میزان مصرف در ساختمان ها	منبع انرژی / منابع طبیعی
۱۵,۸۲۱ کیلولیتر	۱۴۲,۳۸۹ کیلولیتر	آب
۱۰۵,۴۳۴,۹۴۹ کیلووات ساعت	۲۶,۳۵۸,۷۳۷ کیلووات ساعت	برق
۱۸۵,۹۱۲ مترمکعب	۱,۶۷۳,۲۱۱ مترمکعب	گاز
۳۴۶,۵۰۰ لیتر	۳۸,۵۰۰ لیتر	سوخت گازوئیل
سال ۱۳۹۹	سال ۱۴۰۰	موضوع مصرف
۲,۴۸۵ کیلوگرم	۳,۸۴۶ کیلوگرم	کاغذ
۵۳۳ عدد	۸۳۲ عدد	کارتريج

افزایش میزان مصرف کاغذ و کارتريج در سال ۱۴۰۰ نسبت به ۱۳۹۹ به دلیل پایان دورکاری در اواسط آن سال است.

نرخ کاهش	سال ۱۳۹۹	سال ۱۴۰۰	انرژی مصرفی در محدودهٔ ۱
۱۲,۵%	۱۱۰,۷۸۵,۲۴	۹۶,۹۱۱,۷۸	انرژی با واحد GJ



مدیریت مصرف انرژی

مدیریت پسماند

اصول مدیریت پسماند:

- گام اول: صرفه جویی، مدیریت منابع موجود و کاهش تهیه و تدارک منابع جدید
- گام دوم: بازاستفاده منابع
- گام سوم: تعمیر و بازسازی منابع موجود
- گام چهارم: بازیافت و دفع ایمن

این اصول به منظور کاهش میزان انواع پسماند (مانند پسماند الکترونیکی) طراحی شده است. به این ترتیب زباله های اداری و صنعتی کمتری به صورت مستقیم به محل دفن زباله منتقل می شوند.



پسماند اداری در ساختمان ها

۷۹,۰۰۰ کیلوگرم

پسماند کلی

۱۰,۵۰۰ کیلوگرم

حجم بازیافت پلاستیک و کاغذ و مقوا

پسماند الکترونیکی

تولید پسماند الکترونیکی در تمام زنجیره تأمین شرکت های مخابراتی گریزناپذیر است. این نوع از پسماندها شامل تجهیزات انتقال رادیویی، باتری ها، سیستم های روشنایی، کامپیوترها، لپ تاپ ها، دستگاه های دیجیتالی، گوشی های تلفن همراه و سیم کارت ها می شوند.

پسماندهای الکترونیکی که حاوی فلزات سمی چون سرب، کادمیوم، جیوه و... هستند، تهدیدی جدی برای محیط زیست و در نتیجه سلامت عمومی جامعه محسوب می شوند.

مدیریت صحیح پسماند الکترونیکی خطرات سلامتی ناشی از دفع نایمن این گونه پسماندها را کاهش می دهد و از محیط زیست در برابر مواد خطرناک موجود در این گونه پسماندها محافظت می کند. برای این منظور، ایرانسل پیمانکاران متخصصی را برای فروش پسماندهای الکترونیکی (باتری های صنعتی) با توجه به مقررات موجود در سازمان، تعیین می کند تا اطمینان حاصل شود که به صورت مسئولانه بازیافت یا دفع می شوند. پیمانکاران متخصص پسماندهای الکترونیکی، علاوه بر ارائه مجوزهای لازم از وزارت صمت و سازمان محیط زیست، از نظر رعایت استانداردهای ایمنی و زیست محیطی نیز توسط خود ایرانسل ارزیابی می شوند.

در سال ۱۴۰۰ تعداد ۱۵,۷۹۲ باتری، مجموعاً با وزن ۸۰۴,۷۰۶ کیلوگرم از طریق این شرکت ها با رعایت بالاترین استانداردهای موجود ایمنی و زیست محیطی، بازیافت، بازاستفاده یا دفع ایمن شده است.



پسماندهای الکترونیکی

سال	باتری	کیلوگرم
سال ۱۴۰۰	۱۵,۷۹۲	۸۰۴,۷۰۶ کیلوگرم
سال ۱۳۹۹	-	۳۵۰,۵۱۰ کیلوگرم

مدیریت مصرف انرژی

اثرات زیست محیطی کلان

سایتهای BTS، اصلی ترین عامل مصرف انرژی ایرانسل هستند. علاوه بر رویکرد کاهش مصرف انرژی در شبکه، با تجهیزات به روز و ایده های نوآورانه همواره به سوی بهینه سازی مصرف انرژی حرکت می کنیم. با این حال، با افزایش روزافزون ترافیک و تعداد سایتهای مناطق تحت پوشش، ناگزیر به مصرف انرژی بیشتر هستیم. وجود شبکه برق سراسری و قیمت ارزان آن، اقبال استفاده از انرژی های تجدیدپذیر را در صنایع ایرانی کاهش داده است. از آنجایی که این راهکار در شرایط بومی ایران از نظر اقتصادی ناکارآمد است، به دنبال راه حل هایی مانند بهبود سخت افزاری و نرم افزاری تجهیزات برای صرفه جویی بیشتر در مصرف انرژی هستیم.

مدیریت انرژی

سال ۱۳۹۹	سال ۱۴۰۰	منبع مورد استفاده
۴۹۷,۰۹۸,۰۶۲ کیلووات ساعت	۵۲۴,۹۴۷,۷۸۰ کیلووات ساعت	برق سایتهای BTS
۲۳۱,۴۲۰ لیتر	۱۹۵,۴۶۰ لیتر	سوخت گازوئیل سایتهای BTS

نرخ افزایش	سال ۱۳۹۹	سال ۱۴۰۰	انرژی مصرفی در محدوده ۲
۵,۹%	۲,۲۳۲,۸۷۱,۱۳	۲,۳۶۴,۲۶۹,۲۸	انرژی با واحد GJ



تشعشعات امواج الکترومغناطیسی

مطالعات گسترده‌ای دربارهٔ ریسک‌های تشعشعات روی سلامتی، انجام شده است. در صنعت ارتباطات سیار با «سیگنال‌های رادیویی غیریونیزان سطح پایین»^۱ مواجه هستیم و قرارگرفتن در معرض این سیگنال‌ها خطری برای سلامتی موجودات زنده ندارد. تأثیرات امواج رادیویی و ماکروویو در قالب امواج غیریونیزان بررسی، اندازه‌گیری و استانداردسازی شده است. پس از نصب آنتن‌ها در ساخت ساختمان‌ها و اماکن باید میزان دریافت پرتو در محدودهٔ استاندارد و کمتر از آن باشد. در هر ایستگاه رادیویی تجهیزات و اجزایی وجود دارند که بیشتر آن‌ها دارای تشعشع نیستند؛ مانند دکل، نردبان کابل‌کشی، جعبهٔ توزیع برق، کابینت تجهیزات BTS و... تنها آنتن‌های ماکروویو و فرستنده-گیرنده دارای تشعشع هستند.

واحد «وات بر مترمربع» یا «میکرووات بر سانتی‌متر مربع» تأثیرات

امواج را در سطح بدن موجود زنده نشان می‌دهد. آستانهٔ استاندارد برای فرکانس ۹۰۰ مگاهرتز، ۴۴۰ میکرووات بر سانتی‌متر مربع است. از آنجایی که فرکانس باندهای تلفن همراه از ۹۰۰ مگاهرتز شروع می‌شود، به‌منظور پوشش فرکانس‌های بالاتر، آستانهٔ استاندارد را روی حداقل فرکانس قرار داده‌اند.

بررسی گزارش‌های تشعشع

طبق فرایند رسیدگی به گزارش‌های تشعشع در صورت ابراز نگرانی شهروندان و وجود آنتن و سایت فعال در محل مورد گزارش، میزان دقیق تشعشعات اندازه‌گیری می‌شود. بسیاری از ابراز نگرانی‌ها در زمینهٔ تشعشعات منشأ روانی دارد. معمولاً با رویت آنتن‌ها احساس نگرانی به وجود می‌آید؛ حال آنکه شاید محل موردنظر در

میدان هیچ آنتنی قرار نداشته باشد. با این وجود در صورتی که عدد اندازه‌گیری‌شده در محدودهٔ استاندارد ۸۵۶۷ سازمان ملی استاندارد ایران نباشد، در قالب اصل ALARA^۲ تا حد امکان اقدام به بهینه‌سازی و کاهش می‌شود.

پایش و تنظیم مجدد جهت و میزان توان تابشی به‌صورت منظم و دوره‌ای در برنامهٔ تجهیز و نگهداری سایت‌ها انجام می‌شود. در موارد معدودی که عمدتاً ناشی از تغییر شرایط محیطی پیرامون سایت (مانند احداث ساختمان‌های جدید) یا شرایط فنی است، احتمالاً شاهد بالا رفتن میزان تشعشع باشیم. در این صورت بر اساس مقدار پرتوی موجود در محل موردنظر، تصاویر و تنظیمات سایت، تحلیل و در صورت امکان با تغییر ارتفاع و جهت آنتن میزان پرتو کنترل می‌شود. در برخی موارد، ممکن است سکتور یا سایت حذف شود.



اقدامات زیست محیطی

راهکارهای مجازی سازی سرورها

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

راهکار کنترل مصرف در تأمین و تدارکات

تأمین کیسه پلاستیکی تبلیغاتی از ابتدای فعالیت ایرانسل یکی از اقدامات متداول بخش تدارکات به نمایندگی از بازاریابی و فروش سازمان بوده که در برخی سال ها به بیش از ۱۰۰ تن می رسید. با راهکارهای جایگزین، سفارش کیسه پلاستیکی تبلیغاتی در سال ۱۴۰۰ به ۱۱ تن کاهش پیدا کرد. علاوه بر کاهش ۹۰ درصدی در سفارش ها، کیسه های پلاستیکی جدید سفارش داده شده، زیست تخریب پذیر^۲ هستند. در خصوص اقلام تبلیغاتی نیز با توجه به دغدغه های زیست محیطی در مورد تولید و خرید اقلام پلاستیکی، سعی بر آن بوده که از محصولات قابل بازیافت استفاده شود که برخی از آن ها عبارتند از:

- دیجیتالی شدن فرایندها مانند سامانه Kanban و iTender
- طرح جایگزینی لیوان های کاغذی و پلاستیکی با سرامیکی و سفالی
- حذف پوشش سلفون از برگه ها برای بازگشت به چرخه بازیافت
- تولید ۲،۰۰۰ جلد دفترچه در هر دوره چاپ قبض از کاغذ های دورریز
- تولید جعبه و کارتن از کاغذ های بازیافتی
- استفاده از خودکارهای تبلیغاتی بر پایه مواد گیاهی

بهینه سازی فرایندها در دبیرخانه

به منظور صرفه جویی در مصرف پاکت، سربرگ، کارت ریج، کارتن و هزینه پستی، کلیه نامه های با مقصد یکسان، پس از انجام عملیات و فرایندهای دسته بندی^۳ در یک پاکت بسته بندی می شوند. این موضوع به خاطر حجم زیاد مراسلات توسط دبیرخانه چشمگیر بوده و موجب کاهش مصرف کاغذ می شود.

وضعیت کنونی با مجازی سازی

میزان توان مصرفی (کیلو وات)	میزان توان سرمایشی (BTU / hr) ^۱	تعداد سرورهای فیزیکی میزان مجازی سازی
۱۸۵	۹۶۵،۰۸۶	۵۱۰

وضعیت قبلی بدون مجازی سازی

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

میزان توان سرمایشی صرفه جویی شده (BTU/hr)

۴،۷۶۹،۹۱۴

میزان توان صرفه جویی شده

۷۴۰

برنامه خاموشی سیستم های برودتی، حرارتی و روشنایی

تأمین انرژی در فصول گرم سال چالشی جدی است. یکی از راهکارهای ایرانسل برای مدیریت این موضوع در ساختمان مرکزی شرکت، خاموشی سیستم های برودتی، حرارتی و روشنایی در ساعات غیرکاری برای کاهش مصرف انرژی است.

حذف بسته بندی کاغذی و پلاستیکی سیم کارت ها

در سال ۱۴۰۰ ایرانسل به منظور حفظ محیط زیست، با الکترونیکی کردن فرایندها، توانست مصرف بسته بندی کاغذی و پلاستیکی سیم کارت ها را به صفر برساند. همچنین حذف فرم های ثبت نام کاغذی و استفاده از فرم های دیجیتال در برنامه های آتی ایرانسل است.

اقدامات زیست محیطی

حذف لیوان کاغذی

توضیح شرایط	تعداد لیوان کاغذی مصرفی	سال
شرایط عادی	۷۲۰,۰۰۰	۱۳۹۷
اوایل شروع کرونا و دورکاری	۶۱۰,۰۰۰	۱۳۹۸
کرونا و دورکاری	۵۰,۰۰۰	۱۳۹۹
کرونا و دورکاری	۴۰,۰۰۰	۱۴۰۰
برنامه قطع خرید لیوان کاغذی و تشویق به استفاده از لیوان شخصی	۰	۱۴۰۱



پروژه «اسکنش کن»

در سال های اخیر، هزینه زیادی صرف اقلام چاپی می شد و این اقلام در نمایشگاه ها و مراکز فروش به صورت فیزیکی در اختیار مراجعین قرار می گرفت. از سال ۱۳۹۹ هم سو با این پروژه، اقلام چاپی حذف و بارکدهای مختص به سرویس ها جایگزین آن ها شده است. اقلام چاپی ایرانسل در سال ۱۴۰۰ به طور کلی ۴۶ درصد کاهش یافت.



حجم پاکت صرفه جویی شده

سال ۱۳۹۸	سال ۱۳۹۷
۴۷,۰۳۲ کاهش مصرف ۳۴%	۸۰,۵۶۲ کاهش مصرف ۴۰%

پروتکل تبادل الکترونیک مکاتبات

تبادل الکترونیکی مکاتبات^۱ یکی از پروتکل های مورد استفاده در نرم افزار اتوماسیون اداری است. با راه اندازی اتوماسیون اداری توسط دبیرخانه و ارسال رسمی نامه ها از طریق ECE از ابتدای سال ۹۸ تاکنون، شیوه کار در دبیرخانه از کلاسیک به دیجیتال تغییر یافته است. در حال حاضر این پروتکل بین ایرانسل و برخی از سازمان های دولتی، وزارتخانه ها و بانک های سطح کشور برقرار است و حدود ۳۰ درصد از مکاتبات ارسالی و ۴۵ درصد از مکاتبات دریافتی اداری از طریق این پروتکل انجام می شود.

ذخیره کاغذ و پاکت نامه

ارسال از طریق سرویس ECE	ذخیره کاغذ و پاکت نامه
۱۳۹۸	۳,۴۳۴
۱۳۹۹	۵,۶۳۹
۱۴۰۰	۵,۸۲۰

اقتصاد دیجیتال



اقتصاد دیجیتال

امروزه توسعه زیرساخت‌های ارتباطات و فناوری اطلاعات در مناطق محروم از مهم‌ترین الزامات کاهش شکاف دیجیتالی و توسعه پایدار جوامع است. تجربه ایرانسل نشان داد که نگاه‌های اقتصادی کشور چطور می‌توانند در مسیر پیشبرد خدمات اقتصاد دیجیتال در کشور قدم بردارند.

تحول دیجیتال برای اپراتورها، دیگر یک انتخاب نیست بلکه یک ضرورت است تا بتوانند نقشی اساسی در اقتصاد دیجیتال بازی کنند. ایرانسل با باقی ماندن در فضای رقابت دیجیتال، به دنبال تبدیل شدن از اپراتور مخابراتی (تلکو)^۱ به شرکت مبتنی بر فناوری (تککو)^۲ است. حوزه محصولات تلکو صرفاً شامل خدمات ارتباطی پایه، نظیر تماس، اینترنت همراه و برخی خدمات محدود دیجیتال و ارزش افزوده است. اما در سال‌های اخیر، گذار از «تلکو» به «تککو»، هدف اصلی بسیاری از اپراتورها در جهان از جمله ایرانسل بوده است. تحقق این امر، جز با تحول دیجیتال میسر نمی‌شود.

فراگیری دیجیتال، توانایی افراد و گروه‌های مختلف جامعه برای دسترسی به فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و بهره‌برداری از آنها است. نقش ایرانسل در فراگیری دیجیتال، تسهیلگری اکوسیستم دیجیتال از طریق ارائه راهکارها و سرویس‌هایی مانند یلواداویز^۳، یلوهاب^۴، کیف پول دیجیتال و... است. در سال ۱۴۰۰، امکانات سرویس کیف پول دیجیتال ایرانسل بر خرید محصولاتی مانند بسته‌های دیتا، آهنگ پیشواز و... متمرکز بوده است. ایرانسل قصد دارد، علاوه بر محصولات و خدمات خود، موارد متنوع‌تری را در



سوپر اپ ایرانسل من در سال ۱۴۰۰

بیش از ۲۰ میلیون

تعداد کاربران ماهانه فعال

۳۰

تعداد سرویس‌ها

تعامل با شرکای تجاری بیشتر، به این سرویس اضافه کند. کیف پول دیجیتال ایرانسل در سال ۱۴۰۰ تعداد ۱۷۸,۵۸۸ کاربر داشته است. در سال ۱۴۰۰ تعداد کاربران «رسانه غنی»^۵ در ایرانسل بیش از ۱۶ میلیون نفر بوده است. «رسانه غنی» شامل سرویس‌های ویدئویی ایرانسل (لنز، چارخونه پلاس) و سرویس‌های ویدئویی شرکای تجاری این سازمان (گپ فیلم، آنتن و...) و سرویس‌های صوتی، موسیقی، بازی و ... می‌شود.

تسهیل نوآوری دیجیتال

سامانه مدیریت هوشمند ناوگان

سامانه مدیریت هوشمند ناوگان که یکی از نتایج بهره‌برداری از اینترنت اشیا است، امکان کاهش اثرات منفی زیست‌محیطی و افزایش بهره‌وری را ایجاد می‌کند.

کاربرد مدیریت هوشمند ناوگان ایرانسل در صنایع مختلف از این قرار است: مواد غذایی، دارویی و بهداشتی؛ ناوگان عمران و راه‌سازی؛ نفت، گاز و پتروشیمی؛ ناوگان خدمات شهری؛ صنعت بیمه؛ ناوگان امدادی و عملیاتی؛ شرکت‌های خودروساز؛ شرکت حمل‌ونقل؛ ناوگان معدنی و خودروی استیجاری دولتی.

نتایج پیاده‌سازی سامانه مدیریت هوشمند ناوگان حمل‌ونقل

- کاهش ۴۰ تا ۵۰ درصدی زمان انتقال بیمار به بیمارستان
- افزایش ۱۰ تا ۱۵ درصدی بهره‌وری کل ناوگان سازمان
- میانگین کاهش ۵/۵ درصدی در مصرف سوخت ناوگان سازمان
- بهبود ۲۹ درصدی رفتار رانندگان
- نصب بیش از ۲۰ هزار ردیاب FMS^۵ در خودروهای سامانه مدیریت هوشمند ناوگان

ایرانسل در مسیر نوآوری

مرکز نوآوری ایرانسل، در قالب مجموعه «ایرانسل لبز»^۶ و با هدف فرصت‌آفرینی در زمینه فناوری‌های برتر، به‌منظور خلق ارزش، رفاه انسان‌ها و توسعه سبک زندگی دیجیتال راه‌اندازی شده است. مهم‌ترین فعالیت‌های این مرکز عبارت‌اند از: برگزاری نوآوردگاه^۷، حمایت از کسب‌وکارهای دیجیتال در «ایرانسل پیچ»، برگزاری «جشنواره زمستانه برنامه‌نویسی» و وب‌سمینار «انقلاب متاورس».

تحول دیجیتال در صنایع بزرگ

تحول دیجیتال^۸ فرایندی است که سازمان رویه‌های عملیاتی، تولیدی و خدماتی خود را از نگاه فناوری‌های دیجیتال بازبینی و بازتعریف می‌کند. نتیجه چنین تحولی، صرفه‌جویی در منابع مصرفی و استفاده بهینه از آن‌ها خواهد بود. تحول دیجیتال گامی ضروری به منظور هرچه کمترکردن اثرات بلندمدت زیست‌محیطی همچون گرمایش زمین و آلودگی‌هاست.

ایرانسل تلاش‌های خود را در حوزه تحول دیجیتال در صنایع بزرگ، به‌عنوان مصرف‌کنندگان عمده انرژی، در سال ۱۴۰۰ شدت بخشید. مجموعه این اقدامات در سال گذشته منجر به عقد چندین تفاهم‌نامه در مسیر تحول دیجیتال بین ایرانسل و صاحبان صنایع سنگین شد و در حال حاضر کار بر روی چندین طرح آغاز شده است.

شرکت‌های کوچک و متوسط^۱ و کسب‌وکارهای خانگی^۲ محور رشد اقتصادی-اجتماعی هر کشوری هستند. رویکرد ایرانسل برای توسعه کسب‌وکارها، حمایت از این شرکت‌ها از طریق ارائه راهکارهای سازمانی و دیجیتالی به‌منظور رشد پایدار اقتصاد است. بخش کسب‌وکار سازمانی ایرانسل با ارائه راهکارها و محصولات دیجیتال از کسب‌وکارهای کوچک و متوسط و خانگی پشتیبانی می‌کند:

- راهکارهای دیجیتالی متناسب با ویژگی‌های هر کسب‌وکار
- تسهیل دورکاری برای مشتریان شرکتی و نهادهای عمومی
- راهکار یلوادوایز برای تقویت کسب‌وکارها در استفاده از پلتفرم تبلیغات دیجیتال
- راهکار یلوهاب برای تقویت توسعه‌دهندگان و کسب‌وکارها در استفاده از API^۳ های مخابراتی و غیرمخابراتی

درصد رشد ۱۴۰۰ نسبت به ۱۳۹۹

۱۷%	تعداد مشتریان سازمانی (کسب‌وکارهای کوچک و متوسط) فعال با حداقل یک تراکنش مالی
۶۱%	حجم دیتای مصرفی مشتریان سازمانی (ترابایت)
۳%	تعداد کل کاربران فعال سازمانی
۱۶%	تعداد مشترکان شبکه امن همراه
۳۵%	تعداد کل مشتریان شرکتی

سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها

سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های مخابراتی و ارتباطی زیربنای توسعه اقتصاد دیجیتال است. فناوری‌های نوین مخابراتی که باعث رشد اقتصاد دیجیتال می‌شود، بدین شرح است: 5G و زیرساخت شبکه، فیبر نوری، اینترنت اشیا، راهکارها و مدل‌های ارتباطی، هوش مصنوعی، امنیت سایبری، پردازش ابری و بسترهای تبادل و ارائه API. ایرانسل برای توسعه زیرساخت شبکه در سال ۱۴۰۰، مبلغ ۲۵۰ میلیون دلار سرمایه‌گذاری کرده است که منجر به رشد ترافیک دیتا و شتاب‌دهی به اقتصاد دیجیتال می‌شود.

گسترش 5G و نسل آینده اینترنت

ایرانسل از سال ۱۳۹۵، مطالعه روی فناوری 5G را با همکاری مراکز دانشگاهی داخلی و شرکت‌های معتبر بین‌المللی آغاز و در سال ۱۳۹۶ نمونه‌ای از شبکه کامل 5G را آزمایش کرد. ایرانسل نخستین سایت تجاری 5G را اول مرداد ۱۳۹۹ با همکاری وزارت ICT در ایران راه‌اندازی کرد. ایرانسل در همان سال تعداد این سایت‌ها را به ۷ رساند و در سال ۱۴۰۰ به سرعت ۳۹۰۹ گیگابایت بر ثانیه، در شبکه واقعی و تجاری نسل پنجم، دست یافت.

تحلیل گلوگاه‌های شبکه رادیویی

با رشد روزافزون ترافیک دیتای شبکه و نیز رشد تقاضای کاربران، نیاز به بررسی دقیق گلوگاه‌های شبکه رادیویی و رفع آن‌ها بیش از پیش ضروری است. با استفاده از الگوریتم‌های برنامه‌نویسی و استفاده از شاخص‌های ترافیکی نسل چهارم به مدلی مشخص از روند خطی و

توسعه زیرساخت برای اقتصاد دیجیتال

نرخ رشد سالانه	سال ۱۳۹۹	سال ۱۴۰۰	کل تا سال ۱۴۰۰	
۱۵۶%	۱۴۵,۳۳	۳۷۱,۵	۳,۴۱۳,۳۹	پروژه فیبر نوری (Km)
۱۷۰%	۱۱۰	۲۹۷	۱,۵۳۲	سایت فیبر
تعداد رک		تعداد مراکز داده		تعداد سایت اینترنت اشیا
سال ۱۴۰۰		شهر		سال ۱۴۰۰
۹۰ غیر فعال	۷۶۸ فعال	تهران، اصفهان، تبریز		۲۰
نرخ افزایش	سال ۱۳۹۹	سال ۱۴۰۰	سایت‌های BTS	
۱۱%	۱۴,۲۱۴	۱۵,۷۶۸	سایت‌های 2G	
۷%	۱۴,۲۵۷	۱۵,۲۹۷	سایت‌های 3G	
۱۰%	۱۴,۰۲۷	۱۵,۳۷۸	سایت‌های 4G	
۲۹%	۷	۹	سایت‌های 5G	

اثرات مثبت این تحلیل

- کاهش ترافیک ازدست‌رفته ناشی از گلوگاه‌های رادیویی
- اولویت‌دهی تخصیص منابع رادیویی با روش بهینه (ترافیک بالقوه)
- افزایش ترافیک دیتای بالقوه و بهبود شاخص تجربه مشتریان (نرخ انتقال داده)

نرمال شاخص‌های ترافیکی در تقابل با یکدیگر دست یافتیم. این شاخص‌ها عبارت‌اند از: سرانه مصرف کاربران (ترافیک دیتا به‌ازای کاربر)، چگالی کاربران (تعداد کاربران به‌ازای منابع رادیویی)، شاخص بهره‌وری منابع (ترافیک دیتا به‌ازای منابع رادیویی) و تحلیل رفتار ساعتی سایت‌های نسل چهارم.

کاهش شکاف دیجیتال^۱

شکاف دیجیتال بیانگر نابرابری‌های موجود در زمینه دسترسی به ارتباطات و فناوری اطلاعات است. این شکاف مانعی برای دسترسی به منابع سیاسی، اقتصادی و اجتماعی است. با وجود اینکه همواره اقدامات زیادی در سطح دنیا به منظور کاهش میزان شکاف اینترنتی و دیجیتالی صورت می‌گیرد، این شکاف با سرعت بیشتری در حال رشد است. دو نابرابری عمده در زمینه کاهش شکاف دیجیتال، نداشتن دسترسی به تکنولوژی‌های ارتباطات و اطلاعات و همچنین نداشتن دانش لازم برای استفاده از اینترنت است. شکاف دیجیتال تأثیرات اقتصادی، آموزشی و اجتماعی را به دنبال دارد.

اقدامات ایرانسل

یکی از اصلی‌ترین راهکارهای کاهش شکاف دیجیتال، افزایش ضریب نفوذ اینترنت^۲ است. ضریب نفوذ اینترنت با توجه به تعداد کاربران اینترنت در یک منطقه جغرافیایی، شهر، کشور یا سازمان و مقایسه آن‌ها با تعداد کل افراد در گروه هدف محاسبه می‌شود. منظور از اینترنت، پوشش ارتباطی صرفاً 2G نبوده و اینترنت پرسرعت مدنظر است؛ چراکه زیرساخت‌های ارتباط دیجیتال وابسته به اینترنت پرسرعت است.

تجربه مشتریان در سال ۱۴۰۰

فناوری‌های شبکه و تمام سرویس‌ها و پلتفرم‌های دیجیتالی، ایفا می‌کند. گسترش آموزش دیجیتال نیز از دیگر شاخص‌های شکاف دیجیتال است. ایرانسل در سال ۱۴۰۰ تعداد کاربران پلتفرم‌های آموزشی خود (دانا، داناپلاس و لنز) را به بیش از ۲ میلیون نفر رساند.

در سال ۱۴۰۰، ایرانسل توانست یک میلیون و ۴۰۰ هزار نفر کاربر جدید در سراسر کشور را تحت پوشش شبکه اینترنت پرسرعت خود قرار دهد.

تا پایان سال ۱۴۰۰

تعداد افرادی که تحت پوشش شبکه ارتباطی نیستند	۸,۲۹۱,۱۸۳
درصد افرادی از جامعه که تحت پوشش شبکه ارتباطی نیستند	۸,۲۷
جمعیت شهری که تحت پوشش نیستند	۷۴۱,۱۶۵
جمعیت روستایی که تحت پوشش نیستند	۷,۵۵۰,۰۱۸

با توجه به توضیحات پیش‌گفته، اگر گسترش اینترنت پرسرعت 4G را مهم‌ترین مبنای کاهش شکاف دیجیتال بدانیم، اطلاعات پیش‌رو روند گسترش اینترنت پرسرعت و قاعدتاً کاهش این معضل اجتماعی-اقتصادی ایرانسل را نمایش می‌دهد. نفوذ تلفن‌های هوشمند به‌عنوان یکی از شاخص‌های کاهش شکاف دیجیتال در سال ۱۴۰۰ در ایران ۷۹ درصد بوده است. ایرانسل نقش خود را در کاهش شکاف دیجیتال در هر سه سطح زیرساخت، بسترو



زیرساخت‌های دیجیتال

ایرانسل اقدامات متنوعی را برای دیجیتال‌سازی زیرساخت‌های خود انجام داده و برنامه‌های دیگری هم برای گسترش زیرساخت‌های دیجیتال خود دارد.

کانال‌های دیجیتال فروش

ایرانسل برای افزایش دسترسی تمامی اقشار جامعه به خدمات و محصولاتش، سعی کرده کانال‌های فروش خود و به‌خصوص کانال‌های دیجیتال را گسترش دهد. فروش محصولات ایرانسل اعم از سیم‌کارت و مودم، شارژ، بسته و ... از طریق کانال‌های دیجیتال و همچنین استفاده از برنامه‌های کاربردی توسعه یافته است. کانال‌های فروش ایرانسل عبارت‌اند از: فروشگاه اینترنتی ایرانسل، پورتال حراج شماره‌های رند، فروشگاه ایرانسل در برنامه کاربردی ایرانسل‌من، پورتال دیجیتال نمایندگان، سرویس فروش تلفنی و شبکه فروش از طریق کد USSD.

سهم فروش الکترونیک

سال ۱۴۰۰	سال ۱۳۹۹
۹۷%	۹۵%

مهم‌ترین تغییرات در کانال‌های فروش دیجیتال ایرانسل در سال ۱۴۰۰ بدین شرح است: ارتقای رابط کاربری نسخه تحت وب فروشگاه اینترنتی ایرانسل و اتصال زیرساخت فروشگاه آنلاین به سرویس‌های فروش الکترونیک سایر شرکت‌ها (مانند نرم‌افزارهای مدیریت پرداخت) برای توسعه فروش سیم‌کارت.





پورتال DPOS^۱

پورتال DPOS با هدف دیجیتال کردن فرایندهای فروش و توزیع و ارائه خدمات به مشتریان از طریق نمایندگان فروش طراحی شده است. مهم‌ترین خدمات پورتال DPOS:

- کیف پول دیجیتال و سبد خرید برای تسهیل فرایند فروش و خدمت‌رسانی به مشتریان
- سیستم مدیریت عملکرد نقاط فروش برای محاسبه آنلاین عملکرد آن‌ها و تحلیل نقاط قوت و ضعف فروشندگان و یافتن راه‌حل برای بهبود
- فروش محصولات دیجیتال که تا پیش از این با استفاده از نرم‌افزارهای غیر ایرانسل مانند نرم‌افزارهای بانکی انجام می‌شد
- اضافه شدن امکان محاسبه آنلاین کمیسیون نقاط فروش و ایجاد ماژول مدیریت موجودی در سال ۱۴۰۰

ویزیتور آپ^۲

بخش فروش ایرانسل به صورت ماهانه حدود ۱۵,۰۰۰ بازدید در کشور انجام می‌دهد و سالانه حدود ۳۶۰,۰۰۰ برگه کاغذ بایگانی می‌شود. در گذشته برای هر بازدید تعداد ۲ برگه کاغذ A4 مصرف می‌شد و سپس برای بایگانی این برگه‌ها نیاز به فضای بزرگی بود. پس از چندین سال، حجم زیاد برگه‌ها، به چالشی تازه برای شرکت تبدیل شد. همچنین با انباشت برگه‌ها در انبار، امکان مراجعه و بازیابی اطلاعات غیرممکن شده یا نیاز به زمان زیادی داشت.

ایرانسل به منظور بهینه‌سازی و دیجیتال‌سازی فرایندهای فروش، از اوایل سال ۱۴۰۰ پروژه ویزیتور آپ را آغاز کرد. با راه‌اندازی این پروژه، مصرف کاغذ به صفر می‌رسد و مشکل محل نگهداری مدارک و حفظ

اطلاعات نمایندگان رفع می‌شود و همچنین بازیابی اطلاعات بازدید، به راحتی در دسترس مدیران و سرپرستان مناطق قرار می‌گیرد. در حال حاضر، حدود ۱۲۵ نفر بازدیدکننده و ۲۵ نفر سرپرست در سراسر کشور، از این برنامه برای بازدید از ۱۲,۰۰۰ نماینده فعال در کشور استفاده می‌کنند. برای آشنایی همکاران با این برنامه کاربردی، همکاران مناطق مختلف کشور در ۴ تیم تقسیم‌بندی و برای آن‌ها آموزش آنلاین و حضوری برگزار شد. بازخوردها و نظرات همکاران برای بهبود هرچه بیشتر برنامه، جمع‌آوری و در ویژگی‌های جدید برنامه اضافه می‌شود.

دیجیتال سنتر ایرانسل

ایرانسل در سال ۱۳۹۵ نخستین دیجیتال سنتر خود را در استان آذربایجان شرقی راه‌اندازی کرد تا شهروندان تبریزی بتوانند به شکل بی‌واسطه با محصولات دیجیتالی ایرانسل آشنا شوند. سال ۱۴۰۰ دومین شعبه دیجیتال سنتر ایرانسل در خیابان جمهوری تهران افتتاح شد که مجهز به استند دوطرفه برای تجربه محصولات و خدمات ایرانسل شامل موارد زیر است:

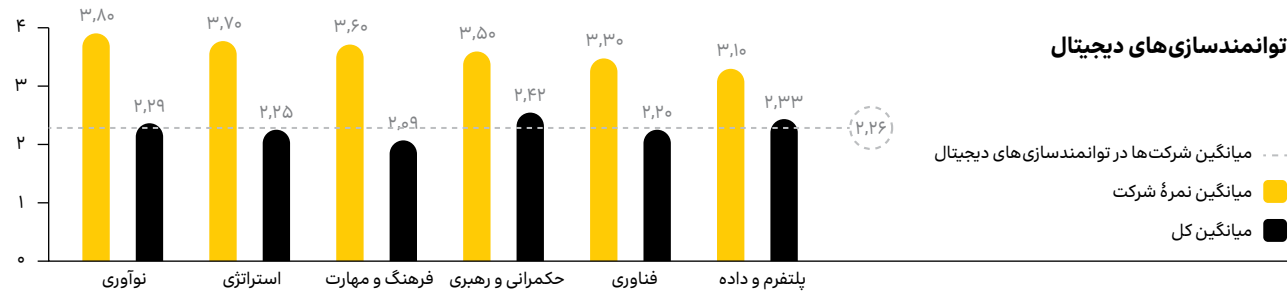
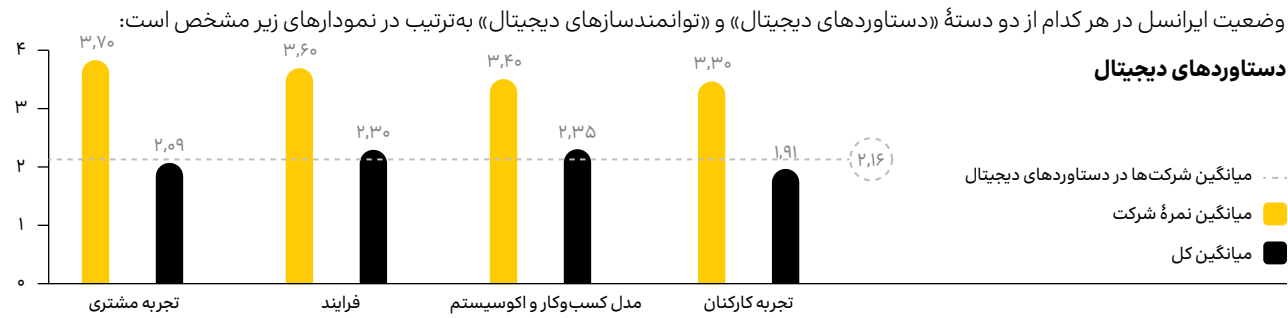
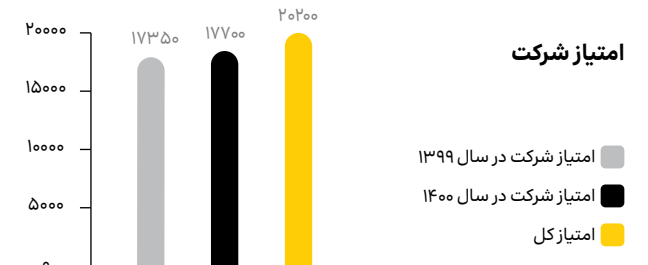
- خانه هوشمند که آینده خانه‌ها با امکان کنترل از راه دور چراغ‌ها، کرکره پنجره، وسایل سرمایش و گرمایش را نمایش می‌دهد؛
- واقعیت مجازی که با استفاده از عینک امکان بازدید از جاذبه‌های گردشگری و مناظر دیدنی را فراهم می‌کند؛
- فروشگاه هوشمند که بازدید و مقایسه محصولات و خرید مجازی آن‌ها را ممکن می‌کند.

ارزیابی ملی تحول دیجیتال

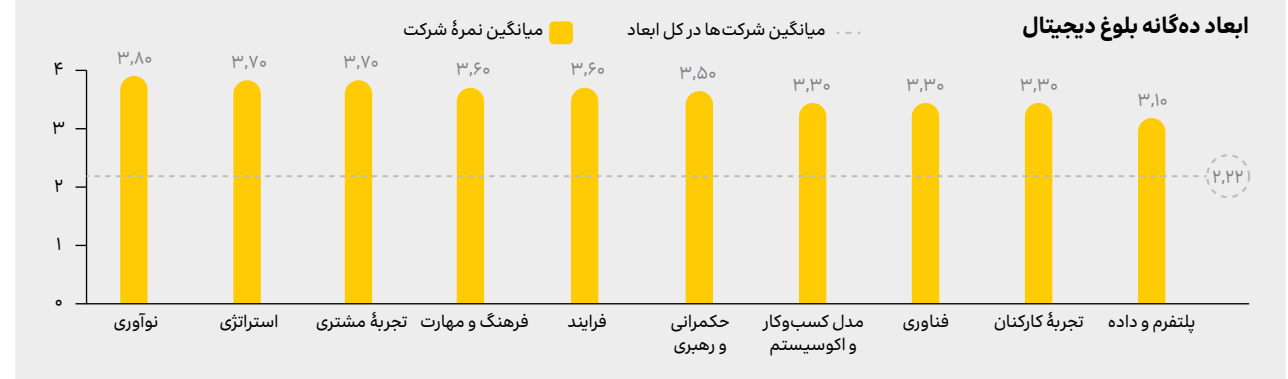
ارزیابی ملی تحول دیجیتال برای اولین بار در ایران، در سال ۱۳۹۵ با هدف ممیزی، ارائه بازخورد و در نهایت معرفی سازمان‌های پیشرو در تحول دیجیتال طراحی شد. پنجمین دوره ارزیابی ملی تحول دیجیتال در سال ۱۴۰۰ برگزار و همزمان با اختتامیه کنفرانس بین‌المللی تحول دیجیتال در ۱۶ شهریور، از سرآمدان تحول دیجیتال کشور تقدیر شد.

بلوغ دیجیتال ایرانسل

نتیجه بررسی وضعیت ایرانسل در این دوره ارزیابی به شرح زیر است: ایرانسل با کسب ۱۷,۷۰۰ امتیاز (از مجموع ۲۰,۲۰۰ امتیاز)، به عنوان زبده دیجیتال سطح سه ارزیابی شد و موفق به کسب جایزه تندیس زرین سطح سه زدگی دیجیتال شد. میانگین نمره بلوغ ایرانسل، ۳,۵ از ۴ است؛ یعنی حدود ۸۷/۵ درصد از امتیازات ممکن کسب شده است.



نتایج ارزیابی ابعاد ده‌گانه بلوغ دیجیتال نشان می‌دهد به ترتیب ابعاد «نوآوری»، «استراتژی» و «تجربه مشتری» از وضعیت بهتری نسبت به سایر ابعاد برخوردارند. همچنین به ترتیب ابعاد «پلتفرم و داده»، «تجربه کارکنان» و «فناوری» بلوغ کمتری دارند. بعد «نوآوری» بهترین وضعیت را در میان ابعاد ده‌گانه دارد.



پیوست

جوایز، گواهی‌نامه‌ها و تقدیرنامه‌ها



- دریافت دو نشان ویژه «ستاره ملی روابط عمومی» و «ستاره طلایی روابط عمومی»
- دریافت لوح تندیس زرین «اجلاس سراسری رضایتمندی مشتری» برای سومین سال پیاپی
- دریافت نشان عالی ۶ ستاره مسئولیت اجتماعی و نشان سفیر و مروج مسئولیت اجتماعی
- دریافت «نشان ویژه روابط عمومی سرآمد دیجیتال»
- دریافت «جایزه ملی روابط عمومی برتر در ارتباطات الکترونیکی و مجازی»
- اپراتور برتر گروه ام‌تی‌ان در بخش «ایجاد بزرگترین و باارزش‌ترین زیرساخت‌های ارتباطات سازمانی»
- دریافت لوح و تندیس برن德 پیش‌تاز بازار ایران به‌عنوان تنها اپراتور تلفن همراه
- جایزه «نوآورترین واحد کسب و کار سازمانی» بین واحدهای کسب‌وکار سازمانی ام‌تی‌ان
- جایزه «ساخت بزرگترین و ارزشمندترین بسترهای سازمانی» بین واحدهای کسب‌وکار سازمانی ام‌تی‌ان
- جایزه ویژه نوآوری گروه ام‌تی‌ان به دلیل خلق و توسعه محصولات و خدمات نوآورانه
- جایزه نوآوری اخلاقی ۲۰۲۱ از سوی مؤسسه اخلاق گروه ام‌تی‌ان
- گواهی‌نامه استاندارد بین‌المللی ISO 9001:2015 برای استقرار نظام مدیریت کیفیت در تمامی فرایندها
- تقدیر از ایرانسِل برای توسعه زیرساخت ارتباطی استان‌های خراسان رضوی، شمالی و جنوبی
- قدردانی سندیکای مخابرات از نقش فعال ایرانسِل در بومی‌سازی صنعت فاوا

شاخص‌های عملکردی ESG

۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸	۱۳۹۹	۱۴۰۰	واحد	محیط زیست
-	-	-	۲,۳۴۳,۶۵۶,۳۷	۲,۴۶۱,۱۸۱,۰۶	GJ	مجموع مصرف انرژی (محدوده ۱ و ۲)
-	-	-	۲,۲۳۲,۸۷۱,۱۳	۲,۳۶۴,۲۶۹,۲۸	GJ	میزان مصرف برق
-	-	-	۲۰,۱۶۳,۲۸	۲۳,۸۱۶,۶۳	GJ	میزان مصرف گازوئیل
-	-	-	۹۰,۶۲۱,۹۶	۷۳,۰۹۵,۱۵	GJ	میزان مصرف بنزین، گاز طبیعی، گاز مایع و...
-	-	-	۴۰۹,۶۹۴	۴۳۳,۳۲۳	tCO ₂ e	انتشار گازهای گلخانه‌ای (محدوده ۱ و ۲)
-	-	-	۶,۵۳۶	۶,۴۴۱	tCO ₂ e	محدوده ۱: انتشار مستقیم
-	-	-	۴۰۳,۱۵۷	۴۲۶,۸۸۲	tCO ₂ e	محدوده ۲: انتشار غیرمستقیم
-	-	-	۰,۰۰۷۲۹	۰,۰۰۷۱۸	tCO ₂ e/No. of sub	انتشار گازهای گلخانه‌ای به ازای تعداد مشترکان
-	-	-	۰,۰۰۹۵۷	۰,۰۰۷۵۱	tCO ₂ e/ TB data	انتشار گازهای گلخانه‌ای به ازای مصرف دیتا
-	-	-	-	۱۱	No.	مجموع سایت‌ها با انرژی تجدیدپذیر
-	-	-	-	۶	No.	مجموع سایت‌ها با انرژی خورشیدی
-	-	-	۳۵۵,۴	۸۰۴,۷	Tones	پسماند الکترونیکی
-	-	-	۲,۴۸۵	۳,۸۴۶	kg	میزان مصرف کاغذ
-	-	-	۱۵۴,۴۸۱	۱۵۸,۲۱۰	kl	میزان مصرف آب

شاخص‌های عملکردی ESG

جامعه	واحد	۱۴۰۰	۱۳۹۹	۱۳۹۸	۱۳۹۷	۱۳۹۶
سرمایه‌گذاری اجتماعی شرکتی (CSI)	Billion IRR	۱۱۰	۱۱۰	-	-	-
تعداد کل کارکنان ایرانسل	No.	۲,۲۶۳	۲,۳۱۹	۲,۲۹۹	۲,۳۴۱	۲,۳۷۲
کارکنان قراردادی و موقت	%	۱۶	۱۸	۱۸	۲۰	۲۲
کارکنان تعدیل شده	No.	۰	۰	۰	۰	۰
مشارکت زنان در ترکیب کارکنان	%	۳۴	۳۴	۳۳		
مشارکت زنان در مشاغل مدیریتی	%	۲۴	۲۵	۲۵	۲۶	۲۷
سهم زنان در برنامه‌های جانشین‌پروری سازمان	%	۲۴	۲۳	۲۴	۲۴	۲۶
سهم زنان از تعداد کل مدیران ارشد	%	۱۸	۱۶	۱۵	۱۴	۱۶
سهم زنان از تعداد کل مدیران میانی	%	۲۷	۲۸	۲۹	۳۱	۳۱
سرمایه‌گذاری در زمینه آموزش و توسعه کارکنان	IRR	۹۱,۴۹۲,۲۱۴,۹۶۸	۱۰۳,۱۳۰,۷۲۲,۵۱۳	۴۸,۲۲۵,۳۲۳,۹۲۸	۲۸,۵۰۲,۱۳۸,۳۵۶	۳۲,۴۷۰,۴۰۱,۷۷۶
مجموع ساعات آموزش کارکنان	Hours	۷۵,۶۶۸	۶۸,۸۹۴	۷۵,۳۰۳	۸۰,۱۵۳	۶۵,۴۴۳
ساعات آموزشی به ازای هر نفر	Hours	۳۰,۱	۳۳,۸	۳۱,۳	۳۶,۲	۲۸,۴
نتایج ارزیابی فرهنگی کارکنان (GCA)	%	۷۴	۷۶	۷۵	۸۲	۶۸
درصد کارکنان دائمی مشمول ارزیابی عملکرد	%	۹۷,۷	۹۹,۴	۹۹,۷	۹۹,۹	۹۹,۷
تعداد کل کارکنان در تمام مناطق ایران	No.	۲,۲۶۳	۲,۳۱۹	۲,۲۹۹	۲,۳۴۱	۲,۳۷۲
تهران	No.	۱,۶۰۶	۱,۶۶۴	۱,۶۴۵	۱,۶۶۰	۱,۶۶۳
تبریز	No.	۱۸۱	۱۹۳	۱۹۴	۲۰۰	۲۰۹
شیراز	No.	۱۵۰	۱۵۶	۱۴۷	۱۵۹	۱۷۷
مشهد	No.	۱۵۹	۱۶۰	۱۷۲	۱۸۳	۱۹۲
اصفهان	No.	۴۵	۴۲	۴۳	۴۲	۴۲
همدان	No.	۳۴	۳۵	۳۳	۳۲	۳۲
بندرعباس	No.	۱۶	۱۳	۱۲	۱۱	۷
بابل	No.	۵۵	۴۰	۳۷	۳۸	۳۶
اهواز	No.	۱۷	۱۶	۱۶	۱۶	۱۴
درصد کارکنان متولد ۱۳۷۵ به بعد	%	۱,۳	۰,۷	۰,۶	۰,۱	۰,۱
۱۳۷۴ - ۱۳۵۵	%	۹۵,۹	۹۶,۳	۹۶	۹۶	۹۶
۱۳۵۴ - ۱۳۴۵	%	۲,۷	۲,۸	۳	۲,۹	۳
پیش از ۱۳۴۵	%	۰,۱	۰,۱	۰,۴	۰,۹	۱
مجموع استخدام‌های جدید	No.	۱۵۰	۱۶۱	۱۳۷	۱۳۸	۳۷۶
جذب کارکنان مرد	%	۵۷	۵۳	۶۱	۷۶	۵۲
جذب کارکنان زن	%	۴۳	۴۷	۳۹	۲۴	۴۸
فوت ناشی از کووید ۱۹	No.	۴	۱	۰	۰	۰
مصدومیت جدی در محیط کار	No.	۱	۲	۰	۰	۰
نرخ رویدادهای منجر به روزهای از دست‌رفته کاری	%	۲۱	۱۲	۰	۰	۰
نرخ حوادث قابل ثبت منجر به آسیب‌های جانی	%	۲۱	۱۲	۰	۰	۰

شاخص‌های عملکردی ESG

۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸	۱۳۹۹	۱۴۰۰	واحد	حاکمیت شرکتی
۱۵	۲۲	۲۸	۱۱	۱۳	No.	پرسش‌ها و شکایات در حوزه اخلاق حرفه‌ای
۰	۱	۰	۰	۰	No.	تعداد کارشناس رسمی اخلاق حرفه‌ای اضافه شده
۷	۱۶	۱۱	۹	۷	No.	مجموع اخطارهای انضباطی در حوزه اخلاق حرفه‌ای
۰	۰	۰	۰	۰	No.	میرا
۰	۰	۰	۰	۱	No.	نیازمند مشاوره
۰	۳	۱	۲	۳	No.	اخطار شفاهی
۰	۳	۳	۱	۰	No.	اخطار کتبی
۲	۶	۴	۴	۲	No.	اخطار کتبی نهایی
۰	۰	۰	۰	۰	No.	تعليق
۵	۴	۳	۲	۱	No.	اخراج
۰	۰	۰	۰	۰	No.	متوقف شده
-	۴	۱۵	۷	۵	No.	مجموع اخطارهای انضباطی در حوزه تقلبات
-	۰	۰	۰	۰	No.	میرا
-	۰	۰	۱	۰	No.	نیازمند مشاوره
-	۲	۲	۲	۰	No.	اخطار شفاهی
-	۰	۲	۰	۰	No.	اخطار کتبی
-	۱	۷	۲	۰	No.	اخطار کتبی نهایی
-	۰	۰	۰	۰	No.	تعليق
-	۱	۴	۲	۵	No.	اخراج
-	۰	۰	۰	۰	No.	متوقف شده
-	۰	۰	۰	۰	No.	استعفای کارمند
-	-	-	-	۲۸۲	No.	مجموع ارزیابی عملکرد تأمین کنندگان
-	-	-	-	۱۶۱	No.	نظارت یا ممیزی تأمین کنندگان
-	-	-	-	۱۸۷	No.	تأمین کنندگانی با نمره ارزیابی اولیه بیشتر از ۶۰
-	-	-	-	۷۵	No.	تأمین کنندگانی با نمره ارزیابی اولیه کمتر از ۶۰

گزارش پایداری سال ۱۴۰۰ ایرانسل: سال دوم

تاریخ انتشار: اسفند ۱۴۰۱

تدوین: واحد پایداری و تعامل با ذی‌نفعان ایرانسل

صفحه‌بندی و طراحی گرافیک: دان و همکاران

عکس: روی جلد: حسام بختیاری / ص: احسان جزینی / ص ۲ و ۵۸: محمدرضا بهمرام /

ص ۲۵: حسین خائف / ص ۲۷: محمد اکبری / ص ۳: امین اسماعیلیان / ص ۵۳: الهام

سابقی / ص ۵۴: محمد خیاری علوی

تصاویر یادشده، از مجموعه عکس‌های جشنواره «همه جا در دسترس» انتخاب شده است.

این جشنواره در شهریور ۱۳۹۷ توسط روابط عمومی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات برگزار

شد و ماحصل آن در اختیار شرکت‌های تابعه و دارندگان پروانه مخابراتی قرار گرفت.

سایت: www.irancell.ir

نشانی: تهران، میدان هروی، خیابان شهید پناهی‌نیا، خیابان زندی، کوچه قادری، کوچه

علیدوست، پلاک ۵، ساختمان مرکزی شرکت ایرانسل

ایمیل: info@mtnirancell.ir

تلفن: ۰۲۱-۲۳۱۹۱۰۰۰

