



گزارش پایداری سال ۱۴۰۱

Irancell Sustainability Report 1401

فهرست

پایداری در ایرانسل

۴	درباره گزارش
۵	درباره ایرانسل
۸	یادداشت مدیرعامل
۹	استراتژی پایداری
۱۲	نتایج عملکرد ما در مسیر پایداری
۱۴	مسائل مهم پایداری
۱۵	تعامل با ذی نفعان

حاکمیت شرکتی

۱۸	حاکمیت شرکتی در یک نگاه
۱۹	حفاظت از اطلاعات مشتریان و امنیت شبکه
۲۱	اخلاق حرفه‌ای
۲۳	مدیریت ریسک
۲۴	انطباق با قوانین
۲۵	تعهدات قانونی
۲۶	زنجیره تأمین مسئولانه

جامعه

۲۸	فراگیری شبکه ارتباطی
۳۴	سرمایه انسانی و محیط کار
۴۰	مسئولیت پذیری و سرمایه‌گذاری اجتماعی

محیط زیست

۴۶	انرژی و تغییرات اقلیمی
۴۹	مدیریت اثرات زیست محیطی
۵۲	استفاده مسئولانه از منابع طبیعی
۵۴	اقدامات زیست محیطی درون سازمانی
۵۶	تشعشعات امواج الکترومغناطیسی

اقتصاد دیجیتال

۵۸	فراگیری دیجیتال
۶۱	تسهیل نوآوری دیجیتال
۶۴	شکاف دیجیتال
۶۶	زیرساخت‌های دیجیتال

پیوست

۶۸	شاخص‌های عملکردی ESG
----	----------------------





پایداری در ایرانسل

درباره گزارش

گزارش پایداری ایرانسل به منظور بررسی و ارزیابی جامع عملکرد سازمان به صورت منظم و در دوره‌های سالانه تدوین و منتشر می‌شود. این گزارش نمود تعامل مؤثر با ذی‌نفعان سازمان است. ایرانسل می‌کوشد در این گزارش به تأثیرات اجتماعی و زیست‌محیطی عملکرد خود و ارزش‌های اقتصادی ناشی از فعالیت‌هایش با رعایت اصول حاکمیت شرکتی بپردازد. همچنین این گزارش یک نگاه کلی، دقیق، بدون سوگیری و در دسترس از عملکرد سازمان با در نظر گرفتن رویکرد پایداری آن، برای بازه زمانی اول فرودین تا پایان اسفند ۱۴۰۱ ارائه می‌دهد. ایرانسل از طریق سومین گزارش پایداری خود، به صورت داوطلبانه و فراتر از الزامات قانونی، اطلاعات لازم برای ارزیابی کمی و کیفی عملکردش در زمینه پایداری در کسب‌وکار را به صورتی سنجش‌پذیر در اختیار ذی‌نفعان خود قرار می‌دهد.

اهمیت ذی‌نفعان

در ایرانسل باور داریم که بدون حمایت و رضایت قلبی ذی‌نفعان، امکان سودآوری پایدار، مواجهه با چالش‌ها و تداوم کسب‌وکار و در نهایت توسعه، برای سازمان وجود ندارد. از این رو «تعامل با ذی‌نفعان»، «پایداری» و «کسب‌وکار مسئولانه» در کانون استراتژی و همچنین توجه عملیات فنی و تجاری سازمان است. ذی‌نفعان ایرانسل، منحصر به سهام‌داران و مشتریان فعلی نیست و طیف وسیعی از سازمان‌های حکومتی و دولتی و کارکنان شرکت گرفته تا شرکای تجاری و زنجیره تأمین و حتی نهادهای مدنی و به عبارتی کلیت جامعه ایران را دربر می‌گیرد.

ما از طریق انتشار منظم و سالانه گزارش پایداری، این فرصت را فراهم کرده‌ایم که ذی‌نفعان به اطلاعات مورد نیاز برای برآورد نحوه عملکرد و پیشرفت ما در پایداری کسب‌وکارمان دسترسی داشته باشند. همچنین برای درک دغدغه‌های ذی‌نفعان، سعی در گسترش تعامل دوسویه با آن‌ها داشته‌ایم؛ چراکه درک این دغدغه‌ها، اصل اولیه ایجاد روابط سازنده، پاسخ‌گویی به مشکلات و بهبود «خوش‌نامی» شرکت است.

استانداردها و دستورالعمل‌های گزارش‌دهی

در تدوین و انتشار گزارش‌های پایداری گروه ام‌تی‌ان و به تبع آن ایرانسل، از ساختار و مفاهیم پیشنهادی در استانداردهای گزارش‌دهی UNGC^۱، SASB^۲، GSMA^۳، سیستم گزارشگری GRI^۴، پروژه افشای کربن CDP^۵ و اصول راهنمای سازمان ملل در زمینه تجارت، استفاده شده است.

جمع‌آوری اطلاعات

اطلاعات این گزارش از منابع متنوعی به دست آمده است؛ مصاحبه‌های مدیران سازمان، ارسال پرسش‌نامه‌هایی به بخش‌های مختلف سازمان، برگزاری جلسات بین تیم‌های مختلف، سیستم‌های مدیریت اطلاعات، گزارش‌های مدیریتی و گزارش کمیته‌های مختلف سازمان. علاوه بر این‌ها، اطلاعاتی نیز از بازخورد ذی‌نفعان مختلف، نظرسنجی‌ها، تحقیقات و نمونه‌کاوی‌ها جمع‌آوری شده است. همچنین، در حد امکان اطلاعات عددی و توصیفی گزارش برای ایجاد امکان ارزیابی روندها در طول زمان ارائه شده است.

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 ارائه دهنده خدمات ارتباطی می‌پردازد.

اهداف و شاخص‌های کمی

بنگاه‌های اقتصادی در گزارش‌های پایداری، اهداف بلندمدت و میان‌مدت، تعهدات و مسئولیت‌های خود و شاخص‌های کلیدی عملکردی را تعیین و اعلام می‌کنند. این موضوع امکان ارزیابی دقیق‌تر رویکرد پایداری و همچنین عملکرد سازمان را در قبال تعهداتش فراهم می‌سازد. در سه گزارش سالانه پیاپی ایرانسل، شاخص‌های کلان پایداری (زیست‌محیطی،

اقتصادی و اجتماعی) در کنار شاخص‌های تخصصی صنعت ارتباطات مانند پوشش، فراگیری، کیفیت دسترسی و... اعلام شده است.

در سال ۱۴۰۱، برای اولین بار در تجربه‌های مدیریتی در سازمان‌های ایرانی، شاخص‌های کلیدی عملکردی ESG^۶ به صورت عملیاتی طراحی و وارد ساختار ارزیابی عملکرد ایرانسل شد. این اتفاق منجر به سرمایه‌گذاری مالی و فکری در زمینه بهبود اثرات زیست‌محیطی و اجتماعی کسب‌وکار خواهد شد و وضعیت پایداری سازمان را در شاخص‌های متنوعی از مسائل زیست‌محیطی، اجتماعی، حاکمیت شرکتی و ارزش اقتصادی ارتقا می‌بخشد. تداوم فرایند گزارش‌دهی یکی از اهرم‌های قابل اتکای ما برای پیش‌برد مفاهیم نوین پایداری در ایرانسل است. بدین ترتیب گام به گام با پیاده‌سازی استراتژی‌های پایداری در سطوح عملیاتی سازمان و فرهنگ گزارش‌دهی مستمر، مفاهیم پایداری در سازمان به کار گرفته می‌شود و به بلوغ فرایندی می‌رسد و در عین حال، در اختیار ذی‌نفعان متعددی قرار خواهد گرفت.

دریافت بازخورد

ما از دریافت نظرات و بازخورد مخاطبان خود درباره این گزارش استقبال می‌کنیم و علاقه‌مندیم درباره عملکرد سازمان و تلاش‌هایمان در زمینه پایداری کسب‌وکار، با ذی‌نفعان خود در تعامل باشیم. لطفاً دیدگاه خود را از طریق ایمیل Sustainability@mtnirancell.ir با ما به اشتراک بگذارید.

در باره ایرانسل

ایرانسل شرکت خدمات ارتباطی است که خدمات متنوع تلفن همراه و اینترنت بی‌سیم ثابت و همراه، فیبر خانگی و همچنین خدمات دیجیتال را در سراسر ایران ارائه می‌دهد. ایرانسل از موفق‌ترین نمونه‌های سرمایه‌گذاری مشترک داخلی-خارجی در ایران است. سرمایه‌گذاری مشترک، در این شرکت از سال ۱۳۸۴ با گروه ام‌تی‌ان (۴۹ درصد) و شرکت توسعه الکترونیک ایران^۱ (۵۱ درصد) آغاز شد.

ایرانسل به‌عنوان اپراتور دیجیتال پیشرو، از طریق راهبردی راهکارهای دیجیتال در صنایع ارتباطی و صنایع مبتنی بر فناوری در سطح کشور،

نقش خود را ایفا می‌کند. روحیه پیشرو بودن ایرانسل در صنعت ارتباطات ایران، موجب تکامل این صنعت و همچنین توسعه کشور در دو دهه اخیر شده است. وقتی سال‌ها پیش، این سفر را آغاز کردیم، هدف ما ارتقای زندگی همه مردم از طریق افزایش قدرت ارتباطات در کشور بود؛ اما حالا قصد داریم تا همه مردم از مزایای زندگی دیجیتال و نوین بهره‌مند باشند.

در نگاه کلان، جامعه ایده‌آل باید به سوی اهدافی چون ریشه‌کنی فقر، محافظت از محیط زیست و شکوفایی انسان‌ها در حال حرکت باشد.

کسب‌وکارهای بزرگ و کوچک نیز باید به این اهداف متعهد باشند. ایرانسل در تلاش است تا با فعالیت‌های عملیاتی خود در حوزه ارتباطات، ایفای نقش به‌عنوان اپراتور دیجیتال و Techco (شرکت مبتنی بر فناوری) و با سرمایه‌گذاری‌های خود در جهت منافع ذی‌نفعان مختلف سازمان، در مسیری قدم بردارد تا به این اهداف بلندمدت اجتماعی-زیست محیطی منجر شود.

ذی‌نفعان کلیدی

جامعه مدنی	مشتریان	رسانه	حکومت و نهادهای سیاست‌گذار
شرکای تجاری	تأمین‌کنندگان	کارکنان ایرانسل	فعالان صنعت تلفن همراه

سرمایه‌های سازمان

طبیعی	انسانی	اجتماعی	فکری
زیست محیطی	مالی	فناورانه	تولیدی

مسائل مهم پایداری

دسترسی اقشار خاص به خدمات دیجیتال



حقوق بشر دیجیتال



آموزش و سواد دیجیتال



اخلاق حرفه‌ای و انطباق با قوانین



دسترسی مقرون به‌صرفه و فراگیری دیجیتال



انتشار فرکانس‌های رادیویی



بومی‌سازی



اقدامات حمایتی در بحران‌های ملی و طبیعی



رعایت حقوق دیجیتال کودکان



حمایت از استارت‌آپ‌ها



انتشار گازهای گلخانه‌ای



مدیریت پسماند



حمایت از نهادهای مدنی



مدیریت مسئولانه زنجیره تأمین



مدیریت بهینه منابع طبیعی

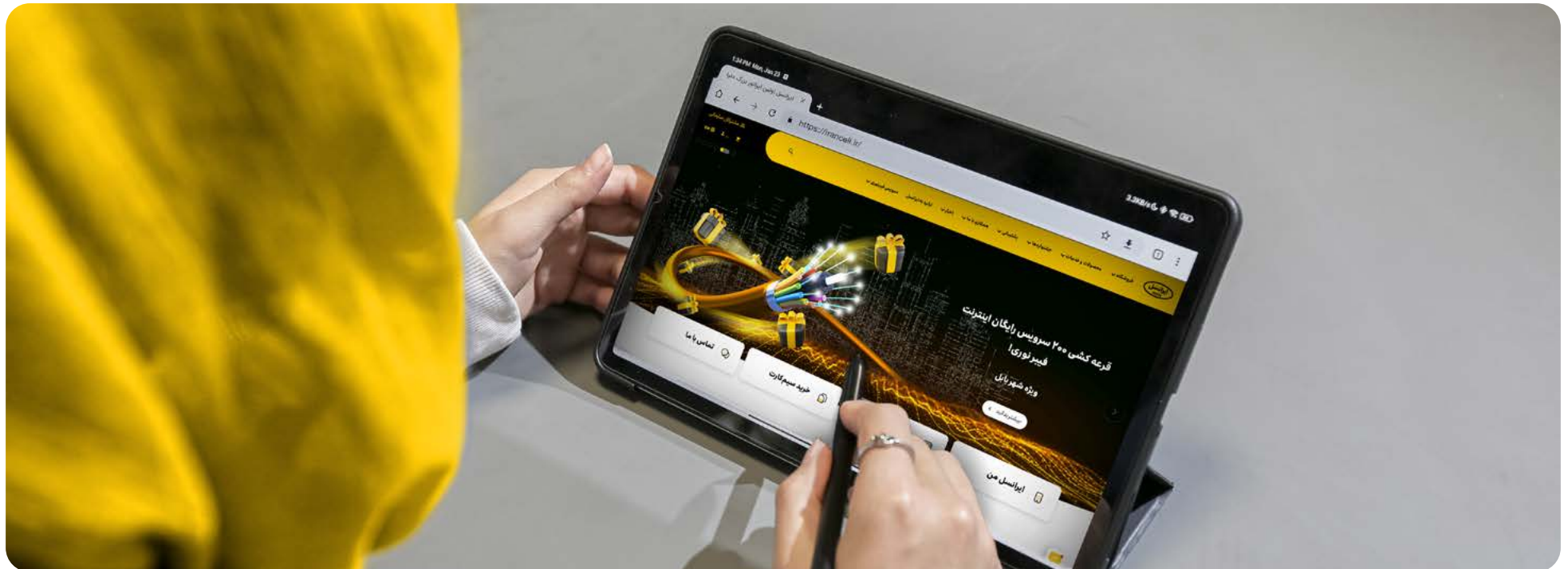


درباره ایرانسل

پرتفولیوی سرمایه‌گذاری

شرکت «ویستا ارتباطات پیشرو» با هدف حمایت از شرکت‌های نوپا و کسب‌وکارهای دیجیتالی به‌عنوان یکی از اهرم‌های اصلی مؤثر در تغییرات اجتماعی و نیز استفاده بهینه از منابع مالی و مدیریت سرمایه‌گذاری‌های ایرانسل تأسیس شده است. همچنین این بخش از شرکت ایرانسل، با تمرکز بالا بر خلق بیشترین ارزش از سرمایه‌گذاری، در تلاش است تا با تکمیل زنجیره خدمات و محصولات از طریق سرمایه‌گذاری در شرکت‌های با مدل کسب‌وکار نوآورانه و توسعه داده‌شده بر بستر ICT، تحقق اهداف دیجیتال را تسریع کند. به همین منظور این شرکت سعی کرده تا با ایجاد بستر و زیرساخت‌های لازم، مسیر مناسبی را برای انتخاب، سرمایه‌گذاری و توسعه کسب‌وکارهای خود فراهم کند.

سوپر اپلیکیشن	تسهیم سایت	تحقیق و توسعه	تأمین مسکن کارکنان	شبکه اجتماعی	صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر	تأمین و توزیع محتوا
اسنپ	ایرانیان تاورز	ایرانسل لیز	تأمین آتیه ویستا	روبیکا	صندوق نوآفرین	ویستا مدیا
تاریخ سرمایه‌گذاری: اسفند ۱۳۹۵	تاریخ سرمایه‌گذاری: آبان ۱۳۹۷	تاریخ سرمایه‌گذاری: شهریور ۱۳۹۸	تاریخ سرمایه‌گذاری: بهمن ۱۳۹۸	تاریخ سرمایه‌گذاری: اسفند ۱۳۹۸	تاریخ سرمایه‌گذاری: فروردین ۱۳۹۹	تاریخ سرمایه‌گذاری: آبان ۱۳۹۹
						



درباره ایرانسل

تاریخچه ایرانسل



یادداشت مدیرعامل



دکتر بیژن عباسی آرند مدیرعامل

در سال‌های اخیر، با توجه به وجود چالش‌های مختلف اجتماعی و زیست‌محیطی در سطح ملی و جهانی، مانند افزایش تورم و بیکاری، بی‌ثباتی‌های اجتماعی-سیاسی، اختلال در زنجیره تأمین جهانی و تشدید بحران‌های آب‌وهوایی و اقلیمی، تقاضا از بنگاه‌های اقتصادی برای برداشتن قدم‌های بیشتر و اثربخش در پاسخ به نگرانی‌های موجود، به‌طور چشمگیری افزایش یافته است.

تلاش برای افزایش سطح پایداری در جوامع بسیار مشهود است و انتظارات از افراد، حکومت‌ها و به‌ویژه سازمان‌ها و بنگاه‌های اقتصادی، برای انجام رفتار مسئولانه و پایدار با تمرکز بر رفاه جوامع و حفظ محیط‌زیست، افزایش یافته است. به‌همین دلیل، ESG به شاخصی مهم در ارزیابی موفقیت کسب‌وکارها تبدیل شده است. توجه به ESG، خلق ارزش برای سهام‌داران و سود مالی را با ارزش‌آفرینی برای طیف وسیعی از ذی‌نفعان از جمله مشتریان، کارکنان، شرکا و... هم‌سو می‌کند.

در فضای اقتصاد ایران، هنوز امکان ارزیابی و نمره‌دهی شاخص‌های ESG توسط مؤسسات حرفه‌ای و تخصصی داخلی یا خارجی وجود

ندارد ولی ما در ایرانسل فراتر از الزامات قانونی، تلاش کرده‌ایم به عنوان اولین تجربه‌ها در ایران، جنبه‌های کاربردی از ESG را در کسب‌وکار خود شناسایی، پیاده‌سازی و البته گزارش کنیم.

بر مبنای استراتژی کلان، ما در ایرانسل به‌عنوان بازیگری کلیدی در زیست‌بوم دیجیتال کشور، فرصتی واقعی برای ایفای نقشی اثرگذار در توسعه پایدار ایران در اختیار داریم. ما در اوج عصر جدیدی از ارتباطات هستیم. به‌همین دلیل باور اصلی کسب‌وکار ما این است: **همه اقشار و گروه‌های اجتماعی سزاوار بهره‌مندی از مزایای زندگی دیجیتال هستند.** با ترکیب قابلیت‌های شبکه گسترده و بهینه ارتباطی ایرانسل و فناوری‌های نو ظهوری مانند نسل پنجم ارتباطات، محاسبات ابری و هوش مصنوعی، ما نقش بی‌بدیلی در ایجاد زیرساخت‌های اقتصاد دیجیتال و کمک به حل بسیاری از چالش‌های پیش‌روی مشتریان و جامعه داریم و همگام با سرمایه‌گذاری در توسعه زیرساخت‌ها در نقاط مختلف سرزمین پهناورمان، تلاش می‌کنیم تا روزه‌روز سهم بیشتری در توسعه فناوری‌های دیجیتال در کشور داشته باشیم. فناوری‌هایی که باعث پیشرفت اجتماعی و محافظت بیشتر از منابع طبیعی و محیط‌زیست می‌شوند. ما مفتخریم که نقشی اساسی در کاهش شکاف دیجیتال در نقاط مختلف کشور و به‌ویژه در مناطق محروم ایفا کرده‌ایم.

ایرانسل پیوسته بر انجام امور کسب‌وکار خود به بهترین وجه ممکن و ارائه خدمات به مردم شریف ایران در سراسر کشور تأکید دارد. ما در انجام همه امور، خود را متعهد به حرکت روبه‌جلو می‌دانیم و هم‌زمان تلاش داریم در کاهش آثار منفی بر محیط‌زیست، تقویت شیوه‌های امنیت اطلاعات، رفتار منصفانه با مشتریان، رفع انواع عدم توازن، ایجاد زنجیره ارزش مسئولانه، تحقیق و توسعه، بومی‌سازی تجهیزات موردنیاز صنعت، ارتقای اخلاق حرفه‌ای و تحمل صفر در برابر فساد، توانمندسازی و توسعه سرمایه انسانی و... پیشرو باشیم. در این سال‌ها تحول دیجیتال و ظرفیت‌های آن، به‌عنوان ابزاری قدرتمند برای

تحقق این اهداف، در مرکز توجه عملیات هر روزه ما قرار گرفته است. برای اطمینان از حصول پایداری در عملیات روزانه سازمان، ما همچنان به بررسی نظام‌مند و به‌روزرسانی خط‌مشی‌ها و فرآیندهای آن ادامه می‌دهیم. چارچوب‌های حاکمیت شرکتی ما به‌عنوان کاتالیزوری برای شناسایی محرک‌های جدید در رشد پایدار، تقویت رقابت‌پذیری آینده و انجام مسئولیت‌های شرکتی ما عمل می‌کند. واقعیت این است که به باور ما، بقا و توسعه کسب‌وکار ایرانسل به خدمت‌رسانی و یافتن یا خلق راه‌کارهای جدید برای افزایش اثرات مثبت بر جامعه و کاهش اثرات احتمالی منفی، وابسته است.

ایرانسل در سال ۱۴۰۱، در فضای پرتلاش کسب‌وکارهای دیجیتال و با وجود ابهام در شاخص‌های کلان اقتصادی مانند تورم مزمن و افزایش هزینه‌های خانوار در کنار محدودیت‌های مالی و زنجیره تأمین، بار دیگر عملکرد خوبی را در جنبه‌های مختلف استراتژیک از خود نشان داد. پایداری و رفتار مسئولانه در کسب‌وکار، یکی از این جنبه‌هاست. در اینجا لازم می‌دانم، از همه ذی‌نفعان سازمان به‌خصوص سهام‌داران و اعضای محترم هیئت‌مدیره، کارکنان عزیز و شرکای تجاری ارزشمندمان که هرکدام در جای خود، نقش به‌سزایی در ارائه راهکارها، اقدامات سازنده، حمایت‌های بی‌بدیل در شرایط پرچالش و در نهایت خدمت‌رسانی به مردم داشته‌اند، صمیمانه قدردانی کنم.

انتشار گزارش پایداری ایرانسل به‌صورت سالانه، فرصتی مناسب برای مرور عملکرد، چالش‌ها، دستاوردها و گفتگو با ذی‌نفعان بنگاه بزرگی مانند ایرانسل است؛ سازمانی که مراحل استقرار و رشد اولیه خود را گذرانده و در دوران بلوغ خود، به‌دنبال شناسایی، گزارش و در نهایت بهبود اثرات کسب‌وکار خود بر جامعه، اقتصاد و محیط زیست کشور است. این فرصت را مغتنم می‌دانم و نمایندگان اقشار و ذی‌نفعان مختلف و به‌خصوص صاحب‌نظران حوزه کسب‌وکار و صنعت ICT کشور را به مطالعه این گزارش و ارائه بازخورد از دیدگاه‌های مختلف دعوت می‌کنم.

استراتژی پایداری

کسب و کار پایدار، متعهد است تا به طور مداوم برای ذی نفعان خود ارزش بیافریند و از آن حراست کند. عوامل متعددی چون پاسخگویی، شفافیت، حاکمیت شرکتی خوب و... برای عملکرد پایدار سازمان در بلندمدت و رشد و شکوفایی کسب و کارها الزامی است. شاید امروز بیش از هر زمان دیگری، کسب و کارها نیاز دارند تا نقش شهروندی شرکتی خود را در جامعه پیدا کنند.

خوش نامی، مشارکت ذی نفعان و سرمایه های اجتماعی

موضوعات مربوط به پایداری در استراتژی های کلان و عملیاتی ایرانسل به طور اساسی پوشش داده شده است. خلق ارزش مشترک با ارزش های پیشنهادی هر محصول و خدمت و همچنین با طراحی و اجرای پروژه های سرمایه گذاری اجتماعی شرکتی^۱، موجب توسعه توأمان اجتماعی-اقتصادی در جامعه می شود. هدف پروژه های CSI عمدتاً 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.

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

استراتژی های عملیاتی

- تعامل با ذی نفعان اصلی با هدف جلب حداکثر حمایت آنها برای رسیدن به اهداف استراتژیک
- پیشرو بودن در خلق ارزش مشترک، پایداری سازمانی و عملکرد اجتماعی-زیست محیطی
- تثبیت جایگاه ایرانسل به عنوان برند Techco
- ارتقای مدیریت رسانه و خوش نامی سازمان
- گسترش عدالت اجتماعی از طریق انجام پروژه های سرمایه گذاری اجتماعی و گسترش دسترسی به شبکه در مناطق دورافتاده و کم برخوردار

اهداف استراتژیک

- بهبود خوش نامی سازمان
- افزایش مشارکت ذی نفعان
- ارتقای سرمایه های اجتماعی

نقاط تمرکز

غنی سازی سرمایه اجتماعی

استراتژی ریتم^۲

استراتژی «ریتم» یا «نبض زندگی دیجیتال» ایرانسل به طور کلی، تمام ابعاد مختلف عملکردی سازمان و رویکردهای متنوع آن را نشان می دهد. این استراتژی بر شش اصل استوار است. «اصل غنی سازی در سرمایه انسانی و اجتماعی»^۳ این استراتژی، بر رویکردهای اجتماعی و مفاهیم پایداری کسب و کار تأکید دارد. علاوه بر این، تمام اصول این استراتژی به شکلی به هم پیوسته برای تحقق پایداری در کسب و کار طراحی شده است؛ چراکه برای پایداری کسب و کارمان باید عملکرد تجاری خود را ارتقا دهیم. این امر مستلزم پیشتازی فناورانه، راهبری زیست بوم دیجیتال، افزایش بازدهی و کارایی، توجه به نیازهای ذی نفعان و ایجاد ارزش های اجتماعی است.

ایرانسل، نبض زندگی دیجیتال



استراتژی پایداری

خلق ارزش مشترک^۱

خلق ارزش مشترک، از اولویت‌های استراتژیک شرکت ایرانسل برای پیشبرد اهداف اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی است. این رویکرد، از باور کلی ما نشئت می‌گیرد که ایرانسل برای ایفای نقشی مثبت و معنادار در ساخت دنیایی فراگیر و پایدار، مسئولیت دارد.

از آنجایی که یکی از مهم‌ترین آرمان‌های ایرانسل، یعنی فراگیری دیجیتال برای همه مردم، بر پایه خلق ارزش اجتماعی بنا نهاده شده است و در عین حال محور اقتصادی کسب‌وکار نیز هست، می‌توانیم بگوییم خلق ارزش مشترک اجتماعی و اقتصادی در بطن استراتژی سازمان و در تفکر تیم راهبری است. ما در نظر داریم فرصت‌های استفاده از دنیای نوین دیجیتال را برای همه مردم فراهم کنیم و بدین ترتیب عامل تغییر مثبت در زندگی افراد، سازمان‌های کوچک و بزرگ و به‌طور کلی جامعه باشیم. برای تحقق این موضوع ما از برند، تکنولوژی، تجهیزات ارتباطی و پلتفرم‌های ایرانسل برای ارائه راهکارهای پیشرو به منظور ارتقای جامعه و توسعه پایدار کشور استفاده می‌کنیم.

استراتژی پایداری با محوریت ESG

اندیشیدن به آینده‌ای که شاید هیچ یک از ما در آن حضور نداشته باشیم، با وجود تمام مشکلات جاری سازمان و محیط پیرامون کسب‌وکارها در زمان حاضر، چالش بسیار بزرگی برای سازمان‌های بزرگ ایرانی است. حال باید برای تضمین پایداری منابع تا آینده، اقداماتی نیز تعریف کرد و سرمایه‌های مالی، انسانی و فناورانه سازمان را برای آن به کار بست.

در زمینه مسائل مهم پایداری سازمان، شاخص‌های عملکردی قابل اندازه‌گیری و اهداف کمی تعیین شده و به تبع آن اقداماتی برای نائل شدن به اهداف، طراحی و اجرا می‌شود. فرایند برنامه‌ریزی، تعیین شاخص‌های کلیدی عملکردی و اهداف کمی، طراحی اقدامات و ابتکارات و ارزیابی آن‌ها از اواخر سال ۱۴۰۱ به طور رسمی در سطوح بالای مدیریتی شرکت ایرانسل، در استراتژی‌های کلان سازمان و در

رویه‌های پیاده‌سازی استراتژی، پی گرفته شد.

تعریف چشم‌انداز پایداری ما بسیار روشن است: ما می‌خواهیم از طریق راهکارها و شیوه‌های مسئولانه زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی، ارزش اقتصادی برای ذی‌نفعانمان خلق کنیم. ساختار پایداری ایرانسل بر پایه خلق ارزش اقتصادی در محدوده عملکرد ضمن بهبود اثرات اجتماعی-زیست‌محیطی کسب‌وکار در بستر یک حاکمیت شرکتی خوب است.

برای تجسم و تحقق چشم‌انداز ارتقای ارزش‌های اجتماعی-اقتصادی جامعه، به چارچوب استراتژی پایداری نیاز داریم. چارچوب استراتژی پایداری ایرانسل از چهار رکن اساسی شامل مسئولیت‌های زیست‌محیطی، اجتماعی، حاکمیت شرکتی خوب و خلق ارزش اقتصادی تشکیل می‌شود. وقتی استراتژی پایداری یک سازمان بر اصول ESG استوار است، انعطاف‌پذیری لازم را برای مقاومت در برابر ناملایمات اقتصاد کلان پیدا می‌کند و همچنین مسائل مهم پایداری جدید را به محض پدیدار شدن، اولویت‌بندی کرده و در نظر می‌گیرد.

هر رکن از چارچوب استراتژی پایداری ایرانسل با نگارش خط‌مشی‌ها و تعریف فرایندهایی برای تحکیم تعهدات اجتماعی-زیست‌محیطی ما و برای ایجاد سهولت در اجرا، در حال تکامل است. چارچوب استراتژی پایداری با محوریت ESG، مفهوم کسب‌وکار مسئولانه را برای تمام ذی‌نفعان و افراد جامعه احیا می‌کند. این چارچوب ما را قادر می‌سازد تا فرصت‌ها، ریسک‌ها و مسائل کلیدی پایداری را در گستره محدود عملکردهمان پیش و ارزیابی کنیم. همچنین، در مورد نحوه تعامل با مشترکان و ذی‌نفعان سازمان راهنمایی می‌کند؛ نقش ما را در فراگیری اقتصاد دیجیتال و افزایش افراد بهره‌مند از آن تعیین می‌کند؛ نحوه مدیریت اثرات زیست‌محیطی و کاهش آثار منفی آن را مشخص می‌کند.

به‌طور کلی می‌توان گفت از طریق استراتژی پایداری، ضمن تمرکز بر حفظ منابع برای آینده، نشان می‌دهیم که نیازها و انتظارات ذی‌نفعان را درک کرده‌ایم و به دنبال راهکارهایی برای چالش‌های اجتماعی و زیست‌محیطی هستیم.



استراتژی پایداری

هدف استراتژیک

راهبری راهکارهای دیجیتال برای توسعه کشور

باور کلی

همه مردم سزاوار بهره‌مندی از مزایای زندگی دیجیتال و نوین هستند.

آنچه برای محیط زیست انجام می‌دهیم

آنچه برای جامعه انجام می‌دهیم

آنچه برای حاکمیت شرکتی انجام می‌دهیم

آنچه برای توسعه اقتصادی انجام می‌دهیم

ما متعهدیم به...

مسئولیت‌های زیست محیطی

ما متعهدیم که از محیط زیست محافظت کنیم و با برنامه‌ریزی بلندمدت و استفاده از ابتکارات فناورانه، انتشار گازهای گلخانه‌ای و انواع پسماند را مدیریت کنیم.

مسئولیت‌های اجتماعی

ما متعهدیم که خدمات ارتباطی و راهکارهای دیجیتالی خود را به‌طور فراگیر به تمام مردم جامعه ارائه دهیم؛ اعم از ساکنین مناطق کم‌برخوردار، افراد دارای معلولیت و...

حاکمیت شرکتی خوب

ما متعهدیم که برای شرکای تجاری و ذی‌نفعان خود، همواره ارزش پایدار خلق کنیم و از ارزش‌های ایجادشده حراست کنیم.

خلق ارزش اقتصادی

ما متعهدیم که رشد اقتصادی فراگیری را در سطح کشور ایجاد کنیم و از ارکان اثرگذار توسعه اقتصادی کشور باشیم.

شاخص‌ها و عملکرد ما

• پروژه صفر^۱

کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای از طریق بهینه‌سازی و راه‌حل‌های جایگزین

• بهره‌وری

افزایش بازدهی انرژی از طریق به‌کارگیری فناوری‌های به‌روز

• مدیریت آب و پسماند

کاهش اثرات مخرب

• برابری جنسیتی

افزایش حضور زنان

• افزایش دسترسی

کاهش هزینه ارتباطات

• افزایش فراگیری دیجیتالی

خلق اثرات اجتماعی از طریق راهکارهای ICT^۲

آموزش، مهارت و اشتغال دیجیتال

• خط‌مشی‌ها و رویه‌های مسئولانه

اخلاق حرفه‌ای، مدیریت ریسک و اثربخشی هیئت‌مدیره

• حفظ خوش‌نامی و اعتماد در بین ذی‌نفعان

• حقوق بشر دیجیتال

• زنجیره تأمین مسئولانه

• پرداخت مالیات

پرداخت سهم دولت از درآمد

• خدمات عمومی اجباری^۳

سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های شبکه

• بومی‌سازی

حمایت از تولیدکنندگان و شرکت‌های داخلی

نتایج عملکرد ما در مسیر پایداری

صنعت ICT پتانسیل بسیار بالایی در ایجاد زمینه‌های توسعه پایدار در جوامع دارد. ایرانسل به منظور تعیین جایگاه و نقش خود در توسعه پایدار کشور، اثرات مستقیم و غیرمستقیم عملکرد خود، را شناسایی و بررسی می‌کند. با مطالعه مستمر آثار عملکرد خود مسیر پیش رو را طراحی کرده و در آن گام برمی‌دارد.

ما در تلاشیم تا با مجموعه کلانی از شاخص‌های ESG در قالب چارچوب چهار رکن پایداری، اهداف خود را تعیین و عملکرد ESG را پیش کرده و بهبود دهیم. موضوع شاخص‌های کلیدی عملکرد در عملیات جاری سازمان که از چارچوب استراتژی پایداری ما استخراج شده است، در ساختار گزارش دهی داخلی و خارجی، برنامه‌ریزی‌های کلان و استراتژیک و طراحی اقدامات و ابتکارات سازمان، جای گرفته است.



اثرات مستقیم عملکرد ما

ارکان پایداری	دستاوردها
محیط زیست	<ul style="list-style-type: none"> محاسبه و اعلام میزان انتشار گازهای گلخانه‌ای سازمان در محدوده ۱ و ۲ تعیین اهداف و شاخص‌های کلیدی عملکرد سازمان در زمینه مدیریت ردپای کربن تأمین انرژی هشت سایت با منابع انرژی‌های تجدیدپذیر (انرژی خورشیدی) بهینه‌سازی مداوم مصرف انرژی در دیتاسنترها و سایت‌های BTS^۱ انجام اقداماتی برای کاهش مصرف انرژی در ساختمان‌های اداری
محیط زیست و جامعه	<ul style="list-style-type: none"> طراحی پروژه نیروگاه‌های کوچک خورشیدی برای تأمین مخارج مدارس شبانه‌روزی در مناطق کم‌برخوردار به منظور انرژی‌گذاری اجتماعی-زیست‌محیطی اجرای طرح‌های متنوع دورکاری برای کارکنان
جامعه	<ul style="list-style-type: none"> ۹۱٫۸٪ پوشش جمعیتی شبکه ارتباطی سراسری ایرانسل پوشش ارتباطی ۳۳٫۲۶۳ روستا با حدود ۱۳٫۵ میلیون نفر جمعیت روستایی کشور رشد یک درصدی مشارکت زنان در ترکیب کارکنان ایرانسل سهم ۳۶ درصدی زنان از کل دوره‌های آموزشی برگزار شده پاسخ‌گویی به بیش از هفت هزار تماس ویدیویی مشترکان ناشنوا با کم‌شنوا توسط کارشناسان مرکز ارتباط با مشتریان با استفاده از زبان اشاره
جامعه و اقتصاد	<ul style="list-style-type: none"> ۶۰ میلیارد ریال سرمایه‌گذاری اجتماعی مستقیم در پروژه‌های CSI حمایت از استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های فناور به منظور افزایش دسترسی به امکانات آموزشی، مراقبت‌های درمانی و خدمات مالی در مناطق کم‌برخوردار
اقتصاد	<ul style="list-style-type: none"> افزایش ۱۳ درصدی تعداد کل مشتریان شرکتی و ارائه خدمات و راهکارهای ICT و دیجیتالی به آن‌ها برای کمک به رشد و اشتغال‌زایی بیشتر تحت پوشش شبکه اینترنت پرسرعت قرارداد ۸۲٫۵٪ جمعیت کشور رشد انفجاری بیش از چهار هزار درصدی در احداث تعداد سایت‌های 5G جدید برای فراهم‌سازی بستر نوآوری و ارتقای کیفیت و دسترسی خدمات ارتباطی
اقتصاد و حاکمیت شرکتی	<ul style="list-style-type: none"> پرداخت بیش از ۲۹ هزار میلیارد ریال به عنوان مالیات مشارکت با وزارت ارتباطات در پروژه USO با افزایش ۳۳ درصدی منابع پروژه ۳۵ درصد مبالغ پرداختی به تأمین‌کنندگان داخلی نسبت به کل
حاکمیت شرکتی	<ul style="list-style-type: none"> حفظ امتیاز ایرانسل در شاخص خوش‌نامی در بین ذی‌نفعان با کسب نمره ۸۰ بهبود شاخص‌های «پاسخگویی» و «کیفیت روابط» از دیدگاه ذی‌نفعان دریافت گواهینامه ISO27001 برای چهارمین سال متوالی در زمینه سیستم مدیریت امنیت اطلاعات تدوین ۳۵ عنوان خط‌مشی امنیت اطلاعات برای افزایش شفافیت در تمام حوزه‌های کاری مدیریت ریسک ESG برای شناسایی و ارزیابی منظم ریسک‌های اصلی زیست‌محیطی، حاکمیت شرکتی و اجتماعی و اخلاقی

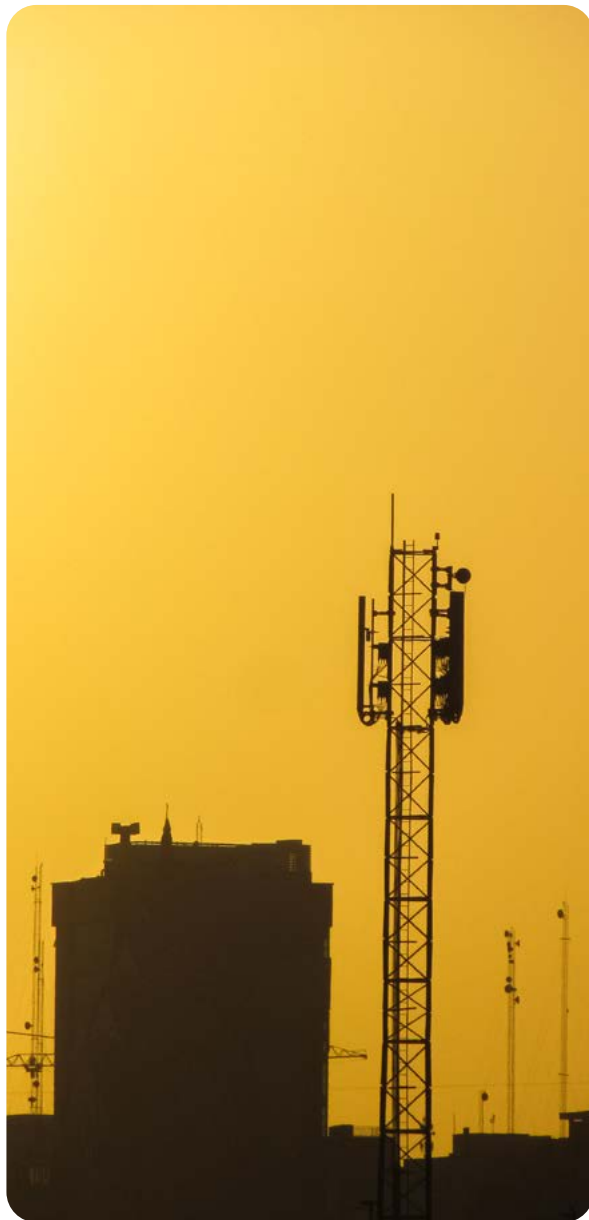
نتایج عملکرد ما در مسیر پایداری

اثرات غیرمستقیم عملکرد ما

دستاوردها

ارکان پایداری

- | دستاوردها | ارکان پایداری |
|---|---------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • پیاده‌سازی چارچوب ESG در سازمان، تعیین شاخص‌های عملکردی مناسب برای پایش اثرات زیست‌محیطی کلان و طراحی اقدامات مناسب برای بهینه‌سازی مصرف انرژی و کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای • استفاده از باتری‌ها و تجهیزات به‌روز مخابراتی • فراهم‌سازی شرایط دورکاری برای بسیاری از سازمان‌ها و شرکت‌ها از منظر کاهش اثرات منفی زیست‌محیطی • ترویج شهرهای هوشمند از طریق تکنولوژی اینترنت اشیا • توجه به اثرات زیست‌محیطی در طراحی و برنامه‌ریزی احداث سایت‌های جدید • بازاستفاده و تعمیر تجهیزات شبکه با رویکرد اقتصاد چرخشی • کاهش استفاده از کاغذ در مصارف و مبادلات اداری | محیط زیست |
| <ul style="list-style-type: none"> • استفاده از تکنولوژی 5G، اینترنت اشیا و پلتفرم‌های دیجیتالی به‌منظور ارتقای زندگی دیجیتالی • سرمایه‌گذاری‌های آموزشی برای کارکنان • فراهم‌سازی شرایط دورکاری برای بسیاری از سازمان‌ها و شرکت‌ها از منظر ارتقای اثرات اجتماعی در محیط کسب‌وکارها | جامعه |
| <ul style="list-style-type: none"> • اتخاذ رویکرد بومی‌سازی در تأمین و تدارکات • طراحی استراتژی پایداری و پیاده‌سازی چارچوب ESG و تعیین شاخص‌های عملکردی برای اثرات زیست‌محیطی کلان سازمان | حاکمیت شرکتی |
| <ul style="list-style-type: none"> • فراهم‌سازی بسترهای ارتباطی و دیجیتالی در تمام نقاط کشور برای تمام افراد و کسب‌وکارها • ایجاد فرصت‌های اقتصادی و کمک به کاهش فقر از طریق پشتیبانی از شرکت‌های کوچک و متوسط و افزایش دسترسی به خدمات دیجیتالی به‌خصوص در مناطق کم‌برخوردار • تحول دیجیتال در فرایندهای داخلی سازمان و در جهت توانمندسازی کسب و کارهای دیگر • ایفای نقش مؤثر در عرصه اقتصاد دیجیتال کشور | اقتصاد |



مسائل مهم پایداری

ایرانسل به منظور پیشبرد اهداف و استراتژی سازمانی، مسائل مهم پایداری خود را شناسایی، ارزیابی و اولویت بندی می کند. در این مسیر با بهره گیری از الگوهای قابل اتکای جهانی، یک روند دوطرفه از بیرون و درون را به کار گرفت؛ در این روند، شرکت ها علاوه بر گزارش درباره تأثیری که کسب و کارشان از مسائل پایداری می پذیرد، به تشریح تأثیر فعالیت هایشان بر جامعه و محیط زیست می پردازند. ایرانسل نیز با بهره گیری از این روش، تلاش کرد به طور همزمان، هم در مورد مسائلی که از نظر مالی برای ارزش تجاری این سازمان مهم هستند و هم در مورد مسائلی که برای محیط زیست و جامعه اهمیت دارند، گزارش دهد.

شناسایی و ارزیابی مسائل مهم پایداری

ایرانسل در سال ۱۴۰۱ بار دیگر به ارزیابی مسائل مهم پایداری پرداخته و در این مسیر با برگزاری نظرسنجی، نظرات طیف گسترده ذی نفعان خود در حوزه های مختلف را به دست آورده و با قراردادن آن ها در کنار نظرات مدیران ارشد سازمان، توانست ماتریس مسائل مهم پایداری را به روزرسانی کند. ترسیم دوباره این ماتریس به ایرانسل اجازه داد دید کامل تری درباره نظر ذی نفعان خود در حوزه های حاکمیتی، اجتماعی و زیست محیطی داشته باشد. ذی نفعان کلیدی ایرانسل شامل جامعه مدنی، حکومت و نهادهای سیاست گذار، شرکای تجاری، مشتریان، رسانه، فعالان صنعت تلفن همراه و تأمین کنندگان می شوند.

نظرسنجی «پایداری در عملکرد ایرانسل»

ایرانسل همچون سال گذشته، ۱۵ مسئله مهم در سه حوزه حاکمیت شرکتی، اجتماعی و زیست محیطی را شناسایی کرده و طی دو نظرسنجی داخلی و خارجی، نظر ذی نفعان خود را در مورد آن ها جمع آوری کرد تا با جانمایی شان روی دو محور افقی (تأثیر مسائل مهم پایداری بر اهداف کلان سازمان) و محور عمودی (اهمیت مسائل مهم پایداری برای ذی نفعان) دید بهتری درباره این مسائل به دست آورد. البته که جایگاه بالاتر این مسائل به منزله بی توجهی به مسائل

دیگر نیست و ایرانسل برای تمامی این موارد اهمیت قائل است. مسئله «دسترسی مقرون به صرفه و فراگیری دیجیتال» که بالاترین جایگاه را به خود اختصاص داده، از معدود مسائلی است که نسبت به سال گذشته تغییری نداشته است. مواردی چون «اخلاق حرفه ای و انطباق با قوانین» (چهار پله افزایش)، «حقوق بشر دیجیتال» (پنج پله افزایش)، «اقدامات حمایتی در بحران های ملی و طبیعی» (چهار پله کاهش)، «مدیریت بهینه منابع طبیعی» (سه پله افزایش) و

«حمایت از نهادهای مدنی» (سه پله کاهش) جایگاهی سه تا پنج پله ای را تجربه کرده اند. نکته قابل توجه در ماتریس «مسائل مهم پایداری» این است که موضوعات حاکمیت شرکتی و اجتماعی نزد ذی نفعان ایرانسل، همچنان اولویت بیشتری نسبت به موضوعات زیست محیطی داشته اند. با این وجود ایرانسل تمامی این مسائل را مهم می داند.

ماتریس مسائل مهم پایداری



تعامل با ذی نفعان

ایرانسل برای تحقق باور خود مبنی بر اینکه «همه مردم سزاوار بهره‌مندی از مزایای زندگی دیجیتال و نوین هستند»، بهبود کیفیت روابط با ذی نفعان خود را در اولویت قرار داده است. شناخت طیف گسترده ذی نفعان، درک انتظارات آن‌ها و همچنین دیدگاه آن‌ها در مورد تأثیر اقدامات ایرانسل بر آن‌ها، مبنای تعامل با کیفیتی است که شفافیت و دسترسی آسان از ویژگی‌های اصلی آن محسوب می‌شود.

ایرانسل به منظور همگام شدن با استراتژی‌های کلان سازمانی، خط مشی مدیریت ذی نفعان را به صورت دو سالانه به روزرسانی می‌کند. این خط‌مشی که به عنوان بخشی از چارچوب مدیریت ذی نفعان و خوش‌نامی سازمان تدوین شده، نحوه ارتباط و تعامل با ذی نفعان را تشریح می‌کند. ایرانسل از طریق شناسایی اهداف و مقاصد خود، ضمن پاسخگویی مسئولانه به انتظارات و نیازهای ذی نفعان، می‌تواند خوش‌نامی و تعامل با ذی نفعان را مدیریت کند.

ایرانسل در چارچوب استراتژی و خط‌مشی خود، ذی نفعان کلیدی در حوزه‌های مختلف را شناسایی، تعامل با آن‌ها را برنامه‌ریزی و تعاملات رسمی خود را ثبت می‌کند. میزان تأثیرگذاری تلاش‌ها و فعالیت‌های ایرانسل در جهت افزایش خوش‌نامی، تقویت کیفیت روابط و اعتمادسازی و همچنین تمرکز بر کیفیت تعاملات و پاسخگویی بهتر علاوه بر تعاملات هر روزه با ذی نفعان، از طریق برگزاری نظرسنجی شاخص خوش‌نامی^۱، ارزیابی نمره خالص ترغیب‌کنندگان^۲ و ارزیابی فرهنگی گروه^۳ ارزیابی می‌شود.

ایرانسل عملکرد تعاملی ذی نفعان خود را به صورت ماهانه و براساس برنامه‌هایی که با در نظر گرفتن نتایج این نظرسنجی‌ها ارائه می‌شوند، پیگیری می‌کند. بررسی عملکرد و تهیه گزارش سه‌ماهه از برنامه‌های سالانه هر بخش که برای بهبود خوش‌نامی و افزایش تعامل با ذی نفعان ارائه شده، از دیگر اقدامات ایرانسل در این حوزه است. چنین فعالیت‌هایی، امکان مدیریت و همچنین پیش‌بینی مشکلات احتمالی با ذی نفعان را به سازمان می‌دهد.



نظرسنجی «شاخص خوش‌نامی»

براساس این نظرسنجی، خوش‌نامی ایرانسل نزد ذی نفعان با نمره ۸۰ و همچنین اعتماد آن‌ها به ایرانسل با نمره ۷۳ تغییر چندانی نسبت به سال ۱۴۰۰ نداشته است. این در حالی است که شاخص‌هایی چون کیفیت روابط، پاسخگویی و اقدامات مربوط به کرونا با بهبود همراه بوده و تنها کیفیت روابط، افتی یک واحدی را تجربه کرده است. لازم به ذکر است که نمره قابل قبول در این نظرسنجی ۷۵ است که نمرات بالاتر از آن نشان‌دهنده عملکرد مطلوب و نمرات پایین‌تر، در عین قابل قبول بودن، نیاز به ارتقا دارند. شاخص‌های خوش‌نامی ایرانسل زمانی در محدوده ریسک قرار می‌گیرند که نمره آن‌ها در نزد ذی نفعان به کمتر از ۷۰ رسیده باشد. ثبات نسبی نظرات ذی نفعان در سال ۱۴۰۱ نسبت به سال ۱۴۰۰ نشان می‌دهد که دیدگاه ذی نفعان ایرانسل در مورد سازمان، با پشت سر گذاشتن دوران بحرانی همه‌گیری کرونا به ثباتی نسبی رسیده است.

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
۱۴۰۱	۸۰	۷۹	۷۲	۷۳	۷۴	۷۷٫۵

تعامل با ذی نفعان

اصول پایداری از نگاه ذی نفعان

از دیدگاه پایداری، ایرانسل عملکرد خود را در چهار حوزه ارزش اقتصادی، حاکمیت شرکتی، جوامع پایدار و مسئولیت‌های زیست‌محیطی، مورد ارزیابی و نظرسنجی قرار داد و توانست در سه حوزه نخست، نمره‌ای بالاتر از ۷۵ که حداقل نمره قابل قبول است، دریافت کند.

ایرانسل برای سنجش هرچه بهتر شاخص خوش‌نامی خود، هر ساله از ذی نفعان می‌خواهد به ۱۰ عامل کلیدی حوزه عملکرد این سازمان امتیاز دهند. عملکرد ایرانسل در این ۱۰ عامل که در ادامه به ترتیب میزان اهمیت نزد ذی نفعان آورده شده‌اند، ۵۷ درصد نمره نهایی خوش‌نامی ایرانسل را تشکیل می‌دهد. بنابراین ایرانسل در فرایند تعامل و همکاری با ذی نفعان، تمرکز بیشتری روی تمامی این موارد دارد. نکته قابل توجه در مورد رتبه‌بندی این عوامل این است که با وجود تغییر درصد اهمیت آن‌ها نزد ذی نفعان، جایگاهشان نسبت به سال گذشته تغییری نداشته و «عملکرد شبکه»، «خدمات مشتریان» و «عملکرد کسب‌وکار و نتایج مالی» همچنان به ترتیب در بالاترین سطح قرار دارند.

اصول پایداری	ارزش اقتصادی	جوامع پایدار	حاکمیت شرکتی	مسئولیت‌های زیست‌محیطی
تعهدات ایرانسل	تقویت رشد اقتصادی فراگیر	پیشبرد فراگیری مالی و دیجیتالی	ایجاد و حفظ ارزش برای ذی نفعان	کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای
نمره نظرسنجی شاخص خوش‌نامی	۷۹	۷۷	۷۶	۶۳



درصد اهمیت	رتبه	حوزه عملکرد
۱۸,۲۳	۱	عملکرد شبکه
۱۶,۰۵	۲	خدمات مشتریان
۱۵,۲۲	۳	عملکرد کسب‌وکار و نتایج مالی
۱۲,۸۴	۴	ایفای نقش مؤثر در صنعت مخابرات
۹,۴۷	۵	تأثیر مثبت بر پیشرفت‌های اجتماعی اقتصادی
۸,۰۴	۶	صدور منصفانه و شفاف قیوض و صورت‌حساب‌ها
۷,۵۵	۷	متابعت از قوانین و مقررات
۴,۹۹	۸	بومی‌سازی
۳,۸۶	۹	عملکرد زیست‌محیطی
۳,۷۴	۱۰	حاکمیت شرکتی

حاکمیت شرکتی

حاکمیت شرکتی در یک نگاه

ایرانسل به عنوان شرکت مخابراتی پیشرو در سراسر ایران، خود را متعهد به تضمین امنیت مشتریان خدمات ارتباطی و دیجیتالی خود می‌داند. استفاده از شیوه‌های حکمرانی شرکتی خوب^۱، برای حصول اطمینان از مدیریت مسئولانه سازمان از منظر اخلاقی و اجتماعی باعث ایجاد اعتماد مشتریان و سایر ذی‌نفعان به سازمان می‌شود.

حاکمیت شرکتی ایرانسل، سه حوزه اصلی را پوشش می‌دهد: نخست، حفاظت از اطلاعات مشتریان و کارکنان که مواردی چون حفظ حریم خصوصی و امنیت داده‌ها، رفتار منصفانه با مشتریان زیرمجموعه آن است؛ دوم، ترویج اخلاق حرفه‌ای، مدیریت و کاهش ریسک و همچنین پایبندی به انطباق با قوانین و سوم، زنجیره تأمین مسئولانه.

ساختار حاکمیت شرکتی

هیئت مدیره (نماینده سهام داران اصلی)

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

کمیته حقوق و دستمزد

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

کمیته حسابرسی و ریسک

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

مدیرعامل

حفاظت از اطلاعات مشتریان و امنیت شبکه

با رشد و تحول فناوری و نوآوری، نگرانی‌ها درباره امنیت آنلاین افزایش یافته است. این در حالی است که امنیت دیجیتال کاربران، بر پایداری بلندمدت سازمان بسیار اثرگذار است. درخواست جامعه برای حفظ هرچه بهتر حریم خصوصی، منجر به وضع قوانین سختگیرانه برای پردازش اطلاعات شخصی شده است. این قوانین به منظور تضمین محرمانه بودن و حق هر فرد برای تصمیم‌گیری درباره استفاده از داده‌های شخصی، تدوین شده‌اند. از همین رو، ایرانسل می‌کوشد که در چارچوب قانون و فراتر از آن، داده‌های افراد، در برابر اقدامات غیرقانونی مانند سوءاستفاده آنلاین یا کلاهبرداری محافظت شوند.

حفظ حریم خصوصی مشتریان و امنیت داده‌ها

طی یک دهه اخیر شاهد افزایش چشمگیر عمق و دامنه خدمات ارتباطی بوده‌ایم. ماهیت اصلی این خدمات بدین معنا است که شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات، به اطلاعات مهمی درمورد کاربران خود

دست می‌یابند. این اطلاعات شامل هویت آن‌ها، افرادی که با آن‌ها در ارتباط هستند و موقعیت مکانی‌شان می‌شود. این شرکت‌ها همچنین از طریق سایت‌ها و خدماتی که کاربران به آن‌ها دسترسی دارند، از علایق شخصی آن‌ها آگاه می‌شوند. در عصری که داده‌های شخصی، کلید ارتقای مزیت رقابتی است، حفظ حریم خصوصی و حفاظت از داده‌ها، رکن موفقیت یک کسب‌وکار محسوب می‌شود.

امنیت اطلاعات

ایرانسل شناسایی ریسک‌های امنیتی را براساس چارچوب‌های امنیتی روز دنیا مانند CIS^۱، NIST^۲، MITRE ATT&CK^۳ و همچنین اسناد مرتبط با مدیریت ریسک مرکز عملیات راهبردی افتا (امنیت فضای تولید و تبادل اطلاعات) مد نظر قرار داده است و با تکرار سالانه این فرایند تلاش می‌کند تا از سرمایه اطلاعاتی مشتریان خود حفاظت کند. از جمله اقدامات و تعهدات ایرانسل در تأمین امنیت سایبری می‌توان

به موارد زیر اشاره کرد:

- حضور در دوره‌های آموزشی امنیت برای افزایش و به‌روز نگه داشتن دانش کارکنان واحد امنیت سایبری به‌صورت سالانه
- تدوین تعهدنامه برای تمامی پیمانکاران و ایجاد التزام برای حفظ محرمانگی داده‌های کاربران
- الزام مشارکت کارکنان در دوره‌های آگاهی‌رسانی امنیتی
- تعهد به برطرف کردن ریسک‌های شناسایی شده در زمان مقرر
- تعهد به اجرای دوره‌ای مدیریت ریسک برای تمامی خدمات موجود در شرکت

در حال حاضر، ایرانسل در حوزه مدیریت ریسک، در وضعیت بهینه‌سازی قرار گرفته و دریافت **گواهینامه ISO27001** برای چهارمین سال متوالی، نمونه بارزی از عملکرد موفق در زمینه سیستم مدیریت امنیت اطلاعات است.



حفاظت از اطلاعات مشتریان و امنیت شبکه

آگاهی‌رسانی امنیت سایبری

افزایش سطح آگاهی کاربران با برگزاری سمینارها و وبینارهای آگاهی‌رسانی، اطلاع‌رسانی ایمیلی، پیامکی و شبکه‌های اجتماعی به صورت منظم در ایرانسل انجام می‌شود. این اقدامات باعث می‌شود کارکنان ایرانسل با مسئولیت‌های خود در قبال اطلاعات و دارایی‌های امنیتی آشنا شوند و همچنین روش‌های برخورد با تهدیدات سایبری را به درستی درک کنند. استفاده از روش‌های روز دنیا مانند بازی‌سازی^۱ باعث رشد مشارکت و اثرپذیری هرچه بیشتر اقدامات واحد امنیت سایبری ایرانسل شده است.

جلسات آگاهی‌رسانی برگزار شده در سال ۱۴۰۱

ایرانسل در سال ۱۴۰۱ چندین کارگاه آگاهی‌رسانی با موضوعات «حمله با استفاده از جعل ایمیل تجاری»، «امنیت در رسانه‌های اجتماعی» و «جستجوی پیشرفته در منابع اطلاعاتی آزاد» و همچنین سمینارهای «رفتار امن و تهدیدات داخلی»، «منابع انسانی و امنیت سایبری»، «رشته ایمیل از حساب شخصی به تجاری و حمله با استفاده از جعل ایمیل تجاری»، «همه چیز درباره امنیت داده» و «تداوم کسب‌وکار و امنیت سایبری» را برگزار کرده است.

خط‌مشی‌های امنیت سایبری ایرانسل

از دیگر رویکردهای امنیت اطلاعات ایرانسل، به‌روزرسانی خط‌مشی‌های سازمانی با تبعیت از استانداردهای روز حوزه امنیت سایبری و قوانین بالادستی حمایت از کاربران است. این سازمان با تدوین ۳۵ عنوان خط‌مشی امنیتی، تلاش کرده تا وضعیتی شفاف در تمام حوزه‌های کاری خود ایجاد کند. از جمله اهداف امنیت سایبری ایرانسل می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

افزایش توانمندی سازمان در مقابله با مخاطرات امنیتی برای تسهیل فرایند تداوم کسب‌وکار		شناسایی و مدیریت بهینه تمامی دارایی‌های اطلاعاتی شرکت	
آگاهی‌رسانی کاربران و ذی‌نفعان برای محافظت هرچه بیشتر از دارایی‌های اطلاعاتی		اطمینان از اجرای تمامی تمهیدات لازم در جهت تأمین یا بهبود محرمانگی، یکپارچگی و در دسترس بودن	
ایجاد اطمینان از هماهنگی خط‌مشی‌های امنیتی با قوانین کشوری		پیاپی سازی فرایندهای لازم برای بهبود سیستم مدیریت امنیت اطلاعات	
		شناسایی مخاطرات و آسیب‌پذیری‌های امنیتی و تدوین برنامه‌های لازم برای رفع یا کاهش حداکثری آن‌ها	



اخلاق حرفه‌ای

ایرانسل حاکمیت شرکتی خوب، اخلاق حرفه‌ای، مدیریت ریسک و انطباق با قوانین را برای پایداری تجاری خود مهم می‌داند. این سازمان به‌منظور بالا بردن استانداردهای کسب‌وکار خود، علاوه بر پایبندی به انطباق با قوانین، سعی می‌کند به اهدافی که مشتریان، کارکنان و سایر ذی‌نفعان انتظار دارند، دست پیدا کند. براساس همین دیدگاه است که اخلاق مدار بودن هر یک از کارکنان در فرایند امور برای ایرانسل از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

ایرانسل تأکید بسیاری بر انطباق با قوانین دارد و ضمن احترام به تمامی قوانین، عملکرد منصفانه و صادقانه را در دستور کار قرار داده است. پایبندی به حکمرانی و اخلاق، زیربنای مدیریت ریسک ایرانسل است، به همین دلیل، مهم‌ترین ریسک‌های مؤثر بر کسب‌وکار خود را به‌طور منظم بررسی می‌کند و با تدوین استراتژی‌ها و خط‌مشی‌ها به شناسایی، پیشگیری و پاسخ‌گویی می‌پردازد.

با توجه به تأثیرگذاری ویژه‌ای که ریسک‌های مرتبط با پایداری دارند، ایرانسل برای شناسایی، ارزیابی، مدیریت، نظارت و اطلاع‌رسانی درباره آن‌ها از ساختارها و فرایندهای مدیریت ریسک سازمانی بهره می‌برد.

ترویج اخلاق حرفه‌ای

ایرانسل محیط کاری را فراهم کرده که در آن، همه کارکنان، عمق و وسعت رفتار اخلاقی را درک می‌کنند و ابزار لازم برای اقدام مناسب در مواجهه با چالش‌های اخلاقی را در اختیار دارند. این سازمان با به‌کارگیری رویکرد «یادگیری مداوم» تلاش دارد دستورالعمل‌های اخلاقی را در کسب‌وکار هر روزه خود جای دهد.



خط‌مشی‌های مرتبط با اخلاق

- خط‌مشی مبارزه با رشوه و فساد
- خط‌مشی حریم خصوصی و حفاظت از داده‌ها
- خط‌مشی منع آزار و تبعیض
- خط‌مشی شکایت
- خط‌مشی انضباطی
- دستورالعمل رفتاری

ایرانسل در کنار دستورالعمل اخلاقی خود، گذرنامه رفتاری را نیز راه‌اندازی کرده که جزئیات لازم برای اجرای دستورالعمل رفتاری را شرح می‌دهد. گذرنامه رفتاری، بیانگر استانداردهای اخلاقی و رفتاری است که باید توسط کارکنان ایرانسل، یا سازمان‌هایی که با ایرانسل همکاری می‌کنند رعایت شود. این گذرنامه، ابزاری ضروری در رسیدن به چشم‌انداز و پیشبرد استراتژی آرمان ۲۰۲۵ ایرانسل است. استراتژی اخلاقی ایرانسل، با هدف بهبود عملکرد اخلاقی دنبال می‌شود. این سازمان، رویه‌های خود را به‌صورت دائمی بررسی می‌کند تا اطمینان حاصل شود که این رویه‌ها همچنان کارآمد هستند و در غیر این صورت، مذاکرات برای بهبود رویه‌ها و تغییر آن‌ها آغاز می‌شود.



اخلاق حرفه‌ای

آگاهی‌رسانی و آموزش اخلاق

پویبش‌های آگاهی از اخلاق حرفه‌ای در طول سال برگزار می‌شوند تا فرهنگ اخلاقی در سازمان تقویت شود. دفتر اخلاق حرفه‌ای ایرانسل نیز با همین هدف فعال است. این دفتر در سال ۱۴۰۱ با هدف آگاهی‌رسانی در سطح کل سازمان، جلسات آنلاینی را برگزار کرد که طی آن، توضیحات جامعی درباره برنامه‌ها، اقدامات و اهداف دفتر اخلاق حرفه‌ای ارائه و در انتها فرصت طرح پرسش برای تمام اعضا فراهم شد. در سال ۱۴۰۱ نیز همانند سال‌های پیش از همه‌گیری کرونا، برنامه آگاه‌سازی کارکنان جدید به صورت حضوری برگزار شد.

نهادهای سازای اخلاق از طریق پویبش‌های ارتباطی، بخشی از تلاش

ایرانسل برای جلب توجه کارکنان به مسئله اخلاق است. در همین مورد، ایرانسل به پویبش‌های جهانی که بر ایجاد یک محیط کار اخلاقی‌تر تمرکز دارند، پیوسته و روز جهانی اخلاق و هفته جهانی «آگاهی‌رسانی» را برگزار می‌کند.

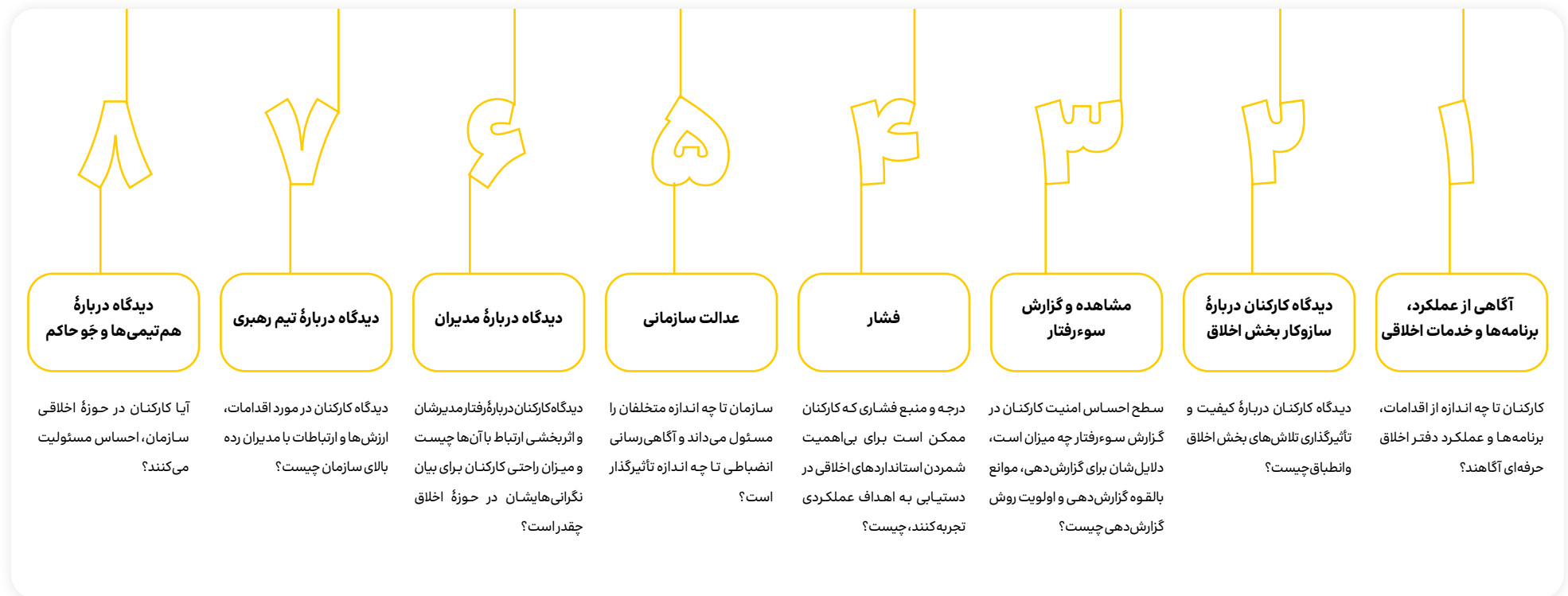
در آذر ماه ۱۴۰۱، همزمان با هفته جهانی آگاهی‌رسانی تقلب و اخلاق، برنامه‌های جامع اطلاع‌رسانی با شعار «حتی شما دوست عزیز» در سطح شرکت انجام شد. تأکید و تمرکز این برنامه بر مسئولیت تک‌تک کارکنان در رعایت اخلاق و پیشگیری از تقلبات بود.

ایرانسل نظرسنجی بلوغ فرهنگ اخلاقی را در سال ۱۴۰۱ برگزار کرد تا به شناسایی فرصت‌هایی برای تقویت فرهنگ اخلاقی خود کمک کند و

فرابندی متمرکز برای افشا و رسیدگی به تضاد منافع احتمالی داشته باشد.

سنجش بلوغ فرهنگ اخلاقی

این نظرسنجی در دی ماه سال ۱۴۰۱ برگزار شد تا از نتایج آن برای تدوین برنامه‌های آینده و شناسایی نقاط قوت و ضعف در زمینه فرهنگ اخلاقی سازمان استفاده شود. میزان مشارکت کارکنان در این نظرسنجی ۵۲ درصد بود و طی آن ۴۰ سوال در هشت گروه اصلی با هدف بررسی فرهنگ اخلاقی در سازمان مطرح شد.



مدیریت ریسک

سیستم های مدیریت ریسک

مدیریت ریسک یکی از اجزای اصلی چارچوب حاکمیت شرکتی ایرانسل است که این سازمان را در مسیر دستیابی به اهداف استراتژیک حمایت می کند. سیستم مدیریت ریسک ایرانسل، به دنبال تضمین دسترسی به اهداف سازمانی است تا بتواند همچنان از اعتماد تمام ذی نفعان برخوردار شود.

چارچوب مدیریت ریسک سازمانی ایرانسل، چارچوبی ویژه شامل ISO 31000، «چارچوب کوزا»، «حاکمیت شرکتی King IV» و سایر چارچوب های پیشرو مانند ISO 27001 برای امنیت اطلاعات و ISO 22301 برای مدیریت تداوم کسب و کار است. ایرانسل همچنین رویه ها و ساختارهایی برای شناسایی و ارزیابی ریسک ها دارد و اقدامات هدفمندی را برای پیشگیری و کاهش آن ها انجام می دهد. این سازمان به صورت سالانه و براساس برنامه ای مدون، ارزیابی های مختلفی را در محدوده ۲۸ ریسک اصلی ایرانسل انجام می دهد که در صورت وجود زیان های احتمالی، اقدامات متناسب با کاهش سطح ریسک انجام می شود. چارچوب مدیریت ریسک سازمانی ایرانسل، چارچوبی مبتنی بر همکاری است که ضمن انطباق با روندهای متغیر جهانی، از جمله جنبه های ژئوپلیتیکی، اقتصادی و اجتماعی، باعث ایجاد ثبات در کار می شود.

ارزیابی های ریسک ایرانسل در سال ۱۴۰۱

عملکرد حقوقی و نظارتی



سقوط دکل ها



مدیریت فضا و الزامات فنی



فروش و توزیع



امنیت اطلاعات



تمرکز فروشندگان



خزانه داری



مدیریت ریسک ESG

ایرانسل به طور مداوم ماهیت ریسک های شناسایی شده و اثربخشی شیوه های مربوطه را ارزیابی می کند. این سازمان همچنین با چشم انداز رو به تحول ریسک های مربوط به پایداری مواجه است که می توانند بر سودآوری، موفقیت و عملکرد آن تأثیر بگذارند. با توجه به تأثیرات و تبعات منحصربه فرد ریسک های مربوط به پایداری، ساختارها و فرایندهای مدیریت ریسک سازمانی برای شناسایی، ارزیابی، مدیریت، نظارت و ارتباط این ریسک ها تعریف شده اند. ریسک های حوزه پایداری شامل مدیریت انرژی، مدیریت داده، ریسک تغییرات آب و هوا، مدیریت پسماند، مدیریت مصرف آب، مدیریت نیروی کار و حقوق و دستمزد، بهداشت و ایمنی شغلی، هزینه ارتباطات، عدم اثربخشی کمیته حسابرسی و گزارشگری مالی، اخلاق تجاری و قرار گرفتن در معرض خطر فساد و حریم خصوصی و امنیت داده ها می شود.

ایرانسل چارچوب مدیریت ریسک ESG را براساس استانداردهای مختلف ISO تعریف کرده است. ریسک های اصلی «زیست محیطی»، «حاکمیتی» و «اجتماعی و اخلاقی» در حوزه مدیریت ریسک ESG تعریف شده اند و به طور منظم شناسایی و ارزیابی می شوند.

انطباق با قوانین

پایبندی به انطباق با قوانین

رویکرد ایرانسل به انطباق در چارچوب حاکمیت شرکتی این سازمان تعریف شده و حصول اطمینان از انطباق با تمام قوانین و مقررات حوزه فعالیت آن، یک اصل اساسی محسوب می‌شود. ایرانسل با ایجاد دپارتمان مجزا و مستقل با عنوان «مدیریت انطباق» به عنوان لایه دوم اطمینان بخش در واحد حسابرسی و ریسک، شناسایی و کاهش ریسک‌های عدم انطباق با قوانین و مقررات داخلی و خارجی را در دستور کار دارد. همچنین با تدوین برنامه‌ای مبتنی بر سطح ریسک که به صورت سالانه اجرا می‌شود، اطمینان حاصل می‌کند که اقدامات سازمان با سرفصل‌های اصلی انطباق، هم‌سو است.

رفتار مسئولانه در قبال مشتریان

رفتار مسئولانه در قبال مشتریان و پاسخ‌گویی به موقع از طریق تمامی کانال‌های موجود، اولویت ایرانسل در مواجهه با ذی‌نفعان خود است. این مسئولیت‌پذیری مربوط به تمامی اقشار جامعه می‌شود، از جمله مشتریان ناشنوا یا کم‌شنوا که به واسطه خدمات پشتیبانی که از سال ۱۳۹۹ در ایرانسل راه‌اندازی شده، امکان طرح مشکلات خود را یافته‌اند. آن‌ها از طریق ارتباط ویدئویی با کارشناسان مرکز ارتباط با مشتریان و با استفاده از زبان اشاره، پشتیبانی لازم را دریافت می‌کنند.

سال ۱۴۰۱	سال ۱۴۰۰	حوزه عملکرد
۱۳,۲۵۵	۱۴,۷۷۰	تعداد شکایات در سامانه ۱۹۵
۱۳,۱۲۳	۱۴,۶۹۱	موارد رسیدگی شده در همان سال
۱۳۲	۷۹	موارد در حال رسیدگی

۴,۰۱۰,۵۸۸

تعداد پاسخ‌گویی به گفت‌وگوهای آنلاین

۵۳%

درصد پاسخ‌گویی به ارتباطات مشتریان از طریق کانال‌های دیجیتال

۹۱%

درصد بررسی و حل مشکلات طی اولین ارتباط در پاسخ‌گویی به ۱۰,۰۵۰,۵۰۹ تماس

۲۱,۷۴۲

تعداد سیم‌کارت‌های ارتقا یافته از نسل ۳ به نسل ۴ در سال ۱۴۰۱

۹۸%

امتیاز کیفی برای پاسخ‌گویی به تماس‌ها

۸۵%

درصد حل مشکلات در کمتر از ۲۴ ساعت در بررسی ۱,۶۱۲,۳۲۷ مشکل ارجاع شده به بخش پشتیبانی

۴۰%

درصد کاهش مدت زمان پاسخ‌گویی نسبت به سال گذشته

۹۶,۵%

نمره رضایت‌مندی مشتریان از خدمات ارائه شده

خط‌مشی رفتار منصفانه با مشتریان

با توجه به اینکه تعداد خدماتی که ایرانسل به مشتریان خود ارائه می‌کند، به‌طور روزافزون افزایش می‌یابد، مشتریان این سازمان باید از هزینه‌هایی که متحمل می‌شوند، خدماتی که استفاده می‌کنند و نحوه کنترل و حذف دسترسی به این خدمات آگاه باشند.

خط‌مشی رفتار منصفانه با مشتریان ایرانسل، در سال ۱۳۹۹ تدوین شد و از طریق قراردادهایی که این سازمان با شرکای خود نهایی می‌کند، قابل اجرا است و تضمین می‌کند که همه طرف‌ها در حین ارائه خدمات خود، به این خط‌مشی پایبند هستند. این خط‌مشی، به منظور ایجاد بازاریابی شفاف و استاندارد برای پیشگیری از افزایش شکایات مشتریان، تأثیر منفی بر برند و کاهش درآمد سازمان تدوین شده است.

تعهدات قانونی

ایرانسل به مسئولیت‌ها و تعهدات قانونی خود پایبند است و شفافیت در این زمینه را در اولویت قرار می‌دهد. این سازمان با پرداخت مالیات که می‌تواند برای تأمین مالی خدمات عمومی و توسعه زیرساخت‌های ضروری چون جاده‌ها، بیمارستان‌ها و مدارس استفاده شود به توسعه اقتصاد کشور کمک می‌کند. تعهد ایرانسل به پرداخت سهم منصفانه از مالیات از یک سو، باعث تقویت رابطه مثبت با دولت و جامعه می‌شود و از سوی دیگر، مشتریان، تأمین‌کنندگان، کارکنان و سرمایه‌گذاران این سازمان را قادر می‌سازد تا از نظر اقتصادی فعال باشند.

در سال ۱۴۰۱، بالغ بر ۴۵ درصد کل درآمد عملیاتی ایرانسل تحت عناوین مختلف برای مخارج عمومی و توسعه کشور، به طور مستقیم به دولت پرداخت شده است.

درآمد عملیاتی ۱۴۰۱

*** ۲۹۵,۳۵۵,۰۵۴**

(۱۴۰۰: ۲۲۰,۰۲۰,۲۵۶)

↑ ۳۴%

خدمات عمومی اجباری- USO (۷%)

۱۴,۱۳۵,۹۲۶

(۱۴۰۰: ۱۰,۵۹۰,۲۲۵)

↑ ۳۳%

مالیات پرداختی

۲۹,۴۶۴,۴۲۱

(۱۴۰۰: ۲۳,۹۰۶,۲۴۲)

↑ ۲۳%

هزینه فرکانس و ... سهم CRA (۰/۲۵%)

۲,۰۱۹,۱۷۹

(۱۴۰۰: ۱,۸۱۸,۳۱۰)

↑ ۱۱%

سهم دولت از درآمد اپراتور (۲۸/۱%)

۷۳,۱۸۰,۸۸۵

(۱۴۰۰: ۵۶,۳۱۷,۵۹۶)

↑ ۳۰%

* واحد اعداد: میلیون ریال



زنجیره تأمین مسئولانه

تنوع زنجیره تأمین و همکاری نزدیک با تأمین کنندگان، زیربنای تداوم عملیات در ایرانسل است. زنجیره تأمین که براساس مشارکت، شفافیت و اعتماد ساخته شده، نقشی کلیدی در تضمین کیفیت، در دسترس بودن و مقرون به صرفه بودن برای مشتریان دارد. ایرانسل به واسطه این تعاملات، رقابت پذیری کسب و کار خود را افزایش می دهد و سعی دارد ریسک های تجاری اش را کاهش دهد. مدیریت مسئولانه زنجیره تأمین به ایرانسل کمک می کند که در دوره همکاری با تأمین کنندگان، راه حل های مناسب برای مقابله با چالش های رایج حوزه صنعت را یافته و مرتفع کند. چراکه مواردی چون تحریم ها، نوسانات نرخ ارز، موانع انتقال پول و محدودیت هایی از این دست، باعث ایجاد چالش هایی می شود که تنها با مدیریت مسئولانه آن ها می توان در این حوزه فعال ماند.

یک زنجیره تأمین پایدار براساس یکپارچگی و مسئولیت پذیری، ساخته می شود و ایرانسل نیز به دنبال حصول اطمینان از این نکته است که تأمین کنندگان از این اصول حمایت می کنند. از همین رو، فرایندهای مختلفی در این حوزه تعریف شده تا اهداف اصلی بخش تدارکات برای پاسخگویی به نیازهای سازمان به دست آید.

کمیود اجناس، افزایش قیمت حمل و نقل و باربری، دشواری پیش بینی تقاضا، افزایش تورم و جا ماندن از روند تحول دیجیتال که سرعتی قابل توجه به خود گرفته، از جمله چالش هایی هستند که زنجیره تأمین در عرصه جهانی با آن روبرو است و ایرانسل نیز مستثنی نیست. آنچه این شرایط را برای ایرانسل، به مراتب دشوارتر می کند، بحث تحریم ها است؛ نوسان نرخ ارز، نبود تنوع در تعداد پیمانکاران، محدودیت های مالی، مسیرهای محدود وارد کردن تجهیزات به کشور و مسائلی از این دست، سایه سنگینی بر امکان پایداری زنجیره تأمین می اندازند.

پایداری در زنجیره تأمین

ایرانسل با استفاده از پلتفرم های مختلف و به روزرسانی آن ها، تلاش می کند فرایندهای کاری خود در بخش تأمین را دیجیتالی کند؛ چراکه مدیریت دیجیتال زنجیره تأمین، به سازمان اجازه می دهد دسترسی سریع تری به حجم چشمگیری از داده ها ایجاد شود و در نتیجه، برنامه ریزی ها و تصمیم گیری ها با آگاهی و اشراف کامل تری به اطلاعات انجام شود.

ایرانسل توانسته با دیجیتالی کردن و ایجاد اتوماسیون در فعالیتهای بخش تأمین باعث حذف کاغذ از فرایندهای ارزیابی پیمانکاران و همچنین ارزیابی فنی مناقصه ها شود. پیش از این هم، صادر کردن نسخه کاغذی برای سفارش های خرید و همین طور ارسال و دریافت اسناد مناقصه به صورت الکترونیکی، تأثیر بسزایی در کاهش مصرف کاغذ در بخش تأمین داشته است. ایرانسل همچنین در حوزه محیط زیست الزاماتی را تعیین کرده است. این سازمان اقلام الکترونیکی ضایعاتی و باتری های مستعمل را تنها به شرکت هایی می فروشد که الزامات و استانداردهای زیست محیطی و ایمنی کارکنان را رعایت می کنند.

۲۸۵

تعداد کل ارزیابی عملکرد تأمین کنندگان
در سال ۱۴۰۱
۱۴۰۰:۲۸۲

۲۰۵

تعداد کل ارزیابی عملکرد تأمین کنندگان
که در سال ۱۴۰۱ پایان یافته
۱۴۰۰:۲۴۸

۲۰۷

تعداد تأمین کنندگان جدید ثبت شده
۱۴۰۰:۵۴۹

۷۲

تعداد جلسات ارزیابی و بازدید از
تأمین کنندگان
۱۴۰۰:۱۱۵

۱,۱۸۷

تعداد تأمین کنندگانی که سفارش خرید
ریالی به ثبت رسانده اند
۱۴۰۰:۱,۱۹۱

۴۸۶

تعداد تأمین کنندگانی که سفارش خرید
بالای ۳ میلیارد ریال داشتند
۱۴۰۰:۴۶۶

۱۱

تعداد تأمین کنندگانی با نمره ارزیابی
اولیه کمتر از ۶۰
۱۴۰۰:۷۵

۱۰۰

تعداد تأمین کنندگانی با نمره ارزیابی
اولیه بیشتر از ۶۰
۱۴۰۰:۱۸۷

۳۵

درصد مبالغ پرداختی به تأمین کنندگان
داخلی نسبت به کل
۱۴۰۰:۴۷

جامعه

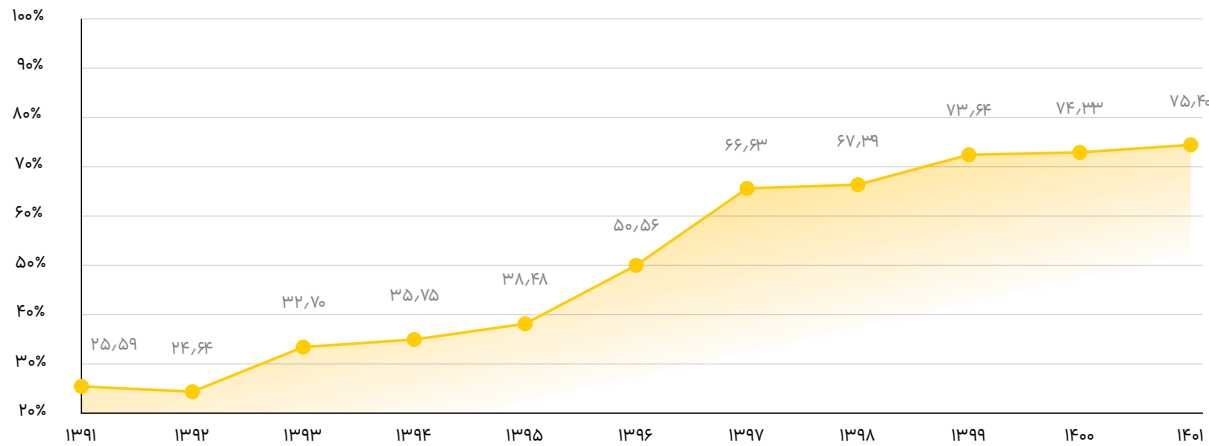
فراگیری شبکه ارتباطی

کسانی که به ارتباطات دیجیتال دسترسی ندارند، از مزایای خدمات آنلاینی که به ارتقای سطح زندگی کمک می‌کنند، بی‌بهره می‌مانند. درک اینکه چرا افراد از اینترنت استفاده نمی‌کنند، به طراحی برنامه‌های مؤثر و هدفمند برای حل این چالش کمک می‌کند.

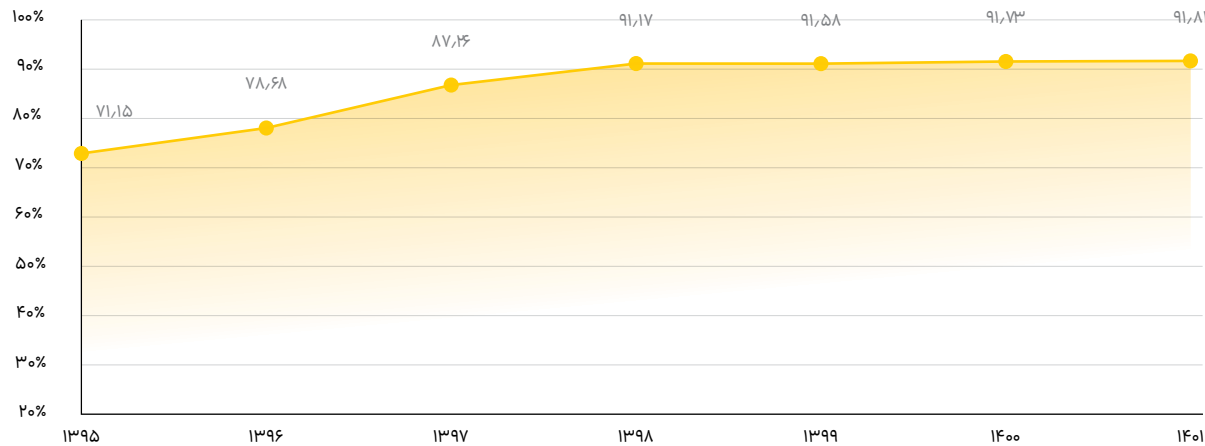
قشر خاصی از جامعه، بیشترین تأخیر را در دسترسی به فناوری‌های دیجیتال دارند؛ این قشر شامل زنان، افراد دارای معلولیت، کودکان و نوجوانان، افراد مسن، افراد کم‌درآمد و افراد ساکن در مناطق دورافتاده می‌شود. به همین دلیل، ایرانسل خود را متعهد می‌داند که اطمینان یابد همه مردم، از هر قشر و با هر توانایی، امکان دستیابی به خدمات و محصولاتش را دارند. پوشش شبکه، کاهش هزینه مالکیت، مقرون به صرفگی، آموزش و سهولت در دسترسی، چهار حوزه اصلی عملکردی ایرانسل برای حصول به این هدف هستند.

پوشش شبکه

ایرانسل خود را متعهد به گسترش شبکه ارتباطی در میان مردم می‌داند. از همین رو، تا پایان سال ۱۴۰۱، تعداد سایت‌های BTS خود را به ۱۷,۱۷۲ رساند. ایرانسل در توسعه شبکه ارتباطی خود، توجه ویژه‌ای به مناطق روستایی دارد، تا جایی که در سال گذشته، ۴۰۷ سایت جدید در این مناطق احداث کرد تا با پوشش ۱,۰۸۰ روستا، ۴۵۲,۰۹۰ نفر دیگر به جمعیت روستایی تحت پوشش شبکه ارتباطی ایرانسل اضافه شوند.



درصد پوشش جاده‌های اصلی، فرعی و ریلی ایرانسل



درصد پوشش جمعیتی ایرانسل

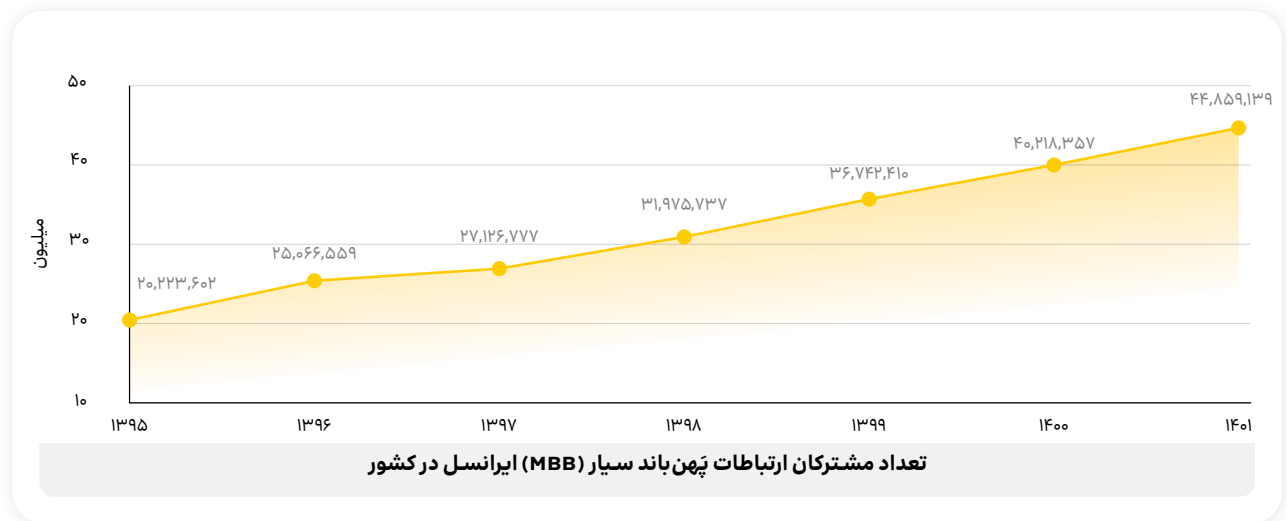
مناطق	تعداد BTS ها تا پایان ۱۴۰۱	پوشش منطقه‌ای	پوشش جمعیتی
شهر	۱۱,۱۰۱	۱,۴۰۱	۵۹,۶۷۲,۴۷۱
روستا	۶,۲۷۹	۳۳,۲۶۳	۱۳,۴۹۹,۱۵۷
جاده	۲,۸۲۱	۶۵,۲۹۲ کیلومتر	

فراگیری شبکه ارتباطی

تعداد مشترکان فعال دیتای ایرانسل در سال ۱۴۰۱، به ۴۴,۸۵۹,۱۳۹ رسید. این تعداد، ۶۹ درصد از مجموع تعداد کل خطوط فعال ایرانسل است که نسبت به سال ۱۴۰۰ افزایشی ۳۸ درصدی داشته است. حجم دیتای مصرفی هر یک از این مشترکان در ماه، به طور میانگین، ۱۰,۸۴ گیگابایت بوده است. لازم به ذکر است که این حجم از دیتای مصرفی، مجموع ترافیک داخلی و بین‌المللی با احتساب بسته‌های تشویقی و هدایا است و لزوماً منجر به درآمد مستقیم برای ایرانسل نشده است.

رکورد ترافیک روزانه دیتا (۲۸ مرداد سال ۱۴۰۱)

۲۲,۱۱ پتابایت



فراگیری شبکه ارتباطی

↑ ۵,۲% ۵۷,۱۱۳,۱۶۰ مشترک اعتباری

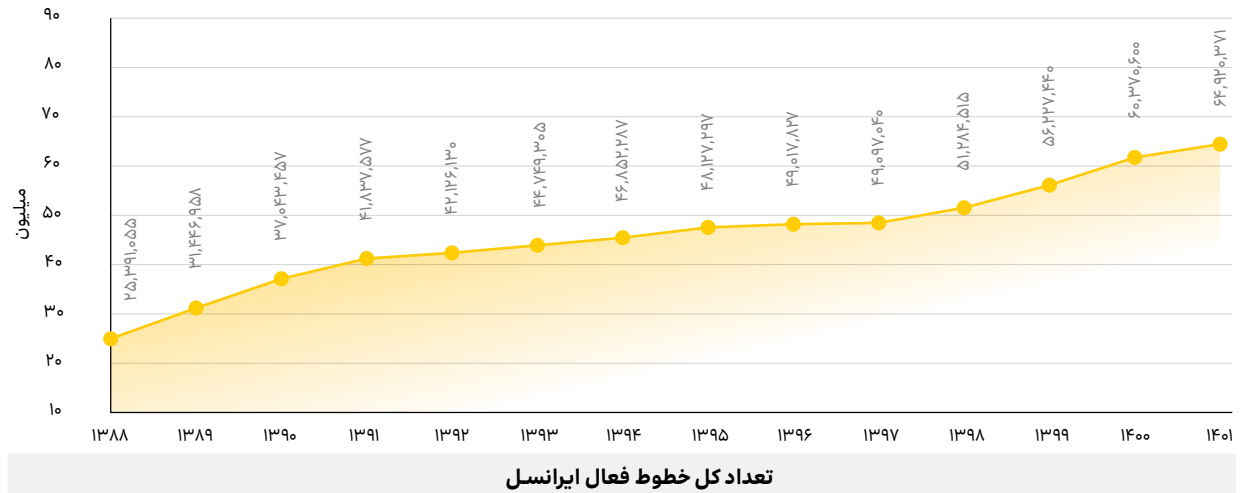
↑ ۲۹,۶% ۷,۱۳۲,۶۹۳ مشترک دائمی

↓ ۹,۱% ۶۷۴,۵۱۸ مشترک اینترنت ثابت

مجموع مشترکان فعال ایرانسل

۶۴,۹۲۰,۳۷۱

(۷,۵% افزایش نسبت به ۱۴۰۰)



تعداد کل خطوط فعال ایرانسل به تفکیک استان

تهران ۱۶,۶% ۱۹,۵%	خوزستان ۵,۹% ۷,۷%	اصفهان ۶,۴% ۴,۸%		البرز ۳,۴% ۴,۷%		آذربایجان شرقی ۴,۹%			
		آذربایجان غربی ۴,۱% ۳,۵%	کرمان ۴,۰% ۳,۰%	هرمزگان ۲,۲% ۲,۸%	گلستان ۲,۳% ۲,۵%				
فارس ۶,۱% ۶,۲%	گیلان ۳,۲% ۳,۴%	همدان ۲,۲% ۱,۹%	بوشهر ۱,۵% ۱,۴%	مرکزی ۱,۸% ۱,۴%	قزوین ۱,۶% ۱,۳%				
		لرستان ۲,۲% ۱,۸%	اردبیل ۱,۶% ۱,۳%	کردستان ۲,۰% ۱,۲%	خ ش ۱,۱% ۱,۱%	زنجان ۱,۳% ۱,۰%			
خراسان رضوی ۸,۱% ۱۰,۲%	مازندران ۴,۱% ۵,۱%	سیستان و بلوچستان ۳,۵% ۳,۳%		کرمانشاه ۲,۴% ۱,۷%	قم ۱,۶% ۱,۳%	یزد ۱,۴% ۰,۸%	سمنان ۰,۹% ۰,۷%	ک ب ۰,۹% ۰,۵%	چ ب ۱,۲% ۰,۵%
				ایلام ۰,۷% ۰,۵%					

■ سهم هر استان از کل خطوط فعال ایرانسل ■ نسبت جمعیت استان به جمعیت ایران ■ نام استان

فراگیری شبکه ارتباطی

درصد پوشش جمعیتی بر اساس ملیت، جنسیت و سن



۳%

غیر ایرانی
۱,۸۱۵,۸۱۲

۹۷%

ایرانی
۶۳,۱۰۴,۵۵۹

۲۲,۷۸۰,۳۲۹

۳۵%

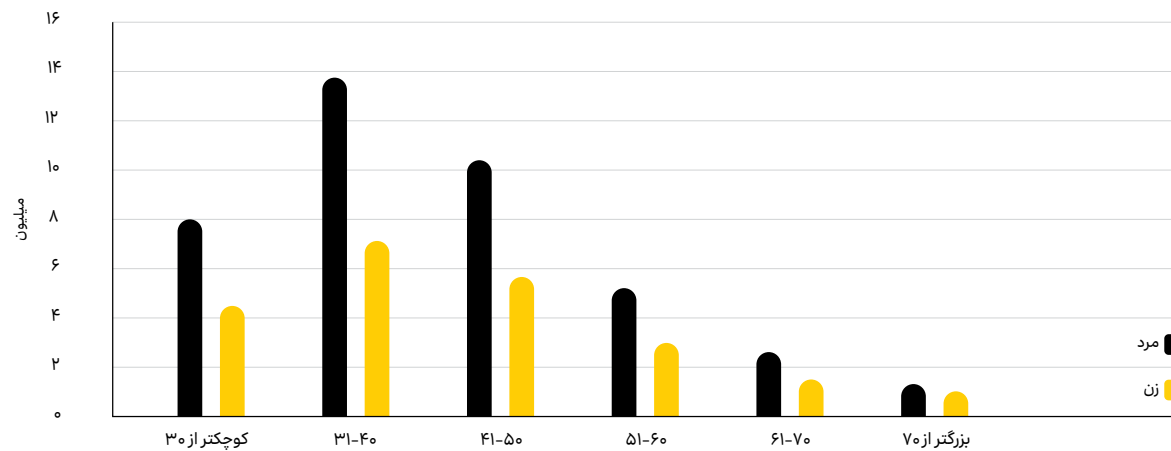


۴۰,۳۰۰,۴۵۳

۶۲%



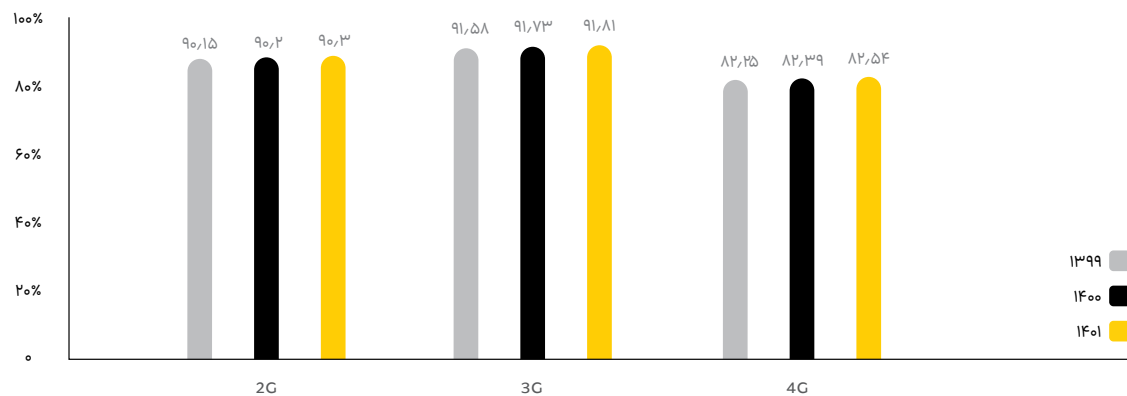
۳٪ از مشترکان فعال در پایگاه داده‌های ایرانسل نامشخص ثبت شده است.



تعداد مشترکان فعال ایرانسل بر اساس گروه سنی



درصد پوشش جمعیتی بر اساس فناوری



فراگیری شبکه ارتباطی

کاهش هزینه مالکیت

هزینه، از کلیدی‌ترین موانع بهره‌مندی مردم از مزایای ارتباطات دیجیتال است. با هر گامی که به جلو برمی‌داریم، با هر پیشرفتی که در فضای فناوری رخ می‌دهد، زندگی روزمره مردم، بیشتر و بیشتر، به وجود ابزارهای دسترسی به ارتباطات دیجیتال گره می‌خورد و برخورداری از این امکانات را از گزینه‌ای برای انتخاب، به ضرورتی ناگزیر تبدیل می‌کند. هزینه خرید مودم و سیم‌کارت، هنوز هم برای برخی از افراد، به خصوص در مناطق دورافتاده، بالا است و به همین دلیل دسترسی آن‌ها به خدمات مکالمه و اینترنت با مشکل مواجه می‌شود. ایرانسل به منظور کاهش شکاف دیجیتال در سراسر کشور و بهبود دسترسی اقشار مختلف جامعه به خدمات مکالمه و اینترنت، پروژه تولید مودم‌ها و سیم‌کارت‌های بومی را با همکاری شرکت‌های دانش‌بنیان داخلی آغاز کرده است. از جمله این شرکت‌ها می‌توان به «صنایع مخابرات ایران»، «ارگ جدید بم» و «اتصال صنعت میانه» به عنوان شرکت‌های اصلی در حوزه تولید مودم‌های بومی نسل چهارم و اینترنت ثابت اشاره کرد.

تولیدات داخلی در سال ۱۴۰۱



سیم‌کارت
بیش از ۱۴ میلیون



مودم
بیش از ۱۵۰ هزار



مقرون به صرفگی

برخورداری از مودم، سیم‌کارت یا حتی گوشی‌های هوشمند پیشرفته بدون اتصال به اینترنت مقرون به صرفه، باز هم می‌تواند مانع بهره‌مندی از فضای دیجیتال شود یا دست‌کم، زمان این دسترسی را محدود کند. در واقع هزینه بالای دسترسی به اینترنت در مقایسه با درآمد ماهانه، مانع مهم استفاده از خدمات ارتباطات و فناوری اطلاعات در عرصه جهانی است. شرایط در ایران متفاوت است. مسائلی چون تورم، تحریم‌ها و کاهش ارزش ریال امکان توسعه کسب‌وکار در صنایع مختلف، از جمله صنعت مخابرات را کاهش داده است. باین‌حال اپراتورها سعی می‌کنند قیمت‌ها را در حدودی حفظ کنند که برای تمام اقشار، مقرون به صرفه باشد. با وجود اینکه کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات، سقف تعرفه هر کیلوبایت تبادل اطلاعات را برای سیم‌کارت‌های دائمی ۰٫۴ ریال و برای سیم‌کارت‌های اعتباری ۰٫۶ ریال مصوب کرده، اپراتورها با ارائه بسته‌های مختلف اینترنتی، هزینه نهایی مصرف‌کننده را تا حد امکان کاهش داده‌اند.

علاوه بر این، ایرانسل تلاش می‌کند با پیروی از هدف ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۵ «کمیسیون پهنای باند برای توسعه پایدار سازمان ملل»^۱ هزینه یک گیگابایت خدمات پهن باند تلفن همراه خود را کمتر از دو درصد سرانه درآمد ناخالص ملی ماهانه نگه دارد. نسبت قیمت نرخ مؤثر یک گیگابایت داده پهن‌بند ایرانسل به سرانه درآمد ناخالص ملی، به صورت ماهانه در سال ۱۴۰۱ معادل ۱٫۸ درصد بوده است.

ایرانسل همچنین برای حصول اطمینان از اینکه قیمت‌گذاری اینترنت در این سازمان، با الزامات مقرون به صرفه بودن مطابقت دارد، سیستم امتیازدهی^۲ PIE را اجرایی می‌کند. PIE برای بررسی قیمت بسته‌های اینترنت اپراتورها و میزان تطابق آن با توان مالی کاربرها طراحی شده و با تحلیل سه فاکتور درآمد خانوار، قیمت بسته اینترنت و نسبت تقاضای اینترنت به قیمت بسته‌ها (میزان حساسیت یا کشش‌پذیری)، به ارزیابی بسته‌های اینترنت از منظر مقرون به صرفگی می‌پردازد.

فراگیری شبکه ارتباطی

آموزش و سهولت در دسترسی

فناوری‌های دیجیتال و پلتفرم‌های آنلاین، به ابزارهای اساسی کار و فعالیت روزانه تبدیل شده‌اند. برخورداری از مهارت‌های دیجیتال به طور فزاینده‌ای، به پیشرفت و توسعه هر کسب‌وکاری کمک می‌کنند. سرعت بالای پیشرفت در حوزه دیجیتال باعث شده، آموزش به یکی از ارکان اصلی توسعه تبدیل شود.

آموزش شبکه فروش

ایرانسل آموزش دیجیتال نمایندگان فروش خود از طریق پلتفرم دانا را در اولویت قرار داده است. همچنین برای اطلاع‌رسانی بهتر و دقیق‌تر به تمامی کاربران پرتال فروش ایرانسل، سیستم اعلان در پرتال فروش راه‌اندازی شد تا با قراردادان هر فایل آموزشی در پرتال، تمامی کاربران یک اعلان دریافت کنند.

برگزاری دوره‌های فروش تلفنی برای نمایندگان - برگزاری دوره سفرنامه فروش ایرانی به منظور آشنایی نمایندگان با نحوه فروش و پاسخگویی به شکایت مشتری و همچنین نهایی‌سازی فروش - برای اولین بار در اپراتورهای ایران و گروه ام‌تی‌ان انجام شد و فایل‌های آموزشی تهیه و در اختیار نمایندگان قرار گرفت. این در حالی است که ایرانسل در سال ۱۴۰۱، حدود ۹ هزار نفر ساعت دوره آموزشی برای کارکنان بخش فروش و توزیع خود برگزار کرد.

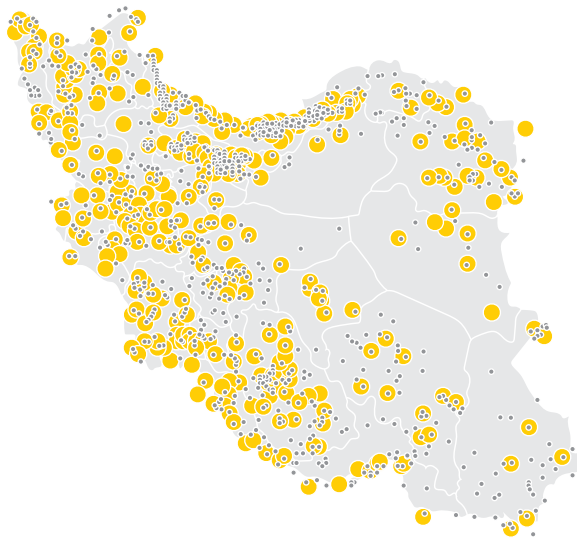
سهولت در دسترسی

نمایندگان ایرانسل در سراسر کشور، به عنوان نقطه اتصال مشتریان با شرکت فعال هستند. بخش فروش کشوری ایرانسل، با جذب نمایندگان در تمامی شهرها و همچنین برخی روستاهای کشور و اجرای پروژه‌های فروش در روستاهای تحت پوشش و معابر پر تردد، تلاش می‌کند دسترسی به خدمات و محصولات خود در سراسر کشور را به حداکثر برساند. ایرانسل با رویکرد ارائه خدمات با کیفیت در نقاط استراتژیک و مهم و همچنین در شهرهای بزرگ، تعداد ۱۷ فروشگاه

اصلی دارد که پنج عدد از آن‌ها در سال ۱۴۰۱ تأسیس شده است. بخش فروش و توزیع ایرانسل، به منظور سهولت در دسترسی به محصولات و خدمات برای اقشار مختلف جامعه و همچنین افزایش رضایتمندی مشتریان، در ابتدای هر فصل، کانترهای معرفی و فروش محصولات را در اماکن پر تردد و استراتژیک بعضی شهرها، راه‌اندازی کرده است. این نقاط شامل فرودگاه، مجتمع تجاری، اداره پست، ایستگاه مترو، ایستگاه راه‌آهن، ترمینال مسافری، مرکز خرید و

نمایشگاه می‌شود. این کانترها در طول سال فعال بوده و محصولات ایرانسل از قبیل سیم‌کارت اعتباری، سیم‌کارت دائمی، انواع مودم‌های همراه و ثابت 4G/4.5G/TD-LTE و تعویض سیم‌کارت و ارائه دیگر خدمات مشابه را معرفی کرده و به فروش می‌رسانند. در سال ۱۴۰۱، میانگین تعداد کانترهای فعال معرفی و فروش ایرانسل در سراسر کشور نسبت به سال قبل، رشدی ۱۳ درصدی داشته است.

نقشه پراکندگی مراکز فروش ایرانسل



استان

تهران، آذربایجان شرقی، اصفهان، فارس، خراسان رضوی و مازندران

تمام استان‌های کشور

تمام استان‌های کشور

تعداد

۱۷

حدود ۶۰۰ مرکز ارتباطی

بیش از ۱۱ هزار نقطه فروش

مراکز فروش

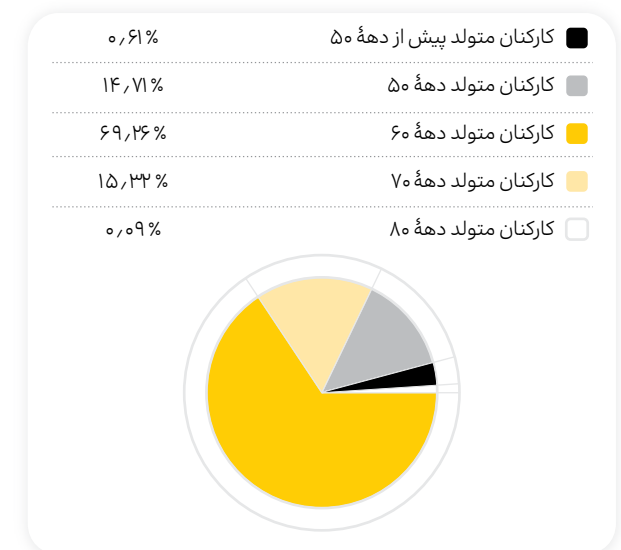
فروشگاه و مرکز خدمات ایرانسل

مراکز ارتباط با ایرانسل

نمایندگان فروش

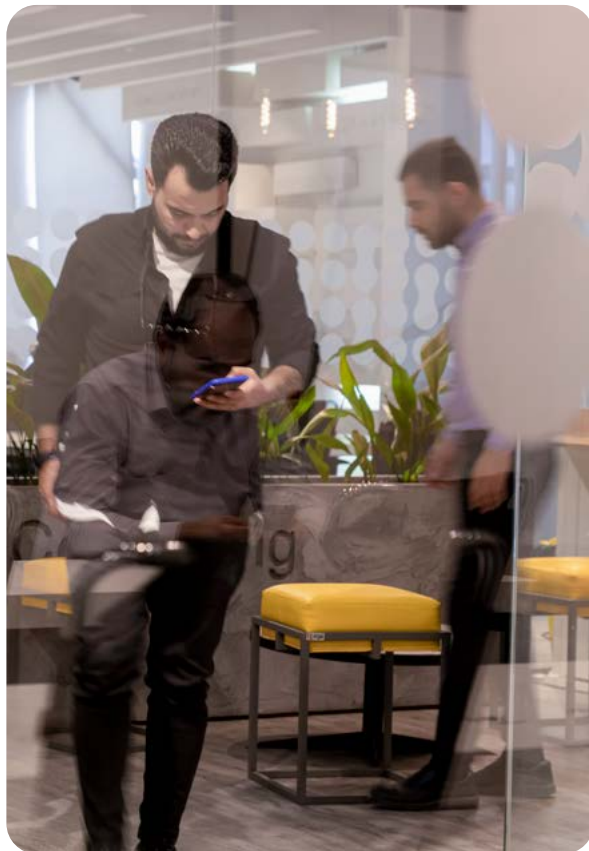
سرمایه انسانی و محیط کار

ایرانسل سال ۱۴۰۱ را با ۲,۲۹۷ نفر نیروی انسانی تمام وقت، به پایان رساند. بیشتر همکاران (۹۹,۷٪) ملیت ایرانی داشتند و ۳۵ درصد آن‌ها را زنان تشکیل می‌دهند. متوسط سن کارکنان ایرانسل، ۳۷ سال بوده که ۱۶ نفر از آن‌ها کمتر از ۳۰ سال بودند و جوان‌ترین ایرانی‌سلی، ۲۲ سال سن دارد. ۸۹ درصد از ایرانی‌سلی‌ها مدرک تحصیلی لیسانس و بالاتر دارند. توزیع سرمایه‌های انسانی ایرانسل در گروه‌های سنی متفاوت در جدول زیر آمده است:



در پایان سال ۱۴۰۱، توزیع سرمایه‌های انسانی ایرانسل در سطوح مختلف سازمانی به صورت زیر بوده است. لازم به ذکر است که کارکنان ایرانسل به طور متوسط نزدیک به ۹ سال سابقه کار درون سازمانی دارند.

سطح سازمانی	تعداد	درصد حضور زنان در سطح سازمانی
سطح سازمانی ۱	۶۱۷	۳۹,۷
سطح سازمانی ۲ (کارشناس)	۸۶۹	۳۶,۲
سطح سازمانی ۳ (مدیر)	۳۴۴	۲۹
سطح سازمانی ۳ اچ (مدیر ارشد)	۱۰۶	۲۵,۵
سطح سازمانی ۴ (مدیرکل)	۲۹	۳,۴
سطح سازمانی ۵ (معاونت)	۱۵	۰
مشاور تمام وقت	۱	۰
قراردادی	۳۱۶	۳۸,۶



در سال ۱۴۰۱، ۱۵ درصد از مشاغل موجود در ساختار سازمانی ایرانسل به روزرسانی شده، ۷۶ درصد بدون تغییر مانده و ۷ درصد، به تعداد آن‌ها افزوده شده است. همچنین، تعداد ارتقای سطح شغلی کارکنان به کل تعداد کارکنان با رسیدن به عدد ۱۴ درصد، رشد ۴,۶ درصدی نسبت به سال گذشته داشته است. در این بین، ۴۲ درصد مربوط به ارتقا به مشاغل مدیریتی است. همچنین درصد جابجایی افقی کارکنان ۹ درصد بوده که رشد ۲,۳ درصدی نسبت به سال گذشته داشته است. شرکت ایرانسل همانند سالیان گذشته، در سال ۱۴۰۱ هیچ تعدیلی در کارکنان نداشته است. در سال ۱۴۰۱، اقدامات فراوانی در خصوص جامعه درون سازمانی و پایداری سرمایه‌های انسانی شرکت ایرانسل توسط بخش منابع انسانی انجام شد، که در ادامه به صورت اجمالی به آن‌ها اشاره خواهد شد.



سهم زنان از ارتقا به مشاغل مدیریتی نسبت به کل ارتقاها در همان سطح

سطح	درصد
سطح ۳	۵۳,۸۵%
سطح ۳ اچ	۷,۶۹%
سطح ۴	-

سرمایه انسانی و محیط کار

ارزش پیشنهادی کارکنان^۱

«ارزش پیشنهادی کارکنان» هر سازمان، مجموعه اقدامات و تعهداتی است که کارفرما در قبال مهارت و تجربیات افراد خود برای ایشان فراهم می‌سازد. هدف از این مجموعه جامع اقدامات، افزایش مشارکت و تعلق خاطر کارمندان و فراهم آوردن بهترین شرایط ممکن برای همکاری است.

ایرانسل بر اساس مدل گروه ام‌تی‌ان، با هدف تأکید بر چشم‌انداز پیش‌رو برای الهام بخشیدن، خلق دیدگاه متفاوت، تشویق کارکنان به نوآوری و مشارکت فعال در ساختن فردای کسب‌وکار، طراحی شده است. این ارزش برای تحول در فرهنگ سازمانی مدل‌سازی شده و مواردی همچون دربرگیرندگی و شمول، احترام به تنوع، پاداش منصفانه، قدردانی حقیقی و انعطاف‌پذیری محیط کار تا جای ممکن را شامل می‌شود. هدف نهایی استفاده از این مدل، داشتن محیط کاری بهره‌ور است. این مدل از چهار ستون الهام‌بخش تشکیل شده که عصارهٔ مأموریت ایرانسل در خصوص آینده محیط کار و کارکنان خود را به نمایش می‌گذارد. ایرانسل معتقد است که این تحول راهبردی، نه تنها به حفظ سرعت حرکت سازمان در دوران پسا-کرونا و شروع دوره جدید کاری کمک خواهد کرد، بلکه زندگی افراد را هم متحول خواهد کرد و باعث مشارکت هرچه بیشتر آن‌ها در رسیدن به آرمان استراتژیک سازمان خواهد شد.

کار معنادار^۲

یکی از تعهدات ایرانسل به افراد خود، توانمندسازی و الهام بخشیدن به آن‌ها در مسیر شکل دادن به آینده و رسیدن به اهداف است. ایجاد حس هدفمندی در میان افراد در خصوص راهبرد، مسیر و نقش ایرانسل در اکوسیستم مخابرات و دیجیتال کشور، از طریق تشکیل تیم‌های کاری کوچک و سریع، انتخاب افراد بر اساس توانمندی و شایستگی و فراهم آوردن ابزارها و زیرساخت‌های مناسب برای آنکه افراد بتوانند هر روز، بهترین خود را به نمایش بگذارند، میسر می‌شود.

محیط کار دیجیتال

شرکت ایرانسل در بازار کار ایران، به داشتن استعدادها و دیجیتال و ارائه خدمات دیجیتال به آن‌ها شناخته شده است. بیشتر خدمات ارائه شده به کارکنان در بستر برنامه‌های کاربردی و پلتفرم‌های دیجیتالی صورت می‌گیرد که به صورت مداوم در حال توسعه و به‌روزرسانی هستند. هدف نهایی، بهبود تجربهٔ دیجیتالی دریافت‌کنندگان، ساده‌سازی و حذف انجام کارها به صورت دستی، افزایش دسترسی، بهبود شفافیت و امکان رهگیری درخواست‌ها، گسترش امکان ارتباط و همکاری معنادار میان کلیه افراد شرکت ایرانسل در داخل و خارج از دفاتر شرکت است.

اهم اقدام‌هایی که در سال گذشته صورت گرفته عبارتند از:

- تداوم دیجیتال‌سازی فرایندهای متصل به چرخهٔ عمر کارکنان شامل جذب، مدیریت عملکرد، قدردانی و پرداخت، توسعه و ارتقا/جابجایی، محاسبهٔ کارکرد، نظرسنجی، خروج، مدیریت امور روزانه در محیط کار (رزرو غذا و پارکینگ) و ...
- توسعهٔ برنامه کاربردی iApp، برای دسترسی کارکنان به خدمات دیجیتال داخلی از جمله سیستم ثبت کارکرد، پلتفرم قدردانی، رزرو هتل، رزرو غذا و پارکینگ و ...
- توسعهٔ پلتفرم دیجیتالی مدیریت دانش iKnow
- دیجیتال‌سازی فرایندهای مربوط به ثبت و پیگیری هزینه‌های بیمه
- ایجاد کانال‌های پایدار ارتباطی با استفاده از Signage یا تلویزیون‌های آنلاین کارکنان و ارسال ماهانه خبرنامه منابع انسانی به‌منظور همسویی با مسئولیت‌های مربوط به ESG و ارتباطات دیجیتال
- توسعهٔ iGift، پلتفرم دیجیتالی برای تسهیل اطلاع‌رسانی و دسترسی آسان همکاران به هدایای دیجیتال سازمان

تحول مشاغل

پایداری کسب‌وکار ایرانسل و مأموریت آن برای ورود کامل به زیست‌بوم کسب‌وکار دیجیتالی ایران، در عین حفظ جایگاه خود به عنوان اپراتور اول دینای کشور، سبب شده است که توسعه و به‌روزرسانی ساختار سازمانی و مشاغل شرکت ایرانسل با دیدگاه حفظ بهره‌وری و چابکی سازمان در سالی که گذشت، آهنگ سریع‌تری به خود بگیرد. همچنین در مسیر افزایش چابکی، تیم‌های کوچک در سطح سازمان شکل گرفته‌اند که به صورت ماتریسی و تخصصی، روی موضوعات کلیدی و راهبردی سازمان از جمله مشتری‌مداری، تحول دیجیتال، تعلق خاطر و تجربه کارکنان و... تمرکز دارند و به صورت تعاملی، به شناسایی مسئله، تعریف پروژه بهبود و پیشبرد این پروژه‌ها در سازمان می‌پردازند.

بهبود فرایند جذب و استخدام

در سال گذشته، با توجه به آهنگ تغییر شرایط اجتماعی-اقتصادی کشور، تغییر پارادایم فکری و انتظارات افراد دربارهٔ محیط و شرایط کار و موج منطقه‌ای مهاجرت، کارفرمایان ایرانی از جمله ایرانسل، برای جذب نیروهای برتر بازار کار تخصصی خصوصاً استعدادهای دیجیتال به چالش کشیده شده‌اند.

در واکنش به این موقعیت، ایرانسل سعی کرده است تا ضمن تمرکز بر بازطراحی برنامه‌های نگهداشت و توانمندسازی کارکنان سازمان، با بهینه‌سازی فرایند جذب و جابجایی درون سازمانی، حضور مستمر در نمایشگاه‌های کار، برگزاری مدرسهٔ توسعهٔ اشتغال ایرانسل^۳ با همکاری برترین دانشگاه‌های کشور و تمرکز بر فعالیت‌های مرتبط با برند کارفرمایی، سرمایه‌های انسانی مورد نیاز را برای تداوم کسب‌وکار خویش توسعه دهد.

سرمایه انسانی و محیط کار

ارتباطات همراه با موفقیت و پیشرفت^۱

ایرانسل به تقویت و مراقبت از روابط انسانی زندگی افراد، مشتریان و جامعه باور دارد. به این ترتیب که ارزش‌های سازمانی شرکت ایرانسل با توجه به راهبرد سازمانی، تکمیل و با عنوان لیریکا^۲ به همکاران معرفی می‌شود. این ارزش‌ها شامل رهبری، درست‌ی، روابط انسانی، نوآوری، من می‌توانم، مشتری‌مداری و چابکی است که از سال ۲۰۲۱، بخش مهمی از وزن توافق‌نامه عملکرد کلیه کارکنان سازمان را شامل شده است. ارزشیابی این قسمت در توافق‌نامه عملکرد همه افراد به صورت سالانه و با رویکرد ارزیابی ۳۶۰ درجه انجام می‌شود. در این روش، مدیر مستقیم، هم‌تایان، اعضای تیم و منتخب ذی‌نفعان با پاسخ به مجموعه‌ای از پرسش‌ها در پلتفرم دیجیتال مدیریت عملکرد، به ارزشیابی سالانه فرد می‌پردازند. همچنین از دیگر اقدامات انجام شده در حوزه ارتباطات می‌توان به اجرای چرخه کامل مدیریت عملکرد در هماهنگی کامل با تقویم گروه ام‌تی‌ان، شامل تعیین اهداف استراتژیک کلان و خرد، برگزاری دوره ارزیابی عملکرد همراه با فرایند همسوسازی، برگزاری جلسات برنامه‌ریزی بهبود عملکرد، پرداخت دو نوبت پاداش عملکردی، اعمال افزایش حقوق بر اساس گروه‌بندی عملکردی کارکنان و اجرای برنامه سالانه تقدیر از «نقش‌آفرینان طلایی» اشاره کرد. اجرای مدل «مرور استعدادها»، برنامه جانشین‌پروری و توسعه فردی آن‌ها، اجرای دوره آموزشی «مدیر در نقش مربی» و ارائه خدمت «کوچینگ سازمانی» به مدیران، از جمله دیگر اقدامات انجام شده در این حوزه است.

شکوفایی در محیط مثبت^۳

ایرانسل باور دارد که رفاه و سلامت کارکنان، تأثیر انکارناپذیری بر تداوم کسب‌وکار دارد و به همین منظور ضمن تداوم ارائه و افزایش ارزش بسته‌های رفاهی برای کارکنان، برای تأمین بهتر کارکنان، بهبود سلامتی و تعادل بین کار و زندگی، اقداماتی را به شرح زیر اجرایی کرده است:

اقدامات حوزه سلامت



تخصیص مرخصی تولد فرزند برای پدران



برگزاری کمیته بهداشت، ایمنی و محیط زیست



حضور پزشک متخصص در دفاتر شهر تهران



استفاده از برنامه سیناد برای جمع‌آوری مدارک پزشکی



انجام معاینات پزشکی سالانه و پیش از استخدام



مشاوره روانشناسی



تخصیص بیمه عمر



برگزاری آموزش سالیانه و به‌روزرسانی بسته‌های کمک‌های اولیه



تعداد مصدومیت جدی در محیط کار



تعداد کارکنان فوت‌شده در حین کار

سرمایه انسانی و محیط کار

در سال ۱۴۰۱، سهم زنان از موارد موفق جذب از بیرون سازمان، ارتقا به مشاغل سطح ۳ و بالاتر و انتخاب در برنامه جانشین پروری به ترتیب ۵۶، ۳۳ و ۲۱ درصد بوده است. همچنین، ۴۰ درصد از همکارانی که در طی این مدت شرکت ایرانسل را ترک کردند از میان خانمها بوده‌اند. بدین ترتیب در انتهای سال ۱۴۰۱ وضعیت زنان در شرکت ایرانسل از نگاه آمار به این شرح بوده است:



جدول زیر نمایانگر میزان مشارکت کلی زنان در بخش‌های مختلف شرکت ایرانسل است:

سهم زنان	تقسیم بندی بخش‌ها
۳۰%	بخش‌های فنی
۳۵%	بخش‌های تجاری
۴۲%	بخش‌های پشتیبانی

سهم زنان از کل ساعات آموزشی دیجیتال و حضوری برگزار شده در سال ۱۴۰۱، ۱۶ هزار و ۷۵۷ ساعت (معادل ۳۶ درصد کل دوره‌های آموزشی) است. به این ترتیب سرانه آموزشی هر نفر از زنان (۲۱٫۶ ساعت در سال) یک ساعت بیشتر از مردان بوده است.

اقدامات حوزه رفاهی

افزایش حقوق عملکردی و پرداخت پاداش عملکرد

تداوم ارائه و افزایش ارزش مزایا

بازطراحی بسته خوش آمدگویی کارکنان جدید

قرارداد تخفیف خرید با مجموعه‌های مختلف مانند گروه اسنپ

اجرای پروژه مسکن برای کارکنان

افزایش ارزش امتیازات برنامه قدرانی دیجیتال شاین (در سال ۱۴۰۱ تعداد ۵۵۹،۹۴۵ پیام قدرانی بین کارکنان ایرانسل ارسال شد)

تعادل بین کار و زندگی

اجرای طرح‌های متنوع دورکاری از جمله طرح بانوان باردار و مادران با فرزند زیر شش سال (در مجموع ۲۰ درصد از کل ساعت کاری)

ارائهٔ سیاحت‌کارت و تسهیلات اقامتی

برگزاری مسابقات ورزشی

افزایش بودجه برگزاری رویدادهای گردهمایی و تیم‌سازی

به‌روزرسانی تجهیزات ورزشی

تخصیص سرویس حمل‌ونقل

فراگیری و گوناگونی

ایرانسل افزون بر تمرکز روی موضوع رفاه و سلامت کارکنان، همسو با ترندهای روز جهانی، موضوع دربرگیرندگی، تنوع و مشارکت دادن همه در رسیدن به اهداف نهایی سازمان را نیز مورد توجه قرار داده است.

- تعریف شاخص‌های کلیدی عملکرد برای پایش مشارکت زنان در ساختار نیروی کار، توانمندسازی آن‌ها و اختصاص سهم حداقل ۵۰ درصدی زنان در گروه کارآموزان مرکز توسعه اشتغال ایرانسل
- تعیین حقوق افراد بر اساس شایستگی‌های فردی و ارزیابی‌های استاندارد شغل، فارغ از تفاوت در جنسیت، قومیت و... و تداوم پایش شاخص «اختلاف حقوق میان زنان و مردان»
- تخصیص شاخص کلیدی عملکرد تعلق خاطر، تجربه و رضایتمندی کارکنان از فرهنگ سازمانی و رهبری برای مدیران سازمان
- تلاش برای یکسان‌سازی و دربرگیرندگی حداکثری گروه‌های مختلف قراردادی در جذب، تعیین حقوق، تعریف بسته‌های مزایا و...
- گسترش جذب از بیرون سازمان برای افزایش دایره تنوع استعدادها
- برگزاری جلسات پیوسته منابع انسانی با واحدها و مناطق مختلف

سرمایه انسانی و محیط کار

رشد برای هدف مشخص^۱

بخش منابع انسانی شرکت ایرانسل، در سال ۱۴۰۱ به عنوان یک شریک تجاری در مسیر اجرای استراتژی تحول دیجیتال، به ویژه در دو موضوع «تحول مدل عملیاتی» و «تحول فرهنگ»، نقش بسزایی ایفا کرده است و به همین منظور زیست بوم یادگیری برای ایجاد توانمندی‌های مورد نیاز در سازمان برای شروع حرکت به سمت سازمان دیجیتال از طریق تحول استعدادها درون سازمانی و آماده‌سازی آن‌ها برای آینده خلق شد.

در این اکوسیستم، مطابق تقویم توسعه استعدادها که هر ساله در شرکت ایرانسل اجرا می‌شود، در ابتدای سال پروژه نیازسنجی آموزشی به منظور برنامه‌ریزی آموزشی کارکنان اجرایی شده و بخش اعظم برنامه‌های توسعه افراد (دوره‌های تخصصی/فنی) تا پایان سال به صورت کلاس‌های آنلاین یا حضوری برای گروه هدف برگزار می‌شود. ایرانسل فرصت‌های آموزشی با کیفیت متعددی را به زبان فارسی از طریق

پلتفرم آموزش آنلاین ilearn در اختیار سرمایه انسانی خود قرار می‌دهد. در سال ۱۴۰۱، ۳۸ هزار ساعت دوره آموزشی در این پلتفرم گذرانده شده و بیش از ۱۴،۰۰۰ دوره با بیش از ۲،۰۰۰ موضوع تکمیل شده است.

در سال ۱۴۰۱، به منظور ارتقا مهارت‌های تخصصی کارکنان، اجرای برنامه آموزشی جامع Skillup در چهار بخش، برنامه‌ریزی شد. بخش اول این برنامه بر مصورسازی داده‌ها تمرکز داشته و شامل پنج دوره Power BI، زبان‌های برنامه نویسی R و SQL و Python بوده است. این مرحله، بالغ بر ۸،۱۰۰ ساعت آموزشی شد. دوره‌های آتی این برنامه نیز متمرکز بر مهارت‌های مرتبط با مدیریت مالی، مدیریت پروژه و هوش مصنوعی/یادگیری ماشین است.

همچنین در مسیر توسعه فردی، این امکان توسط سازمان فراهم شده است که از میان نیروهای متخصص درون سازمان، گروهی به

عنوان مربی و منتور کارکنان^۲، افراد را در حین اجرای پروژه‌ها به منظور یادگیری عمیق‌تر یاری کنند.

افزون بر این، بخش منابع انسانی ایرانسل، پلتفرم مدیریت دانش به نام iknow را راه‌اندازی کرد که به کارکنان اجازه می‌دهد به دانش و تجربه سازمانی دسترسی داشته، آن را با همدیگر به اشتراک گذاشته و پرسش‌های خود را در جمع متخصصان مربوطه، مطرح کنند. در خصوص توسعه مهارت‌های نرم، برنامه جامع «حرفه‌ای باش - BE a Pro!» با هدف توسعه مهارت‌های همکاری در محیط کار حرفه‌ای طراحی و تا پایان سال ۱۴۰۱، بخش اول پویش سرمایه‌های روانشناختی آن که به موضوع «تاب‌آوری» اختصاص داشت با کمک برترین اساتید این حوزه در دسترس کارکنان قرار گرفت.



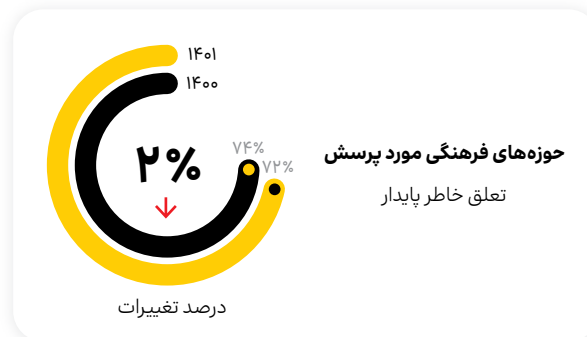
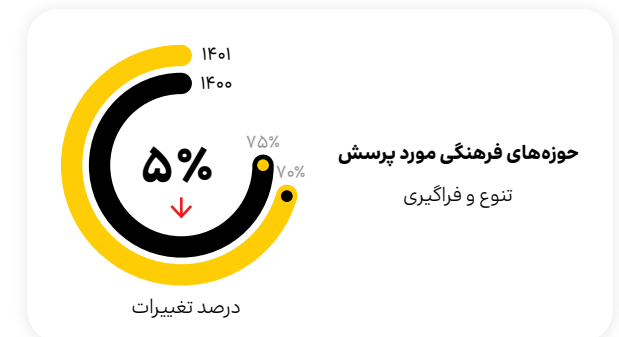
سرمایه انسانی و محیط کار

شنیدن صدای افراد

یکی از مهم‌ترین راه‌های سنجش سلامت فرهنگ سازمانی، نظرسنجی افکار و احساسات کارکنان است. در ایرانسل، هر ساله، دو گروه نظرسنجی رسمی برای سنجش تجربه و تعلق خاطر کارکنان به عنوان مهم‌ترین شاخص سلامت فرهنگ سازمانی اجرا می‌شود.

نظرسنجی سنتیمتر

سنتیمتر دسته‌ای از نظرسنجی‌های داخلی سریع با فواصل کوتاه است که احساسات، درک و تجربه ایرانی‌ها را همزمان با سایر کارکنان گروه امتی‌ان، در خصوص مسائلی همچون رهبری، تنوع و فراگیری، یادگیری و توسعه، خدمات بخش منابع انسانی، ارتباطات داخلی و همسویی با راهبردهای سازمانی مورد پرسش قرار می‌دهد. خلاصه نتایج این نظرسنجی در حوزه تنوع و فراگیری به شرح زیر است:



تعلق خاطر و تجربه کارکنان، همواره از موضوعات اصلی و مورد توجه شرکت ایرانسل بوده به گونه‌ای که امتیازات مربوطه، همواره سهم مهمی از توافق‌نامه عملکرد مدیران ارشد سازمان را دربرگرفته و به صورت مداوم، بخش اعظم پروژه‌ها و اقدامات در حوزه سرمایه انسانی برای حفظ و بهبود این امتیاز طراحی و راهبری شده‌است.

همزمانی برگزاری تعدادی از مهم‌ترین نظرسنجی‌های سال ۱۴۰۱ با وقایع اجتماعی پاییز و زمستان کشور (خصوصاً نظرسنجی GCA)، مسائلی همچون تورم و موج مهاجرت، افزایش نرخ ارز و تأثیرگذاری فضای بیرونی بر احساسات کارکنان حتی در خصوص مسائل حرفه‌ای محیط کار، باعث تأثیر منفی در برخی المان‌های این نظرسنجی‌ها شده‌است. نکته مهم در این میان ثبات نرخ ماندگاری کارکنان (بیش از ۹۰ درصد) و کاهش تنها دو درصدی شاخص تعلق خاطر در سال ۱۴۰۱ نسبت به انتهای سال ۱۴۰۰ است. ایرانسل با پذیرش فضای موجود، مجموعه‌ای از اقدامات را برای کاهش روند نزول نتایج تعریف کرد که از جمله آن‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

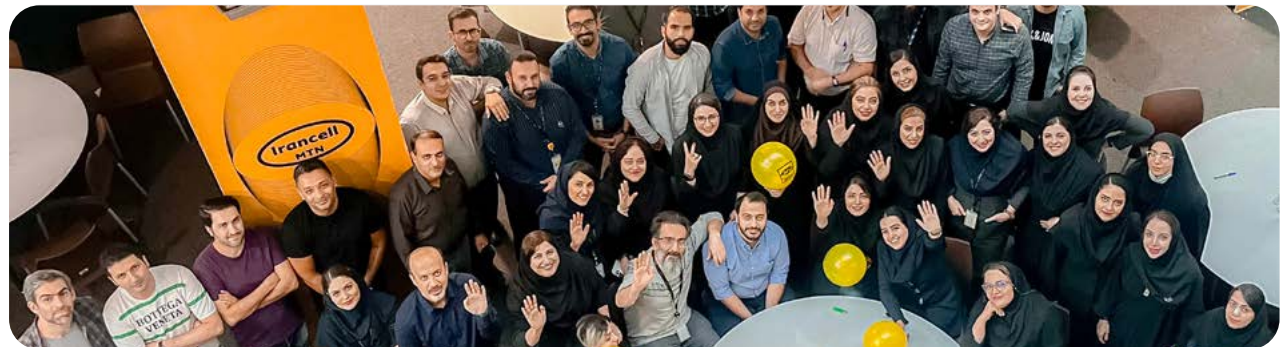
ایجاد واحد تعلق خاطر و تجربه کارکنان با هدف اجرای فعالیت‌های متمرکز و راهبری پروژه‌های مربوطه

تعریف شاخص‌های کلیدی عملکرد با موضوع «تعلق خاطر و تجربه کارکنان»

طراحی کمیته راهبردی تجربه و تعلق خاطر کارکنان با مشارکت و امتیازدهی کلیه کارکنان

برگزاری جلسات مدون گفتگو با بخش منابع انسانی

طراحی و برگزاری دوره‌های مرتبط با سرمایه‌های روانشناختی (تاب‌آوری، امید، خوش بینی و خودکارآمدی)



مسئولیت پذیری و سرمایه گذاری اجتماعی

طراحی پروژه های CSI اولویت بیشتری دارند. 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 کرده است.

CSI ایرانسل بیشتر جوامع کم برخوردار، افراد آسیب دیده، آسیب پذیر، در معرض آسیب و به حاشیه رانده شده است. ضمن اینکه جوانان، کودکان و زنان به عنوان مهم ترین ذی نفعان پروژه های اجتماعی ما، در

در سال ۱۴۰۱، با تمرکز بر رویکرد خلق ارزش مشترک، اقدام به طراحی و اجرای پروژه های سرمایه گذاری اجتماعی شرکتی کرده ایم که موجب توسعه اجتماعی-اقتصادی در جامعه می شود. گروه هدف پروژه های



مسئولیت پذیری و سرمایه‌گذاری اجتماعی

مسئولیت‌پذیری اجتماعی و زیست محیطی

اطلاع‌رسانی به ذی‌نفعان

- انتشار سالانه گزارش پایداری ایرانسل به‌منظور بررسی اثرات اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی کسب‌وکار ایرانسل در کشور
- طراحی صفحات وب پایداری و سرمایه‌گذاری اجتماعی در وبسایت ایرانسل برای به‌روزرسانی اقدامات اجتماعی-زیست‌محیطی سازمان

حمایت از نسل جوان

- فراهم‌سازی محیطی پویا و مسئله‌محور برای دانشجویان و دانش‌آموختگان برای تجربه کار حرفه‌ای و آمادگی ورود به بازار کار
- عقد تفاهم‌نامه همکاری با دانشگاه علم و صنعت برای جذب نیروهای متخصص و جوان (خانم و آقا)
- برگزاری دوره‌های کارآموزی برای دانشجویان و دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها در مرکز نوآوری ایرانسل (با فرصت برابر برای خانم‌ها و آقایان)
- جذب پنج کارآموز در حوزه‌های مهندسی داده و علم داده (متخصص جوان خانم و آقا)
- ۸۴،۵۲۶ نفر ساعت آموزش به نیروهای جوان و بیش از ۸۳ درصد رضایت از دوره‌های آموزشی برگزار شده
- برگزاری ۳۷ دوره آموزشی در زمینه‌های علوم داده، علوم کامپیوتر، فناوری اطلاعات، کسب‌وکار، مدیریت پروژه پیشرفته و فناوری‌های نوظهور (با مشارکت بیش از ۹۰ درصدی جوانان) و برگزاری رویدادهایی در زمینه توسعه بازی، علوم داده و دوره‌های استارت‌آپ‌ها

پویش اجتماعی

- برگزاری پویش اطلاع‌رسانی برای محافظت از یوزپلنگ ایرانی با ارسال حدود یک میلیون پیامک هشدار به رانندگان خودروهای عبوری در جاده عباس‌آباد-میامی (زیستگاه یوزپلنگ آسیایی)
- اطلاع‌رسانی درباره شاخص سلامت جنگل‌های بلوط و گونه سنجاب ایرانی در منطقه زاگرس و ترویج و آگاهی‌رسانی اقداماتی چون درخت‌کاری
- ارسال پیامک انبوه در شهر تهران برای آگاهی‌رسانی در مورد تنبلی چشم کودکان

فراگیری خدمات

- پاسخ‌گویی به بیش از هفت هزار ارتباط (رشد ۱۰۰ درصدی سال ۱۴۰۱ نسبت به سال ۱۴۰۰) در خدمات پشتیبانی ارتباط با مشتریان ناشنوا و کم‌شنوا از طریق ارتباط ویدیویی با زبان اشاره
- حمایت از ایده‌ها و رویدادهای تخصصی این حوزه به‌منظور تلاش برای فراگیری و دسترسی‌پذیری خدمات دیجیتال برای افراد دارای معلولیت
- مطالعه امکان‌سنجی روی پروژه بررسی میزان دسترسی‌پذیری مراکز و نمایندگی‌های ایرانسل برای افراد دارای معلولیت
- اختصاص دپتای رایگان به نابینایان و کم‌بینایان در روز عصای سفید

پروژه‌ها

- طراحی پروژه‌های سرمایه‌گذاری اجتماعی-زیست‌محیطی در زمینه تولید انرژی‌های تجدیدپذیر (انرژی خورشیدی) با اثرات مثبت زیست‌محیطی در عین درآمدزایی برای مراکز آموزشی در مناطق کم‌برخوردار

اقدامات پایداری درون‌سازمانی

- تعیین اهداف و شاخص‌های کلیدی عملکرد سازمان در زمینه مدیریت ردپای کربن برای اولین بار در تجربه مدیریتی صنایع مختلف در ایران
- دورکاری ۵۰ درصدی برای واحد ارتباط با مشتریان سازمان، به‌منظور بهبود شرایط کاری و بهره‌وری بیشتر، افزایش رضایت شغلی و ایجاد آثار مثبت زیست‌محیطی با توجه به کاهش تردد شهری (کاهش مصرف انرژی و کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای)
- برگزاری نظرسنجی سراسری برای تشخیص مسائل مهم پایداری از نگاه ذی‌نفعان داخلی و خارجی
- پروژه «خرید ناشناس» با رویکرد کنترل و نظارت بیشتر بر عملکرد نمایندگان و با هدف ایجاد رضایت در مشتریان نهایی سازمان و پیشگیری از گران‌فروشی
- حذف کاغذ از فرایندهای درون‌سازمانی مانند فرایندهای ارزیابی پیمانکاران و مناقصات و هوشمندسازی فرایند مکاتبات سازمان

فراگیری خدمات ارتباطی

- ارائه خدمات دسترسی به اینترنت پرسرعت در بسیاری از روستاهای کشور در طرح ملی خدمات عمومی اجباری روستایی USO
- پوشش ۹۹ درصدی جمعیت شهری و ۶۵ درصدی جمعیت روستایی کشور
- بیش از ۹۸ درصد سهم فروش الکترونیک محصولات ایرانسل به‌منظور سهولت در دسترسی و هم‌سو با فراهم‌سازی تجربه زندگی دیجیتال برای مشترکان

مسئولیت پذیری و سرمایه گذاری اجتماعی

سرمایه گذاری اجتماعی

امر آموزش

- اهدای بیش از هزار بسته لوازم آموزشی شامل کوله پشتی و لوازم التحریر به دانش آموزان مدارس ایرانسل در مناطق کم برخوردار کشور برای تسهیل شرایط آموزشی دانش آموزان
- امکان سنجی طرح های سرمایه گذاری اجتماعی در زمینه های آموزشی و با همکاری سازمان های مردم نهاد متخصص در امر آموزش کودکان در معرض آسیب از محل عواید پویبش تجاری تیم های فروش

- تجهیز مدرسه ایرانسل به سیستم های کامپیوتری در شهرستان معمولان استان لرستان برای دانش آموزان مقطع متوسطه و هنرستان
- تأمین تجهیزات لازم برای ایجاد یک اتاق کامپیوتر در مدرسه ایرانسل در سیمین شهر استان گلستان به منظور ارتقای کیفیت آموزش دیجیتال در منطقه گمشان
- تأمین منبع آب برای مدارس «اینترنت و ارتباطات» در شهرستان خاش، استان سیستان و بلوچستان به منظور مواجهه با معضل کم آبی روستا و تأثیر آن در

آموزشی

- برگزاری ۱۱۲ ساعت دوره بوت کمپ آموزشی شبکه های مخابراتی نسل دوم تا پنجم در استان سیستان و بلوچستان به منظور ایجاد آمادگی اشتغال در بین نیروهای متخصص بومی برای نگهداری شبکه ارتباطی
- انجام پروژه نوسازی و تعمیرات اساسی دو مدرسه روستایی در پوله زیلایی و سرمایه گذاری برای احداث مدرسه در شهرک امام علی در شهر یاسوج، استان کهگیلویه و بویراحمد



تأمین منبع آب برای مدارس «اینترنت و ارتباطات»



تجهیز کامپیوتری مدرسه ایرانسل در شهرستان معمولان



سرمایه گذاری برای احداث مدرسه در یاسوج



آموزش نگهداری شبکه ارتباطی به نیروهای متخصص بومی



افتتاح مدرسه ایرانسل



دوره بوت کمپ آموزشی شبکه های مخابراتی

مسئولیت پذیری و سرمایه‌گذاری اجتماعی

سرمایه‌گذاری اجتماعی

فراگیری خدمات ارتباطی

- اجرای پروژه سیم‌کارت‌های روستایی برای ایجاد سهولت در برقراری ارتباط برای روستاییان هم‌زمان با فراهم‌سازی بستر ارتباطات و اینترنت پرسرعت در پروژه USO در سراسر کشور

ورزشی

- حمایت مالی ایرانسل از ورزش هندبال کشور به‌خصوص تیم‌های ملی هندبال جوانان و نوجوانان دختران ایران
- حمایت از آکادمی تخصصی فوتبال در منطقه دروازه غار تهران به‌منظور فراهم‌سازی فرصت آموزش فوتبال برای کودکان کار و در معرض آسیب
- ساخت زمین چمن مصنوعی در جزیره قشم در کنار سرمایه‌گذاری‌های مهم در ایجاد زیرساخت‌های نسل‌های پیشرفته اینترنتی در این جزیره توسط ایرانسل

فرهنگی

- تهیه و توزیع سه هزار جلد کتاب با موضوعات پایداری، محیط زیست و سبک زندگی در مناطق محروم و سیل زده استان لرستان در هفته کتاب با همکاری مؤسسه فرهنگی هنری میراث کهن گلونی

آسیب‌های اجتماعی

- مشارکت مالی در طرح آزادسازی زندانیان مالی و جرایم غیرعمد ستاد دیده‌آذربایجان غربی



توزیع کتاب برای دانش‌آموزان در استان لرستان



زمین چمن مصنوعی در جزیره قشم



پروژه سیم‌کارت‌های روستایی



آموزش تخصصی فوتبال به نوجوانان محله دروازه غار



آکادمی فوتبال در محله دروازه غار تهران



ورزش هندبال دختران کشور

مسئولیت پذیری و سرمایه‌گذاری اجتماعی

سرمایه‌گذاری اجتماعی برای توانمندسازی دختران و جوانان

جامعه دختران و زنان ایران، همیشه جامعه‌ای پویا و هوشیار بوده است. در تمام بزنگاه‌های تاریخی نقش خود را در رشد اندیشه و ارتقای جامعه ایفا کرده‌اند. در حال حاضر جای خالی توجه و حمایت‌های مالی در رشته‌های ورزشی حرفه‌ای زنان و دختران سرزمین‌مان احساس می‌شود. این موضوع منجر به اقبال کم سرمایه‌گذاران در این زمینه شده و همچنین منجر به کاهش کیفیت ورزش دختران خواهد شد؛ این یعنی هر دختری برای رسیدن به قله‌های ورزش حرفه‌ای باید رنج‌های بیشتری را متحمل شود و در نهایت دستاورد و اندوخته کمتری نصیب او شود.

ایرانسل در سال ۱۴۰۰، برای نخستین سال، حامی ورزش هندبال کشور شد که این حمایت، آغازگر یک دوره درخشش در رده‌های مختلف این رشته ورزشی بوده است. همچنین، برای دومین سال پیاپی، در سال ۱۴۰۱، قرارداد همکاری با فدراسیون هندبال کشور تمدید شد. حمایت ایرانسل از همان ابتدا شامل تیم ملی دختران در تمام رده‌ها نیز بوده است. هدف از حمایت تیم ملی دختران هندبال کشور، پشتیبانی از دختران مستعد ایران در این رشته ورزشی بوده است؛ چراکه به طور

کلی رشته‌های ورزشی دختران، کمتر مورد توجه سرمایه‌گذاران و حامیان قرار می‌گیرد و در این بین برخی از رشته‌ها نیز مورد کم‌لطفی بیشتر قرار می‌گیرند. این موضوع می‌تواند منجر به تبعیض در اقبال اجتماعی در قبال برخی رشته‌ها و نیز موجب تبعیض در توجه به تیم‌های مردان و زنان کشور شود. این وظیفه سرمایه‌گذاران و حامیان با رویکرد اجتماعی است که می‌توانند از رشته‌ها و تیم‌های کمتر دیده‌شده حمایت کنند و باعث ارتقای سطح حرفه‌ای آن‌ها و ایجاد تصویر اجتماعی بهتر از آن‌ها شوند.

تیم ملی هندبال جوانان دختر ایران با حمایت ایرانسل، در شانزدهمین دوره مسابقات قهرمانی جوانان آسیا به مقام دوم رسید و جواز حضور در مسابقات قهرمانی جهان را کسب کرد. این دومین سهمیه جهانی ایران در این رده بوده است. تیم ملی هندبال مردان کشور نیز، برای اولین بار در تاریخ، از گروه خود در مرحله مقدماتی رقابت‌های قهرمانی جهان صعود کرد و به جمع تیم‌های برتر جهان پیوست.

تیم ملی هندبال نوجوانان دختر ایران که در سال ۱۴۰۱ در رقابت‌های قهرمانی جهان در مقدونیه شمالی شرکت کرده بود، موفق شد برای

نخستین بار در تاریخ ورزش‌های تویی بانوان کشور، به جمع ۱۶ تیم برتر جهان راه پیدا کند. این تیم در همان سال توانسته بود با قهرمانی در رقابت‌های آسیایی، نخستین مدال طلای بانوان را برای هندبال ایران به ارمغان آورد. در پایان سال ۱۴۰۰ نیز، تیم ملی جوانان دختر ایران، توانسته بود مدال نقره رقابت‌های قهرمانی آسیا را به دست آورده و به مسابقات قهرمانی جهان راه پیدا کند.

در سال ۱۴۰۱، تیم ملی هندبال ساحلی نوجوانان مردان ایران، موفق شد برای نخستین بار در تاریخ این رشته ورزشی، نه‌تنها نخستین تیم آسیایی هندبال ساحلی باشد که در جمع چهار تیم برتر جهان قرار می‌گیرد، بلکه اولین مدال جهانی هندبال ایران را هم به دست آورد و جایگاه سوم رقابت‌های جهانی را از آن خود کند. در رقابت‌های هندبال ساحلی همان سال در دو رده بزرگسالان و نوجوانان، که به میزبانی ایران برگزار شد، تیم‌های ملی ایران توانستند، ضمن به دست آوردن مدال طلا، به مسابقات قهرمانی جهان راه پیدا کنند. تیم ملی هندبال نوجوانان پسر ایران نیز موفق شد تا علاوه بر کسب عنوان نایب قهرمانی آسیا، سهمیه حضور در مسابقات قهرمانی جهان را هم به دست آورد.



افتخارات کسب شده توسط دختران هندبال‌بست ایران از ابتدای حمایت ایرانسل

مقام اول تیم ملی نوجوانان هندبال بانوان ایران در مسابقات قهرمانی آسیا ۲۰۲۲ قزاقستان و کسب سهمیه مسابقات جهانی

نایب‌قهرمانی تیم ملی جوانان هندبال دختر در مسابقات قهرمانی آسیا ۲۰۲۲ قزاقستان و راهیابی به مسابقات جهانی

مقام پنجم جوانان آسیا و کسب سهمیه مسابقات جهانی

حضور تیم ملی هندبال بانوان ایران در مسابقات جهانی اسپانیا ۲۰۲۱





محیط زیست

انرژی و تغییرات اقلیمی

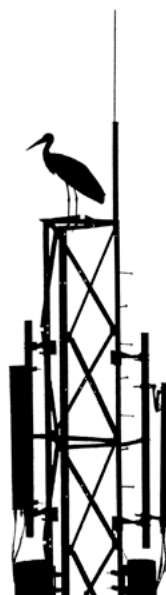
مدیریت آثار زیست‌محیطی کسب‌وکار برای ایرانسل اهمیت دارد. امروزه به دلیل تغییرات اقلیمی و گرمایش جهانی، آسیب‌های زیادی متوجه کشورها شده است. بیابان‌زایی، خشک‌سالی، سیل‌های غیرمعمول و... از جمله نتایج تغییرات اقلیمی است. این موضوع روی زندگی انسان‌ها، طبیعت و به‌طور کلی تمام موجودات زنده، تأثیر می‌گذارد. بنابراین اقدامات افراد، حکومت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی، برای کنترل تغییرات اقلیمی به‌منظور تحقق آینده‌ای سبز و توسعه اقتصادی-اجتماعی جوامع، بسیار حیاتی است.

بنابر گزارش مؤسسه تحقیقات آب وزارت نیرو ایران، در اثر تغییرات اقلیمی از سال ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۰، پوشش سطحی یخچال‌های طبیعی کشور، که منبع تأمین آب رودخانه‌ها هستند، حدود ۵۰٪ کاهش یافته است. بنابراین، بسیاری از رودخانه‌های دائمی ایران در حال تبدیل به رودخانه‌های فصلی هستند و وضعیت منابع آب شیرین قابل استحصال نیز روبه‌افول است. با توجه به موقعیت ایران در عرض‌های جغرافیایی نیمکره شمالی، ما بیشتر از متوسط جهانی متأثر از این تغییرات هستیم. همچنین، برآیند دو وضعیت کاهش میانگین بارش تا حدود ۲۳۰ میلی‌لیتر و افزایش میانگین دمای ۲٫۷ درجه سلسیوسی در چند دهه گذشته، نشان می‌دهد در ایران تغییرات اقلیمی شدیدی در حال رخ‌دادن است. این تغییرات با توجه به وضعیت جهانی بسیار نگران‌کننده است.

سهم ایران از نظر انتشار گازهای گلخانه‌ای در جهان حدود دو درصد است^۱ و همچنین براساس گزارش سازمان ملل^۲، در حال حاضر ایران جزو ده کشور اصلی تولیدکننده بیشترین گازهای گلخانه‌ای محسوب می‌شود. این در حالی است که سهم ایران از تولید ناخالص داخلی در جهان زیر نیم درصد است^۳. البته در صورت در نظرگرفتن سیر تاریخی و نقش کشورهای توسعه‌یافته در وضعیت امروز جهان، شاید سهم ایران به‌عنوان یک کشور در حال توسعه، بسیار کمتر از این باشد. با این حال، در زمان حاضر در گزارشات جهانی، ایران در جایگاه خوبی قرار

نگرفته است. در چند دهه گذشته، میزان رشد تولید گازهای گلخانه‌ای ایران سه برابر متوسط جهانی بوده است. این در حالی است که بسیاری از کشورهای جهان برای کاهش گازهای گلخانه‌ای و به‌صفرساندن آن تا سال ۲۰۵۰ میلادی در تلاشند.

گازهای گلخانه‌ای از کربن دی‌اکسید (CO₂)، متان (CH₄)، اکسید نیتروژن (N₂O)، هیدروفلوئوروکربن (HFC)، پرفلوئوروکربن (PFC) و هگزا فلوراید گوگرد (SF₆) تشکیل شده‌اند. سازمان ملل متحد این شش گاز را به‌عنوان بزرگترین عوامل تأثیرگذار بر گرمایش جهانی معرفی کرده است.



ردپای کربن^۴ ایرانسل

گروه ام‌تی‌ان (شامل تمام اپراتورهای زیرمجموعه خود) متعهد است تا با برنامه انتشار صفر خالص^۵ تا سال ۲۰۴۰ میلادی، نقش خود را در حفاظت از محیط‌زیست ایفا کند. ایرانسل نیز در تلاش است همگام با حرکت جامعه جهانی، آسیب‌های زیست‌محیطی کسب‌وکار خود را شناسایی کرده و با ارائه راهکارهایی در پی بهبود آثار زیست‌محیطی باشد. ایرانسل برای اولین بار در صنعت ICT کشور، به موضوع مصرف انرژی و ردپای کربن توجه کرده است و با تکیه بر استانداردهای جهانی و همچنین اطلاعات و مشاوره از نهادهای علمی داخلی، تلاش کرده است که میزان این شاخص‌ها را در مجموعه گسترده‌ای از عملیات هرروزه خود شناسایی، محاسبه و البته به‌صورت منظم گزارش کند. با توجه به نبود تجربه قبلی در بنگاه‌های بزرگ ایرانی، در تلاشیم که با تداوم این گزارش‌دهی، دقت و صحت این اطلاعات را افزایش دهیم و همچنین ترویج‌گر پیاده‌سازی چنین مفهومی در فضای کسب‌وکارهای ایرانی باشیم.

مهم‌ترین اثر زیست‌محیطی کسب‌وکار ما در نتیجه مصرف انرژی حدود ۱۷ هزار سایت مخابراتی BTS فعال در سراسر کشور است که بیشترین سهم را در ردپای کربن ایرانسل دارد.

کاهش اثرات منفی زیست‌محیطی در کنار پیشرفت سریع فناوری و البته درخواست جامعه برای دسترسی دیجیتال بیشتر، چالش بسیار بزرگی است؛ با در نظرگرفتن این موضوع که تقاضای جهانی برای مصرف انرژی بیشتر نیز انکارناپذیر است. چالش دیگر، محدودیت دسترسی به انرژی‌های تجدیدپذیر به دلیل تفاوت قیمت فاحش این نوع انرژی با انرژی برق نیروگاهی است. هنوز میل به استفاده از انرژی‌هایی که منجر به جنگل‌زدایی و آلودگی هوا می‌شود، مشهودتر است و هنوز سرمایه‌گذاری در انرژی‌های تجدیدپذیر، به خصوص در ایران، به شکل فزاینده‌ای پرهزینه، پرریسک و بعضاً بدون بازگشت منطقی سرمایه است.

انرژی و تغییرات اقلیمی

در دنیای امروز، نیاز به ارتباطات، بیشتر احساس می‌شود. همچنین، در حال حاضر، موضوع کاهش ردپای کربن در فضای کسب‌وکارهای جهانی بسیار اهمیت دارد. ایجاد تعادل میان این دو، دشوار به نظر می‌رسد. هم‌زمان با توسعه اقتصاد و افزایش جمعیت، اتصال هر یک نفر به شبکه ارتباطی، منجر به افزایش مصرف انرژی می‌شود. اگرچه، فناوری‌ها و ظرفیت‌های دیجیتالی ما می‌توانند نقش کلیدی در کاهش تغییرات اقلیمی ایفا کنند و در عین حال موجب ارتقای جامعه شوند. به‌طور کلی، توسعه راهکارهای دیجیتالی بیش از هر چیز دیگری، به هدف غایی تجربه زندگی پایدار برای مشتریان و اساساً همه‌آحاد جامعه یاری می‌رساند.

در ادامه، قصد داریم میزان کربن تولیدی کلی سازمان را به‌ازای شاخص‌های مختلفی چون تعداد مشتریان، مصرف سالانه داده و تعداد سایت‌های BTS بررسی و تحلیل کنیم.

تعریف محدوده انتشار

محدوده ۱

این محدوده شامل انتشار مستقیم گازهای گلخانه‌ای از منابع تحت کنترل می‌شود؛ مانند مصرف مستقیم سوخت بنزین یا گازوئیل.

محدوده ۲

این محدوده شامل انتشار غیرمستقیم گازهای گلخانه‌ای از منابع انرژی‌ای می‌شود که خریداری می‌شود؛ مانند مصرف انرژی برق.

محدوده ۳

این محدوده شامل انتشار غیرمستقیم گازهای گلخانه‌ای (مواردی که در محدوده ۲ لحاظ نشده) می‌شود که در کل زنجیره تأمین شرکت وجود دارد.

مجموع انتشار گازهای گلخانه‌ای در محدوده ۱ و ۲ سازمان در ۱۴۰۱

تولید کربن سازمان به‌ازای هر مشترک^۲

تولید کربن سازمان به‌ازای هر ترابایت مصرف داده

تولید کربن سازمان به‌ازای هر سایت BTS

تن کربن

تن کربن / مشترک

تن کربن / ترابایت

تن کربن / سایت

۴۹۱,۵۸۹

۰,۰۰۷۵۷

۰,۰۰۷۸

۲۸,۶

تحلیل شاخص‌های مرتبط با انتشار گازهای گلخانه‌ای: مقایسه سال ۱۴۰۱ با ۱۴۰۰



شاخص

وضعیت

میزان تغییر

مجموع انتشار گازهای گلخانه‌ای در محدوده ۱ و ۲

بهبودپذیر

۱۳% ↑

تعداد سایت‌های BTS

رشدیافته

۷% ↑

تولید کربن به‌ازای هر سایت BTS

بهبودپذیر

۶% ↑

مصرف سالانه داده

رشدیافته

۹% ↑

تولید کربن به‌ازای هر ترابایت مصرف داده

بهبودپذیر

۴% ↑

تعداد مشتریان

رشدیافته

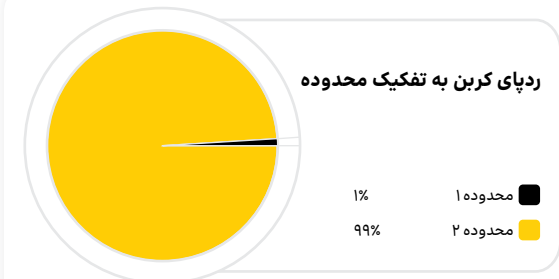
۸% ↑

تولید کربن به‌ازای هر مشترک

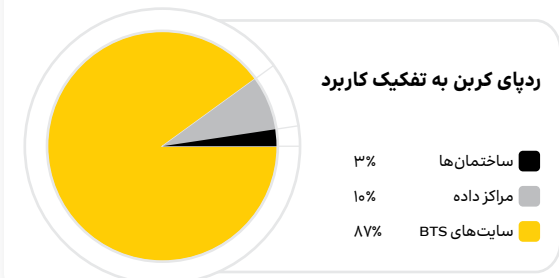
بهبودپذیر

۵% ↑

ردپای کربن به تفکیک محدوده



ردپای کربن به تفکیک کاربرد



انرژی و تغییرات اقلیمی

مدیریت انرژی

در حال حاضر، اولین هدف ما در موضوع مدیریت انرژی، مدیریت داده های مصرف انرژی در ساختمان ها، مراکز داده و سایت های BTS در سراسر کشور به منظور معتبرسازی این داده ها است. عمده ترین منبع انرژی مصرفی سازمان، مصرف انرژی برق در سایت های BTS شبکه ارتباطی است. این نوع از انرژی، محدوده ۲ انتشار گازهای گلخانه ای را شکل می دهد. در سال ۱۴۰۱، همراه با افزایش ۷ درصدی تعداد سایت های BTS شبکه ارتباطی، افزایش ۹ درصدی مصرف داده و افزایش ۸ درصدی تعداد مشترکان، میزان انرژی برق مصرفی سازمان به ۲٫۷ میلیون گیگاژول رسید که این رقم نسبت به سال ۱۴۰۰، ۱۴٪ افزایش داشته است. برای کاهش مصرف انرژی برق در سازمان اقداماتی تعریف شده است که نتیجه و تأثیر آن ها در گزارشات بعدی منعکس خواهد شد.

از سوخت گازوئیل برای موتورهای دیزلی به عنوان منابع انرژی هیبریدی در کنار انرژی برق، هم در مصارف ساختمانی و مراکز داده و هم در سایت های شبکه ارتباطی استفاده می شود. این سوخت به همراه سوخت بنزین، گاز طبیعی و مبددها به عنوان انرژی مصرفی در محدوده شناسایی می شوند. این محدوده در سال ۱۴۰۱ نسبت به سال ۱۴۰۰، کاهش ۵۰ درصدی داشته و میزان انرژی مصرفی این محدوده به مقدار ۴۸٫۶ هزار گیگاژول رسید است. به طور کلی با توجه به این که محدوده ۲ حدود ۹۸٪ از سبد انرژی مصرفی سازمان را شامل می شود، مجموعاً در هر دو محدوده ۱ و ۲ در سال ۱۴۰۱ نسبت به سال ۱۴۰۰، میزان ۱۲٪ افزایش در مصرف انرژی داشته ایم. در وهله اول تلاش ما معطوف به تعریف اقداماتی برای بهبود بهره وری مصرف و مهار افزایش انرژی باوجود درخواست های عمومی برای گسترش کمی و کیفی شبکه ایرانسل و در وهله بعدی، کاهش مصرف انرژی است.



مدیریت اثرات زیست محیطی

«محافظة از محیط زیست» برای موفقیت سازمان در بلندمدت بسیار ضروری است؛ چراکه تغییرات اقلیمی و فجایع زیست محیطی مستقیماً روی عملیات و عملکرد شرکت و زنجیره تأمین آن تأثیر می‌گذارد. اگر اقداماتی منسجم و برنامه‌ریزی شده برای کاهش اثرات زیست محیطی خود انجام دهیم، بدین ترتیب می‌توانیم هم‌زمان

با کاهش ریسک برای سازمان، رابطه‌ای مثبت و همین‌طور حس اعتماد برای تمام مشتریان و ذی‌نفعان خود بسازیم. با این کار پایداری سازمان را در بلندمدت تضمین کرده‌ایم. امروزه مسائل زیست محیطی، بخشی جدایی‌ناپذیر از مفهوم پایداری در کسب‌وکارهاست و شرکت‌های پیشرو در جهان به‌طور جدی به این موضوعات می‌پردازند.

رویکرد اقدامات زیست محیطی ما

کلان برنامه‌ها

استفاده مسئولانه از منابع طبیعی و مدیریت انواع پسماند

توسعه اقتصاد چرخشی^۱ در فعالیتهای و برنامه‌های سازمان

حرکت به سوی انتشار صفر گازهای گلخانه‌ای و تولید انرژی پاک

ریز برنامه‌ها

- مطالعه و برنامه‌ریزی برای بهینه‌سازی مدیریت مصرف آب در ساختمان‌های اداری
- مطالعه و برنامه‌ریزی برای مدیریت انواع پسماند اداری و صنعتی و کاهش آن در ساختمان‌های اداری و مراکز فنی
- حذف مصرف کاغذ در عمده فرایندهای سازمان مانند فرایندهای ارزیابی پیمانکاران و مناقصات و هوشمندسازی فرایندهای مکاتبات سازمان
- نظارت بر فروش باتری‌های ضایعاتی به‌عنوان پسماند الکترونیکی به شرکت‌هایی با عملکرد زیست محیطی قابل قبول

- افزایش چرخه عمر محصول، بازاستفاده به جای خرید مجدد و بازیابی منابع به جای دفع پسماند در پروژه بی‌نهایت^۳
- مسئولیت‌پذیری در فازهای فرایند طراحی و همکاری با زنجیره تأمین، استفاده بهینه و مجدد و دفع ایمن پسماند الکترونیکی تجهیزات شبکه و وسایل الکترونیکی
- استفاده از تجهیزات 3G سایت‌های در حال ارتقا در گسترش شبکه
- بازگرداندن لینک‌های ماکروویو مخابراتی به چرخه استفاده در پروژه‌های پوشش مناطق دورافتاده

- تعیین اهداف و شاخص‌های کلیدی عملکرد سازمان در زمینه مدیریت ردپای کربن در پروژه صفر سازمان
- برنامه‌ریزی برای کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای در محدوده ۱ و ۲ انتشار
- مطالعه روی راه‌های تأمین انرژی پاک از طریق پروژه صفر
- مطالعه بر روی پروژه‌های جبران کربن شامل مجموعه فعالیت‌هایی که انتشار دی‌اکسید کربن و سایر گازهای گلخانه‌ای را جبران می‌کند؛ مانند پروژه‌های انرژی تجدیدپذیر.
- بررسی انتشار محدوده ۳ در برنامه‌های بلندمدت سازمان



مدیریت اثرات زیست محیطی

پروژه صفر

فراهم کردن امکان برقراری ارتباطات برای حدود ۶۵ میلیون مشترک، مستلزم سرمایه‌گذاری چشمگیر در تجهیزات شبکه، ساختمان‌ها و مراکز داده است که تمام این‌ها به انواع انرژی مانند برق، گازوئیل، گاز طبیعی و مبردها نیاز دارند.

به‌عنوان شهروند شرکتی مسئول، اذعان داریم که درحال حاضر نیاز به انجام اقدامات اساسی برای موضوع تغییرات اقلیمی است. ما باید نقش خود را در این زمینه با کاهش آثار منفی زیست محیطی ایفا کنیم. ایرانسل برای این مهم، از طریق تعریف «پروژه صفر» اقدام کرده است. تمرکز این پروژه روی کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای بر اثر فعالیت‌های شرکت و افزایش بازدهی عملیاتی، افزایش چرخه عمر تجهیزات شبکه، کاهش مصرف انرژی و سرمایه‌گذاری در تولید انرژی‌های پاک است.

پروژه صفر از سال ۱۴۰۱، به‌عنوان سال پایه، طراحی شده است. هدف گذاری کمی اولیه بر مبنای عدم افزایش انتشار گازهای گلخانه‌ای در سال بعد از سال پایه است. با این حال هدف کیفی پروژه برای ما، رسیدن به روش‌های قابل‌اتکای اندازه‌گیری مصرف انرژی برای محاسبه دقیق میزان انتشار گازهای گلخانه‌ای و در نتیجه، برنامه‌ریزی و اجرای راهکارهای مدیریت بهینه مصرف انرژی است.

هدف نهایی پروژه صفر، به صفر رساندن انتشار گازهای گلخانه‌ای است. هدف عالی سال اول ما برای پروژه صفر، افزایش صفر درصدی گازهای گلخانه‌ای یا به عبارتی ثابت نگه داشتن میزان انتشار سال گذشته در سال پیش رو علی‌رغم گسترش شبکه و افزایش ترافیک مشترکان است. برای نزدیک شدن به این هدف ۱۳ پروژه متفاوت توسط بخش‌های مختلف سازمان به‌همراه برنامه‌های زمانی و شاخص‌های کلیدی عملکرد تعریف شده است. این پروژه‌ها شامل اقدامات فنی مثل بهینه‌سازی تجهیزات شبکه و سیستم‌های خنک‌کننده انرژی بر و همچنین اقدامات فرایندی برای بهبود عملکرد در حوزه‌های مختلف هستند.

استراتژی پروژه صفر

کاهش مصرف انرژی با افزایش بازدهی

از طریق تعریف اقدامات مبتکرانه‌ای برای جایگزینی تجهیزات پرمصرف با راهکارهایی با بازدهی بیشتر

جایگزین کردن منابع انرژی غیرسبز

از طریق جایگزینی انرژی‌های بر پایه سوخت فسیلی با انرژی‌های نو و تجدیدپذیر

سرمایه‌گذاری در پروژه‌های زیست محیطی و اقلیمی

از طریق تعریف پروژه‌های جبران کربن در موارد اجتناب‌ناپذیر، با رعایت استانداردهای زیست محیطی

پروژه بی‌نهایت

پروژه بی‌نهایت برنامه‌ای برای توسعه اقتصاد چرخشی است. در گذشته، امکان بازاستفاده و بازیافت تجهیزات در فعالیت‌های اقتصادی و فرایند طراحی تجهیزات، با وجود آثار چشمگیر زیست محیطی آن، در نظر گرفته نمی‌شد. با توجه به اهمیت این موضوع، رویکرد اقتصاد چرخشی و مدیریت چرخه عمر محصول در عملیات تجاری ایرانسل، فرایندها و استراتژی سازمان لحاظ شده است. با افزایش چرخه عمر محصولات و خدمات از طریق راهکارهای تعمیرات، نوسازی، بازاستفاده و بازیافت در تلاشیم تا استفاده از منابع مورد نیاز برای ایجاد یک محصول یا خدمت جدید را کاهش دهیم. در ضمن، میزان پسماندی که مستقیماً به محل دفن زباله می‌رود نیز کاهش می‌یابد.

همان‌طور که تکنولوژی همواره در حال پیشرفت است و صنعت ارتباطات با سرعت بسیار زیادی به تغییرات فناورانه نیاز دارد، تجهیزات مورد نیاز برای برقراری شبکه ارتباطی نیز باید تغییر کنند. در به‌روزرسانی تجهیزات شبکه، فرصت‌های بازاستفاده و بازیافت تجهیزات را شناسایی می‌کنیم تا بتوانیم به چرخه عمر تمام فناوری‌های موجود در شبکه وسعت ببخشیم.

هسته اصلی پروژه بی‌نهایت بازاستفاده و دوباره به‌کارانداختن تجهیزات بازیابی شده به‌منظور وسعت‌بخشیدن به چرخه عمر است. این پروژه قابلیت گسترش در ابعاد دیگری مانند وسایل دیجیتالی را نیز دارد. همچنین، این رویکرد مزایای زیست محیطی، عملیاتی، مالی و انعطاف‌پذیری را برای سازمانی به همراه دارد.

استراتژی پروژه بی‌نهایت

مصرف مسئولانه

با در نظر گرفتن فرایندهایی برای تست، بازسازی، بررسی موجودی، تدارکات، حمل و نقل و امکان بازاستفاده یا استفاده مجدد از منابع

تولید مسئولانه

با در نظر گرفتن همکاری‌های راهبردی با تولیدکنندگان، تأمین‌کنندگان و زنجیره تأمین، سازمان‌های تنظیم مقررات و...

دفع پسماند مسئولانه

با در نظر گرفتن فرایندهایی برای افزایش حفظ و بازیابی منابع طبیعی و مدیریت مسئولانه انواع پسماند در سازمان

مدیریت اثرات زیست محیطی

مدیریت ریسک ESG

ریسک‌های زیست محیطی، مواردی چون اقدامات غیرمسئولانه زیست محیطی و به کارنگرفتن دستورالعمل‌های زیست محیطی را مد نظر قرار می‌دهد. همچنین به مواردی چون مدیریت مصرف انرژی، تأثیرات اقلیمی و آب و هوایی و مدیریت پسماند می‌پردازد.

ریسک‌های اصلی ایرانسل با عنوان «ریسک‌های زیست محیطی»، «حاکمیت شرکتی» و «اجتماعی- اخلاقی» در حوزه مدیریت ریسک ESG تعریف شده و به طور منظم شناسایی و ارزیابی می‌شوند. ایرانسل در ارتباط با

ریسک‌های پایداری سازمان در حوزه زیست محیطی



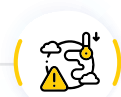
مدیریت مصرف آب

وجود بحران جدی کمبود آب در سراسر کشور هم به دلیل موقعیت جغرافیایی و اقلیم گرم و خشک ایران و همچنین موضوع گرمایش جهانی



مدیریت پسماند

نبود داده‌های قابل اعتماد برای اندازه‌گیری، نظارت و گزارش در مورد شاخص‌های کلیدی آلودگی و انواع زباله



تغییرات اقلیمی

شرایط آب و هوایی شدید مانند درجه حرارت بالا با احتمال تأثیر بر راندمان سیستم‌های خنک‌کننده و سایر شرایط عملیاتی تجهیزات و یا احتمال خطراتی برای سلامتی کارکنان



مدیریت داده

عدم تکمیل فرایند مدیریت داده‌های زیست محیطی به ویژه داده‌های ردپای کربن



مدیریت انرژی

نبود استراتژی انرژی مدون در ارتباط با بررسی و تحلیل تأثیر نامطلوب تغییرات اقلیمی و گرمایش جهانی بر عملیات جاری کسب و کار



استفاده مسئولانه از منابع طبیعی

گستره فعالیت شرکت ایرانسل در سراسر جغرافیای ایران است. در ایران با چالش‌های طبیعی مختلفی چون تخریب زمین، جنگل‌زدایی، از بین رفتن تنوع زیستی و آسیب‌پذیری شدید در نتیجه تغییرات اقلیمی روبرو هستیم. ما معتقدیم رشد و موفقیت هر کسب‌وکاری نباید آینده زمین را تحت‌الشعاع قرار دهد. ما متعهد هستیم تا از تمام ظرفیت‌های مختلف سازمان برای ارتقای وضعیت پیامدهای زیست‌محیطی کسب‌وکارمان دریغ نکنیم.

در سال ۲۰۲۲، گروه ام‌تی‌ان با هم‌اندیشی شرکت‌های اپراتور زیرمجموعه خود در چند قاره، اقدام به تکوین و توسعه خط‌مشی یکپارچه و کامل زیست‌محیطی کرده است. از آنجایی که شرکت‌های زیرمجموعه در اقلیم‌هایی با تنوع‌زیستی متفاوت هستند، بنابراین این خط‌مشی به عنوان چراغ راهنمایی در مسیر اقدامات زیست‌محیطی این شرکت‌ها از جمله ایرانسل قرار دارد.

مدیریت مصرف آب

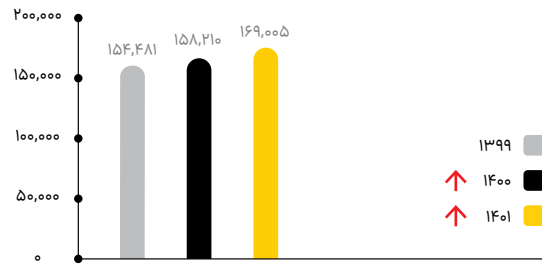
بحران کمبود آب و خشک‌سالی به‌طور فزاینده‌ای بسیاری از مناطق ایران را تحت تأثیر قرار می‌دهد و به نظر می‌رسد تغییرات اقلیمی و رشد جمعیت این موضوع را تشدید خواهد کرد. ایرانسل از سال ۱۳۹۹ میزان مصرف آب در ساختمان‌ها و مراکز خود و اقداماتی که در این حوزه انجام داده است را به‌صورت سالانه گزارش می‌دهد.

اساساً مصرف آب در صنایع ارتباطی و مخابرات منحصر به مصارف بهداشتی داخل ساختمان‌های اداری است. در حوزه مدیریت مصرف آب، برنامه‌ها و راهکارهایی در نظر گرفته شده است که شامل نظارت دقیق بر روی الگوی مصرف آب، اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی برای کارکنان حاضر در ساختمان‌ها و در نظر گرفتن برنامه‌های آموزشی در زمینه مدیریت مسئولانه مصرف آب، برای مواجهه با بحران کمبود آب و تغییرات اقلیمی است.

دریاباره مصرف سالانه آب شرکت ایرانسل در ساختمان‌های اداری و مراکز

داده، به‌دلیل این‌که اطلاعات مربوط به سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ همراه با شرایط دورکاری کارکنان بوده، هنوز شاخصی برای ارزیابی صحیح وجود ندارد. با این حال در نظر داریم تا اطلاعات سال ۱۴۰۱ را به‌عنوان سال پایه در نظر گرفته و بر اساس آن برای سال‌های آتی برنامه‌ریزی کنیم. سال ۱۳۹۹، شرکت ایرانسل شرایط دورکاری حداکثری برای کارکنان خود در نظر گرفته بود و برنامه دورکاری تا اواسط سال ۱۴۰۰ همچنان پابرجا بود. پس از اجرای برنامه واکسیناسیون سراسری کارکنان در میانه سال ۱۴۰۰، شرکت از شرایط بحرانی کرونا فاصله گرفت و در نیمه دوم سال ۱۴۰۰ و کل سال ۱۴۰۱، به شرایط عادی بازگشتیم. با این اوصاف، مصرف سالانه آب در سال ۱۴۰۰ نسبت به سال ۱۳۹۹، حدود دو درصد، و در سال ۱۴۰۱ نسبت به سال ۱۴۰۰، حدود هفت درصد افزایش داشته است.

مصرف سالانه آب در ساختمان‌های اداری و مراکز داده (کیلولیتر)



استفاده مسئولانه از منابع طبیعی

مدیریت پسماند الکترونیک

تولید پسماند الکترونیکی در تمام زنجیره تأمین شرکت‌های مخابراتی، جزو جریان اصلی پسماند شرکت محسوب می‌شود. این نوع از پسماندها شامل تجهیزات انتقال رادیویی، باتری‌ها، سیستم‌های روشنایی، کامپیوترها، لپ‌تاپ‌ها، دستگاه‌های دیجیتالی، گوشی‌های تلفن همراه و سیم‌کارت‌ها می‌شوند. پسماندهای الکترونیکی که حاوی فلزات سمی چون سرب، کادمیوم، جیوه و... هستند، تهدیدی جدی برای محیط زیست و در نتیجه سلامت عمومی جامعه محسوب می‌شوند.

در موضوع مدیریت پسماند، اطلاع‌رسانی برای کارکنان شرکت و حتی اطلاع‌رسانی عمومی برای افزایش آگاهی و جلب حمایت اجتماعی در این زمینه، بسیار ضروری است. ما به اقدامات فردی تک‌تک افراد جامعه برای حفظ و استفاده بهینه از منابع برای رسیدن به آثار زیست‌محیطی بهتر نیاز داریم.

اصول مدیریت پسماند

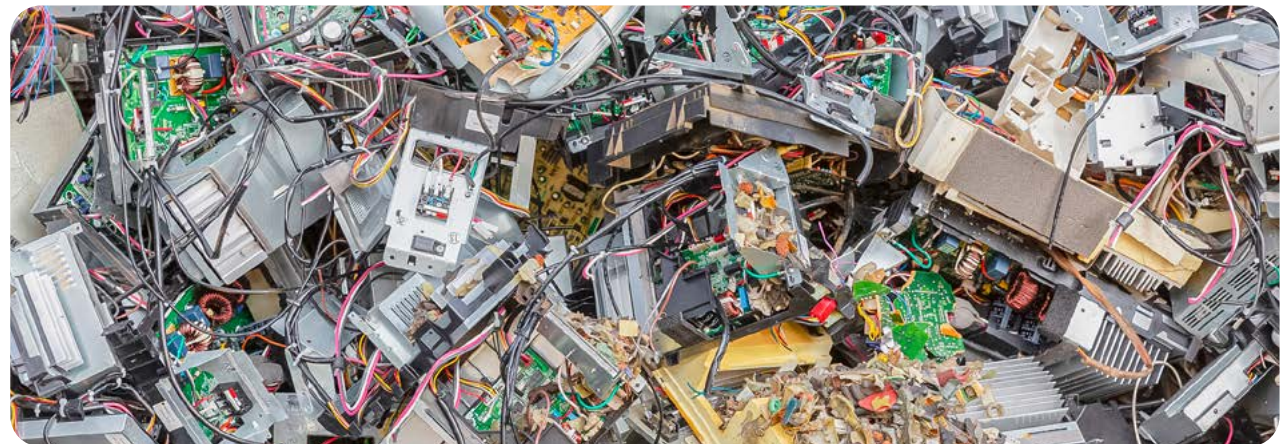
۱	۲	۳	۴
کاهش	بازاستفاده	بازسازی	بازیافت
کاهش استفاده از منابع موجود و کاهش خرید منابع جدید	بازاستفاده یا استفاده مجدد در صورتی که امکان پذیر و ایمن باشد	بازسازی و نوسازی منابع موجود برای افزایش چرخه عمر	بازیافت اصولی و ایمن منابعی که دیگر قابلیت استفاده ندارند

مدیریت صحیح پسماند الکترونیکی، خطرات سلامتی ناشی از دفع نایمن این‌گونه پسماندها را کاهش می‌دهد و از محیط‌زیست در برابر مواد خطرناک موجود در این‌گونه از پسماندها محافظت می‌کند. برای این منظور، ایرانسل پیمانکاران متخصصی را برای فروش پسماندهای الکترونیکی با توجه به مقررات موجود در سازمان، تعیین می‌کند تا اطمینان حاصل شود که به‌صورت مسئولانه بازیافت یا دفع می‌شوند. پیمانکاران متخصص پسماندهای الکترونیکی، علاوه بر ارائه مجوزهای لازم از وزارت صمت و سازمان محیط‌زیست، از نظر رعایت استانداردهای ایمنی و زیست‌محیطی نیز توسط خود ایرانسل ارزیابی می‌شوند.

ایرانسل در سالی که گذشت، برنامه جامعی برای فروش باتری‌های مخابراتی مستعمل خود تعریف و اجرایی کرد. هدف از اجرای این برنامه، فروش باتری‌های مستعمل به شرکت‌هایی بود که در ارزیابی رعایت الزامات محیط‌زیست، بالاترین امتیاز را از تیم ارزیابی فنی و زیست‌محیطی ایرانسل، دریافت کرده باشند. براین اساس، مزایده دو مرحله‌ای ایرانسل در پاییز سال گذشته آغاز شد. از هشت شرکت متخصص در حوزه بازیافت پسماندهای الکترونیکی (باتری‌های ضایعاتی صنعتی) بازدید زیست‌محیطی و فنی به عمل آمد. از این میان تنها سه شرکت امتیاز لازم در زمینه رعایت الزامات زیست‌محیطی را دریافت کردند. مرحله دوم مزایده بین این سه شرکت که بالاترین امتیاز عملکرد زیست‌محیطی را دریافت کرده بودند، برگزار شد.

در خصوص رویکرد مواجهه با پسماندهای الکترونیکی، شاخص کلیدی عملکرد در سازمان تعریف شده است که بر مبنای این شاخص، برای فروش این اقلام، صرفاً قیمت بالای پیشنهادی ملاک نیست، بلکه بایستی صلاحیت شرکت خریدار از نظر رعایت الزامات زیست‌محیطی محرز شود.

پسماندهای الکترونیکی		
۱۴۰۱	۱۴۰۰	تعداد باتری
۱۲,۳۶۲	۱۵,۷۹۲	وزن باتری
بیش از ۶۵۰ تن	بیش از ۸۰۰ تن	



اقدامات زیست محیطی درون سازمانی

- حذف کاغذ از بیشتر فرایندهای سازمانی مانند ارزیابی پیمانکاران و ارزیابی فنی مناقصات و همچنین ایجاد اتوماسیون در فعالیت‌های بخش تأمین با توجه به استراتژی‌های تحول دیجیتال سازمان و رویکرد حفظ منابع طبیعی
- افزودن فرایند بخش لجستیک، تاریخ تحویل و فرایند پرداخت به سیستم اتوماسیون بخش تأمین در برنامه‌های دیجیتال سازی زنجیره تأمین
- بهینه سازی فرایندهای دبیرخانه با هوشمندسازی و اتوماسیون مکاتبات سازمان از طریق طراحی نرم افزار انبارداری کاغذ برای سایت‌های سراسر کشور، مدیریت و گذاری کاغذ براساس تجربه مصرف، بایگانی دیجیتالی کلیه مکاتبات کاغذی سازمان، امحای مکاتبات کاغذی قدیمی سازمان و بازیافت آن و استفاده مجدد از کاغذهای چک پربنت
- کاهش ۷۵ درصدی اقلام چاپی ایرانسل در پروژه «اسکنش کن» از طریق ایجاد امکان اسکن کیوآرکد برای دسترسی به اطلاعات محصولات و سرویس‌ها با هدف کاهش تدریجی اقلام تبلیغاتی چاپی در سطح نمایندگان فروش ایرانسل و همچنین در نمایشگاه‌ها و رویدادهای سالانه شرکت به منظور حفاظت از محیط زیست، کاهش هزینه‌های تولید و چاپ و ترویج زندگی دیجیتال
- کاهش یک میلیون برگ آ۴ در سفارش خرید کاغذ سازمان در ادامه برنامه کاهش مصرف کاغذ
- بیش از ۹۸٪ سهم فروش الکترونیک با توجه به تبلیغات گسترده، ترویج زندگی دیجیتال و گسترش کانال‌های فروش دیجیتال به منظور ایجاد سهولت در دسترسی به محصولات و حفظ منابع طبیعی و جلوگیری از آلودگی‌های زیست محیطی
- حذف بسته بندی کاغذی سیم‌کارت‌ها از اواخر سال ۱۳۹۹، با رویکرد دومنظوره جلوگیری از آثار سوء برای محیط زیست و مدیریت هزینه بسته بندی سیم‌کارت‌ها

اقدامات فرایندی و عملیاتی



اقدامات زیست محیطی درون سازمانی



- وجود سیستم BMS برای ساختمان‌ها و تنظیم ساعات روشن و خاموش شدن سیستم‌های برودتی ساختمان‌های اداری به غیر از مراکز ۲۴ ساعته سازمان و تنظیم دمای داخل ساختمان‌ها براساس بخش نامه وزارت نیرو
- بازیافت حدود ۹ تن حجم پلاستیک، کاغذ و مقوای بازیافتی و بیش از ۵۰ تن حجم پسماند غیربازیافتی
- تبدیل لامپ‌های پرمصرف فلورسنت به LED در ساختمان‌های ایرانسل
- عایق‌بندی بویلرهای موتورخانه برای جلوگیری از هدر رفت انرژی
- روشن کردن مولدهای برق در کلیه ساختمان‌ها برای کمک به تأمین نیروی اداره برق
- نصب پرده برای پنجره‌ها به منظور جلوگیری از تبادل گرما و سرما به داخل ساختمان و اتلاف انرژی
- نصب شیرهای الکترونیکی به منظور صرفه جویی در مصرف آب
- حذف لیوان‌های کاغذی و تحویل لیوان‌های سرامیکی به همه کارکنان ایرانسل

اقدامات مربوط به ساختمان‌ها



- بهره‌مندی از سیستم Free Cooling در فصل زمستان برای استفاده بهینه از دمای محیط برای شهرهای متناسب با این امکان
- خاموش کردن سیستم‌های سرمایشی برای مکان‌های متناسب با این امکان
- روشن کردن مولدهای برق (دیزل ژنراتور) برای کمک به اداره برق در کلیه سایت‌ها
- خاموش کردن چراغ‌های غیرضروری در کانکس‌های مخابراتی
- مجازی‌سازی سرورها با هدف کاهش توان مصرفی مورد نیاز برای سرورها به منظور صرفه جویی در مصرف منابع طبیعی از طریق پیاده‌سازی سرورهای مجازی روی زیرساخت فیزیکی

اقدامات مربوط به مراکز داده



تشعشعات امواج الکترومغناطیسی

مطالعات گسترده‌ای درباره تأثیر ریسک‌های تشعشعات روی سلامتی موجودات زنده، 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 محدوده استاندارد و کمتر از آن باشد. در هر ایستگاه رادیویی تجهیزات و اجزایی وجود دارند که بیشتر آن‌ها تشعشعی ندارند؛ مانند دکل، نردبان کابل‌کشی، جعبه توزیع برق، کابینت تجهیزات BTS و تنها آنتن‌های ماکروویو و فرستنده-گیرنده تشعشع دارند.

واحد «وات بر مترمربع» یا «میکرووات بر سانتی‌متر مربع» تأثیرات امواج را در سطح بدن موجود زنده نشان می‌دهد. آستانه 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، آستانه استاندارد را روی حداقل فرکانس قرار داده‌اند و با این مبنا، روی تأثیر احتمالی امواج نظارت می‌شود.

پایش و تنظیم مجدد جهت و میزان توان تابشی به‌صورت منظم و دوره‌ای در برنامه 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 براساس مقدار پرتوی موجود در محل مورد نظر، 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.

طبق فرایند رسیدگی به گزارشات 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 زمینه تشعشعات، منشاء روانی دارد. معمولاً با رویت آنتن‌ها، احساس نگرانی به وجود می‌آید؛ حال آن‌که شاید محل مورد نظر در میدان هیچ آنتنی قرار نداشته باشد. با این وجود، در صورتی که عدد اندازه‌گیری شده در محدوده استاندارد ۸۵۶۷ سازمان ملی استاندارد ایران نباشد، در قالب اصل ALARA^۲ تا حد امکان بهینه‌سازی و کاهش داده می‌شود.

تعداد ۳۹۶ مورد شکایت در زمینه تشعشعات امواج الکترومغناطیسی (سهم ۳٪ از کل شکایات) توسط کاربران در سامانه ۱۹۵ ثبت شده که از این تعداد ۳۰۴ مورد رسیدگی و بسته شده و ۹۲ مورد دیگر در حال رسیدگی و بررسی مسئولانه است. به‌طور کلی در زمینه شکایات ثبت شده در این سامانه نسبت به سال گذشته کاهش ۱۰ درصدی داشتیم.

شرکت ایرانسل با الزامات قانونی تعیین‌شده توسط سازمان انرژی اتمی، انطباق کامل دارد و با دریافت پروانه از این سازمان، مطابق با قانون حفاظت در برابر اشعه مصوبه مجلس شورای اسلامی و به تبع آن انطباق با استاندارد ملی شماره ۸۵۶۷ سازمان ملی استاندارد ایران با عنوان «پرتوهای غیریونساز-حدود پرتوگیری»، تعهد خود را نشان داده است.

بر اساس اندازه‌گیری‌های انجام‌شده از تابش سایت‌های BTS در سراسر کشور، مقدار چگالی توان اندازه‌گیری‌شده بسیار کمتر از مقادیر مرجع ذکرشده در استاندارد ملی است. اندازه‌گیری میزان پرتوهای آنتن‌های شبکه ایرانسل به‌صورت دائم براساس برنامه‌ریزی‌های دوره‌ای و نیز در پاسخ به درخواست‌های مشترکین، سازمان‌ها و همه ذی‌نفعان، انجام و گزارشات مربوطه به سازمان‌های ذی‌صلاح از جمله سازمان انرژی اتمی و تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی ارسال می‌شود.



اقتصاد دیجیتال

فراگیری دیجیتال

ایرانسل با ارائه دوره‌های آموزشی، دوره رایگان جمع‌بندی کنکور و مدرک معتبر در پلتفرم جامع آموزشی دانا، در توانمندسازی اقشار جامعه برای ورود به بازار کار حرفه‌ای بسیار مؤثر بوده است. همچنین، خدماتی چون خرید، تهیه غذا، درخواست تاکسی و سنجش رتبه اعتبار بانکی در سوپر اپلیکیشن «ایرانسل‌من» برای پاسخ‌گویی به نیازهای روزمره کاربران توسعه یافته است.

بخشیده و محصولات و خدمات جدید را از ابتدا بر اساس نیازهای آن‌ها طراحی کرده است. این خدمات در کنار ارائه اینترنت باکیفیت به اقشار مختلف جامعه، باعث ایجاد تحول در مسیر دیجیتالی‌شدن سبک زندگی افراد می‌شود. به عنوان مثال، امکان کسب درآمد از طریق به اشتراک گذاشتن محتوای آموزشی در پلتفرم «دانا» و محتوای ویدئویی در پلتفرم «راویتو» فراهم شده است.

دنیای ارتباطات دیجیتال به سرعت در حال تغییر و تحول است و ایرانسل به عنوان اپراتور دیجیتال، با به‌کارگیری نیروهای متخصص و مدیریت چابک، سعی بر آن دارد که با درک درست از نیاز مخاطبان، خدمات دیجیتال مورد نیاز آن‌ها را فراهم کند. به این منظور، معاونت دیجیتال ایرانسل در سال ۱۴۰۱ با انجام هشت پژوهش و نظرسنجی، خدمات موجود خود را بر اساس خواست و نیاز مخاطب، بهبود



فراگیری دیجیتال



تعداد کاربران پلتفرم‌های دیجیتال تا پایان ۱۴۰۱

بیش از ۲۱ میلیون نفر

تعداد کاربران سوپر اپ ایرانسل من

بیش از ۱۰ میلیون نفر

تعداد کاربران کیف پول دیجیتال

حدود ۳۹ میلیون نفر

تعداد کاربران «رسانه غنی»

حدود ۱۶ میلیون نفر

تعداد کاربران پلتفرم‌های آموزشی ایرانسل (دانا، دانا پلاس و لنز)

۵۱

تعداد تولیدکنندگان محتوا (محتوای آموزشی، موسیقی، فیلم و سریال)

فراگیری دیجیتال

در مسیر تحول از اپراتور مخابراتی (Telco) به شرکت فناوری (Techco)

گام سوم

شرکت مبتنی بر فناوری (Techco)

- سازمان از طریق پذیرش چارچوب تحول دیجیتال متحول شده باشد
- اکوسیستمی شامل لایه‌های بستر ارتباطی، پلتفرم و سرویس‌ها
- از اکوسیستم دیجیتالی خود برای سایر صنایع و کسب و کارها استفاده کند

گام دوم

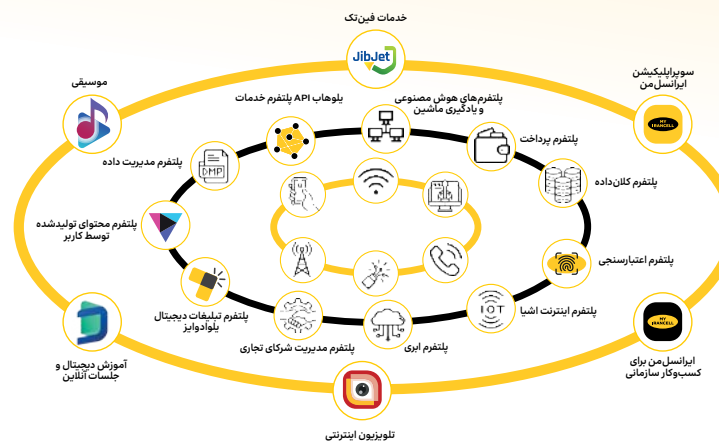
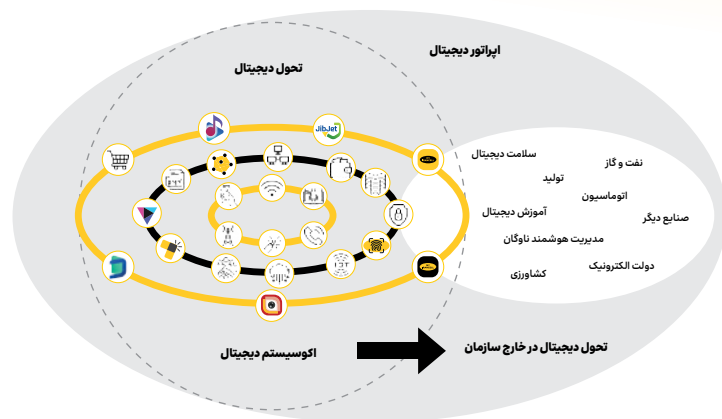
اپراتور مخابراتی دیجیتال

- درک ارزش برنامه تحول دیجیتال در سراسر سازمان
- تمرکز روی طراحی و مدل‌های درآمدزایی اجزای اکوسیستم دیجیتال

گام اول

اپراتور مخابراتی (Telco)

- ارائه محصولات و خدماتی که صرفاً محدود به صنعت ارتباطات و مخابرات است مانند سرویس تماس‌های صوتی و سرویس اینترنت



تسهیل نوآوری دیجیتال

حمایت از کسب و کارها و استارت‌آپ‌ها

شرکت‌های کوچک و متوسط، استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای خانگی محور توسعه اقتصادی و اجتماعی هر کشوری هستند. بخش کسب و کار سازمانی ایرانسل با ارائه سرویس‌های سازمانی به کسب و کارهای کوچک و متوسط و خانگی به ویژه سرویس اختصاصی اینترنت به همراه IP ثابت و سرویس موبایل سازمانی سعی در

حمایت و پشتیبانی از این کسب و کارها دارد. همچنین، ایرانسل با حمایت از رویدادهای مختلفی با اهداف آموزشی، فرهنگ سازی و توسعه کاربردها، ایجاد فرصت اشتغال، گسترش فناوری‌های نو ظهور، حمایت از کسب و کارهای نوپا و دانش بنیان، تبادل ایده‌ها و برقراری ارتباطات مؤثر علمی و پژوهشی، ترویج زندگی هوشمند و یافتن راهکارهایی برای مقابله با چالش‌های روز جوامع انسانی، به توسعه اقتصاد دیجیتال کمک کرده است.

حمایت ایرانسل از رویدادهای مختلف



رویداد توسعه سرویس مبتنی بر داده‌های باز

اولین کنفرانس ملی آموزش مهارت‌زا و اشتغال آفرین

پنجمین نمایشگاه کار ایران با عنوان حامی الماسی

رقابت علمی بین‌المللی کنز (KANS)

ششمین کنفرانس بین‌المللی فناوری‌های امواج میلی متری و تراهرتز

حمایت از پژوهش‌های دانشگاهی با انتشار فهرست اولویت‌های پژوهشی

رقابت ملی استارت‌آپی Inotex Pitch و رویداد Irancell Meetup

بیست و یکمین کنفرانس بین‌المللی انجمن هوافضای ایران

برگزاری رویداد Irancell Meetup با استارت‌آپ‌های شیراز با همکاری مرکز نوآوری و کارآفرینی دانشگاه شیراز

کنفرانس مهندسی برق

نوزدهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت

نخستین اجلاس و نمایشگاه بین‌المللی شهر پایدار



تسهیل نوآوری دیجیتال

نقش ایرانسل در تحول دیجیتال در صنایع بزرگ

ایرانسل با توجه به رسالت کلیدی خود در حوزه اپراتوری تلفن همراه، همواره برای توسعه زیرساخت ارتباطی^۱ در حوزه‌های صنعتی، معدنی و کارخانه‌های تولیدی می‌کوشد. گام اول در مسیر تحول دیجیتال در حوزه صنایع، معادن و تولید، زیرساخت ارتباطی است که بر مبنای آن فناوری‌های حوزه دیجیتال ارائه و ارتقا پذیر می‌شود. از این رو ایرانسل در صنعت فولاد، آلومینیوم و مس، پروژه‌هایی را با حضور فناوری‌های جدید دیجیتال آغاز کرده و در حال توسعه و نهایی‌سازی آن‌ها است. فناوری دیجیتال در صنایع فلزی و معدنی، با استفاده از ابزارهایی چون سنسورهای هوشمند، عملیات خودکار، نیروی کار متصل، مرکز عملیات از راه دور، پلتفرم‌های یکپارچه و تجزیه و تحلیل پیشرفته، توانسته تأثیر بسزایی هم بر کسب و کارها و هم جامعه داشته باشد. ارزش‌های خلق شده در این مسیر می‌تواند به بازگشت سرمایه، صرفه‌پذیری اقتصادی، قابلیت اطمینان، اعتماد و رضایت مشتریان، امنیت افزایش یافته در ابعاد مختلف، کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای و کمک به پایداری کسب و کارها اشاره کرد.

همچنین در صنایع پتروشیمی، نفت، گاز و پخش و پالایش، در حال انجام پروژه‌های نمونه با استفاده از سرویس‌ها و محصولات کسب و کار سازمانی هستیم. موفقیت تحول دیجیتال در صنعت نفت و گاز می‌تواند سودآوری شرکت‌های این حوزه را افزایش دهد، ایمنی نیروی کار را بهبود بخشد و با کمک به کاهش تولید گازهای گلخانه‌ای و کاهش مصرف آب و همچنین صرفه‌جویی در هزینه‌های مشتریان، ارزش اجتماعی و زیست‌محیطی ایجاد کند.

صنایع مصرفی در مقایسه با صنایع دیگر ارتباط بیشتری با زندگی مردم دارند. تحول دیجیتال موجب تغییرات بنیادینی در این نوع از صنایع هم می‌شود و بخش‌های مختلفی از این صنایع را مانند غذا و نوشیدنی، مراقبت‌های شخصی و پوشاک را در بر می‌گیرد. روندهای کلان چون روندهای جمعیتی، فناوری و اکوسیستم، محرک‌های

اساسی برای این تغییر و تحول محسوب می‌شوند. این محرک‌ها ریسک‌ها و فرصت‌های جدیدی را برای مشاغل مصرفی ایجاد می‌کنند. ایرانسل با ارائه خدمات اینترنت اشیا^۲ به شرکت‌ها این فرصت را می‌دهد تا ارزش پیشنهادی منحصر به فردی را برای مشتریان ایجاد کنند. آن جایی که اکوسیستم دیجیتال رفتار مشتری را متحول می‌کند، بنابراین صنایع مصرفی باید سریع عمل کنند تا انتظارات مصرف‌کنندگان دنیای دیجیتال را برآورده سازند.

خدمات ارتباطی ابری، خدمات ارتباطی شبکه دیتا، خدمات سازمانی سرویس‌های موبایل، خدمات دیجیتال، اینترنت اشیا و کارخانه متصل، خدمات مراکز داده و امنیت داده از دیگر خدمات و راهکارهای سازمانی ارائه شده توسط ایرانسل برای تحول دیجیتال در صنایع مختلف است. همچنین از دیگر محصولات و سرویس‌های ویژه‌ای که ارائه می‌شود، می‌توان به واکه (سیستم بی‌سیم ایرانسل)، سامانه مدیریت هوشمند ناوگان و راهکار یکپارچه نظارت تصویری ابری اشاره کرد.



رشد شاخص

شاخص‌های کسب و کار سازمانی در سال ۱۴۰۱ نسبت به ۱۴۰۰

↑ ۲,۲%

مشتریان سازمانی فعال با حداقل یک تراکنش مالی

↑ ۲۴,۲%

حجم دیتای مصرفی مشتریان سازمانی

↑ ۶,۲%

کاربران فعال سازمانی

↑ ۱۸,۴%

مشترکان شبکه امن همراه

↑ ۱۳,۱%

مشتریان شرکتی

تسهیل نوآوری دیجیتال

آثار زیست محیطی راهکارهای سازمانی

سامانه مدیریت هوشمند ناوگان، با کاهش زمان غیرفعال بودن خودروها، افزایش راندمان رانندگان، بهینه سازی خودکار مسیرهای رانندگی و نگهداری و تعمیر هوشمند، به مدیریت بهینه ناوگان کمک کرده، مانع اتلاف انرژی شده و آلاینده‌ها را کاهش می‌دهد. این سامانه در صنایع مختلفی چون مواد غذایی، دارویی و بهداشتی، ناوگان عمران، نفت، گاز، پتروشیمی، ناوگان خدمات شهری، ناوگان امدادی، خودروسازی، حمل و نقل، ناوگان معدنی، بیمه و خودروهای استیجاری کاربرد دارد.

واکه، سیستم بی سیم ایرانسل، با بهره‌گیری از تکنولوژی POC، بستر ارتباطی را برای برقراری ارتباط بدون شماره‌گیری فراهم می‌کند. این محصول نیز به منظور جلوگیری از تخریب محیط زیست به خاطر نصب دکل‌های ارتباطی میان بی سیم‌های سنتی، با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و دریافت خدمات از شبکه‌های امن ارتباطی موبایلی، دیگر نیاز به احداث دکل‌های ارتباطی جدید و تخریب محیط زیست ندارد.

سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها

سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های مخابراتی و ارتباطی، زیربنای توسعه اقتصاد دیجیتال است. فناوری‌های نوین مخابراتی مانند 5G و زیرساخت شبکه، فیبر نوری، اینترنت اشیا، راهکارها و مدل‌های ارتباطی، هوش مصنوعی، امنیت سایبری، پردازش ابری و بسترهای تبادل و ارائه API، موجب رشد اقتصاد دیجیتال می‌شوند. ایرانسل در سال ۱۴۰۱، تمرکز زیادی روی گسترش شبکه 5G خود گذاشت؛ به طوری که شبکه ارتباطی ایرانسل از تعداد ۹ سایت به بیش از ۴۰۰ سایت 5G ارتقا یافت و توانست این نسل از فناوری را وارد زندگی جاری و روزمره مردم کند. این تلاش‌ها متوقف نخواهند شد و روند رشد نتایج عملکرد ما، تا همه‌گیری این قبیل فناوری‌های نوین و به روز دنیا ادامه خواهد داشت. به طور کلی، ایرانسل برای توسعه زیرساخت شبکه در سال ۱۴۰۰، بیش از ۵ هزار میلیارد ریال سرمایه‌گذاری کرده که منجر به شتاب‌دهی به اقتصاد دیجیتال، رشد ترافیک دیتا و هرچه بیشتر دیجیتالی شدن زندگی مردم شده است.

توسعه زیرساخت به نفع اقتصاد دیجیتال

رشد شاخص	۱۴۰۱	۱۴۰۰	آخرین آمار تا پایان آن سال
↑ ۸%	۳,۶۸۵	۳,۴۱۳	کیلومتر فیبر نوری
↑ ۱۵%	۱,۷۵۶	۱,۵۳۲	تعداد سایت‌های متصل به فیبر
↑ ۶%	۲,۱۵۱	۲,۰۳۰	تعداد رک‌های مراکز داده و سویچ
↑ ۴%	۱۶,۴۴۰	۱۵,۷۶۸	سایت‌های 2G
↑ ۶%	۱۶,۱۴۴	۱۵,۲۹۷	سایت‌های 3G
↑ ۶%	۱۶,۳۲۸	۱۵,۳۷۸	سایت‌های 4G
رشد انفجاری	۴۰۸	۹	سایت‌های 5G

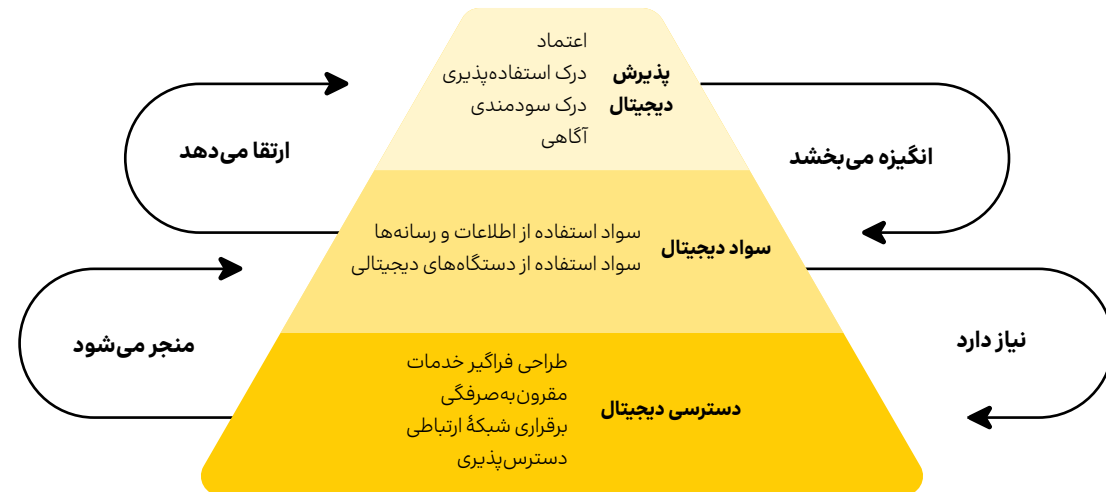


شکاف دیجیتال

یکی از اصلی‌ترین راهکارهای کاهش شکاف دیجیتال، افزایش «ضریب نفوذ اینترنت» 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 و مشترکان پهن باند مدنظر است؛ چرا که زیرساخت‌های ارتباط دیجیتال وابسته به اینترنت پرسرعت است. لذا مهمترین هدف اجتماعی-اقتصادی ایرانسل به عنوان اپراتور پیشرو در کشور، کاهش این شکاف و ارتقای فراگیری دیجیتال^۱ است. در حال حاضر تنها حدود هشت درصد از افراد جامعه تحت پوشش شبکه ارتباطی ایرانسل نیستند.

مفهوم «شکاف دیجیتال» به نابرابری‌های موجود در زمینه دسترسی به ارتباطات و فناوری اطلاعات اشاره دارد. این شکاف مانعی برای دسترسی به منابع سیاسی، اقتصادی و اجتماعی است. شکاف دیجیتال به دلایل مختلفی در حال رشد است. گرچه اقدامات زیادی برای کاهش شکاف دیجیتال در حال انجام است. دو نابرابری عمده در زمینه کاهش شکاف دیجیتال، نداشتن دسترسی به تکنولوژی‌های ارتباطات و فناوری اطلاعات و همچنین نداشتن دانش لازم برای استفاده از اینترنت است. شکاف دیجیتال تأثیرات اقتصادی، آموزشی و اجتماعی زیادی را به دنبال دارد.

فراگیری دیجیتال



تعداد افرادی که تحت پوشش شبکه ارتباطی نیستند

تا پایان سال ۱۴۰۱	تا پایان سال ۱۴۰۰
۷,۳۲۳,۳۵۹ (۱۲%) ↓	۸,۲۹۱,۱۸۳

جمعیت شهری که تحت پوشش نیستند

تا پایان سال ۱۴۰۱	تا پایان سال ۱۴۰۰
۲۰۳,۵۰۹ (۷۳%) ↓	۷۴۱,۱۶۵

جمعیت روستایی که تحت پوشش نیستند

تا پایان سال ۱۴۰۱	تا پایان سال ۱۴۰۰
۷,۱۱۹,۸۵۰ (۶%) ↓	۷,۵۵۰,۰۱۸



شکاف دیجیتال

کاهش شکاف دیجیتال

با توجه به توضیحات پیش گفته، اگر گسترش اینترنت پرسرعت 4G را مهم‌ترین مبنای کاهش شکاف دیجیتال بدانیم، اطلاعات پیش رو روند گسترش اینترنت پرسرعت و قاعدتاً کاهش این معضل اجتماعی-اقتصادی توسط ایرانسل را نمایش می‌دهد.

۱۴۰۱	۱۴۰۰	۱۳۹۹	آخرین آمار تا پایان آن سال
۸۲,۵۴	۸۲,۳۹	۸۲,۲۵	درصد افراد تحت پوشش شبکه اینترنت پرسرعت 4G
۹۱,۸۱	۹۱,۷۳	۹۱,۵۸	درصد افراد تحت پوشش شبکه 3G

به طور کلی اصلی‌ترین اقدامات ایرانسل به منظور کاهش شکاف دیجیتال، به گسترش شبکه ارتباطی و تحت پوشش قراردادن تعداد بیشتری از افراد جامعه، مربوط می‌شود. این اقدامات زیربنایی، بستر کاهش شکاف دیجیتال را فراهم می‌کند.

در سال ۱۴۰۱

تعداد سایت‌های BTS جدید بهره‌برداری شده	بیش از ۸۰۰ سایت
تعداد کاربر جدید تحت پوشش شبکه اینترنت پرسرعت قرار گرفته	بیش از یک میلیون نفر
تعداد افراد جدید تحت پوشش شبکه ارتباطی قرار گرفته	حدود ۷۰۰ هزار نفر
تعداد سایت‌های BTS جدید شهری بهره‌برداری شده	۳۴۹ سایت
تعداد شهرهای جدید تحت پوشش قرار گرفته	۲۹ شهر
تعداد افراد جدید تحت پوشش قرار گرفته در مناطق شهری	حدود ۲۵۰ هزار نفر
تعداد سایت‌های BTS جدید روستایی بهره‌برداری شده	۴۰۷ سایت
تعداد روستاهای جدید تحت پوشش قرار گرفته	۱۰۸۰ روستا
تعداد افراد جدید تحت پوشش قرار گرفته در مناطق روستایی	حدود ۴۵۰ هزار نفر
تعداد سایت‌های BTS جدید جاده‌ای بهره‌برداری شده	۶۲ سایت
جاده‌های جدید تحت پوشش قرار گرفته	۴۴۵ کیلومتر

تجربه مشتریان در سال ۱۴۰۱

اختلاف نمره خالص ترغیب‌کنندگان با اپراتور رقیب^۱

۳,۶۷%

(۱۴۰۰:۳,۰۱%)

۱,۸%

مشترکان روی‌گردان^۲

(۱۴۰۰:۱,۷۴%)

۸۴,۱%

(۱۴۰۰:۷۹%)

ضریب نفوذ تلفن هوشمند^۳ نسبت به کل مشترکان ایرانسل

۶۶,۴۱%

(۱۴۰۰:۶۲,۴%)

ضریب نفوذ برنامه کاربردی ایرانسل من^۴ نسبت به کل مشترکان دیتای فعال

کانال‌های فروش دیجیتال

۳۱,۵۵%

(۱۴۰۰:۳۰,۲%)

زیرساخت‌های دیجیتال

توسعه زیرساخت‌های دیجیتال برای هر سازمانی که به دنبال ارائه کالا، خدمات و محصولات دیجیتال است، یک ضرورت محسوب می‌شود. مارکت پلیس^۱، فروشگاه اینترنتی و پورتال مزایده و حراج سیم‌کارت‌های رند، نقش مهمی در گسترش فضای دیجیتالی کشور و در دسترس قرار دادن محصولات برای عموم مردم ایفا می‌کنند. از طریق این سیستم ها، مردم به راحتی می‌توانند به خرید محصولات مورد نظر خود بپردازند و از خدمات متنوعی بهره‌مند شوند.

مارکت پلیس

مارکت پلیس یکی از بسترهای مناسب دیجیتال است که در آن فروشندگان محصولات و خدمات دیجیتالی خود را عرضه می‌کند. با استفاده از مارکت پلیس، فضای دیجیتالی کشور گسترش یافته و مردم امکان دسترسی به محصولات و خدمات متنوع را پیدا می‌کند.

فروشگاه اینترنتی ایرانسل

فروشگاه‌های اینترنتی ایرانسل به‌عنوان یکی از پرکاربردترین نمونه‌های فروشگاه‌های اینترنتی محصولات مخابراتی در ایران شناخته می‌شود. این فروشگاه به مردم امکان خرید محصولات گوناگون مانند انواع سیم‌کارت و مودم، شارژ و بسته‌های اینترنتی را به صورت آنلاین می‌دهد. از طریق این فروشگاه، کاربران می‌توانند قیمت، مشخصات و ویژگی‌های محصولات را مقایسه کرده و بهترین گزینه را انتخاب کنند.

پورتال مزایده و حراج سیم‌کارت‌های رند

پورتال مزایده و حراج سیم‌کارت‌های رند به‌عنوان یکی از شاخه‌های خاص در صنعت فروش اینترنتی سیم‌کارت شناخته شده است. پورتال سیم‌کارت رند با عرضه سیم‌کارت‌های رند در فضای دیجیتال، امکان دسترسی کاربران به این محصولات خاص را فراهم می‌کند و همچنین با ایجاد رقابت بین خریداران، باعث می‌شود قیمت‌ها تا حد ممکن منصفانه باشند.

خدمات آنلاین بخش فروش

ایرانسل برای افزایش دسترسی عموم مردم به محصولات و خدمات خود، سعی کرده خدمات آنلاین را در بخش فروش نیز گسترش دهد. یکی از این خدمات ثبت درخواست تعویض سیم‌کارت است که در حال حاضر به‌صورت آنلاین انجام می‌شود. به کمک این سرویس مشتریان می‌توانند در صورت مفقود شدن سیم‌کارت بدون مراجعه حضوری به مراکز فروش و به‌صورت آنلاین از طریق درگاه‌های دیجیتال درخواست تعویض سیم‌کارت را ثبت کنند.

سهم فروش الکترونیک

تبلیغات صحیح، گسترش کانال‌های فروش، راحتی در دسترس قرار گرفتن محصولات ایرانسل به‌صورت الکترونیک، هم‌سو کردن مشتریان با زندگی دیجیتال و همچنین ایجاد تغییر در فرهنگ رفتاری و خرید محصولات الکترونیک باعث شده سهم فروش محصولات ایرانسل از فیزیکی به الکترونیک به ۹۸ درصد برسد.





پیوست

۱۴۰۱	۱۴۰۰	۱۳۹۹	۱۳۹۸	۱۳۹۷	واحد	محیط زیست
۲,۷۴۸,۵۷۸	۲,۴۶۱,۱۸۱	۲,۳۴۳,۶۵۶	-	-	GJ	مجموع مصرف انرژی (محدوده ۱ و ۲)
۲,۶۹۹,۹۶۵	۲,۳۶۴,۲۶۹	۲,۲۳۲,۸۷۱	-	-	GJ	میزان مصرف برق
۱۸,۱۵۷	۲۳,۸۱۷	۲۰,۱۶۳	-	-	GJ	میزان مصرف گازوئیل
۳۰,۴۵۶	۷۳,۰۹۵	۹۰,۶۲۲	-	-	GJ	میزان مصرف بنزین، گاز طبیعی، گاز مایع و...
۴۹۱,۵۸۹	۴۳۳,۳۲۳	۴۰۹,۶۹۴	-	-	tCO ₂ e	انتشار گازهای گلخانه‌ای (محدوده ۱ و ۲)
۴,۰۹۶	۶,۴۴۱	۶,۵۳۶	-	-	tCO ₂ e	محدوده ۱: انتشار مستقیم
۴۸۷,۴۹۴	۴۲۶,۸۸۲	۴۰۳,۱۵۷	-	-	tCO ₂ e	محدوده ۲: انتشار غیرمستقیم
۰,۰۰۷۵۷	۰,۰۰۷۱۸	۰,۰۰۷۲۹	-	-	tCO ₂ e/No. of sub	انتشار گازهای گلخانه‌ای به ازای تعداد مشترکان
۰,۰۷۸	۰,۰۷۵۱	۰,۰۹۵۷	-	-	tCO ₂ e/ TB data	انتشار گازهای گلخانه‌ای به ازای مصرف دیتا
۸	۶	-	-	-	No.	مجموع سایت‌ها با تأمین انرژی خورشیدی
۶۵۸	۸۰۵	۳۵۵	-	-	Tones	پسماند الکترونیکی
۸,۳۰۰	۳,۸۴۶	۲,۴۸۵	-	-	kg	میزان مصرف کاغذ
۱۶۹,۰۰۵	۱۵۸,۲۱۰	۱۵۴,۴۸۱	-	-	kl	میزان مصرف آب

شاخص‌های عملکردی ESG

۱۴۰۱	۱۴۰۰	۱۳۹۹	۱۳۹۸	۱۳۹۷	واحد	جامعه
۶۰	۱۱۰	۱۱۰	-	-	Billion IRR	سرمایه‌گذاری اجتماعی شرکتی (CSI)
۲,۲۹۷	۲,۲۶۳	۲,۳۱۹	۲,۲۹۹	۲,۳۴۱	No.	تعداد کل کارکنان ایرانسل
۱۴	۱۶	۱۸	۱۸	۲۰	%	کارکنان قراردادی و موقت
۰	۰	۰	۰	۰	No.	کارکنان تعدیل شده
۳۵	۳۴	۳۴	۳۳	-	%	مشارکت زنان در ترکیب کارکنان
۲۶	۲۴	۲۵	۲۵	۲۶	%	مشارکت زنان در مشاغل مدیریتی
۲۱	۲۴	۲۳	۲۴	۲۴	%	سهم زنان در برنامه جانشین‌پروری سازمان
۱۹	۱۸	۱۶	۱۵	۱۴	%	سهم زنان از تعداد کل مدیران ارشد
۲۹	۲۷	۲۸	۲۹	۳۱	%	سهم زنان از تعداد کل مدیران میانی
۹۱,۵۱۷,۴۷۴,۸۵۸	۹۱,۴۹۲,۲۱۴,۹۶۸	۱۰۳,۱۳۰,۷۲۲,۵۱۳	۴۸,۲۲۵,۳۲۳,۹۲۸	۲۸,۵۰۲,۱۳۸,۳۵۶	IRR	سرمایه‌گذاری در زمینه آموزش و توسعه کارکنان
۸۴,۹۴۳	۷۵,۶۶۸	۶۸,۸۹۴	۷۵,۳۰۳	۸۰,۱۵۳	Hours	مجموع ساعات آموزش کارکنان
۳۷,۵۶	۳۰,۱	۳۳,۸	۳۱,۳	۳۶,۲	Hours	ساعات آموزشی به ازای هر نفر
۷۲	۷۴	۷۶	۷۵	۸۲	%	نتایج ارزیابی فرهنگی کارکنان (CCA)
۹۳,۶	۹۷,۷	۹۹,۴	۹۹,۷	۹۹,۹	%	درصد کارکنان دائمی مشمول ارزیابی عملکرد
۲,۲۹۷	۲,۲۶۳	۲,۳۱۹	۲,۲۹۹	۲,۳۴۱	No.	تعداد کل کارکنان در تمام مناطق ایران
۱,۶۱۸	۱,۶۰۶	۱,۶۶۴	۱,۶۴۵	۱,۶۶۰	No.	تهران
۱۷۱	۱۸۱	۱۹۳	۱۹۴	۲۰۰	No.	تبریز
۱۴۴	۱۵۰	۱۵۶	۱۴۷	۱۵۹	No.	شیراز
۱۵۶	۱۵۹	۱۶۰	۱۷۲	۱۸۳	No.	مشهد
۴۶	۴۵	۴۲	۴۳	۴۲	No.	اصفهان
۳۳	۳۴	۳۵	۳۳	۳۲	No.	همدان
۱۵	۱۶	۱۳	۱۲	۱۱	No.	بندرعباس
۹۷	۵۵	۴۰	۳۷	۳۸	No.	بابل
۱۷	۱۷	۱۶	۱۶	۱۶	No.	اهواز
۰,۳	۱,۳	۰,۷	۰,۶	۰,۱	%	درصد کارکنان متولد ۱۳۷۵ به بعد
۹۴,۱۳	۹۵,۹	۹۶,۳	۹۶	۹۶	%	۱۳۷۴ - ۱۳۵۵
۴,۰۵	۲,۷	۲,۸	۳	۲,۹	%	۱۳۵۴ - ۱۳۴۵
۱,۴۹	۰,۱	۰,۱	۰,۴	۰,۹	%	پیش از ۱۳۴۵
۲۲۹	۱۵۰	۱۶۱	۱۳۷	۱۳۸	No.	مجموع استخدام‌های جدید
۴۴	۵۷	۵۳	۶۱	۷۶	%	جذب کارکنان مرد
۵۶	۴۳	۴۷	۳۹	۲۴	%	جذب کارکنان زن
۰	۴	۱	۰	۰	No.	فوت ناشی از کووید ۱۹
۴	۱	۲	۰	۰	No.	مصدومیت جدی در محیط کار
۲۰	۲۱	۱۲	۰	۰	%	نرخ رویدادهای منجر به روزهای از دست‌رفته کاری
۲۰	۲۱	۱۲	۰	۰	%	نرخ حوادث قابل ثبت منجر به آسیب‌های جانی

شاخص‌های عملکردی ESG

۱۴۰۱	۱۴۰۰	۱۳۹۹	۱۳۹۸	۱۳۹۷	واحد	حاکمیت شرکتی
۷۹	۱۳	۱۱	۲۸	۲۲	No.	پرسش‌ها و شکایات در حوزه اخلاق حرفه‌ای
۰	۰	۰	۰	۱	No.	تعداد کارشناس رسمی اخلاق حرفه‌ای اضافه شده
۷۰	۷	۹	۱۱	۱۶	No.	مجموع جلسات انضباطی برگزار شده در حوزه اخلاق حرفه‌ای
۳۱	۰	۰	۰	۰	No.	میرا
۲۵	۱	۰	۰	۰	No.	نیازمند مشاوره
۲	۳	۲	۱	۳	No.	اخطار شفاهی
۳	۰	۱	۳	۳	No.	اخطار کتبی
۲	۲	۴	۴	۶	No.	اخطار کتبی نهایی
۰	۰	۰	۰	۰	No.	تعلیق
۱	۱	۲	۳	۴	No.	اخراج
۶	۰	۰	۰	۰	No.	متوقف شده
۸	۵	۷	۱۵	۴	No.	مجموع اخطارهای انضباطی در حوزه تقلبات
۳	۰	۰	۰	۰	No.	میرا
۲	۰	۱	۰	۰	No.	نیازمند مشاوره
۰	۰	۲	۲	۲	No.	اخطار شفاهی
۰	۰	۰	۲	۰	No.	اخطار کتبی
۰	۰	۲	۷	۱	No.	اخطار کتبی نهایی
۰	۰	۰	۰	۰	No.	تعلیق
۸	۵	۲	۴	۱	No.	اخراج
۰	۰	۰	۰	۰	No.	متوقف شده
۰	۰	۰	۰	۰	No.	استعفای کارمند
۲۸۵	۲۸۲	-	-	-	No.	مجموع ارزیابی عملکرد تأمین کنندگان
۲۰۵	۲۴۸	-	-	-	No.	تعداد کل ارزیابی عملکرد تأمین کنندگان که در آن سال پایان یافته
۱۰۰	۱۸۷	-	-	-	No.	تأمین کنندگانی با نمره اولیه بالاتر از شاخص ارزیابی
۱۱	۷۵	-	-	-	No.	تأمین کنندگانی با نمره اولیه پایین‌تر از شاخص ارزیابی

گزارش پایداری سال ۱۴۰۱ ایرانسل: سال سوم

تاریخ انتشار: آبان ۱۴۰۲

تدوین: واحد پایداری و تعامل با ذی‌نفعان ایرانسل

صفحه‌بندی و طراحی گرافیک: دان و همکاران

عکس: روی جلد: محمد اکبری / ص ۶ و ۳۱: حامد خورشیدی / ص ۰ه: میران مباشری / ص ۱۲:

حمیدرضا امیری متین / ص ۱۳، ۱۵، ۳۴، ۴۸، ۵۶ و ۶۲: حسین کریم‌زاده / ص ۱۶: مریم ملیحی /

ص ۱۹ و ۳۲: پیمان هوشمندزاده / ص ۲۹: زهرا خداداده/ص ۴۰: امین بهزادنیا/ ص ۴۳

(عکس‌های آکادمی فوتبال دروازه‌غار): علیرضا اکبری / ص ۴۶: جمشید فرچوند / ص ۵۱: اصغر

بشارتی / ص ۵۸: حسین خائف / ص ۶۴: محمد خبازی علوی

سایت: www.Irancell.ir

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

علیدوست، پلاک ۵، ساختمان مرکزی شرکت ایرانسل

ایمیل: Sustainability@mtnirancell.ir

تلفن: ۰۲۱-۲۳۱۹۱۰۰۰

برای مطالعه گزارش پایداری سال‌های گذشته ایرانسل به آدرس زیر مراجعه کنید:

www.irancell.ir/sustainability

