



ماهنامه نسل چهارم

ماهنامه فناوری های نوین اطلاعات و ارتباطات - آذر ماه ۱۳۹۴ - شماره ۳ - ۴۸ صفحه - قیمت ۱۰۰۰۰ تومان

موانع توسعه نسل بالای تلفن همراه

از جمع آوری BTS ها
توسط شهرداری تا
اختصاص باند فرکانسی
نامطلوب به اپراتورها

چرخش در سرمشق
سیاستگذاری فضای مجازی

لزوم همراهی ایران با
پیشرفت های جهانی در

5G و 4G

گام های آهسته رگولاتوری
برای تغییر مدل کسب و کار
با صدور مجوزهای FCP

مزایا و نقش اپراتورهای مجازی
تلفن همراه در کشور
با نگاهی به تجربیات جهانی

گذری به مطرح ترین بازارهای موبایل تهران
از قلب های رایج تا گوشه های رفرش



همراه اول

www.mci.ir



* ۱۰۰۰ #

ورود به محدوده نامحدود!

**مکالمه نامحدود با خانواده
۹۴ میلیونی همراه اول و تلفن ثابت**

کلید مشترکین دائمی و اعتباری، و نیز مشترکین جدیدی که به همراه اول می پیوندند، می توانند با عضویت در این طرح به مدت یک ماه (۳۰ روز) با خانواده ۹۴ میلیونی همراه اول و تلفن ثابت مکالمه نامحدود داشته باشند. در طرح مذکور، برای هر مشترک، یک هدف منحصر به فرد تعیین شده که برای اطلاع از این هدف، مشترک می بایست کد #۱۰۰۰* را شماره گیری کند. به محض ثبت نام، یک بسته هدیه برای مشترک فعال خواهد شد که با استفاده از آن، کلید مکالمات درون شبکه (همراه اول و تلفن ثابت) وی به مدت ۳۰ روز رایگان خواهد شد.

همه ساله به لبخندتان برتریم!



اپراتور برتر
به انتخاب وزارت
ارتباطات و فناوری اطلاعات
۱۳۹۰ تا ۱۳۹۴

۲۳۰۹۹ 
www.shatel.ir

شاتل 
شاهراه اینترنت و تلفن
SHATEL

۲۰۲۰

سامانه فروش اینترنت پرسرعت
شرکت مخابرات ایران



شرکت مخابرات ایران
سهامی عام

روابط عمومی و امور بین الملل

www.tci.ir



صاحب امتیاز و مدیرمسئول:

مسعود فاتح

رئیس شورای سیاست گذاری:

دکتر مهدی ادیبان

مشاوران مدیرمسئول:

دکتر مصطفی فاطمی و بهمن برزگر

سر دبیر:

مونا ارشادی فر

همکاران این شماره:

دکتر حمید ضیایی پرور، محمد امامی،

مهوین رفیع تبار، آزاده ارشدی،

زهرا طاهری و فریده شریف زاده

۱۹
کنکاش
بررسی موانع توسعه
نسل بالای تلفن همراه



۶
سرمقاله
چرخش در سرمشق
سیاستگذاری فضای مجازی



۲۶
گزارش ماه
گام‌های آهسته رگولاتوری
برای تغییر مدل کسب و کار



۸
یادداشت ماه
ضرورت توجه به مدیریت
فضای مجازی در ایران



۳۰
گزارش ویژه
ابرتورهای مجازی تلفن همراه؛
مزایا و نقش آنها در کشور



۱۱
همراه با صنف
بررسی مشکلات مشاوران فلوا
در طراحی و اجرای پروژه‌ها



۳۶
بازار
گذری به مطرح‌ترین بازارهای
موبایل تهران



۱۲
ماهی که گذشت
از صدور مجوزهای FCP
تا رونمایی از جویسگر بومی



۴۲
آن سوی مرزها
معرفی ۱۰ زن قدرتمندآی‌تی
در سال ۲۰۱۵



۱۶
گفتگوی ویژه
لزوم همراهی با پیشرفتهای
جهانی در 4G و 5G



گزارش نویسی:

مرجان محمدی

عکاس‌ها:

ساناز دستگیر، علیرضا عمادالدین و

مرتضی تازی قلی

روابط عمومی و امور مشترکین:

زهرا طاهری

صفحه آرایی و طرح روی جلد:

سارا علی‌دادی

با تشکر از:

دکتر مهدی فقیهی، دکتر علی اکبر جلالی،

دکتر نوید قنادان، دکتر وحید یزدان‌بان، دکتر

داوود زارعیان، دکتر محمدرضا فرنگی زاد،

سید اسماعیل میرزاد، امیر عباس تقی پور،

سعید نقدی، کاوه احمدی، سپیده نیکخواه و

سپیده شهرام

امور آماده سازی و چاپ:

چاپ و نشر نظر

نشانی چاپخانه:

خیابان ایرانشهر جنوبی - کوچه شریف

شماره ۲

تلفن: ۸۸۸۴۴۱۷۸

سایت: www.nazarpub.com

نشانی ماهنامه: فلکه دوم صادقیه - برج

اداری گلدیس - طبقه هشتم - واحد ۸۰۹

- کدپستی ۱۴۵۱۷۹۶۷۹۸

امور بازرگانی: ۰۹۱۲۸۲۱۶۶۵۸

تلفن: ۴۴۲۸۸۲۵۷ و ۴۴۲۸۸۲۹۸

دورنگار: ۴۴۲۸۸۲۳۸

وب سایت: www.4Gnews.ir

پست الکترونیک: info@4Gnews.ir

نقل مطالب با ذکر منبع بلامانع است. ماهنامه در تخلص مطالب دریافتی آزاد است. آماده دریافت مقالات و دیدگاه‌های نویسندگان، کارشناسان و پژوهشگران هستیم. دیدگاهها و تحلیل‌های دریافتی از نویسندگان لزوماً بیانگر دیدگاه‌های ماهنامه نسل چهارم نیست.

سرمقاله

دکتر مهدی ادیبان
رئیس شورای سیاست گذاری ماهنامه نسل چهارم



چرخش در سرمشق سیاستگذاری فضای مجازی

رویکرد جدید شورای عالی فضای مجازی بر مبنای الگوی محتوا محور

تشکیل شورای عالی فضای مجازی با ترکیبی از اعضای که نشان دهنده حضور جدی دستگاهها و چهره های فرهنگی است نشانه ای از چرخش پارادایمی در سطوح سیاستی است؛ با این وصف در سطوح ساختاری مقاومت هایی برای مواجهه با این تحول وجود دارد.



اگر چه مراتب اخلاص و تلاش های بی شائبه و ارزشمند دبیر قبلی شورای عالی فضای مجازی بر کسی پوشیده نیست؛ لیکن تعلق دبیر جدید و اکثریت اعضای این شورا به اصحاب علوم انسانی و جامعه فرهنگی کشور نوید بخش هدایت صحیح فضای مجازی بر مبنای الگوی محتوا محور است.

سنتی که گردآوری و طبقه بندی اطلاعات افراد مهمترین وظیفه آنها بود به سرعت از این فناوریها حمایت کردند تا ضمن تسهیل کار و فعالیت آنها دامنه وسیع تری از جامعه و اطلاعات آنها را در برگیرد. تاسیس مرکز ملی انفورماتیک و ساختارهای مرتبط با آن از نتایج مواجه کشور با فناوری های اطلاعاتی بود.

ذخیره سازی اطلاعات مهمترین نقش این فناوری بود. روشن ترین سندی که گویای نسبت میان فناوریهای یاد شده با ذخیره سازی، حفظ و طبقه بندی اطلاعات و اسناد می باشد و پیوستگی رشته کتابداری و اطلاع رسانی در دانشگاههای ایران است. انفورماتیک همچنانکه در ایران فناوری حفظ و بازبانی سریع اطلاعات خوانده می شد، طبعاً در کشورهای سازنده این فناوری نیز چنین موقعیتی را داشت.

ابلاغ «سیاست های کلی نظام در بخش شبکه های اطلاع رسانی رایانه ای» به ابتکار مقام معظم رهبری در سال ۱۳۸۰ نخستین سند رسمی است که نشان می دهد فناوریهای اطلاعاتی به جز کارکردهای ذخیره سازی، نقش زیرساخت ارتباطی نیز پیدا کرده اند. عبارت رایج این دوره ICT یا فناوری اطلاعات و ارتباطات بود. اینترنت در شکل ابتدایی با پیوند میان بانکهای اطلاعاتی

-ممانعت دستگاههای اجرایی در برابر شوراها و نیاز به حل بنیادین این مشکل (معمولاً دستگاهها به شوراها عالی به عنوان مزاحم نگاه می کنند).

-فقدان ضمانت اجرا در تحقق مصوبات،

-سوق یافتن به سوی نهادی صرفاً مشورتی و بی تاثیر (به دلایلی از جمله فقدان ابزارهای لازم عملیاتی و عدم همکاری موثر دستگاه).

صرف نظر از مشکلاتی که در مسیر کارآمدی شوراها عالی بطور کلی وجود دارد، شورای عالی فضای مجازی به دلیل چرخش پارادایمی در سیاستگذاری های کلان فضای مجازی با مشکلات مضاعفی مواجه است.

مفهوم «فضای مجازی» در سالهای اخیر وارد ادبیات سیاستگذاری و برنامه ریزی شده است. اگرچه در متون علمی سابقه ای بیش از مفاهیمی چون انفورماتیک، فناوری اطلاعات و نظایر آنها دارد؛ لیکن به دلیل غلبه جنبه های تئوریک بر جنبه های عملی نمی توانست به عنوان موضوع سیاستگذاری مورد توجه سیاستگذاران قرار گیرد، بنابراین جز در ادبیات فلسفی و منطقی و پس از آن در متون ادبی کمتر اثر پررنگی در سایر حوزه های علمی داشت.

«انفورماتیک» که معرف فناوریهای نوین رایانه ای بود در سازمان های مبتنی بر بوروکراسی های

با حکم مقام معظم رهبری دوره دوم فعالیت شورای عالی فضای مجازی آغاز شد. در این دوره حمایت رئیس محترم جمهوری و جدیت در نقش آفرینی شورا از ابتدا بطور ملموس و معنی داری نشان از عزم جدی در رساندن این شورا به جایگاه بی بدیل خود دارد. اگرچه شوراها عالی - بطور معمول - تجربه ای موفق در نظام جمهوری اسلامی به شمار نمی رود و کمتر به کارآمدی رسیده اند، لیکن بهره گیری از تجارب موفق معدودی از این شوراها می تواند اثرات ارزشمندی را توسط این شورا در فضای مجازی به همراه داشته باشد.

طی این سال ها بیش از ۴۰ شورای عالی در کشور شکل گرفته اند، اما به دلایلی از جمله؛

- تداخل در وظایف و مصوبات و نبودن مرکزی به منظور تطبیق و تنظیم مصوبات،
- عدم تمرکز جدی بر نظارت،
- عدم تمرکز دبیرخانه ای و اجرایی (شوراها در موارد معدودی موفقیتشان در گرو ساختار متمرکز اداری بوده مانند شورای عالی تحقیقات و فناوری)،
- ضعف در تعامل با گروههای ذیربط و ذینفع و نخبگان (این ضعف ناشی از عدم ساختار تشکیلاتی مستقل است)،



یادداشت سردبیر

مونا ارشادی فر

چالش توسعه شبکه نسل بالا در شهری که در احاطه دکل هاست

همان شبکه به اپراتورهای مختلف اجازه داده می شد که به ارائه سرویس بپردازند، می توانست هم در کاهش هزینه های توسعه شبکه اپراتورها موثر باشد، هم چهره شهر با آنتن های متعدد اپراتورهای مختلف آلوده نمی شد و هم شاهد توسعه کیفی اپراتورها در ارائه سرویس بودیم و نهایتاً اپراتورهایی که دیگر نیاز نبود در شبکه سازی شهری آنچنان هزینه کنند، به دنبال ارائه سرویس های مدرن می رفتند و مردم برنده این میدان بودند و بهترین سرویس های ارتباطی با کمترین مشکل را دریافت می کردند.

حال که چنین نشده و هر کدام از اپراتورها خود به دنبال راه اندازی شبکه مستقل شهری و حتی جاده ای هستند، پیشنهاد می شود در صورت امکان فنی، بحث سایت شیرینگ در اولویت کاری اپراتورها قرار گیرد.

استفاده مشترک اپراتورها از شبکه ها و سایت های همدیگر، نخستین بار اوایل سال ۲۰۰۰ مطرح شد و اولین قراردادهای در این راستا در کشورهای آلمان، استرالیا، هلند و انگلیس امضا شد، که هدفش کاهش هزینه های سنگین توسعه شبکه های 3G بود.

هم اکنون که در سال ۲۰۱۵ حضور داریم و اپراتورها به دنبال ارتقای شبکه هایشان از 3G به LTE هستند، بار دیگر بحث استفاده مشترک اپراتورها از سایت های یکدیگر مطرح شده است و اپراتورها به دنبال انعقاد قراردادهایی با رقبای خود هستند تا هزینه های توسعه شبکه شان را به حداقل ممکن کاهش دهند. با بررسی تجربه سایر کشورهای توسعه یافته نتیجه می گیریم که ما هم چاره ای جز الگوبرداری از این شیوه نداریم تا هم هزینه های توسعه اپراتورها را کاهش دهیم، هم شهرها را بیشتر از این آلوده دکل ها و امواجشان نکنیم و هم شاهد دریافت سرویس های ارتباطی با بالاترین کیفیت و کمترین اختلال باشیم. نظر به اهمیت موضوع توسعه شبکه های نسل بالای اپراتورهای تلفن همراه با نگاهی به کشورهای توسعه یافته ضمن گفتگو با یکی از اساتید برجسته مخابراتی در آمریکا ضرورت تصمیم گیری های کلان برای سرمایه گذاری در نسل های بالای تلفن همراه را متذکر شدیم و ضمن گفت و گو با مدیران اپراتورهای تلفن همراه، نمایندگان مجلس و کارشناسان بخش، چالش های این توسعه را مورد نقد و بررسی قرار دادیم.

در گزارش ماه نيز، گام بلند رگولاتوری برای صدور مجوزهای FCP را متذکر شدیم و در گزارش ویژه مزایا و نقش اپراتورهای مجازی تلفن همراه در کشور را مورد بررسی قرار دادیم.

همراهی شما مخاطبان عزیز موجبات دلگرمی ما را صدچندان می نماید. همراهمان پیوسته باد.

همزمان با ارتقای شبکه اپراتورهای تلفن همراه به نسل های بالا، بعضاً شاهد جمع آوری تعدادی از آنتن های BTS توسط برخی شهرداری ها هستیم؛ موضوعی که در شهر تهران به جلسه علنی شورای شهر هم کشیده شد. بخشی از جمع آوری این دکل ها به دنبال اعتراض های مردمی و بخش دیگری نیز در پی عدم همکاری برخی نهادهای شهری با اپراتورها صورت گرفته است.

هم اینک که با افزایش ضرب نفوذ تلفن همراه در کشور، اپراتورهای تلفن همراه برای پاسخگویی به این درخواست ارتباطی، نیاز به افزایش دکل ها برای همین شبکه فعلی و خدمات پایه دارند، نیاز جدید دیگری توسط شبکه های نسل بالا برای ارائه سرویس دیتا تعریف شده است و اپراتورها به ناچار برای پاسخ به این نیاز به طراحی و راه اندازی شبکه های 3G و LTE روی آورده اند؛ شبکه هایی که نیازمند سایت ها و دکل های مستقل و جدیدند.

سه اپراتور تلفن همراه و اینک شهری که در احاطه دکل های مخابراتی است، این سوال را در اذهان عمومی ایجاد کرده که راه حل استفاده از سرویس های تلفن همراه با حداقل اختلالات چیست؟ از یک سو مردم به دنبال دریافت سرویس های مطلوب و نوین ارتباطی بر بستر تلفن همراه اند و از سوی دیگر اپراتورها برای توسعه شبکه تلفن همراه شهری، مخصوصاً در کلان شهرهایی مانند تهران نیاز به نصب آنتن های جدید دارند؛ درحالی که همزمان با مکان یابی برای نصب آنتن های جدید باید فکری هم برای دکل های جمع آوری شده شان کنند.

در این میان اگرچه همکاری نهادهای مدیریت شهری و ایجاد فضای تعاملی میان اپراتورها و شهرداری ها به تسهیل این توسعه کمک خواهد کرد، ولی استفاده اپراتورها از ظرفیت ارتباطی همدیگر نیز بسیار موثر خواهد بود. مواردی مانند رومینگ ملی و سایت شیرینگ که از سال گذشته به عنوان پیش شرط اپراتورها برای ارتقاء به نسل بالا در نظر گرفته شد و با تعامل اپراتورها به بهانه تحقق این پیش شرطها، در مقطعی شاهد بهبود ارائه سرویس بودیم.

اگرچه رومینگ ملی جدی تر گرفته شده، اما سایت شیرینگ آنچنان که باید عملیاتی نشد. شاید یکی از مهمترین دلایل آن هم عدم تطابق شبکه اپراتورها برای استفاده از نقاط خاص برای نصب دکل بود؛ اگرچه تعداد آنتن بیشتر در کلان شهرها به عنوان برگ برنده اپراتورها هم به شمار می رود.

در این بین از این نکته نباید غافل شد که اگر از روز نخست یک شبکه تلفن همراه مستقل و پایدار توسط یک شرکت بیمانکار یا حتی با حمایت دولت راه اندازی می شد و در

متولد شده بود، بنابراین در ایران همچون دیگر کشورها به دلیل اهمیت فناوری ها در ارتباطات اینترنتی، مهندسان و تکنیسین های این وظیفه را به عهده داشتند. نگارنده روزهایی را به یاد می آورد که به عنوان دانشجوی ارتباطات برای تجربه اینترنت که به تازگی از سوی مرکز فیزیک نظری وارد ایران شده بود به آنجا مراجعه کرد. در این دوره کامپیوتر، سیم و کابل و سایر ابزارها در اولویت نخست این فناوری بودند از سوی دیگر کاربران این فناوری اغلب متخصصان بودند. سیاستگذاری های این دوره متأثر از چنین رویکردی است.

چنانکه ملاحظه می شود پارادایم یا سرمشق قالب در این دوره فناوری اطلاعاتی بوده است. در فاصله ای کوتاه یعنی سالهای پایانی دهه ۸۰ و آغازین سالهای دهه ۹۰ تدریجاً دسترسی ها افزایش می یابد. در ایران که سالهای ۸۸ و ۸۹ حدود ۱۵ درصد اعلام می شد در سال ۹۲ بیش از یک سوم جمعیت کشور و در سال ۹۴ بیش از نیمی از جمعیت کل کشور از طریق تلفن همراه به این فناوری دسترسی دارند. تحول عمیق این دوره چرخش در اولویت ها و مسائل بود. در گذشته اولویت سیاستگذاران و تصمیم گیران رفع موانع و فراهم آوردن لوازم زیر ساختی برای ایجاد و گسترش فناوری اطلاعات بود؛ در حالیکه اکنون با وجود تلفن همراه، مساله حاضر پیدایش جهانی جدید از روابط و تعاملات است. فضای مجازی اکنون نه تنها پارادایم غالب بر فناوریهای اطلاعاتی و ارتباطاتی است؛ بلکه سیاستها و تصمیم گیری های سایر بخش ها ملزم به تطبیق با آن است.

تشکیل شورایی عالی فضای مجازی با ترکیبی از اعضای که نشان دهنده حضور جدی دستگاهها و چهره های فرهنگی است نشانه ای از چرخش پارادایمی در سطوح سیاستی است؛ با این وصف در سطوح ساختاری مقاومت هایی برای مواجهه با این تحول وجود دارد. برای مثال در موضوعات مهمی مانند رونق دولت الکترونیک همچنان مدلها و الگوهای دوره فناوری اطلاعات غلبه دارد؛ در حالیکه مدلهای محتوا محور فرسنگ ها با الگوهای قبلی فاصله دارد و همین مساله موجب توقف و رکود در پروژه دولت الکترونیک شده است.

اگر چه مراتب اخلاص و تلاش های بی شائبه و ارزشمند دبیر قبلی شورایی عالی فضای مجازی بر کسی پوشیده نیست؛ لیکن تعلق دبیر جدید و اکثریت اعضای این شورا به اصحاب علوم انسانی و جامعه فرهنگی کشور نوید بخش هدایت صحیح فضای مجازی بر مبنای الگوی محتوا محور است. ■

ضرورت توجه به مدیریت فضای مجازی در ایران



دکتر حمید ضیایی پرور ■
استاد دانشگاه و رییس مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری



از سال ۱۹۶۹ که اینترنت ابداع شد تا امروز که حدود ۴۶ سال می گذرد بیشتر بحث های مربوط به جامعه اطلاعاتی به فضای حیات و ظهور اینترنت معطوف می شود. می توان این دوران را به سه دوره تقسیم کرد که دوره نخست از زمان پیدایش اینترنت تا حدود سال ۲۰۰۰ است که ما به این دوره، دوره با عصر دسترسی می گوئیم. موضوع کانونی این دوره ضریب نفوذ اینترنت، سرویس های مختلف اینترنتی و بعضی زیر ساخت های اینترنتی و وضعیت کانال های دسترسی به اینترنت و روش ها و ابزارهایی بوده است که امکان اتصال کاربر را به این فضا فراهم می آورد. از سال ۲۰۰۰ به بعد که به نوعی دوره شروع وب ۲ است، عصر شبکه های اجتماعی است که با ظهور بلاگ ها آغاز می شود. دوره دوم را می توانیم عصر شبکه نام گذاری کنیم. الگوی ارتباطی دوره اول، مدل کلاسیک ارتباط رسانه ای به معنای فرستنده های اندک و گیرندگان انبوه بود که در تمام رسانه های دیگر مانند روزنامه، رادیو، تویز بون، صنعت سینما، کتاب و رسانه های مشابه وجود داشت. در این دوره با ظهور فناوری وب ۲ به ویژه پدیده یا فناوری شبکه های اجتماعی مدل ارتباطی تا حدی تغییر کرد و تولید کننده محتوا کاربران و مصرف کنندگان اطلاعات شدند. بنابراین مدل کلاسیک ارتباط رسانه ای از فرستنده به کانال گیرنده به فرستنده و گیرنده تعاملی تبدیل شد که رفت و برگشتی است و گیرندگانی که امروز گیرنده - فرستنده می شوند. یعنی در زمان اطلاعات، می توانند اطلاعات هم بفرستند. نقش گیرنده از بازخورد دهنده فراتر رفته و تبدیل به تولید کننده محتوا شده است که گیرندگان دیگری دارد.

عصر محتوا

این مدل تعاملی تقریباً تاکنون وجود داشته ولی به طور مشخص از سال ۲۰۱۰ به این سو شاهد پدیده دیگری هستیم که می توانیم به عنوان عصر محتوا بنامیم و پیش بینی می شود حداقل تا پنج سال آینده ادامه داشته باشد. آنچه امروز روی آن تمرکز می کنیم متعلق به دوره جدید است که به عنوان تولید محتوا، تولیدمتن و داده و اطلاعات می توانیم نام ببریم. مشخصات عصر سوم این است که اولاً در زمینه ابزارها، سکوها و زیر ساخت هایی که امکان انتشار اطلاعات بر روی آنها وجود داشته به نوعی فضای اینترنت دچار اشباع شده است و کسانی برندگان این بازی و دوران هستند که قدرت تولید محتوا داشته باشند. بر اساس آخرین آمار، داده های موجود در فضای مجازی به طور متوسط هر سه سال دو برابر می شود. معنای این حرف آن است که بیش از ۵۰ درصد اطلاعاتی که هم اکنون در فضای مجازی در اختیارمان است مربوط به ۲-۳ سال اخیر است که سرعت رشد تولید محتوا را در این فضا بیان می کند.

کوه اطلاعات

امروزه شاهد شکل گیری بانک ها یا پایگاه های اطلاعاتی هستیم که در بحث های فنی به عنوان کوهی از اطلاعات BIG-DATA است که در

مخازن نگه داری و از آن بهره برداری می شود. به طور مشخص پروژه هایی مانند اشلون در انحصار چهار تا پنج کشور با مرکزیت نیوزلند است و میلیاردها گیگابایت از داده های فضای مجازی به اضافه داده هایی که روی شبکه های بی سیم یا شبکه های ماهواره ای مبادله می شود را جمع آوری و ذخیره می کنند که توسط نهادهای این کشورها مورد بهره برداری های مختلف قرار می گیرد.

در این دوره هم چنین شاهد ظهور مفاهیم جدیدی هستیم که مشخصه دوره تولید محتوا است. مفهومی به نام سکوی انتشار Platform دیگر محیط های مجازی تولیدکنندگان دوره وب نیستند که ساختاری داشته باشند که با نیروی انسانی با اطلاعات مشخص اطلاعات را در یک وب گاه در یک فضا بارگذاری کنند و گیرندگان آن را دریافت کنند. بحث دوره ای است که پلت فرمهای قدرتمندی به عنوان سکوهایی بارگذاری اطلاعات ابداع می شوند و با هجوم شبکه ای کاربران به سمت این پلت فرم داده ها، اطلاعات و محتواها توسط کاربران روی آنها بارگذاری می شود.

هر چند چگونگی گرایش کاربران به این پلت فرم ها نیز پیچیدگی خاصی دارد که لزوماً به معنای برتری فناوری نیست. اگر بزرگ ترین شبکه های اجتماعی حال حاضر را که روزانه میلیاردها نفر کاربر دارد در نظر بگیریم، هیچ کدام یک خط اطلاعات به عنوان مدیران پلت فرم ها تولید نمی کنند بلکه کاربران این داده ها را روی آن بارگذاری می کنند. مفهوم دیگر اپ (App) یا اپلیکیشن (Application) یا نرم افزارهای واسط کاربری هستند که می توان گفت اینها هم مدل تولید محتوا را تغییر داده اند. به ویژه با پیشرفت هایی که در صنعت تلفن همراه ایجاد شده و جایگزین بقیه ابزارهای مرسوم سنتی ارتباطات شده اند.

موتورهای جست و جو

جایگاه موتورهای جست و جو در این بین بسیار پر اهمیت است چون بر اساس تحقیقاتی که صورت گرفته نزدیک ۸۰ درصد کاربران فضای مجازی از طریق یکی از اینها وارد محیط مجازی می شوند و هر چه موتورهای جست و جوگر قدرتمندتری توسط کشورهای مختلف تولید شده باشد امکان اینکه آنها را به سمت محتوای تولید شده مورد نظر هدایت کند بیشتر خواهد بود.

با این نگاه به وضعیت تولید محتوا در دنیا باید توجه کنیم که ایران در چه جایگاهی از تولید محتوای مجازی این محیط قرار دارد؟ نظام آماری ایران با وجود اینکه در هیچ بخشی سامانه درستی ندارد اما در بخش مجازی بسیار

به نظر می رسد
موضوع تولید
محتوا باید در
دستور کار
جدی دو نهاد،
یکی شورای
عالی فضای
مجازی به عنوان
یک شورای
فرادستی و عالی
ناظر بر کار تمام
دستگاه های
ذی ربط و دست
اندرکار حوزه
فضای مجازی
و به نوعی
اطلاع رسانی
و اینترنت و
دیگری، وزارت
ارتباطات و
فناوری اطلاعات
به عنوان
دستگاه متولی
حوزه ارتباطات
در کشور قرار
گیرد.

وضع بحرانی تر است. بر اساس آخرین برآورد حدود پنج سال پیش مرکز تحقیقات مخابرات ایران، حجم محتوای وب فارسی حدود یک هزارم وب جهانی بوده و این در حالی است که اگر ضریب نفوذ اینترنت در ایران را بر اساس آمار وزارت ارتباطات ۵۴ درصد یعنی حدود ۳۴ میلیون کاربر در نظر بگیریم به طور متوسط باید یک درصد تولید محتوای جهانی را در محیط اینترنت دارا باشیم. این یک درصد که به طور مرسوم بایستی سهم ایران باشد، تبدیل به یک هزارم شده است. این آمار نشان می دهد کاربران فضای مجازی و اینترنت در ایران بیشتر مصرف کننده هستند تا تولید کننده.

فضای وب فارسی

ما ایرانی ها و به طور کلی فارسی زبانان بیشتر دائلود می کنیم تا آپلود، بیشتر مصرف می کنیم تا تولید. در فضای اطلاعات مصادیق بسیار روشن است؛ ایران از معدود کشورهایی است که مقید به قانون کپی رایت نیست و به کنوانسیون های جهانی این حوزه نپیوسته است و این وضعیت تبعاتی نیز در پی داشته و برای نمونه منجر به ورشکستگی صنعت نرم افزار ایران طی سال های اخیر شده است.

تعدادی از برجسته ترین مغزهای فناوری اطلاعات ما به خارج مهاجرت کرده اند و همین باعث شده شاهد بدنه نحیف بخش خصوصی نرم افزار در کشور باشیم و تقریباً می توان گفت میدان را در این عرصه به محتوای بیرونی واگذار کردیم. در صنعت بازی، وب گاه ها، نشرو بسیاری از حوزه های دیگر همچنان مصرف کننده هستیم یا ترجمه می کنیم.

در زمینه آخرین خبرهای حوزه تولید محتوا در ایران باید گفت حدود هفت سال پیش بود که کتابخانه ملی ایران، کتابخانه آستان قدس رضوی، شورای عالی اطلاع رسانی، کتابخانه مرکزی دانشگاه تهران و یکی دو نهاد دست اندر کار دیگر، یک کنسرسیوم تولید محتوا در فضای مجازی تشکیل داده اند اما از آن رویداد جز یک عکس یادگاری با حضور رؤسای این مراکز، چیزی منتشر نشد. هیچ کدام نتوانستند سر یک میز بنشینند و تولید محتوا را سامان دهی کنند و نیز تصویب قانون دسترسی آزاد اطلاعات در مجلس سه سال پیش بود که اخیراً هئیت وزیران مصوبه اجرایی آن را ابلاغ کرد به جایی نرسید.

وضعیت شناسی

واقعیت این است که این قوانین روی کاغذ می ماند و گرچه مقررات تدوین و ابلاغ می شود اما دستگاه های کشور به جای اجرای آموزه دینی «زکات العلم نشره» بیشتر «حسب علم» می کنند و به هیچ وجه مایل نیستند یا توانایی و اجازه آن را ندارند یا تکنیک مربوطه را نمی دانند تا محتوایی را که تولید می کنند با گذاری و منتشر کنند. بزرگ ترین تولید کننده محتوا در ایران دستگاههای دولتی، اشخاص یا سازمان های دولتی

نیستند بلکه حوزه های علمیه هستند. بزرگ ترین وب گاه ها و داده های دیجیتال مربوط به حوزه های علمیه است و از این جهت پیشتاز هستند در حالی که تصور عمومی این است که حداقل دانشگاه ها باید تولید کننده محتوا باشند چون محتوا از دانش و فناوری سرچشمه می گیرد.

در حوزه وضعیت شناسی نیز اگر چه به طور کلی فناوری و به طور خاص فناوری های مربوط به جامعه اطلاعاتی عموماً غربی هستند و مصرف کننده آن فناوری ها هستیم، اما در این فضا تنها نقطه قوت و حرف ما برای بیان محتوایی، محتوای فرهنگ ایرانی و اسلامی است که در ایران وجود دارد. محتوای گنجینه های ادبی، عرفانی، مذهبی و دینی ما در صورتی که استخراج، پالایش و فرآوری شده و در این محیط ها قرار گیرد، می تواند حرفی برای گفتن داشته باشد. ما حتی روش این کار را هم به درستی فرا نگرفته ایم و به نظر می رسد مهم تر از روش، تغییر روندها، نگاه ها و رویکردها به سمت این فضا است. هیچ کس خود را مسئول نمی داند که در این حوزه باید نقش ایفا کند.

پیشنهادات

پیشنهاد نخست اینکه، به نظر می رسد موضوع تولید محتوا باید در دستور کار جدی دو نهاد، یکی شورای عالی فضای مجازی به عنوان یک شورای فرادستی و عالی ناظر بر کار تمام دستگاه های ذی ربط و دست اندر کار حوزه فضای مجازی و به نوعی اطلاع رسانی و اینترنت و دیگری، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات به عنوان دستگاه متولی حوزه ارتباطات در کشور قرار گیرد. بنابراین پیشنهاد می شود یکی از موضوعات جدی که باید این شورا و وزارت ارتباطات در دستور کار خودش قرار دهد، سیاست تولید محتوا و نقشه راه تولید محتوا برای ۱۰ سال آینده در محیط مجازی ایران باشد. پیشنهاد دوم، به هر حال تولید محتوای دیجیتال در فضای مجازی نیاز به بودجه، هزینه و نیروی انسانی کافی دارد. واقعیت این است که مجلس هیچ گاه به این حوزه ها به صورت جدی ورود پیدا نکرده است. در لایحه بودجه نیز پیشنهاد می شود که حتماً به موضوع تولید محتوا به عنوان یکی از ضرورت های فضای مجازی توجه شود.

توجه به تولید پلت فرم ها و اپلیکیشن های ملی و بومی که در این حوزه هم متناسب با وضعیت کاربران کشورمان نیاز به تولید داریم ضروری است. در سال های گذشته حمایت هایی کم و بیش صورت گرفته و چند هفته پیش موتور جست و جوی «یوز» و اخیراً «پارسی جو» توسط وزارت ارتباطات راه اندازی شد. کمک های زیادی شده بود، ولی نیاز به تقویت دارد. نیاز هست قواعد بازی جهانی را در این حوزه ها فرا بگیریم، تقویت کنیم و بخش خصوصی و دانشگاه ها باری شوند تا در این حوزه

ها کار کنند. بررسی ها نشان می دهد بخش عمده ای از شکست این پلت فرم ها در داخل به ویژه در حوزه سرویس های جدید اینترنتی، نبود اعتماد مخاطب به این گونه سرویس ها به دلیل امنیتی شدن بیش از حد این فضا است. فضای مجازی در ایران اساساً یک فضای امنیتی است. یعنی هر کدام از سیاستگذاران ایران که به این فضا می خواهند نگاه کنند اولین رویکردشان، رویکرد امنیتی است. در حالی که این فضا بیشتر فضای اطلاع رسانی، توسعه و انتقال دانش و اطلاعات است و مباحث امنیتی ۵ درصد از این فضا را شامل می شود. متأسفانه به بهانه آن ۵ درصد سایه سنگینی بر فضای مجازی انداخته ایم و به نوعی کاربران را هم بی اعتماد کرده ایم. منابع گنجینه ای ایران در حوزه محتوا باید شناسایی و دیجیتالی شوند و در دسترس عموم مردم ایران و جهان قرار گیرند و در نهایت اینکه تکنیک های تولید محتوا باید در مدارس و دانشگاه های ما در سطوح مختلف آموزش داده شود. کاربران نیز باید با قواعد و ضوابط تولید محتوا و تکنیک های تولید محتوا در این حوزه آشنا شوند چون بار اصلی تولید محتوا در عصر سوم یا عصر محتوا بر دوش کاربران قرار دارد.

در ایران تولید محتوا هزینه دارد ولی درآمد ندارد. درآمدش را مخابرات می برد، هر چه مصرف محتوا بیشتر باشد درآمدش به جیب دیگری می رود. تولیدکنندگان محتوا در ایران یا ورشکسته اند یا متهم. به دلیل همان نگاه امنیتی غالبی که بر این حوزه وجود دارد نقشه راه تولید و محتوا و مدل تجاری یا بیزینس پلان که در این حوزه باید وجود داشته باشد به رغم وجود نهادهای موازی بسیار و وجود یک نهاد فرادستی به نام شورای عالی فضای مجازی هنوز تدوین نشده است و آخر اینکه برای تولید محتوا بایستی اعتماد عمومی در کشور به وجود بیاید برای استفاده از سرویس های داخلی و سکوها داخلی تا وقتی که نگاه به فضای مجازی نگاه امنیتی باشد اعتماد داخلی به این فضا وجود نخواهد داشت بنابراین همچنان مصرف کننده باقی خواهیم ماند.

و آخرین نکته اینکه برای مدیریت صحیح و علمی بر فضای مجازی و به ویژه محتوایی که در این فضا جریان دارد نیاز به متخصصان و کارشناسان برجسته و آینده نگر داریم. برای مدیریت این رسانه جدید نیاز داریم که سازمان های ما دارای سیاست رسانه ای و استابیل بوک مرتبط با این فضا باشند. بررسی ها و مشاهدات نویسنده نشان می دهد که اغلب سازمان های ما دارای چنین سندی نیستند و هنوز ضرورت تدوین آن را نیز به درستی درک نکرده اند. چنین سندی می تواند راهبرد دستگاه را در زمینه نحوه و استراتژی حضور در فضای مجازی، باید و نباید ها و شیوه ها و تکنیک و سطوح حضور در این رسانه ها را مشخص کند.

توجه گروه تروریستی داعش به رویکرد روابط عمومی



اخیر داعش، مقامات مشغول بررسی جنبه های مختلف توانایی های سایبری داعش هستند.

داعش با روی آوردن به رویکرد روابط عمومی، اهداف آموزشی، عضوگیری، تبلیغات و برنامه ریزی عملیاتی را با سرعت و کیفیت مناسب تری دنبال می کند.

این مجموعه تروریستی در کنار عملیات جنایتکارانه خود، به انواع مختلف مسائل فنی و سایبری اعضای خود پاسخ می دهد تا میزان مشارکت عناصر افراطی را در تروریسم جهانی افزایش دهند. به این ترتیب آن ها می توانند با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و در عملیات هایی فراتر از آنچه پیش از این شاهد بوده ایم و با شیوه های پیچیده تر، فعال شوند.

داعش اکنون به جای برقراری ارتباطات چهره به چهره و رو در رو، با اتکا و بهره مندی از سرعت انتقال اطلاعات و پیام در فضای سایبری اهداف عملیاتی خود را دنبال می کند.

وجود این مرکز پاسخگویی آنلاین داعش، زنگ هشدار را در واشنگتن و همچنین در جامعه ضدتروریسم بین المللی به صدا درآورده است؛ زیرا این مرکز، به تروریست ها اجازه می دهد شبکه گسترده تری از عناصر افراطی را با یکدیگر مرتبط کرده و برای انجام حملات برنامه ریزی کنند.

به گفته یک مقام اروپایی، نگرانی ها درباره این موضوع در اروپا بیشتر است؛ زیرا داعش تحت نظر مرکز فرماندهی خود در سوریه، برنامه هایی برای انجام حملات در خاک کشورهای اروپایی دارد.

این رویداد افزون بر این که زنگ خطر و هشدار را در کشورهای مختلف و مرتبط به صدا در آورده، برای ما نیز درسی قابل تامل دارد تا برای پیگیری راهبردها و اهداف خودمان، از فناوری های پیشرفته ارتباطی کمک گرفته و دستیابی به اهداف را تسهیل و سرعت بخشیم.

تحلیلگران حوزه ضد تروریسم که با ارتش آمریکا همکاری می کنند، می گویند این مرکز پاسخگویی آنلاین که شش اپراتور ارشد به صورت ۲۴ ساعته بر آن نظارت می کنند، با هدف کمک به عناصر افراطی برای استفاده از مسیرهای امن ارتباطی ایجاد شده تا بتوانند بدون شناسایی و ردگیری، با یکدیگر ارتباط برقرار کنند.



محمد امامی
کارشناس ارشد ارتباطات، مدیرکل اسبق روابط عمومی وزارت ارتباطات و مدیرکل اسبق روابط عمومی شرکت مخابرات ایران

در خبرها آمده بود که «داعش، مرکز پاسخگویی آنلاین ۲۴ ساعته ایجاد کرده است!» ...

ابتدا شاید این خبر کم اهمیت جلوه کند، اما کمی تامل در موضوع نشان می دهد داعش به رغم این که یک مجموعه تروریستی است و دست به جنایت بارترین فاجعه های خونین زده است، اما برای سوار شدن بر موج افکار عمومی و نفوذ در افکار عمومی جهانی از یک سو و برای حفظ امنیت و توسعه فعالیت های تروریستی جهانی خود، به رویکردهای ارتباطی و روابط عمومی روی آورده و این رویکردها را مورد توجه قرار داده است.

گروه تروریستی داعش بر اساس گزارش «ان بی سی نیوز» با استفاده از یک تاکتیک جدید اینترنتی، در راستای توسعه فعالیت های تروریستی جهانی خود تلاش می کند. این تاکتیک، ایجاد یک شبکه پاسخگویی ۲۴ ساعته مخصوص اعضای این گروه و نیروهای میدانی آن است تا با استفاده از آن، نسبت به انتشار پیام های این گروه در سطح جهان، عضوگیری و انجام حملات جدید در کشورهای مختلف، اقدام نمایند.

تحلیلگران حوزه ضد تروریسم که با ارتش آمریکا همکاری می کنند، می گویند این مرکز پاسخگویی آنلاین که شش اپراتور ارشد به صورت ۲۴ ساعته بر آن نظارت می کنند، با هدف کمک به عناصر افراطی برای استفاده از مسیرهای امن ارتباطی ایجاد شده تا بتوانند بدون شناسایی و ردگیری، با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. این در شرایطی است که پس از حملات پاریس، مصر و دیگر عملیات های

داعش بهتر از آمریکا از اینترنت استفاده می کند

ما جوانان بی گناهی داریم که به انحراف کشیده می شوند.

ترامپ اگرچه برنامه مشخصی را برای این منظور اعلام نکرد ولی از آنچه که مقامات آمریکایی در حال حاضر درباره داعش می گویند، چندان دور نیست. مقامات آمریکایی برای مبارزه با ماشین تبلیغات آنلاین این گروه ظاهرا در تلاش برای مقابله با پیامهای داعش از طریق خود کمپین شبکه اجتماعی این گروه هستند البته در این راه موفقیت چندانی کسب نکرده اند.

در پی حملات تروریستی داعش در پاریس نامزد جمهوریخواه انتخابات ریاست جمهوری آمریکا گفت که آمریکا باید اینترنت را از این گروه که از آن بطور موثر به عنوان ابزار جذب نیرو استفاده می کند بگیرد. به گزارش واشنگتن پست، دونالد ترامپ گفت: آنها از اینترنت استفاده و نیرو جذب می کنند.

وی افزود: ما باید اینترنت را از آنها بگیریم زیرا آنها مردم را جذب و جوانان ما را شست و شوی مغزی می دهند. نمیتوانیم اجازه دهیم این اتفاق بیفتد.



بررسی مشکلات مشاوران فاوا در طراحی و اجرای پروژه‌های سنجش، پایش و کنترل



انجام شده در کمیته علمی، امسال انتخاب کارفرمای برتر در حوزه برون‌سپاری پروژه‌های IT و همچنین برگزاری نشست مشترک بخش دولتی و خصوصی در خصوص چالش‌های تعریف و اجرای پروژه‌های مشاوره در حوزه فناوری اطلاعات از جمله برنامه‌های ویژه این همایش است.

مسئول کمیسیون استاندارد و تدوین مقررات سازمان نظام صنفی رایانه ای تهران با اشاره به برگزاری نمایشگاه جانبی همایش راهبری و مدیریت فناوری اطلاعات گفت: امسال در دور چهارم همایش، یک نمایشگاه جانبی به منظور معرفی فعالیت‌ها و خدمات شرکت‌های فعال در حوزه راهبری و مدیریت فناوری اطلاعات و حوزه‌های مشاوره برگزار می‌شود.

آذرکار موضوع «ارائه تجارب موفق در موضوع همایش» را از دیگر محورها خواند و افزود: علاوه بر تشریح و تبیین مفاهیم سنجش، پایش و کنترل در حوزه راهبری و مدیریت فناوری اطلاعات، قصد داریم در این همایش، تجارب موفق و آسیب‌شناسی تجارب ناموفق سازمان‌ها و نهادهای مختلف در بخش راهبری و مدیریت فناوری اطلاعات را ارائه کنیم.

رئیس دبیرخانه چهارمین همایش راهبری و مدیریت فناوری اطلاعات موضوع «بررسی مشکلات مشاوران فاوا در طراحی و اجرای پروژه‌های سنجش، پایش و کنترل» را از دیگر محورهای این همایش خواند و تاکید کرد: مخاطبان این سلسله همایش‌ها، اعضای هیات مدیره و مدیران عامل نهادهای حاکمیتی حوزه فناوری اطلاعات در کشور، مدیران ارشد سازمان‌های دولتی، عمومی و خصوصی، متخصصان و دانشجویان حوزه فناوری اطلاعات هستند.

او درباره وب سایت این همایش گفت: اطلاعات مربوط به سوابق همایش طی سه سال گذشته، در وبگاه آن به نشانی www.itcg.ir قابل دسترسی است.

اولین دوره این همایش راهبری و مدیریت فناوری اطلاعات زمستان ۹۱ با رویکرد تشریح مفاهیم راهبری سازمانی فناوری اطلاعات به عنوان یکی از الزامات رشد و بهره‌وری در سازمان‌ها برگزار شد.

رویکرد دومین همایش، ارتقاء ظرفیت کارفرمایی در تعریف و اجرای پروژه‌ها و خدمات فناوری اطلاعات بود و در سومین دوره این همایش نیز ممیزی فناوری اطلاعات مد نظر قرار گرفت.

بر اساس برنامه‌ریزی‌های انجام شده در کمیته علمی، امسال انتخاب کارفرمای برتر در حوزه برون‌سپاری پروژه‌های IT و همچنین برگزاری نشست مشترک بخش دولتی و خصوصی در خصوص چالش‌های تعریف و اجرای پروژه‌های مشاوره در حوزه فناوری اطلاعات از جمله برنامه‌های ویژه این همایش است.

مسئول کمیسیون استاندارد و تدوین مقررات سازمان نظام صنفی رایانه ای تهران، اعلام کرد: سازمان نظام صنفی رایانه ای تهران چهارمین همایش راهبری و مدیریت فناوری اطلاعات را روزهای چهاردهم و پانزدهم دی ماه سال جاری در مرکز مطالعات بهره‌وری منابع انسانی برگزار می‌کند.

به گزارش ماهنامه نسل چهارم به نقل از روابط عمومی سازمان نظام صنفی رایانه ای تهران، علی آذرکار، گفت: کمیسیون استاندارد و تدوین مقررات سازمان نظام صنفی رایانه‌ای تهران، چهارمین همایش راهبری و مدیریت فناوری اطلاعات را با محور سازوکارهای سنجش، پایش و کنترل در حوزه راهبری و مدیریت فناوری اطلاعات برگزار می‌کند.

او با اشاره به فراخوان این همایش برای پذیرش مقالات علاقمندان ادامه داد: سازمان طی فراخوانی، دانشجویان، متخصصان و کارشناسان حوزه راهبری و مدیریت فناوری اطلاعات دعوت کرد تا مقاله‌های خود را به دبیرخانه همایش ارسال کنند.

رئیس دبیرخانه چهارمین همایش راهبری و مدیریت فناوری اطلاعات درباره محورهای برگزاری این همایش گفت: علاوه بر موضوع سازوکارهای سنجش، پایش و کنترل راهبری و مدیریت فناوری اطلاعات، مواردی همچون معیارها، شاخص‌ها و متریک‌ها در این حوزه، نظام‌های مدیریت و فرایند سنجش، پایش و کنترل IT، سنجش کیفی خدمات و محصولات فناوری اطلاعات، مدیریت دارایی‌های فناوری اطلاعات در سازمان‌ها از جمله محورهای این همایش هستند.

او در رابطه با موضوع انتخاب کارفرمای برتر در چهارمین همایش راهبری و مدیریت فناوری اطلاعات افزود: براساس برنامه‌ریزی‌های

سازمان نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران با همکاری انجمن فناوری‌های ایران
چهارمین همایش راهبری و مدیریت فناوری اطلاعات را با موضوع
سنجش، پایش و کنترل در حوزه راهبری و مدیریت فناوری اطلاعات
با محورهای ذیل برگزار می‌کند:

- سازوکارهای سنجش، پایش و کنترل راهبری و مدیریت فناوری اطلاعات
- معیارها، شاخص‌ها و متریک‌ها در حوزه راهبری و مدیریت فناوری اطلاعات
- نظام‌های مدیریت و فرایند سنجش، پایش و کنترل فناوری اطلاعات
- سنجش کیفی خدمات و محصولات فناوری اطلاعات
- مدیریت دارایی‌های فناوری اطلاعات در سازمان‌ها و راهکارهای سنجش میزان
التریخشی آن‌ها

www.itcg.ir

دبیرخانه علمی همایش تهران: تهران، سعادت آباد، جاده خرمسار، پلاک ۱۱۱، تهران، فرهنگیان، کوچه بهوشماره ۱۲
دبیرخانه سازمان نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران: تهران، آسپا، ۸۷۱۳۳۹۹، تهران، آسپا، ۸۷۱۳۳۹۹

تمام خدمات اینترنتی رایگان و پولی در سایر کشورها توسط غیر دولتی‌ها ارائه می‌شود



ارتباطی به زودی تامین شود. دکتر واعظی با بیان این که استان ایلام در گذشته کمتر مورد توجه بوده است، خاطر نشان ساخت: اربعین حسینی بهانه ای برای بهبود زیرساخت این استان است و مردم ایلام نیز با تمام گرفتاری‌های شخصی از ماه‌ها قبل به دنبال تامین خدمات برای زائرین اربعین هستند و باید با تامین زیرساختها به این مردم دلسوز کمک کنیم.

دکتر واعظی همچنین خواستار اختصاص ردیف بودجه برای اربعین شد و گفت: این پیشنهاد را به همکارانم در دولت ارسال کردم و این تامین بودجه است که می‌تواند تمام نیازهای مردم را به تامین زیرساخت‌ها رفع کند.

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات، با تاکید بر تامین پهنای باند استان تا حد لازم ادامه داد: هیچ مشکلی به خصوص در ایام اربعین نخواهیم داشت و این پهنای باند را تا ۲۰ برابر افزایش خواهیم داد.

دکتر واعظی، خاطر نشان کرد: با توجه به درخواست نمایندگان این استان در تلاشیم تا اقتصاد مقاومتی را با توجه به ظرفیت‌های بخش خصوصی تحقق بخشیم و امروز در کشورهای دیگر نیز تمام خدمات اینترنتی رایگان و غیر رایگان توسط غیر دولتی‌ها انجام می‌شود.

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات، گفت: با توجه به درخواست نمایندگان استان ایلام در تلاشیم تا اقتصاد مقاومتی را با توجه به ظرفیت‌های بخش خصوصی تحقق بخشیم و امروز در کشورهای دیگر نیز تمام خدمات اینترنتی رایگان و غیر رایگان توسط غیر دولتی‌ها انجام می‌شود.

به گزارش سیتنا، دکتر محمود واعظی، در جلسه شورای اداری استان ایلام در پایانه مرزی مهران که با حضور استاندار و نمایندگان مجلس شورای اسلامی این استان برگزار شد، در ارتباط با زیرساخت‌های استان ایلام و برنامه‌های زیرساختی، گفت: از سفر ابتدایی تا کنون ۸۵ میلیارد تومان در استان ایلام سرمایه‌گذاری شده است که تا پایان سال ۳۵ میلیارد تومان دیگر نیز انجام خواهد شد تا زیرساخت‌های

تاکید بر اجرای دقیق قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات



معاون مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی وزارت ارشاد به شعار نمایشگاه مطبوعات مبنی بر «نقد منصفانه، پاسخ مسئولانه» اشاره و تصریح کرد: در زمینه پاسخ مسئولانه هیچ فرآیندی بهتر و موثرتر از اجرای دقیق قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات نیست.

به گزارش سیتنا، حسین انتظامی، معاون امور مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در آئین اختتامیه نمایشگاه مطبوعات، با بیان اینکه صاحب نمایشگاه خود رسانه‌ها هستند، اظهار داشت: گردهمایی یک هفته‌ای و سالانه رسانه‌ها فرصتی است برای اینکه رسانه‌ها مخاطبان خود را از نزدیک ببینند و از آنها بازخورد بگیرند.

معاون مطبوعاتی وزیر ارشاد، افزود: سیاستی که در طی دو سال اخیر در این معاونت مورد توجه قرار گرفته، این بوده که در اموری که قابل واگذاری هستند، دولت از تصدی‌گری‌های خودش تا حد امکان به نفع صنوف عقب‌نشینی کند.

وی برگزاری بیست و یکمین نمایشگاه مطبوعات را یکی از جلوه‌های عقب‌نشینی به نفع صنوف دانست و تصریح کرد: جلوه دیگر آن را در سیاستی می‌توان دید که در روش پرداخت یارانه‌های مطبوعات به مرحله اجرا رسیده است.

معاون مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی وزارت ارشاد به شناسایی و قدردانی از رسانه‌هایی اشاره کرد که به زبان فارسی به عنوان میراث و هویت می‌نگرند. وی با تاکید بر اینکه باید تلاش شود تا این سرمایه‌های جدی تر حفظ شود، ابراز داشت: این مهم می‌تواند مقدمه‌ای برای برگزاری دوره‌های آموزشی با مشارکت فرهنگستان زبان و ادبیات فارسی باشد.

انتظامی به شعار این دوره از نمایشگاه مطبوعات مبنی بر «نقد منصفانه، پاسخ مسئولانه» اشاره و تصریح کرد: در زمینه پاسخ مسئولانه هیچ فرآیندی بهتر و موثرتر از اجرای دقیق قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات نیست.

انتظامی ادامه داد: مطابق این قانون همه دستگاه‌های حاکمیتی، دولتی و عمومی و حتی بخش‌های خصوصی که به ارائه خدمات عمومی می‌پردازند، موظف هستند در رابطه با هر آنچه که برای شهروندان حق یا تکلیف ایجاد می‌کند، اطلاعات لازم را به صورت عام منتشر کنند و دسترسی شهروندان را به این اطلاعات میسر کنند.

جایزه مصطفی (ص) ارتباطات دانشمندان کشورهای اسلامی را گسترش می‌دهد

نشوند. این مهم نباید از یاد برود که دانشمندان هر فعالیتی که می‌کنند، برای جایزه نیست بلکه برای این است که فکر و ایده‌شان در ارتباط با علمی که دارند هر چه بیشتر گسترش پیدا کند. اما تشکر و قدردانی از دانشمندان کار ارزشمندی است که موجب تشویق جوانان نیز می‌شود تا آنها هم به این عرصه ورود پیدا کنند و از نامداران جهان شوند.

مژندی گفت: این جایزه ارتباطات دانشمندان کشورهای اسلامی را گسترش می‌دهد تا جایی که حتی بورسیه‌ها و برندهایی به دانشمندان در این زمینه داده می‌شود که از هر نظر ارزشمند است.

رئیس فرهنگستان علوم پزشکی کشور افزود: جای سپاس دارد که به این جایزه پرداخته شده است و از دست‌اندرکاران این مجموعه می‌خواهیم که به مطالب مرتب با سلامت هم‌دقت و توجه بیشتری شود. درست است که علوم پزشکی کشور تعداد دانشجویان، اساتید و مجموع فارغ‌التحصیلانی به اندازه مجموع سایر علوم ندارد، اما در زمینه تولید مقالات و تولید علم حدود ۳۰ درصد مقالات کشور به آنها مربوط می‌شود و در جایزه مصطفی (ص) جا دارد که به علوم پزشکی با توجه بیشتری نگاه کنند.



رئیس فرهنگستان علوم پزشکی کشور تصریح کرد: جایزه مصطفی (ص) برای جهان اسلام، کشورهای اسلامی و برای دانشمندان مسلمان و غیر مسلمانی که در کشورهای غیر اسلامی بخاطر دین اسلام فعالیت می‌کنند است. در واقع می‌توان گفت، جایزه مصطفی (ص) جایزه فراگیری است که در رشته‌های مختلف با دوری افراد برجسته آثار علمی دانشمندان را ارزیابی می‌کند. این جایزه قرار است هر دو سال یکبار انجام شود.

وی ادامه داد: مبنای این جایزه علمی است زیرا اسلام و حتی دربیانات پیامبر (ص) و ائمه اطهار (ع) نیز به علم توجه و تاکید فراوانی شده و موضوع دیگر اینکه دانشمندان مسلمانی هستند که به دلیل مسلمان بودن و زندگی در کشورهای اسلامی از فهرست دانشمندان حذف می‌شوند. همان‌طور که اسلام هراسی موجب می‌شود که به بسیاری از مسلمانان در دنیا ظلم شود، به دانشمندان مسلمان نیز همان‌طور ظلم شده است.

عضو شورای سیاست‌گذاری جایزه مصطفی (ص) تاکید کرد: این جایزه با ایجاد زمینه‌ای سبب فراموش نشدن افراد از انهدان می‌شود تا افراد از ذهن و اندیشه‌ها فراموش



موتورهای جست و جوی می تواند مولد حرکت اقتصادی در عرصه ICT کشور باشد

سند دستگاه های مختلف می توانند با یکدیگر ارتباط داشته و از بانک های اطلاعاتی یکدیگر استفاده و به یکدیگر خدمت آرایه دهند.

یزدانیان در ادامه با اشاره به اجرای طرح کلان موتورهای جست و جو در مرکز، افزود: باور داریم موتورهای جست و جو می تواند مولد حرکت اقتصادی بزرگ در عرصه ICT کشور باشد، از این رو استخراج مدل های کسب و کار مبتنی بر موتورهای جست و جو اهمیت ویژه ای دارد و این پروژه در حال استخراج و در مراحل پایانی است. وی با تأکید بر این که مجموعه ای از کسب و کارهای کوچک و متوسط از طریق موتورهای جست و جو ایجاد خواهد شد، ادامه داد: شناسایی این کسب و کارها، نحوه همکاری شرکت های فعال در حوزه نرم افزار و ICT با موتورهای جست و جو، اطلاع رسانی، نحوه کسب درآمد موضوعات مهمی است که باید به آن پرداخت.

رییس پژوهشکده سیاستگذاری و مطالعات راهبردی پژوهشگاه ICT، گفت: پروژه های متعددی در این پژوهشکده در دست اجراست، که بخشی از نتایج آن ها حداکثر تا پایان سال استخراج می شود. به گزارش سینتا، دکتر وحید یزدانیان، خاطر نشان کرد: در این راستا، به منظور پیش بینی گام های آتی دنیای ICT و این که چه فناوریهای در این حوزه حرف اول را خواهند زد، مطالعه در زمینه آینده پژوهی در فناوری اطلاعات آغاز شده است.

وی در خصوص پروژه تدوین سند تعامل پذیری بین دستگاهی به عنوان گام نهایی استقرار دولت الکترونیک نیز گفت: در این سند سرویس های قابل ارائه توسط دستگاه های مختلف، استانداردها و پروتکل های تعاملی بین دستگاه ها استخراج و پیشنهاد خواهد شد.

رییس پژوهشکده سیاستگذاری و مطالعات راهبردی پژوهشگاه ICT با اشاره به این که بر اساس این سند از شبکه سازی بر سازهایی که سازمان IIT ایجاد کرده برای استقرار دولت الکترونیک استفاده می شود، افزود: بر اساس این

موتورهای جستجوی بومی را بر محتوای خبری متمرکز کنیم



مجری طرح جویشگر بومی، خبر را پر بازدیدترین بخش جستجوی فارسی زبان دانست و گفت: اگر موتورهای جستجوی بومی را روی این خدمات متمرکز کنیم امکان موفقیت افزایش می یابد. به گزارش خبرنگار سینتا، دکتر یاری، در آیین رونمایی از نسخه تجاری پارسی جو، در زمینه اکوسامانه فضای اطلاعاتی جویشگر، گفت: فضای اطلاعات اینترنت محدود به صفحات وب نیست بلکه در بسیاری موارد شامل اطلاعات محلی هم می شود.

وی با اشاره به تعداد وب سایت های پر بازدید در ایران، گفت: ۶۰ درصد بازدید این سایت ها در ایران است و از این نظر باید به محتوا نیز توجه داشت. یاری خبر را پر بازدیدترین بخش جستجوی فارسی زبان دانست و گفت: اگر موتورهای جستجوی بومی را روی این خدمات متمرکز کنیم امکان موفقیت افزایش می یابد. وی با بیان اینکه گوگل کاربران خاص خود را دارد، افزود: ما هم باید کاربران خاص خود را داشته باشیم و بر اساس نوع کاربرد به مخاطبان خدمت آرایه دادوی با تأکید به تقویت و حمایت از تجمع کنندگان داده بومی گفت: حمایت طرح جویشگر باید به شکلی باشد تا محتوا و جویشگرها با هم توسعه یابند.

یاری ادامه داد: جویشگرها ابعاد مختلفی دارد و باید تمام مسایل را دید. از این رو نقشه راه در سه گام طراحی شد. فاز اول برنامه ریزی است که اخیراً تمام شد و هم اکنون در فاز شروع پروژه ها و شکل گیری دستاوردها هستیم.

وی باز خورد مخاطبان را باعث رشد جویشگر دانست و گفت: وقتی طرح تجاری سازی شد، دیگر حمایت دولت کامل شده است و این موتور جذب صنعت می شود؛ بازار جستجوی ایران بازار پرسودی است که جای کار دارد.

یاری از دریافت ۱۰۷ پیشنهاد در زمینه طرح جستجوی بومی خبر داد و گفت: ۲۶ شرکت و ۲۲ دانشگاه در این زمینه شرکت کردند که بیش از ۵۰ درصد محصول آماده داشتند پس زمینه فعالیت وجود دارد که با هم مشارکت کنند.

وی در پایان اظهار داشت: ۱۵ درصد طرح انجام شده است و پروژه های مرحله اول ۱۵ پروژه محصول محور بوده است که پارسی جو یکی از آن ها است.

جویشگر بومی یکی از ابزارهای شبکه ملی اطلاعات است



مخاطب ایرانی بر اساس نیاز آن اطلاعات داد. فیروزآبادی با بیان اینکه جویشگر تنها نیست بلکه شامل کسب و کارها هم می شود، ادامه داد: بازار کسب و کار ICT امکان بزرگ شدن تا چهار برابر را دارد.

وی با اشاره به فرصت ایجاد شده در دولت یازدهم، گفت: سیاست دولت و شرایط برجام فرصت خوبی است که بازار داخلی را ارتقای سه تا چهار برابری داد و با تصمیمات لازم می توان این شرایط را به وجود آورد.

وی در پایان خاطر نشان کرد: دولت در حد سیاستگذاری می تواند حمایت کند و برای آغاز باید در حوزه هایی وارد شد که بومی است که بیشتر شامل خدماتی، سرگرمی و جویشگرها می شود.

رییس مرکز ملی فضای مجازی با ابراز امیدواری نسبت به حضور جویشگر بومی در کشور، گفت: متأسفانه اندازه بازار ICT در کشور محدود است و در حد و اندازه اقتصاد ملی نیست.

به گزارش خبرنگار سینتا، دکتر سید ابوالحسن فیروزآبادی، دبیر شورای عالی و رییس مرکز فضای مجازی کشور در آیین رونمایی از نسخه تجاری «پارسی جو»، با بیان اینکه جویشگر بومی یکی از ابزارهای شبکه ملی اطلاعات است، اظهار داشت: برای حمایت از جویشگر بومی ضروری است بانک های اطلاعاتی را در دسترس قرار داد.

وی با تأکید به مشارکت تمام گروه ها در این زمینه، گفت: مدل های اقتصادی بومی طراحی کنید تا به

دانشکده پست و مخابرات یکی

از مهمترین اهرم‌های تربیت نیروی

انسانی است

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات، اظهار داشت: دانشکده‌ی علمی - کاربردی پست و مخابرات نیز یکی از مهمترین اهرم‌های تربیت نیروی انسانی در حوزه‌ی ICT به شمار می‌رود که تیم جدید مدیریتی ما از ترم گذشته آغاز به کار کردند. دکتر محمود واعظی در گفت‌وگوی اختصاصی با خبرنگار سینتا، در پاسخ به این سوال که برای تربیت نیروی انسانی در حوزه‌ی فناوری اطلاعات و ارتباطات چه تدابیری اندیشیده‌اید؟ گفت: برای تربیت نیروی انسانی در این بخش، تشکیل و حمایت از گروه‌های کاربردی در موضوعات تخصصی حوزه‌ی ICT را در اولویت قرار دادیم.



وزیر ارتباطات ادامه داد: علاوه بر آن، جوان‌سازی مجموعه‌ی مدیریتی در وزارت ICT و شرکت‌های تابعه را در دستور کار داشتیم که با این جوان‌سازی طبیعتاً نیروی انسانی با سطح اطلاعات بروز در این مجموعه وارد شد.

واعظی خاطر نشان کرد: از سوی دیگر با کمک به شرکت‌های دانش بنیان به نوعی به تربیت نیروی انسانی همت گمارده‌ایم.

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات، تاکید کرد: به نظر می‌رسد که در حال حاضر در داخل کشور و در حوزه‌ی ICT حمایت‌های خوبی به عمل آمده است و در این راستا، شرکت‌های دانش بنیان بسیاری تشکیل شده‌اند که باعث تربیت و توسعه‌ی نیروهای کارآمد در این حوزه شده است.

دکتر واعظی اظهار داشت: دانشکده‌ی علمی - کاربردی پست و مخابرات نیز یکی از مهمترین اهرم‌های تربیت نیروی انسانی متخصص در این حوزه به شمار می‌رود که تیم جدید مدیریتی ما از ترم گذشته آغاز به کار کردند.

واعظی ادامه داد: ما برای ترم جدید نیز کمک شایانی به دانشکده کرده‌ایم و امیدوارم با یاری خداوند متعال و تلاش تیم مدیریتی این دانشکده، نهایتاً بتوانند با نقش موثری به تربیت نیروی انسانی همت بگمارند.



تنظیم دستورالعمل نحوه استفاده

مسوولان از گوشی‌های هوشمند

رئیس سازمان پدافند غیر عامل با بیان اینکه دستورالعمل استفاده از گوشی‌های هوشمند مسئولین تنظیم شده است، اظهار کرد: مخالف شبکه‌های اجتماعی نیستیم و می‌توان به عنوان فرصت از آن‌ها استفاده کرد.

به گزارش خبرنگار سینتا، سردار غلامرضا جلالی، در نشست خبری که پیرامون دوازدهمین سالگرد پدافند غیر عامل کشور و همایش سراسری پدافند غیر عامل وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات برگزار شد، در ارتباط با اینکه چه میزان از پدافند غیر عامل به تلفن هوشمند مربوط می‌شود؟ توضیح داد: یک فناوری جدید سایبری ایجاد شده است که تاثیر خود را بر روی تمام فضاهای مربوط می‌گذارد.

وی افزود: در سند‌های مربوط به سایبری کشورهای پیشرفته نیز استفاده هوشمند از ابزار و ارتقا سطح دانش سایبری مسئولان آمده است؛ گوشی هوشمند ایجاد ورود اطلاعات شخصی می‌کند و این موضوع موجب خروج نا به هنگام اطلاعات شخصی نیز می‌شود.

جلالی در ارتباط با نحوه استفاده از گوشی‌های هوشمند مسئولین پاسخ داد: یک دستورالعمل آماده کرده‌ایم که نحوه عملکرد گوشی هوشمند در سازمان‌هایی که اطلاعات آن‌ها طبقه بندی شده است در آن قید شده است؛ البته در کنار این دستورالعمل باید زیرساخت امنیتی آن نیز در کشور برقرار شود.

وی درباره امنیت و زیرساخت امنیتی کشور خاطر نشان کرد: برقراری امنیت در کشور بدون استفاده از نرم افزارهای غیر بومی دشوار است و در کنار این موضوع ساماندهی نرم افزارها با اهمیت است؛ همچنین یک مرکز ساخت نرم افزارهای بومی و دانش بنیان ایجاد کردیم که ما حاصل این تلاش‌ها در آینده به برقراری امنیت در کشور تبدیل خواهد شد که همکاری تمام مسئولین نیز باید صورت بگیرد.

رئیس سازمان پدافند غیر عامل کشور در پایان درباره شبکه‌های اجتماعی و فیلترینگ آن‌ها بیان کرد: شبکه‌های اجتماعی صرفاً تهدید به حساب نمی‌آید و می‌تواند فرصتی برای هر حوزه نیز باشد در این زمینه کمیته تعیین مصادیق مجرمانه در ارتباط با صفحات شبکه‌های غیر اخلاقی تصمیم خود را خواهد گرفت این را باید گفت که ما مخالف شبکه‌های اجتماعی و استفاده از آن‌ها توسط کاربران ایرانی نخواهیم بود.

بررسی پیشنهادات حوزه ICT برای قانون برنامه ششم توسعه



پنجمین جلسه کمیسیون فناوری اطلاعات، ارتباطات و اقتصاد رسانه با هدف بررسی پیشنهادات بخش ICT برای قانون برنامه ششم، هشتم آذرماه در اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران برگزار شد.

به گزارش سینتا، محمد رضا طلایی، رئیس کمیسیون فناوری اطلاعات، ارتباطات و اقتصاد رسانه در این جلسه با اشاره به اینکه در خصوص قانون برنامه ششم پیشنهادات اعضا به کمیسیون رسیده و مورد جمع بندی قرار گرفته است، گفت: برای قانون برنامه ششم پیشنهاد می‌شود تا در بحث آموزش IT، برنامه‌های آموزشی وزارت آموزش و پرورش ملاک قرار گرفته شود و صدا و سیما نیز باید برنامه‌هایی را به صورت رایگان به امر آموزش IT اختصاص داده و همچنین وزارت علوم به ایجاد رشته‌های جدید در زمینه ICT بپردازد.

طلایی افزود: همچنین پیشنهاد می‌شود برای جلوگیری از ایجاد مشکلات در تامین و اعطای اعتبارات در بخش توسعه و نشر بازی‌های رایانه‌ای بومی راهکارهایی تدوین شود. به گفته طلایی، برنامه ششم باید به گونه‌ای نگاشته شود که در آن وزارت ارتباطات و فن آوری اطلاعات ملزم به تدوین نقشه راه ۵ ساله ICT تا پایان سال اول برنامه شده و همچنین تدوین استانداردهای حوزه امنیت اطلاعات سرعت بگیرد.

در ادامه پیشنهاد شد وزارت صنعت، معدن و تجارت با همکاری وزارت ارتباطات و فن آوری اطلاعات و وزارت امور اقتصادی و دارایی نسبت به تعیین شیوه‌ای برای تسهیل در مشارکت شرکت‌های داخلی با سرمایه‌گذاران خارجی در زنجیره تامین کالا و خدمات مورد نیاز کشور با لحاظ نمودن خدمات نگهداری و پشتیبانی معتبر پس از فروش اقدام نماید.



ساماندهی ۱۲۰۰ پروانه حوزه ثابت در دو بخش FCP و Servco

رییس سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، از ساماندهی حدود ۱۲۰۰ پروانه موجود در حوزه ثابت شامل PAP، PSTN، ISDP، ISP و VOIP در ابتدای سال ۹۳ در دو بخش FCP و Servco خبر داد.

به گزارش خبرنگار سینتا، دکتر عمیدیان، در مراسم اعطای پروانه «یجاد و بهره‌برداری از شبکه ارتباطات ثابت» FCP، گفت: در اولین مرحله، از ۱۸ متقاضی واجد شرایط اولیه FCP، به هفت شرکت آریا رسانه تدبیر (شاتل)، انتقال داده‌های آسیاتک، پارس آنلاین ارتباطات، انتقال داده‌های ندا گستر صبا پیشگامان توسعه ارتباطات، داده گستر عصر نوین و گسترش ارتباطات مینا پروانه اعطای می‌شود.

وی خاطر نشان کرد: تقاضای ۱۱ متقاضی باقیمانده نیز در حال بررسی است که امیدواریم تا بهمن به جمع‌بندی برسیم. با اشاره به سه رویکرد گذر از پروانه‌های مبتنی بر تکنولوژی به پروانه‌های بدون محدودیت تکنولوژی تا حد ممکن، پروانه‌های تک سرویسی به چندسرویسی و پروانه‌های استانی به سراسری در صدور پروانه FCP پس از تصویب در کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات اظهار داشت: در نهایت کمیسیون تنظیم مقررات صدور پروانه را در دو قالب شبکه ارتباطات ثابت (FCP) و ارائه خدمات ارتباطی ثابت (Servco) تصویب کرد.

وی در این زمینه با بیان تجربه جهانی افزود: روند جهانی

مدتی است که به سمت جداسازی لایه شبکه و سرویس پیش رفته و در آن معمولاً تعداد معدودی از اپراتورها با تمرکز روی شبکه، از سرمایه‌گذاری‌های غیراقتصادی پرهیز کرده و به این ترتیب با شکل‌گیری اپراتورهای بزرگ، صرفه اقتصادی به همراه دارد. عمیدیان در ادامه با اشاره به استفاده از مشاوران داخلی و نظرخواهی گسترده از فعالان و ذینفعان این حوزه، بیان کرد: در فاز مطالعاتی از تجربه سایر کشورها و نظرات مشاوران خارجی هم استفاده کردیم.

وی با بیان این که در صدور پروانه FCP و Servco، علاوه بر بهبود فضای کسب و کار، افزایش سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، توسعه دسترسی مردم به خدمات ICT و رقابتی کردن تعرفه‌ها را مدنظر داشتیم، ادامه داد: شفاف‌سازی زنجیره ارائه خدمات بر بستر ارتباطات ثابت از طریق تفکیک لایه شبکه در قالب پروانه FCP و لایه خدمات در قالب پروانه Servco، فراهم کردن شرایط حضور سرمایه‌گذاران و بازیگران جدید؛ سراسری کردن پروانه‌ها و حذف موانع دست و پاگیر؛ حذف وابستگی پروانه‌ها به فناوری و سرویس خاص تا حد امکان؛ از جمله اهداف ما در این خصوص بوده است.

عمیدیان ساماندهی بخش ثابت در قالب پروانه‌های FCP و Servco را بخشی از یک پازل بزرگتر برای اصلاح ساختار بخش ICT کشور دانست و گفت: با در نظر گرفتن الزامات

شبکه ملی اطلاعات و اعطای مجوز نسل‌های سوم و چهارم در بخش موبایل و ورود پروانه‌های MVNO و اجرای MNP، بخش موبایل ساماندهی می‌شود که باز مینه‌سازیهائی که برای همگرایی ثابت و موبایل در پروانه‌های MVNO، تبدیل وایمکس به TD-LTE و پروانه عمده‌فروشی TD-LTE انجام شده است، طی یکسال آینده کامل خواهد شد.

وی با بیان این که اصول حاکم بر پروانه عمده‌فروشی TD-LTE در جلسه دیروز کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات تصویب شد، گفت: براساس آن سه باند فرکانسی ۲۳۰۰، ۲۶۰۰ و ۳۵۰۰ به مزایده گذاشته خواهد شد که در باند ۲۳۰۰ امتیازات خاصی برای مجموعه شرکتهای دارنده پروانه FCP در نظر گرفته شده که این موضوع می‌تواند به کاهش وابستگی اپراتورهای FCP به سیم‌مسی، کمک کند.

رییس سازمان تنظیم مقررات با اشاره به تدوین و اجرای مقررات SMP، تعیین تکلیف مراکز داده، CDN ها و OTT ها پیش‌بینی کرد تا پایان سال ۱۳۹۵ چهره کاملاً جدید بخش ICT کشور و رگولاتوری به نمایش گذاشته شود.

تحول در ارائه خدمات ارتباطی با صدور پروانه‌های FCP



رئیس هیات مدیره شاتل، گفت: پروانه FCP تحولات زیادی ایجاد خواهد کرد و به دارندگان این پروانه امکان ارائه سرویس با حداقل یک پنجم تعرفه مخابرات را می‌دهد و قیمت تمام شده مشترکان نیز شدیداً کاهش می‌یابد یا کیفیت آنها افزایش خواهد یافت.

به گزارش سینتا، محمدحسن شانه‌ساززاده در نشست خبری به مناسبت صدور پروانه FCP شاتل افزود: با راه‌اندازی شبکه FTTC شاتل، تحول بزرگی در ارائه سرویس به مشترکان ایجاد خواهد شد و امیدواریم تا هفت ماه پس از شروع این پروژه ۷۰ درصد کلان‌شهرهای کشور را تحت پوشش قرار دهیم. وی اظهار داشت: میزان سرمایه‌گذاری برآورد شده برای راه‌اندازی این پروژه در شهر تبریز ۱۰۳ میلیارد تومان و برای تهران کمتر از ۷۰۰ میلیارد تومان است تا بتوانیم این سرویس را برای تقریباً ۷۰ درصد جمعیت این شهرها عرضه کنیم و راه‌اندازی این پروژه در بقیه استان‌ها نیز در حال پیگیری است. وی ارائه سرویس‌های FTTC را از ویژگی‌های اصلی پروانه FCP عنوان کرد و گفت: ما در شاتل برنامه

مفصلی برای ارائه خدمات FTTC داریم و در این باره با ۱۵ استاندار کشور توافق‌های اولیه صورت گرفته و با شهرداری‌های تبریز و تهران در مرحله عقد قرارداد هستیم.

شانه‌ساززاده ضمن قدردانی از وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و سازمان تنظیم مقررات برای مشارکت با بخش خصوصی در تدوین و صدور پروانه‌های FCP مستقل از فناوری، اجازه ایجاد شبکه فیبر نوری در دو لایه EDGE و دسترسی را از مهمترین دستاوردهای این پروانه عنوان کرد و گفت: در این دو لایه اجازه ایجاد شبکه داریم و اگر بتوانیم در لایه EDGE، ظرفیت انتقال ایجاد کنیم، کمک بسیار به اپراتورهای FCP برای ارائه سرویس خواهد بود.

با ایجاد شبکه فیبر، روی کیفیت و قیمت تفاوت‌های زیادی می‌توانیم ایجاد کنیم. وی افزود: در حال حاضر لینک انتقال را با ظرفیت دو مگ از مخابرات دریافت می‌کنیم در صورتی که حداقل انتظار یک مشترک نهایی از سرویس هشت و ۱۰ مگ است و مشترک به چندین برابر کانال‌هایی که با صف طولانی به ما تخصیص داده می‌شود، نیاز دارد.

وی گفت: پروانه جدید اجازه ورود ما به حوزه تلفن ثابت را نیز داده است و قابلیت ترابردپذیری نیز دارد و می‌توانیم شماره‌ها را منتقل کنیم و کاربران می‌توانند روی گوشی هوشمند خود یا براساس IP در محل‌های مختلف از این خدمات استفاده کنند. ضمن اینکه تعرفه آن کمتر از تعرفه‌های فعلی مخابرات خواهد بود که مخابرات ادعای زیان‌ده بودن آن را دارد.

شانه‌ساززاده افزود: فقط رگولاتوری برای ما محدودیت فاصله ۱۰ درصدی با تعرفه‌های مخابراتی را قرار داده است که اگر آن را افزایش بدهد باز هم می‌توانیم کمتر از قیمت‌های فعلی مخابرات خدمات ارائه بدهیم و کیفیت آن نیز بسیار متمایز خواهد بود و شامل سرویس‌های ارزش افزوده نیز می‌شود.

وی از ارائه خدمات تلفن ثابت در مناطق کم‌برخوردار در گام نخست خبر داد و گفت: در نقاطی که مخابرات شبکه خود را توسعه نداده و تقاضای بازار نیز وجود دارد، سرویس خود را عرضه خواهیم کرد و سپس وارد فضاهای رقابتی در کلان شهرها خواهیم شد.



مسعود فاتح

پروفسور یارعلی، عضو ارشد دانشگاه ایالتی MSU کنتاکی:

همراهی ایران با پیشرفت های جهانی در حوزه 4G و 5G مستلزم اتخاذ تصمیم های انقلابی است

این استاد برجسته دانشگاهی که در سال های حضور در ایران عهده دار مسوولیت در گروه مخابرات سیار مرکز تحقیقات مخابرات ایران بوده است، به تازگی کتابی با عنوان «4G و بالاتر: پوشش شبکه ها، اجزا و سرویس ها» نوشته است که مورد توجه مجامع علمی و اجرایی این حوزه در دنیا قرار گرفته و به عنوان منبع توسعه برخی اپراتورهای مطرح دنیا مورد نظر مدیران اپراتورها قرار گرفته است.

در ادامه گفت و گوی اینترنتی ماهنامه نسل چهارم با پروفسور عبدالرحمن یارعلی را می خوانید:

پروفسور عبدالرحمان یارعلی، عضو ارشد، استاد و مشاور فنی دانشکده مهندسی دانشگاه Murray State ایالت کنتاکی آمریکا و محقق ارشد که کتب و مقالات متعدد دانشگاهی در حوزه نسل های بالای تلفن همراه در سوابقش وجود دارد، به عنوان چهره ای شناخته شده در حوزه طراحی، توسعه و بهینه سازی شبکه های بی سیم موبایل در آمریکا و حتی در سطح دنیا مطرح است. وی عهده دار مدیریت پروژه های متعددی در حوزه طراحی و بهینه سازی سیستم های ارتباطی بی سیم موبایلی برای اپراتورهای مطرح تلفن همراه همچون Sprint PCS و lucent, AT&T, NORTEL در آمریکا بوده است.



با توجه به سفر اخیر جنابعالی به ایران و برگزاری جلسات موثر و کاربردی با دست اندرکاران حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات، ارزیابی شما از وضعیت فعلی پیاده سازی 3G و 4G در ایران چیست؟ جایگاه فعلی ایران در دسترسی به تکنولوژی های نسل بالای تلفن همراه در مقایسه با میانگین جهانی و کشورهای توسعه یافته چگونه است و چه پارامترهایی باید مدنظر قرار گیرد؟

همانطوری که می دانید تا به حال تقریباً به طور متوسط هر ۱۰ سال پنجره زمانی، گذر یک نسل از ارتباطات سیار به نسل بالاتر اتفاق افتاده است. نیاز و انتظارات کاربران و اپراتورهای تلفن همراه برای هر نسل متفاوت و تقریباً محدود به یک سری سرویس ها و کاربردها مثلاً پوشش (Coverage)، سرعت دیتا (Data Rate) و یا تاخیر کم (Minimum Delay) بوده است. پیاده سازی نسل سوم CDMA 2000 یا UMTS تقریباً در دنیا با مشکلات مواجه شد، چون تکنولوژی جدیدی در صنعت موبایل برای این نسل ارائه نشد و فقط تنها با بهینه سازی تکنولوژی های قبلی مثل CDMA یا GSM بسنده شد و نیازها و انتظارات سرعت دیتا برآورده نشد.

در گذر به نسل چهارم موبایل با یک اتفاق بسیار موفق که در حقیقت نقطه عطف این پروسه نیز می باشد مواجه شدیم و آن «اتفاق نظر» همگانی و جهانی بر روی یک تکنولوژی به نام LTE برای نسل بعد از به اصطلاح 3G بود. اگر چه تکنولوژی LTE با مشخصات ارائه شده توسط اپراتورها به عنوان نسل چهارم در ابتدا مورد قبول ITU قرار نگرفت، (به دلیل سرعت دیتا و محدودیت رومینگ) ولی نهایتاً اپراتورهای قوی و کلان خصوصاً در آمریکا مانند Verizon و AT&T، با فشار و لابی ITU را وادار به تعظیم و قبول LTE به عنوان تکنولوژی نسل چهارم کردند.

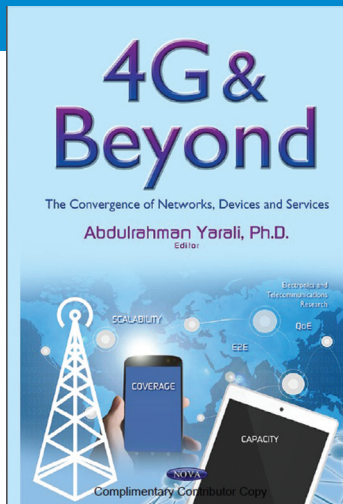
معرفی LTE با سرعت ۲۰ Mbps و ۵ Mbps و محدودیت های رومینگ حتی نزدیک به شاخصه های لازم و معرفی شده نسل چهارم توسط ITU نبود. معرفی LTE به عنوان نسل چهارم در حقیقت یک موضوع بازاریابی در صنعت موبایل بود. همانطوری که می دانید رشد صنعت موبایل سالانه در حدود ۵۰ تا ۶۰ درصد می باشد و در کشور های

غربی عاملی موثر بر بخش های اقتصادی دیگر در کشورها بوده است. در حال حاضر در حدود ۴۲۵ شبکه فعال تجاری (Commercial) نسل LTE در ۸۸ کشور دنیا پیاده سازی شده است و آمریکا بیشترین سهم از تعداد کاربران و پوشش LTE را دارا می باشد؛ اگر چه اولین کشور در پیاده سازی LTE نبوده است.

لازم به ذکر است که در پروسه ارتقا تکنولوژی LTE با استفاده از یک سری تکنولوژی های ابداعی (Small Innovations) مثل MIMO، تجمع باند (Carrier Aggregation) و COMP عملکرد شبکه های LTE در ارائه سرویس ها و کاربردها با سرعت بالاتر و کیفیت بهتر قابل قبول تر شده است ولی هنوز فاصله زیادی با شاخصه های ارائه شده اولیه نسل چهارم توسط ITU دارند. به طور کل اهداف ارتقا و پیاده سازی نسل های سوم و چهارم در حیطه استفاده کاربران از پهنای باند وسیع (Broad Band) بودن و اتصال (Connectivity) و تراکم و تجمع (Densification)، دستگاه ها (Devices)، حسگرها (Sensors)

با توجه به هزینه های اولیه لازم جهت راه اندازی شبکه و یا ارتقاء ساختار شبکه ها به نسل های بالا، امروزه بسیار سخت است که یک اپراتور بخواهد ریسک سرمایه گذاری را بپذیرد، لذا مالکیت شبکه ارتباطات سیار برای یک اپراتور به عنوان یک برگ برنده مطرح نیست، زیرا تغییر و تحول تکنولوژی های موبایل چنان سریع و مقررات دولتی چنان سخت است که اپراتورها مسیر اشتراکی سرمایه گذاری برای توسعه را دنبال می کنند.

۱ GHZ در فرکانس های میلی متری، بسیاری از مشکلات ظرفیتی و سرعت دیتا مرتفع خواهد شد. در مورد نسل های سوم و چهارم موبایل و فرکانس های مورد استفاده در کشورهای مختلف هماهنگی وجود ندارد. برای مثال در آمریکا اپراتورهای AT&T و Verizon دو باند متفاوت ۷۰۰ مگا هرتز و ۲ گیگا هرتز استفاده می کنند و همین باعث مشکلات رومینگ می شود. اضافه بر استفاده از باند فرکانسی متفاوت، بعضی از کشورها مثل چین از TDD استفاده می کنند؛ در حالی که اکثر کشورهای دیگر مثل آمریکا از FDD استفاده می کنند. برای تحقق رومینگ کامل باید موبایلی طراحی شود که در همه باند های فرکانسی عمل نماید و این در حال حاضر به لحاظ تکنیکی و هزینه امکان پذیر نخواهد بود.



و اتوماسیون مورد نظر نبود، ولی دایره نیازها و شاخصه های مطرح در شبکه های نسل پنجم بسیار متفاوت، فراتر و پیچیده تر از 4G خواهد بود، لذا مسوولان مخابراتی در جمهوری اسلامی ایران برای همراه شدن با پیشرفت ها و بهره وری از این صنعت نیاز به اتخاذ تصمیمات انقلابی دارند. رشد تلفن ثابت در ایران در سال ۲۰۱۳ تنها ۱،۹ درصد بوده است. رشد بازار موبایل در ایران به دلایل مختلف بسیار پایین تر از پتانسیل موجود در کشور می باشد. عدم دسترسی به اینترنت بین الملل با سرعت بالا، بعضا مقررات دولتی و عدم دسترسی به تجهیزات پیشرفته بعضی از موانع در این حوزه می باشند، ولی با توجه به شرایط حاکم در کشور بهینه سازی BTS های موجود، تخصیص فرکانس بیشتر و از همه مهمتر انتقال بار شبکه موبایل به شبکه های کوچک تر مثل Wifi، WiGig و Femtocell از مهمترین مواردی است که باید مد نظر قرار گیرد. استفاده کاربران از شبکه موبایل با درصد بالا (حدود ۶۰ درصد اوقات) در محل مسکونی، ادارات و Indoor می باشد. بنابراین با ایجاد شبکه های hot spot و ارائه موبایل هایی با قابلیت دسترسی به شبکه های متفاوت می توان کیفیت شبکه ها را از لحاظ ظرفیت و سرعت بالابرد. در نهایت می توان گفت که نسل پنجم (5G) موبایل یک گذر انقلابی در صنعت موبایل و مجزا از LTE خواهد بود.

همانگونه که مستحضرد؛ سه اپراتور تلفن همراه در ایران با شبکه های مستقل و مجزا به ارائه خدمت مشغولند و طبیعتا در توسعه شبکه و گذر از نسل فعلی به نسل های بالاتر با مشکلات توسعه ای مواجه اند. پیشنهاد شما به اپراتور هادر راستای استفاده از ظرفیت های متقابل همدیگر چیست و اپراتورهای موفق در دنیا با شیوه های نسبت به توسعه شبکه با استفاده از ظرفیت های متقابل، مبادرت می ورزند؟

شبکه نسل بالای تلفن همراه، اختصاص فرکانس مطلوب به اپراتورهاست، به صورت معمول در دنیا چه باند فرکانسی برای نسل سوم و چهارم شبکه تلفن همراه اختصاص می یابد و با اختصاص باند فرکانسی پایین تر تا چه میزان توسعه شبکه با سرعت بیشتر و هزینه کمتر انجام خواهد شد؟

در حال حاضر چالش ها و چشم انداز های موجود در صنعت ارتباطات سیار بسیار پیچیده تر و متفاوت از دو دهه و حتی یک دهه پیش است. امروزه شرکت هایی در این صنعت که سالانه بیش از یک تریلیون دلار درآمدزایی دارند موفق خواهند بود که علاوه بر رقابت با یکدیگر بتوانند همکاری ها و اشتراکاتی را جهت ادامه فعالیت در بازار موبایل و نیز درآمدزایی بیشتر با هم داشته باشند. با توجه به هزینه های اولیه لازم جهت راه اندازی شبکه و یا ارتقاء ساختار شبکه ها به نسل های بالا، امروزه بسیار سخت است که یک اپراتور بخواهد ریسک سرمایه گذاری را بپذیرد، لذا مالکیت شبکه ارتباطات سیار برای یک اپراتور به عنوان یک برگ برنده یا کلان بودن آن اپراتور مطرح نیست، زیرا تغییر و تحول تکنولوژی های موبایل چنان سریع و مقررات دولتی چنان سخت است که اپراتورها مسیر اشتراکی سرمایه گذاری برای راه اندازی، نگهداری و عملیات و گسترش را دنبال می کنند. اشتراک شبکه و یا بخشی از شبکه مثلا Radio access network eNodeB، پهنای باند، رومینگ و غیره با توافق و تشکیل یک تیم مدیریتی می تواند در کاستن هزینه های OPEX، جلوگیری از هزینه های زائد و چند باره CAPEX در هنگام گسترش پوشش یا ارتقا به نسل های بعدی، پایین آمدن شارژ و هزینه کاربران و در نهایت افزایش کاربران و بسیار نکات

موضوع ارتباط تکنولوژی های موبایل و فرکانس، بسیار عمیق و تنگاتنگ است. در صنعت موبایل ما می گوئیم که این ارتباط در حد «زدواج» است و فرکانس در حقیقت مشابه اکسیژن برای ارتباطات سیار می باشد. در نسل های دوم، سوم و چهارم، باند فرکانس از ۴۵۰ MHz تا کمتر از ۳GHz تخصیص داده شده است. باندهای فرکانس پایین از پوشش و نفوذ بهتر و نیز انعطاف پذیری بهتر در انتقال از 4G به 5G بهره مند هستند، ولی تکنولوژی های جدید برای ۵G، نیاز به فرکانس های بالا دارد. اگر چه امواج میلی متری بین ۳۰۰-۶ GHz (m m wave) از لحاظ انتشار و بلوک شدن مشکلات فراوانی دارند، ولی با استفاده از آنتن ها با Gain بالا و المان های زیاد جهت Beamforming می توان بر بسیاری از این مشکلات فائق آمد. با تخصیص باند فرکانس بیشتر تا حدود ۷۰۰ MHz تا

در نهایت پیشنهادهای شما برای گذر از شرایط فعلی و ایجاد شبکه‌ی نسل بالای تلفن همراه در ایران با حداکثر ظرفیت که با حداقل هزینه امکان انتقال به نسل پنجم نیز داشته باشد، چیست؟

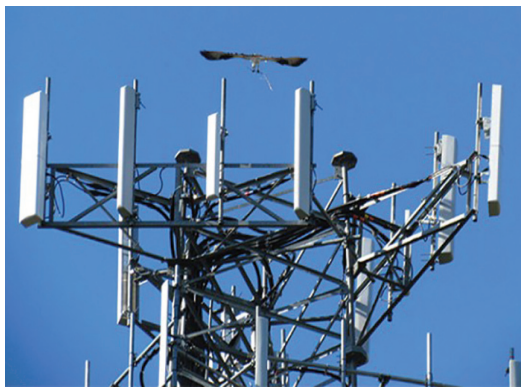


نکته بسیار مهم و جالب در مسیر پیاده سازی نسل پنجم موبایل این است که تقریباً از همه جوانب حمایت شود و دولت در طرح و توسعه آن دخیل باشد. دولت ها، اپراتورها، وندوره‌های سخت افزار و نرم افزار، دانشگاه ها و انستیتوهای آکادمیک با توجه به تخصیص بودجه و چشم انداز بسیار امیدوار کننده آن هر کدام به نحوی به دنبال به قول معروف «قسمتی از کیک» هستند و البته این امر یک بازی برد-برد می باشد.

نسل پنجم موبایل ادامه تکنولوژی های نسل چهارم نخواهد بود. نسل پنجم یعنی سرعت دیتا (صد برابر سرعت کنونی LTE)، اتصال (نه تنها انسان بلکه اشیا)، ظرفیت بسیار بالا (۵۰۰۰ برابر تا سال ۲۰۳۰)، ادغام بیلیون ها شبکه hot spot مشتمل بر WiGig, Femtocell, Picocell, سرویس های متنوع با نیاز های متفاوت و سرعت، تاخیر و ... وجود بیلیون ها حسگر (Sensor) در اوتوماسیون و ...

اگر چه در حال حاضر مسیر و نقشه راه مشخص و معینی به جز مباحث IMT۲۰۲۰ برای ساختار و تکنولوژی های لازم به طور قطع و یقین مطرح نشده است، ولی به لحاظ پیچیدگی و انتظارات پیشرفته نیاز به یک انقلاب در طراحی و پیاده سازی ساختار و دسترسی رادیویی برای این نسل می باشد. آنچه مسلم است باند فرکانس، افزایش راندمان و بهتر عملکرد بهتر شبکه در سرعت و ظرفیت لازم آینده موثر خواهند بود، ولی ضریب تاثیر این دو جوابگوی نیاز ۱۰۰۰ برابری ظرفیت تا سال ۲۰۲۰ را نخواهد داشت. بنابراین با ایده و طرح سلولهای کوچک (Small Cells) به عنوان زیرساخت پیاده سازی این نسل تحقیقات ادامه خواهد داشت.

درباره گذر شبکه های موجود در ایران به نسل پنجم می توان گفت مشکلات عدیده ای من جمله مقررات حاکم بر اینترنت و اپراتورها، عدم دسترسی به تجهیزات پیشرفته و از همه مهمتر اهمیت ندادن به نظر و خواسته کاربر می باشد. شاید بتوان با سرعت بالای اینترنت و ایجاد شبکه های کوچک Wifi و Femtocell بسیاری از نیازهای ارتباطی کاربران را برطرف نمود و شاید رفع بعضی از محدودیت های سیاسی، اقتصادی که بر کشور حاکم بوده است، در آینده نزدیک زمینه شکوفایی برای شبکه های ارتباطی را فراهم نماید. تعدیل مقررات دولتی، تسهیل زمینه های رقابت و فراهم نمودن زمینه سرمایه گذاری های خارجی از عوامل مهم پیشرفت امر ارتباطات فناوری و اطلاعات است.



ایران در مسیر پیشرفت ارتباطات خصوصاً سیستم های موبایل، در جایگاه جهانی قابل توجهی با در نظر گرفتن پتانسیل های موجود در کشور قرار ندارد و لازم است که جهت پر کردن این نقصان اقدامات لازم انجام شود

مثبت دیگر و نتایج پیشرفته تر به همراه خواهد داشت. البته کار اشتراکی، کنترل و قدرت تصمیم گیری اپراتور را در چارچوب مقررات محدود می نماید. در مسیر اشتراکی شبکه ها گزینه های تجاری متفاوتی وجود دارد که اپراتورها بر اساس حیطه فعالیت و گستردگی خود می توانند تصمیم گیری نمایند. امروزه در کشور های پیشرفته مدل های اشتراکی بر اساس مدل تجاری، مدل جغرافیایی، مدل تکنولوژی و مدل پروسه سازی و راه اندازی بنا شده است.

به نظر شما اپراتورهای تلفن همراه در ایران از چه ظرفیت هایی برای حضور در بازار جهانی می توانند استفاده کنند و در این راستا چه آموزش های سخت افزاری و نرم افزاری برای آنها مفید فایده است؟

با در نظر گرفتن پیشرفت های سریع در تکنولوژی های موبایل، مصون ماندن از خسارت های تکنولوژی مخرب (Disruptive) و نیز درک صحیح از تاثیر زیاد بر خورداری از یک سیستم مخابراتی بر سایر بخش های جامعه می توان به این نتیجه رسید که پیشرفت کشور از لحاظ اقتصادی به نوعی در گرو پیشرفت فناوری اطلاعات و ارتباطات و مهم تر از آن همراه شدن با استانداردهای بین المللی مخابرات می باشد.

ایران در مسیر پیشرفت ارتباطات خصوصاً سیستم های موبایل در جایگاه جهانی قابل توجهی با در نظر گرفتن پتانسیل های موجود در کشور قرار ندارد و لازم است که جهت پر کردن این نقصان اقدامات لازم انجام شود. چنانچه ضعف های مدیریتی مخابرات، عدم توجه به رضایت و تجربه کاربران، عدم تعهد و مسئولیت پذیری، عدم وجود استراتژی صحیح برای بهینه سازی و ارائه سرویس های ارزش افزوده و برطرف شدن ترس از رقابت، برطرف شوند می توان تا اندازه ای زمینه را جهت رسیدن به نقطه جهش در مخابرات موبایل فراهم نمود.



فریده شریفزاده

موانع توسعه نسل بالای تلفن همراه
از نگاه مدیرعامل همراه اول؛

از جمع آوری آنتن های BTS توسط شهرداری تا اختصاص باند فرکانسی نامطلوب به اپراتورها



توقیف و جمع آوری آنتن های BTS همراه اول توسط شهرداری و جلوگیری از نصب آنتن های نسل سوم و چهارم در شهر تهران از سوی شورای شهر در این ماهها خبرساز شده است، چرا که توقیف و جلوگیری از نصب آنتن های BTS، توسعه تلفن همراه در کشور را با کندی مواجه کرده است.

چندی پیش وحید صدوقی مدیرعامل اپراتور اول ارتباطی کشور اعلام کرد که برای توسعه شبکه تلفن همراه با مشکلاتی مواجه شده و از جمله این مشکلات جمع آوری آنتن های BTS از سوی شهرداری است، تا آنجا که تنها در تهران بیش از ۳۰ سایت توقیف شده است. این در حالی است که برای ۳۰ میلیون مشترک تلفن همراه هوشمند برنامه ریزی شده و قرار است ظرفیت پهنای باند به میزان بسیار بالایی (به اندازه کل پهنای باند کشور) افزایش یابد.

بعد از اظهار نظر مدیرعامل اپراتور اول، یک عضو شورای شهر در جلسه علنی این شورا اعلام کرد، اجازه نمی دهد تهران به مزرعه دکل ها تبدیل شود و نباید شرکت ارتباطات سیار عقب ماندگی در اجرای وظایف خود را به گردن شهرداری بیندازد و باید زودتر از اینها نسبت به انتقال سایت ها به فیبر نوری اقدام می کرد؛ اظهاراتی که از سوی متخصصان حوزه مخابرات غیر کارشناسانه خوانده شد.

اظهاراتی از این دست، مربوط به یک اختلاف چند ساله بین شهرداری تهران و برخی اپراتورهای همراه همچون شرکت ارتباطات سیار ایران است. اسفند ماه سال گذشته وقتی این شرکت از سوی وزارت ارتباطات درباره اختلال شبکه های 3G و 4G اخطار دریافت کرد، مدیرعامل آن اعلام کرد که اختلالات به وجود آمده نه به دلیل نقائص در ایجاد این شبکه ها بلکه به دلیل جمع آوری دکل های مخابراتی از سوی شهرداری در مناطق مختلف بوده است.

وحید صدوقی، برخی اختلالات شبکه این اپراتور در حال حاضر را به دلیل جمع آوری دکل های مخابراتی از سوی شهرداری در مناطق مختلف می داند و معتقد است اینکه شهرداری سایت های مخابراتی را جمع آوری می کند، روند توسعه ارتباطات در کشور را با اختلال همراه کرده است.

وی تصریح کرد: وقتی ظرفیت، توسعه پیدا می کند و مشترکان افزوده می شوند باید ظرفیت سایت برای پوشش دهی متناسب باشد، علاوه بر آن در تهران هر روز آپارتمان سازی انجام می شود و ما نیز باید طراحی های سایت های خود را متناسب با آن تغییر دهیم. وقتی اجازه این ظرفیت سازی به همراه اول داده نشود با مشکل مواجه خواهیم شد.

وی همچنین اظهار کرد: من به صراحت می گویم که وقتی آنتن تلفن همراه پر باشد، این امر به نفع مشترکین خواهد بود، زیرا وقتی سیگنال ضعیف است گوشی های هوشمند توان بیشتری را صرف دریافت سیگنال می کنند.

مدیرعامل همراه اول با اشاره به اینکه در فاصله ۵۰ متری از منزل وی، یک دکل نصب شده است و در کنار اتاقش یک آنتن BTS دارد، گفت: این امر به این دلیل است که وقتی آنتن به تلفن همراه نزدیک تر باشد، تلفن برای دریافت سیگنال انرژی کمتری مصرف می کند که باعث صرفه جویی در مصرف باتری و دریافت کمتر تشعشعات زیان آور می شود.

صدوقی با تاکید بر این که گزارشی مبنی بر میزان زیان آور بودن تشعشعات موبایلی از سوی سازمان بهداشت جهانی ارائه نشده است، افزود: وقتی فاصله آنتن در جاده ها با موبایل ۱۰ کیلومتر است، کافی است دو دقیقه با تلفن همراه خود صحبت کنیم تا باتری تلفن داغ شود بنابراین ما به مشترکان پیشنهاد می دهیم که در این صورت تنها تماس های ضروری را برقرار کنند.

وی با تاکید بر این که همراه اول در نصب دکل های خود در شهرها استاندارد را رعایت می کند، اظهار کرد: در این زمینه علاوه بر سازمان انرژی اتمی، خود همراه اول نیز ۷۰ میدان مخابراتی در شهر تهران را مورد بررسی قرار داده است.

مدیرعامل همراه اول با بیان این که همه امواج از جمله امواج رادیویی، تلویزیون، موبایل و سایر فرستنده ها از سوی این اپراتور بررسی شده است، گفت: سیگنال یا چگالی امواج موبایل یک صدم استاندارد است.

صدوقی با اشاره به این که استاندارد یکی از مراکز تحقیقاتی آمریکا، چگالی امواج کلی تلویزیون، رادیو، موبایل تا ۴۷۰ را مجاز می داند، گفت: حداکثر چگالی امواج در تهران ۲۲ یا ۲۳ است که مجموعاً پنج درصد استاندارد می شود.

وی تصریح کرد: وقتی ظرفیت توسعه پیدا می کند و مشترکین افزوده می شوند باید ظرفیت سایت برای پوشش دهی متناسب باشد، علاوه بر آن در تهران هر روز آپارتمان سازی می شود و ما نیز باید طراحی های سایت های خود را متناسب با آن تغییر دهیم. وقتی اجازه این ظرفیت سازی به همراه اول داده نشود، با مشکل مواجه خواهیم شد.

مدیرعامل شرکت ارتباطات سیار پیش از این در گفت و گو با ماهنامه نسل چهارم با اشاره به مشکل فرکانسی این اپراتور برای توسعه نسل چهارم، گفته بود: از آن جا که باند ۲۶۰۰ مگاهرتز برای ارائه سرویس در نسل چهارم به ما اختصاص داده شده است طبیعتاً ارائه سرویس در این باند فرکانسی با مشکلات بیشتری همراه خواهد بود و طبیعتاً مشترکانی که بتوانند در این باند از سرویس های نسل چهارم استفاده نکنند نیز بسیار محدود خواهد شد؛ به عبارت دیگر تنها ۵ درصد از مشترکان امکان دریافت سرویس در این باند فرکانسی را خواهند داشت.

مهندس وحید صدوقی تاکید کرده بود: بحث هزینه، کیفیت و سرویس دهی به پهنای باند برمی گردد و در حال حاضر یکی از دغدغه های جدی وزارت ارتباطات و اپراتورها اختصاص باند پایین برای ارائه سرویس نسل های بالا توسط اپراتورهاست.

وی خاطر نشان کرد: باند ۷۰۰ و ۸۰۰ با ۳۰۰ مگاهرتز پهنای باند در صورت استفاده اپراتورها می تواند توسعه چشمگیری به همراه داشته باشد و ارائه سرویس در نسل های بالا را متحول کند.

وقتی BTS به
تلفن همراه
نزدیک تر
باشد، تلفن
برای دریافت
سیگنال انرژی
کمتری مصرف
می کند که باعث
صرفه جویی در
مصرف باتری و
دریافت کمتر
تشعشعات
زیان آور
می شود.

بحث هزینه،
کیفیت و
سرویس دهی
به پهنای باند
برمی گردد و در
حال حاضر یکی
از دغدغه های
جدی وزارت
ارتباطات و
اپراتورها
اختصاص
باند پایین
برای ارائه
سرویس نسل
های بالا توسط
اپراتورهاست.



انتقاد از سیاست شهرداری در جمع آوری برخی آنتن های BTS بدون ارائه مکان جایگزین؛

قضاتی، مشاور مدیرعامل شرکت مخابرات ایران:

کارگروه های شهرداری برای نصب دکل ها با تیم های فنی اپراتورها همکاری کنند



در بررسی های انجام شده از آنتن های BTS در سازمان تنظیم مقررات هیچ گونه موردی مبنی بر رعایت نکردن استاندارد تشعشعی این تجهیزات دیده نشده است و ظاهراً همه بررسی های انجام شده در رگولاتوری به سازمان انرژی اتمی ایران فرستاده و پس از بررسی های انجام شده، مورد تأیید آن سازمان نیز قرار گرفته است. وی همچنین با بیان اینکه تمام سیستم های مخابراتی به ویژه آنتن های موبایل برای ورود به بازار مورد تست و آزمایش قرار می گیرند و پس از آن مجوز ورود را اخذ می کنند، گفت: آنتن های BTS به خاطر توان اندکی که دارند با محیط زیست سازگارند، لذا مسئولان این موضوع را باید به صورت واضح برای مردم تشریح کنند تا اعتماد آنان در این خصوص جلب شود؛ در محیط زندگی ما روزانه ده ها وسیله که امواج الکترومغناطیس ساطع می کنند وجود دارد که آنها نیز مجوزهای لازم را براساس استانداردهای جهانی اخذ می کنند بنابراین به نظر می رسد جای نگرانی جدی برای شهروندان وجود ندارد.

مشاور مدیرعامل شرکت مخابرات ایران با تأکید بر اینکه سازمان تنظیم مقررات باید در رابطه با نصب آنتن های تلفن همراه توسط اپراتورها با تعیین استانداردهای کمی و کیفی تعیین تکلیف کند، گفت: موضوع ایمنی، نظم و زیبایی شهری از موضوعاتی است که باید در زمان نصب آنتن ها به صورت جدی مورد توجه اپراتورها قرار گیرد، چون در حال حاضر در بین اپراتورها بحث رقابت پررنگ تر است؛ تا موضوع همکاری برای استفاده مشترک از آنتن های یکدیگر.

مهندس جمشید قضاتی در گفت و گو با خبرنگار ماهنامه نسل چهارم گفت: نصب دکل های مخابراتی، دغدغه تازه ای نیست و سالهاست شهروندان و حتی برخی کارشناسان از تأثیرات آن بر سلامت شهروندان ابراز نگرانی می کنند و این در حالی است که ناچار به استفاده از این آنتن ها در سطح شهرها هستیم، اما مکان نصب آنتن ها باید به گونه ای باشد که اثرات سوء احتمالی آنها به حداقل برسد که ظاهراً طبق اعلام مسوولان اپراتورها، آنتن های موبایل با رعایت استاندارد جهانی در کشور نصب می شوند و خطر ساز بودن آنتن های تلفن همراه هیچ گاه تأیید نشده است.

قضاتی در عین حال با بیان اینکه استانداردهای جهانی و الگوهای خارجی در کشورهای توسعه یافته برای استفاده از دکل ها باید مورد استفاده قرار گیرد، تأکید کرد: در کشورهای مختلف نیز برای ارائه سرویس های تلفن همراه نیاز به این ابزار است، ولی در هر جایی توجه به استاندارد و بی خطر بودن این آنتن ها در اولویت قرار دارد و فرهنگ سازی لازم نیز در این زمینه باید انجام شود تا مردم اطمینان کاملی نسبت به آن پیدا کنند.

مشاور مدیرعامل شرکت مخابرات ایران با بیان اینکه این آنتن ها نباید بدون ضابطه در سطح شهر و به صورت بی رویه روی بام های منازل نصب شوند، تصریح کرد: در ایران نیز آنچه مسلم است آن است که باید نهاد سیاستگذار در این زمینه تعیین تکلیف کند که اپراتورها استانداردهای لازم را رعایت کنند و اگر اپراتوری (حتی سایر ادارات مثل ادارات برق منطقه ای) امکانات ویژه ای

دارند دیگر اپراتورها نیز بتوانند از امکانات اپراتور مربوطه استفاده کنند، طبیعی است استفاده اپراتورها از ساختارهای فیزیکی تجهیزات یکدیگر موجب کاهش هزینه های اضافی دیگر می شود و موضوع استفاده مشترک اپراتورها از سایت های یکدیگر موضوعی است که باید مورد توجه اپراتورها قرار گیرد.

وی با بیان اینکه سازمان تنظیم مقررات در جهت رعایت حال شهروندان و زیبا سازی شهر باید به طور جدی به اپراتورها تکلیف کند، بر ضرورت همکاری و همفکری شهرداری ها و بخشداری ها در رابطه با نصب آنتن های تلفن همراه تأکید کرد و گفت: کارگروه های شهرداری باید با تیم های فنی اپراتورها همکاری کنند تا در مسیر این همکاری هم خدمات ارتباطی به مردم به نحو احسن ارائه شود و هم زیبا سازی مطلوب شهری از این حیث مورد توجه قرار گیرد.

وی از سیاست فعلی شهرداری در پلمپ و جمع آوری برخی آنتن های شهری بدون ارائه راه حل و مکان جایگزین انتقاد کرد و افزود: وظیفه شهرداری خدمت به مردم است و تجهیز و تسهیل خدمات ارتباطی نیز یک نوع خدمت شهرداری محسوب می شود که البته در جاده ها و روستاها با چنین مشکلاتی مواجه نیستیم، ولی در شهرها و نقاط پرجمعیت این مشکل به صورت جدی وجود دارد.

قضاتی در بخشی از سخنان خود با تأکید بر اینکه باید مطالعات جامع تری در رابطه با آنتن های تلفن همراه و بی خطر بودن آن ها انجام شود و از جنبه های مختلف این موضوع مورد بررسی قرار بگیرد، اظهار کرد: در حال حاضر سازمان های مربوطه در این زمینه اظهار نظر کرده اند، ولی هنوز به طور صد درصد نمی توان گفت BTS ها مضر هستند یا بی خطر؛ بنابراین باید مطالعات لازم در این رابطه صورت گیرد و جانب احتیاط نیز در نظر گرفته شود. مشاور مدیرعامل شرکت مخابرات ایران در عین حال بیان کرد: البته تا آنجا که بنده اطلاع دارم در بررسی های انجام شده از آنتن های BTS در سازمان تنظیم مقررات هیچ گونه موردی مبنی بر رعایت نکردن استاندارد تشعشعی این تجهیزات دیده نشده است و ظاهراً همه بررسی های انجام شده در رگولاتوری به سازمان انرژی اتمی ایران فرستاده و پس از بررسی های انجام شده، مورد تأیید آن سازمان نیز قرار گرفته است. وی همچنین با بیان اینکه تمام سیستم های مخابراتی به ویژه آنتن های موبایل برای ورود به بازار مورد تست و آزمایش قرار می گیرند و پس از آن مجوز ورود را اخذ می کنند، گفت: آنتن های BTS به خاطر توان اندکی که دارند با محیط زیست سازگارند، لذا مسئولان این موضوع را باید به صورت واضح برای مردم تشریح کنند تا اعتماد آنان در این خصوص جلب شود؛ در محیط زندگی ما روزانه ده ها وسیله که امواج الکترومغناطیس ساطع می کنند وجود دارد که آنها نیز مجوزهای لازم را براساس استانداردهای جهانی اخذ می کنند بنابراین به نظر می رسد جای نگرانی جدی برای شهروندان وجود ندارد.

این کارشناس ارشد مخابرات با بیان اینکه رقابت اپراتورها برای نصب آنتن در شهرهای پرجمعیت همچنان زیاد است، تأکید کرد: خطر ساز بودن یا نبودن امواج الکترومغناطیسی آنتن های موبایل محل اختلاف بسیاری از سازمان ها، کارشناسان و حتی مسوولان شهری در کشور است که البته همین اختلاف نظرها نیز موجب سردرگمی اذهان عمومی است و بسیاری از مردم علیرغم اطمینان بخشی اپراتورها از نصب دکل های موبایل در اماکن مسکونی نگرانی داشته و مانع از این کار می شوند و این در حالی است که افزایش چشمگیر مشترکان تلفن همراه در سالهای اخیر، افزایش تعداد ایستگاه های آنتن موبایل در مناطق مسکونی را به امری اجتناب ناپذیر و اجباری تبدیل کرده است.



کرد و افزود: با این کار هم به منابع ملی کمک کرده و هم هزینه‌ها مدیریت شده و کاهش می‌یابد. با استفاده مشترک از آنتن‌ها در صرف هزینه‌های مستقل اپراتورها نیز صرفه جویی می‌شود؛ بنابراین به اعتقاد بنده سایت شیرینگ از فاکتورهایی است که می‌تواند برای استفاده بهینه از تکنولوژی‌های جدید در کشور کمک بزرگی باشد و از طرفی با اجرای پروژه رومینگ ملی، انقلابی در حوزه موبایل به وجود آمده است.

صدری در عین حال با بیان اینکه با نصب سایت‌های متعدد در یک مکان چهره شهر زشت می‌شود بر ضرورت زیباسازی در احداث سایت‌های جدید تاکید کرد و ادامه داد: افزایش چشمگیر مشترکان تلفن همراه در سال‌های اخیر، افزایش شمار ایستگاه‌های آنتن‌های موبایل را به امری اجتناب‌ناپذیر و اجباری تبدیل کرده است، بنابراین استفاده مشاع از آنتن‌ها که البته در حال انجام است می‌تواند با سرعت و شتاب بیشتری صورت گیرد؛ چون با این کار هزینه برق، اجاره و یا دیگر هزینه‌های جانبی نصب سایت‌ها بین سه اپراتور تقسیم می‌شود که ما نیز از این موضوع استقبال می‌کنیم.

وی ادامه داد: به عنوان نمونه برای احداث سایت‌های جاده‌ای به جز هزینه‌ای که برای تامین برق نیاز است فراهم کردن دیگر امکانات نیز بسیار هزینه بر است، ولی اگر این شبکه با دو اپراتور دیگر انجام شود، هزینه‌ها کاهش یافته و نتایج مطلوب تری نیز حاصل می‌شود چون هزینه‌هایی که توسط اپراتور ما و دو اپراتور دیگر برای احداث سایت جدید صرف می‌شود نهایتاً از جیب ملت است.

مدیرعامل اپراتور سوم تلفن همراه همچنین از افزایش تعداد سایت‌های این اپراتور به ۴۵۰۰ عدد تا پایان سال خبر داد و با بیان اینکه افزایش کیفیت سرویس‌ها باید در اولویت کاری اپراتورها قرار گیرد، تصریح کرد: بیشترین درآمد اپراتورهای دیگر مربوط به مکالمه است، ولی بیشتر هدف گذاری ما بر روی جذب مشترک دیتا است، ما نیز به عنوان اپراتور وظیفه داریم کیفیت سرویس‌هایمان را افزایش دهیم و از طرفی قیمت‌ها نیز مناسب باشد تا در سبد خانوارها جا بگیرد.

صدری در عین حال تاکید کرد: ما در حال حاضر همچنان در حال ادامه روند توسعه برای سایت‌ها و شبکه رایتل هستیم و طبق برنامه مدون این اپراتور، توسعه ما در حال انجام است و طبق برنامه در این زمینه پیش می‌رویم.

مدیرعامل اپراتور سوم تلفن همراه با بیان اینکه فرانکس فعلی که برای پیاده‌سازی نسل چهارم تلفن همراه به رایتل اختصاص یافته باند فرکانسی ۱۸۰۰ مگاهرتز است، گفت: البته در پروانه جدیدی که برای ارتقای پروانه خواهیم گرفت، باند فرکانسی ۲۶۰۰ مگاهرتز به ما تعلق خواهد گرفت، که هم‌اکنون اقدامات مربوط به آن در کمیسیون تنظیم مقررات انجام شده و کارهای الحاقیه آن نیز در حال انجام است.

اطلاع‌رسانی به موقع و کافی در خصوص مضر نبودن آنتن‌های BTS انجام نشده است

پیشنهاد‌های مدیرعامل رایتل برای توسعه هر چه سریع‌تر شبکه نسل بالای اپراتورها

مدیرعامل اپراتور سوم تلفن همراه، گفت: متأسفانه اطلاع‌رسانی به موقع و کافی در رابطه با استاندارد بودن آنتن‌های BTS و مضر نبودن آن‌ها انجام نشده است و مردم نیز از این آنتن‌ها همیشه واهمه دارند؛ این در حالی است که آنتن‌های تلفن همراه مجوزهای لازم را از نظر بی‌خطر بودن برای سلامتی مردم از مراکز مربوطه و از جمله وزارت بهداشت دریافت کرده‌اند، اما متأسفانه هنوز عامه مردم از این موضوع اطلاعی ندارند و فرهنگ سازی کافی در این رابطه انجام نشده است.

مهندس سید مجید صدری در گفت و گو با خبرنگار ماهنامه نسل چهارم درباره مشکلاتی که برای نصب آنتن‌های BTS برای اپراتورها وجود دارد، گفت: ما با شهرداری تعامل داریم و مشکلی در این زمینه نداریم، البته همیشه در کارهای اجرایی مشکلاتی وجود داشته و موانعی که در این زمینه به دلیل نارضایتی مردم از نصب این آنتن‌ها وجود دارد مربوط به امروز نیست بلکه از مدت‌ها قبل وجود داشته است.

وی با بیان اینکه متأسفانه اطلاع‌رسانی به موقع و کافی در رابطه با استاندارد بودن این آنتن‌ها و مضر نبودن آن‌ها به درستی انجام نشده است و مردم نیز از این آنتن‌ها همیشه واهمه دارند، تاکید کرد: این در حالی است که آنتن‌های تلفن همراه مجوزهای لازم را از نظر بی‌خطر بودن برای سلامتی مردم از مراکز مربوطه و از جمله وزارت بهداشت دریافت کرده‌اند، اما متأسفانه هنوز عامه مردم از این موضوع اطلاعی ندارند و فرهنگ سازی کافی در این رابطه انجام نشده است.

صدری درباره اینکه اپراتورهای موفق دنیا برای پیاده‌سازی شبکه با آنتن‌های کمتر بسیار موفق‌تر بودند، گفت: هر ساختاری طراحی خاصی برای شبکه خود دارد که باید بر اساس آن برنامه ریزی‌های لازم را انجام دهد، ما نیز بر اساس طرحی که داریم، عمل می‌کنیم، شبکه ما نسل سوم به بالاست و با وجود تحریم‌ها و مشکلات دیگری که داشتیم همچنان برنامه‌های توسعه‌ای خود را با سرعت و جدیت دنبال کردیم و از سویی با اجرای پروژه رومینگ ملی در کشور، این توسعه روند سریع‌تری به خود گرفته است.

مدیرعامل اپراتور سوم تلفن همراه همچنین با بیان اینکه در بحث پوشش جاده‌ای در مکان‌هایی که نتوانستیم توسعه انجام دهیم از رومینگ ملی استفاده کردیم، بر ضرورت جدی گرفتن سایت شیرینگ (استفاده مشترک اپراتورها از سایت‌های BTS همدیگر) در بین اپراتورها نیز تاکید

افزایش چشمگیر مشترکان تلفن همراه در سال‌های اخیر، افزایش شمار ایستگاه‌های آنتن‌های موبایل را به امری اجتناب‌ناپذیر و اجباری تبدیل کرده است، بنابراین استفاده مشاع از آنتن‌ها که البته در حال انجام است می‌تواند با سرعت و شتاب بیشتری صورت گیرد.

فرکانس فعلی که برای پیاده‌سازی نسل چهارم تلفن همراه به رایتل اختصاص یافته باند فرکانسی ۱۸۰۰ مگاهرتز است، البته در پروانه جدیدی که خواهیم گرفت، باند فرکانسی ۲۶۰۰ مگاهرتز به ما تعلق خواهد گرفت.



فریده شریفزاده

معاون بررسی‌های فنی و صدور پروانه سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی:

آزادسازی فرکانس‌های ۷۰۰ و ۸۰۰ مگاهرتز از صداوسیما در اولویت است

به دنبال تدوین ضوابط نصب دکل‌های BTS با هماهنگی شهرداری هستیم

معاون بررسی‌های فنی و صدور پروانه سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، در پاسخ به این سوال که ظاهراً باند فرکانسی که برای توسعه نسل بالا به اپراتورهای تلفن همراه اختصاص داده شده است نیاز به نصب تعداد بیشتری آنتن دارد و تعداد کمتری از گوشی‌های فعلی را پشتیبانی می‌کند، گفت: اپراتورهای تلفن همراه به میزانی که پهنای باند نیاز دارند به آن‌ها ارایه می‌دهیم، ولی باند فرکانسی محدود است، بنابراین باید آن پهنای باندی که در اختیار داریم را به نحو بهینه و کنترل شده‌ای استفاده کنیم و برای توسعه آینده نگری داشته باشیم.



صادق عباسی شاهکوه، در گفت و گو با خبرنگار ماهنامه نسل چهارم، افزود: باندهای فرکانسی که در دنیا برای موبایل استفاده می‌شود و خیلی با ارزش است همان باند فرکانسی ۷۰۰ و ۸۰۰ مگاهرتز است که در کشور ما در اختیار صداوسیما است، که البته برای ما محدودیت در این زمینه وجود دارد، چون مشکل باندهای فرکانسی این است که هر چه افزایش یابد برد کمتری دارد؛ بنابراین اپراتورها باند فرکانسی کمتر را می‌خواهند و این در حالی است که در شرایط فعلی اگر بخواهیم به اپراتورها فرکانس بدهیم مجبوریم به سمت باندهای فرکانسی بالاتر برویم.

وی با بیان اینکه رگولاتوری مایل به آزادسازی فرکانس‌های ۷۰۰ و ۸۰۰ مگاهرتز است، افزود: البته دیجیتالی شدن برنامه‌های تلویزیونی باعث

باندهای فرکانسی که در دنیا برای موبایل استفاده می‌شود و خیلی با ارزش است همان باند فرکانسی ۷۰۰ و ۸۰۰ مگاهرتز است که در کشور ما در اختیار صداوسیما است، که البته برای ما محدودیت در این زمینه وجود دارد، چون مشکل باندهای فرکانسی این است که هر چه افزایش یابد برد کمتری دارد؛ بنابراین اپراتورها باند فرکانسی کمتر را می‌خواهند و این در حالی است که در شرایط فعلی اگر بخواهیم به اپراتورها فرکانس بدهیم مجبوریم به سمت باندهای بالاتر برویم.

می‌شود این سازمان

به چنین فضای فرکانسی کمتر نیاز داشته باشد.

باندهای ۷۰۰ و ۸۰۰ مگاهرتز برای اپراتورهای همراه کشور بسیار پرارزش است، چون با این لایه فرکانسی پوشش مناطق محروم و دورافتاده و سرویس دهی ارتباطی به آنها از سوی اپراتورها به راحتی و با هزینه کمتری امکان پذیر می‌شود.

وی درباره مشکل نصب آنتن‌ها و معضلاتی که اپراتورها در این زمینه دارند نیز توضیح داد: جمع آوری آنتن‌ها کار درستی نیست، بلکه بحث ساماندهی آن‌ها مهم است. ما معتقدیم به اندازه کافی فضا برای ایجاد BTS و توسعه شبکه تلفن همراه فراهم می‌شود، ولی نیاز به ساماندهی دارد و اپراتورها باید سعی کنند سایت‌های مستقل نزنند بلکه این سایت‌ها را به اشتراک بگذارند و اگر در جایی دکل وجود دارد همه اپراتورها از آن استفاده کنند.

معاون بررسی‌های فنی و صدور پروانه سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، نصب آنتن‌ها و توجه به مساله زیبایی شهر در نصب دکل‌ها را موضوعی مهم عنوان کرد و افزود: برای موضوع تشعشعات و نگرانی‌هایی که در این زمینه وجود دارد استانداردهایی وجود دارد و مرجع تایید آن نیز سازمان انرژی اتمی است که بر اساس بررسی‌های آن مرکز مشکلی در رابطه با تشعشعات این آنتن‌ها نداریم و موارد ایمنی در نصب آن‌ها رعایت می‌شود؛ به عنوان مثال آنتن‌ها باید به گونه‌ای نصب شوند که تشعشع اصلی آن‌ها رو به پنجره خانه‌ها نباشد.

عباسی شاهکوه با بیان اینکه به دنبال ضوابطی برای دکل‌ها هستیم و مقرراتی را با هماهنگی با شهرداری تهران تدوین خواهیم کرد، گفت: در اصلاح پروانه‌های ایرانسل و مخابرات که در سال گذشته انجام دادیم به موضوع اشتراک دکل و زیرساخت‌ها اشاره کردیم. ما به دنبال آنیم که تعداد آنتن‌ها بی دلیل افزایش نیابد، البته تعداد BTSها در تهران شاید برای یک اپراتور کم باشد و در بعضی جاها پوشش آن کامل نباشد، ولی در عین حال هر اپراتوری لازم نیست در همه جا دکل بزند و بهتر است اپراتورها به صورت مشترک از آنتن‌های یکدیگر استفاده کنند؛ این کار نیاز به ساماندهی و هماهنگی بین دستگاه‌ها دارد که البته بخشی از این ساماندهی انجام شده ولی این کار به زمان نیاز دارد و شاید ظرف یک سال آینده نهایی شود و امیدواریم و البته در تلاشیم تا زودتر عملیاتی شود.

وی همچنین با بیان اینکه نصب دکل‌ها به ضوابط و مقررات زیادی نیاز دارد، تاکید کرد: اپراتورها در بعضی جاها مثل جاده‌ها که جمعیت زیادی ندارد برای اشتراک از این BTSها راغب هستند، ولی در شهرها و مراکزی که جمعیت زیادی دارد برای استفاده مشاع از آنتن‌های یکدیگر به دلیل رقابتی که در این زمینه با یکدیگر دارند تمایل چندانی به حضور اشتراکی ندارند.

وی با بیان اینکه با توجه به نیاز مردم برای سرعت بالای اینترنت، نیاز به فرکانس رو به افزایش است، اظهار کرد: اپراتورهای تلفن همراه برای ارایه خدمات و پوشش بهتر، نیازمند افزایش آنتن و دکل‌های خود هستند، از این رو موضوع استاندارد بودن این آنتن‌ها بیش از گذشته باید مد نظر قرار گیرد و از سویی باید به این موضوع نیز توجه بیشتری شود که برای کاهش خطرات و مضرات احتمالی آنتن‌های تلفن همراه باید تعداد آنتن‌ها افزایش یابد چون هر چه تعداد آنتن‌ها افزایش یابد، از قدرت امواج منتشر شده کاسته شده و این امر منجر به کاهش خطرات احتمالی ناشی از انتشار امواج رادیویی از سوی آنتن‌های BTS می‌شود.

معاون بررسی‌های فنی و صدور پروانه سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی در عین حال یادآور شد: اپراتورهای همراه به تناسب توسعه‌های که در شبکه خود ایجاد می‌کنند، در زمان نیاز فرکانس‌های مورد نیاز را در اختیار آن‌ها قرار می‌دهیم.

قاضی پور، عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی:

با استفاده مشاع اپراتورها از آنتن های تلفن همراه شاهد کاهش تداخل های فرکانسی خواهیم بود

طی سال های گذشته اپراتورهای تلفن همراه تلاش کرده اند با تامین تجهیزات و نصب سایت در نقاط مختلف، منطقه تحت پوشش خود را گسترش داده و امکان استفاده از خدمات خود را برای طیف گسترده تری از شهروندان مهیا کنند، اما با توجه به اصول مختلفی که در این زمینه وجود دارد اپراتورها موظف شدند قبل از نصب سایت های خود مجوزهای لازم را از سوی شهرداری دریافت کنند، موضوعی که در موارد مختلف در سربازی را برای اپراتورها به دنبال داشته و از طرفی اپراتورها نسبت به جانمایی آنتن ها نیز گله مندند.

اما نادر قاضی پور، عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی در گفت و گو با خبرنگار ماهنامه نسل چهارم با بیان اینکه تداخل امواجی که در حال حاضر شاهد آن هستیم به دلیل استفاده اپراتورها از آنتن های مختلف است و این در حالی است که اگر اپراتورها از آنتن های یکدیگر استفاده می کردند شاهد فرکانس های تداخلی نیز نبودیم و همه اپراتورها می توانستند از آنتن های یکدیگر به صورت مشاع استفاده کنند، گفت: متاسفانه در شرایط فعلی از همه BTSها به صورت مشترک استفاده نمی شود و هر کدام از اپراتورها دارای آنتن های انحصاری خود هستند که این موضوع هزینه های زیادی برای اپراتورها به همراه دارد و اپراتورها به نوعی مجبورند این هزینه ها را از مردم دریافت کنند؛ این در حالی است که فقط کشور چین یا دیگر کشورهای سازنده این آنتن ها از این موضوع بهره مند می شوند.

نماینده مردم ارومیه در مجلس شورای اسلامی در عین حال گفت: اگر استفاده مناسبی از ظرفیت های موجود آنتن ها شود و همه اپراتورها بتوانند به صورت مشترک و با هماهنگی از آن استفاده کنند بسیاری از مشکلات در زمینه آنتن دهی حل شده و هزینه اپراتورها و مردم نیز کاهش می یابد و اپراتورها نیز مشکلات جانمایی برای نصب آنتن های بیشتر را نخواهند داشت.

وی در بخشی از سخنان خود ضمن تاکید دوباره به اینکه آنتن های BTS باید در اختیار حاکمیت باشد تا هر اپراتور به دلخواه اقدام به نصب آنتن در سطح کشور نکند، گفت: طبیعی است زمانی که آنتن ها تحت نظر حاکمیت بوده و وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و مجموعه های مرتبط با این وزارتخانه در این زمینه تصمیم گیری کنند می توان به صورت مشترک آن ها را در اختیار همه اپراتورها قرار داد و در هر مکانی که نیاز است بر اساس نوع نیاز، ظرفیت ها تکمیل شده و در هیچ مکانی با عدم پوشش مواجه نخواهیم بود.

وی با بیان اینکه واگذاری شرکت مخابرات و خصوصی شدن آن مشکلاتی را به همراه داشته است، افزود: یکی از مهم ترین موضوعات، بحث واگذاری



فیبرنوری و سییم مسی به مخابرات بود، این در حالی است که مخابرات خصوصی شده و باید این گونه اختیارات به بخش حاکمیتی واگذار می شد که متاسفانه وزیر وقت ارتباطات و فناوری اطلاعات، باید به این موضوع توجه بیشتری می کرد که در آن صورت شاهد این گونه مشکلات نبودیم.

وی همچنین با اشاره به اینکه به بهانه تحریم به تولید داخل در این بخش ها توجهی نشد، اظهار کرد: به عنوان نمونه در شیراز کارخانه بزرگ تولید تجهیزات مخابراتی داشتیم که تعطیل شده و حدود ۲ هزار فارغ التحصیل بیکار شدند و این نشان از بی توجهی به تولیدات داخلی و عدم حمایت از آن ها دارد.

قاضی پور با انتقاد از واردات بی رویه تجهیزات مخابراتی و تعطیلی کارخانه های مخابراتی در کشور تاکید کرد: باید فرامین مقام رهبری به خوبی اجرا و پیاده سازی شود و از تولیدات داخل حمایت لازم صورت گیرد، اپراتورهای مخابراتی موظف هستند قانون حداکثر استفاده از توان تولید داخلی را رعایت کنند و این در حالی است که متاسفانه آنطور که باید و شاید به این موضوع توجهی نمی شود و با توجه به تعطیلی کارخانجات شاهد ورود تجهیزات مخابراتی وارداتی از جمله BTSها هستیم و این در حالی است که تولید این تجهیزات در داخل کشور بهتر از کیفیت تولیدات چینی ها در این زمینه است.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی همچنین با بیان اینکه فناوری اطلاعات نه تنها از شاخص های اصلی توسعه کشورها به شمار می رود بلکه با استفاده از استراتژی متناسب با شرایط و وضعیت کشور می تواند به عنوان عامل توسعه و پیشرفت تلقی شود، اظهار کرد: در رابطه با رفع مشکلات مرتبط با آنتن ها و فعالیت اپراتورها در جلسات کمیسیون صنایع و معادن مجلس نیز بحث و بررسی شده و چندی پیش نیز جلسه ای برگزار شد که در این زمینه لازم است سیاست های کلی توسط شورای عالی فضای مجازی تدوین شود تا اقدامات مورد نیاز بر اساس آن سیاست ها صورت گیرد.

متاسفانه در شرایط فعلی از همه BTSها به صورت مشترک استفاده نمی شود و هر کدام از اپراتورها دارای آنتن های انحصاری خود هستند که این موضوع هزینه های زیادی برای اپراتورها به همراه دارد و اپراتورها به نوعی مجبورند این هزینه ها را از مردم دریافت کنند.

مدیریت در مخابرات ایران که خود را در تهران مهمان می داند



نام: احمدعلی
نام خانوادگی: امجدیان
نام مستعار: حاج احمدعلی امجدیان
تاریخ تولد: ۱۳۴۰
محل تولد: سنقر کلیایی
استان: کرمانشاه
محل سکونت: تهران
مدرک تحصیلی: فوق لیسانس
رشته تحصیلی: مدیریت
سوابق اجرایی: ۲۷ سال مدیریت حوزه های مختلف مخابرات
سوابق مدیریتی: مدیریت در حوزه های مختلف مخابرات، وزارت کشور و وزارت بازرگانی
گرایش سیاسی: مستقل

گونگون به همراه همسر ساکن تهران هستیم اما به جرئت عرض می کنم که همیشه خود را در تهران مهمان و غریبه حس می کنم و این امر به تعلق خاطر من به شهر و دیار خودم بر می گردد و البته از هر موقعیتی برای حضور در بین همشهریان عزیزم استفاده می کنم و چندان هم دور نیستم.

او می گوید: در کشتی صاحب عنوان کشور می باشم و زمانی را هم رئیس هیئت کشتی استان یزد بوده ام. بخوبی با درد ورزشکاران آشنا هستم و خوب می دانم که حمایت اصولی از یک ورزشکار تا چه حد می تواند در افزایش کارایی وی و بالا بردن انگیزه اش مثرم ثمر باشد.

امجدیان در گفت و گویی دیگر با یک ماهنامه تخصصی می گوید: چون فرزند فقر و درد و رنج بوده ام بیکاری را سرمنشاء همه بدبختی ها می دانم و تاکید دارم مدیران باید برای اشتغال جوانان کاری کنند.

او می گوید در ۲۸ سال سابقه مدیریتی اش بسیاری از ساختارها و ضعف های مدیریتی را شناسایی کرده و امیدوار است بتواند با ورود به قوه مقننه برای رفع این مشکلات چاره ای بیندیشد.

او ریاست اداره مخابرات شهرستانهای روانسر و هرسین استان کرمانشاه، مدیرکل سازمان همیاری های شهرداری استان کرمانشاه، مدیرکل شهر و روستای استان یزد، ریاست اداره بودجه شرکت مخابرات ایران، ریاست منطقه هشت تلفن همراه، مسئولیت هیات کشتی یزد و جانشینی فرماندهی گردان عاشورای بسیج شرکت مخابرات ایران را در کارنامه دارد.

امجدیان که دارای مدرک تحصیلی مهندسی مخابرات و فوق لیسانس مدیریت است از چهره های آشنای ورزش کشور و قهرمان کشتی و دارنده کاپ اخلاق جام تختی نیز می باشد.

مهندس امجدیان در گفتگویی کوتاه با مردم سالاری بهترین خاطره اش را مربوط به جامی در تهران دانسته که قبل از انقلاب در مسابقات کشوری برای شادی روح پهلوان تختی صلوات فرستاده و مورد تشویق و محبت تماشاچیان قرار گرفته است.

او در گفت و گویی دیگر با یک رسانه محلی در غرب کشور گفته است که اگر چه حدود ۱۲ سال است که به علت شغل اداری و تقبل مسئولیتهای

مهندس احمدعلی امجدیان سنقری، مشاور مدیر عامل و رییس امور مجلس شرکت مخابرات ایران، در تاریخ دوم شهریور ۱۳۴۰ در یک خانواده ضعیف در محله سرچقا شهرستان سنقر بدنیا آمد و در اولین سال زندگی پدرش را از دست داد و به علت مشکلات فراوان در آن سال، همراه با مادرش به روستا کوچ کرد و ۵ سال اول زندگی را در روستا سپری کرد و پس از آن مجدداً به سنقر بازگشت.

او در کلاس پنجم ابتدایی بین دانش آموزان منطقه رتبه برتر را کسب کرد و پس از آن وارد دوره راهنمایی شد و به دلیل مشکلات اقتصادی در آن دوران، روزها درس می خواند و شب ها برای امرار معاش خانواده کار می کرد.

امجدیان پس از اخذ مدرک دیپلم در جهاد سازندگی سنقر و کرمانشاه مشغول بکار می شود و پس از آن مسوولیت تدارکات و پشتیبانی جبهه و جنگ وزارت ارشاد در برخی مناطق عملیاتی را بر عهده می گیرد.



ماهنامه نسل چهارم

چنانچه خواستار اشتراک این ماهنامه هستید، فرم زیر را تکمیل و پس از واریز هزینه اشتراک طبق جدول ذیل، فیش واریزی را همراه با برگه درخواست به شماره نمابر و یا پست الکترونیک ماهنامه ارسال فرمایید.

فرم اشتراک ماهنامه نسل چهارم

نام مشترک: زمینه فعالیت:

اشتراک از شماره تا شماره با تعداد هر شماره نسخه

آدرس:

کد پستی:

تلفن:

نمابر:

پست الکترونیکی:

قیمت هر نسخه مجلد ۱۰۰۰۰۰ ریال و هزینه پست سفارشی هر بسته ۲۵۰۰۰ ریال می باشد.

شماره حساب: ۳۲۳۸۰۰۰۱۰۱۳۱۲۹۹۱ بانک پاسارگاد- شعبه امام حسن - به نام آقای مسعود فاتح

و شماره کارت: ۵۰۲۲۲۹۱۰۴۳۳۷۸۶۱۹

نشانی: تهران، فلکه دوم صادقیه، برج گلдіس، طبقه هشتم، واحد ۸۰۹

کدپستی: ۱۴۵۱۷۹۶۷۹۸

تلفن: ۴۴۲۸۸۲۵۷ - ۴۴۲۸۸۲۹۸

نمابر: ۴۴۲۸۸۲۳۸

پست الکترونیک: info@4Gnews.ir وب سایت: www.4Gnews.ir



اما و اگرهای صدور مجوزهای FCP

گام‌های آهسته رگولاتوری برای تغییر مدل کسب و کار در بازار ICT



ارتباطی ثابت (servco) فعالیت کنند. در این پروانه جدید، شرکت‌های فعال در حوزه ارائه اینترنت می‌توانند بدون محدودیت تکنولوژی و با رعایت انحصار شبکه زیرساخت و شبکه‌های ماهواره‌ای، هرگونه سرویس مرتبط با اینترنت را در کشور ارائه کنند. این پروانه‌های جدید به شرکت‌های اینترنتی اجازه می‌دهد در کنار استفاده از زیرساخت‌های مخابراتی در صورت لزوم دست به ایجاد شبکه نیز بزنند. همچنین حق امتیاز دریافت پروانه‌های جدید خدمات اینترنت در کشور مبلغ ۲۰ میلیارد تومان در نظر گرفته شد.

شهریور ماه سال گذشته و پس از ۱۰ سال از صدور نخستین پروانه‌های تأمین، توزیع و ارائه خدمات اینترنتی در قالب پروانه‌های ISP، PSTN، ISDP و PAP در دست زمان فرارسیدن موعد تمدید این مجوزها، سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، خبر از اصلاح ساختاری پروانه‌های حوزه ارتباطات ثابت داد. بر اساس اصول حاکم بر پروانه‌های جدید ارتباطات ثابت، متقاضیان شامل دارندگان پروانه‌های ISP و PAP، PSTN، ISDP و سرمایه‌گذاران جدید می‌توانند در دو دسته پروانه ارتباطات ثابت (FCP) ارائه خدمات

گام نخست: رگولاتوری و صدور پروانه برای ۷ شرکت

کار را با سرعت و کیفیت انجام داد. از این رو نگاه شرکت‌هایی که در این بخش کار کرده و پروانه دریافت می‌کنند نباید مانند گذشته باشد که تنها تلفن و اینترنت بدهند، بلکه باید با ایجاد نوآوری موجب رونق کسب و کار در کشور شوند. وی سیاست نظام را به روز بودن آرایه خدمات دانست و گفت: انتظار ما این است که با اعطای این پروانه‌ها شرایط جدیدی به وجود آید که مردم و کسب و کارها استفاده کنند و کسی در نوبت نماند و خلاء به روز رسانی تلفن ثابت در شهرهای بزرگ توسط شرکت‌های FCP سریع‌تر شود. وی رویکرد دولت در خصوصی‌سازی مخابرات را رقابت سالم عنوان کرد و گفت: به دنبال ایجاد رقابت سالم در بخش ثابت هستیم.

به تدوین و اجرای مقررات SMP، تعیین تکلیف مراکز داده، CDNها و OTTها پیش بینی کرد که تا پایان سال ۱۳۹۵ چهاره کاملاً جدید بخش ICT کشور و رگولاتوری به نمایش گذاشته شود. در این مراسم همچنین واعظی، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات با تقدیر از تمام کسانی که در صدور پروانه‌های تلفن ثابت چه در مجموعه وزارت ارتباطات و چه در خارج آن تلاش کردند، گفت: امیدواریم با این پروانه‌ها تحول در عرصه ارتباطات ثابت ایجاد شود. واعظی با اشاره به حضور حداکثری ICT در زندگی مردم گفت: بدون استفاده از این ابزار در هیچ بخشی نمی‌توان

با اعلام این خبر از سوی رگولاتوری بسیاری از شرکت‌های ارائه‌دهنده اینترنت برای بدست آوردن این پروانه دست به کار شدند؛ به طوری که رگولاتوری در خردادماه سال جاری از تقاضای ۲۶ شرکت برای دریافت پروانه FCP خبر داد و اعلام کرد تا کنون پرونده ۱۷ شرکت متقاضی مورد بررسی قرار گرفته است. سرانجام در تاریخ ۱۱ آبان ماه سال جاری طی مراسمی با حضور وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات و مسوولان سازمان رگولاتوری و جمعی از فعالان حوزه IT و ICT پروانه ایجاد و بهره‌برداری از شبکه ارتباطات ثابت به ۷ شرکت ارائه شد. رئیس سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی با اشاره

گام دوم: دعوت به بردباری از سوی رگولاتوری

فعالان اینترنتی نسبت به بهبود شرایط ارائه اینترنت در کشور خوشبین هستند؛ چرا که معتقدند پروانه های فعلی شرکت های اینترنتی به دلیل محدودیت و عدم همخوانی آنها با یکدیگر مشکلات زیادی در این بخش به وجود آورده است.

وی تأکید میکنند: در گذشته نیز سازمان اعلام میکرد که ۱۱ شرکت PAP به مرور زمان یا از بازار حذف یا با هم ادغام میشوند، اما می بینیم که با گذشت ۱۰ سال از ارائه این پروانه ها هنوز هم ۱۱ شرکت PAP فعال هستند.

ابراز نگرانی این فعالان از کمبود امکانات یا همکاری نکردن شرکت مخابرات در ارائه امکانات به شرکت های اینترنتی در حالی است که سازمان تنظیم مقررات در پروانه های FCP شرکتها را ملزم به ایجاد زیرساخت در بخش دسترسی و انتقال کرده است، اما محبی معتقد است که این کار شدنی نیست؛ چرا که در هیچ کشوری، چند زیرساخت موازی در کنار زیرساخت مادر (مخابرات) ایجاد نمی شود. همچنین به باور وی شرکت های خصوصی اینترنتی توانایی و سرمایه لازم را برای ایجاد زیرساخت در بخش شبکه انتقال و دسترسی ندارند.

اعلام می کند که پروانه های جدید با برداشته شدن محدودیت تکنولوژی، بسیار کاملتر شده اند، اما به خاطر حل نشدن چند نکته هنوز نگرانی هایی باقی مانده است. وی می گوید: پیش بینی بسیاری از فعالان اینترنتی این بود که با پروانه های جدید تعداد شرکت های اینترنتی کاهش و تنها دو یا سه شرکت قدرتمند باقی بمانند، اما حال صحبت از باقی ماندن ۱۷ شرکت از ۲۶ شرکتی است که تقاضای خود را به رگولاتوری برای دریافت پروانه FCP داده اند، هر چند که تا کنون ۷ شرکت موفق به دریافت پروانه شده اند و مابقی شرکت ها بهمن ماه از سوی رگولاتوری اعلام می شود.

این فعال حوزه آی تی امکانات این حوزه را محدود دانسته و خاطر نشان می کند که در ۱۰ سال گذشته با وجود ۱۱ شرکت (PAP) ارائه دهنده اینترنت پرسرعت، مخابرات یا نمی توانست یا نمی خواست با این شرکتها همکاری کند و فضای مورد نیاز آنها را در اختیارشان بگذارد و حال با افزایش این شرکتها مشخص نیست چه شرایطی در انتظار شرکت های اینترنتی با پروانه FCP است. این در حالی است که با پروانه های جدید، بسیاری از

حال با توجه به اینکه برخی شرکت های اینترنتی از دریافت این پروانه ابراز خوشحالی و رضایت کرده اند، اما به نظر می رسد در این بین برخی نگرانی ها نیز وجود دارد. فعالان بازار معتقدند افزایش تعداد شرکت های اینترنتی از ۱۱ شرکت فعلی بسیار نگران کننده است؛ چرا که معتقدند تجربه های ۱۰ سال گذشته در این بخش از جمله ضعف در ارائه امکانات از سوی شرکت مخابرات برای این شرکت های جدید هم تکرار خواهد شد.

این گروه بر این باورند که افزایش بازبگرا بازار اینترنت پرسرعت نه تنها معضلات ۱۰ ساله این بازار را حل نخواهد کرد بلکه وضعیت را پیچیده تر خواهد کرد. اما در مقابل این اظهار نظرها، سازمان تنظیم مقررات این فعالان را به بردباری دعوت میکند و بر این باور است با بندهای مختلفی که در پروانه FCP در نظر گرفته شده و همچنین انجام کارهای کارشناسی لازم، به هیچ وجه مشکلات گذشته بازار اینترنت تکرار نخواهد شد و انحصار در ارائه خدمات از سوی شرکت مخابرات نیز برطرف میشود. مهرداد محبی، از فعالان اینترنتی با رضایت از تصمیم سازمان تنظیم مقررات برای تغییر در پروانه های اینترنتی

پیش بینی بسیاری از فعالان اینترنتی این بود که با پروانه های جدید تعداد شرکت های اینترنتی کاهش و تنها دو یا سه شرکت قدرتمند باقی بمانند، اما حال صحبت از باقی ماندن ۱۷ شرکت از ۲۶ شرکتی است که تقاضای خود را به رگولاتوری برای دریافت پروانه FCP داده اند، هر چند که تا کنون ۷ شرکت موفق به دریافت پروانه شده اند و مابقی شرکت ها بهمن ماه از سوی رگولاتوری اعلام می شود.

نکته مثبت در تغییرات ایجاد شده در پروانه شرکت های اینترنتی این است که مساله تکنولوژی محور بودن از آن حذف شده و بیشتر به مساله خدمات این شرکتها توجه شده است.



منظور از ایجاد شبکه توسط شرکتهای اینترنتی با پروانه FCP شبکه سیم مسی نیست؛ چرا که این کار مقرون به صرفه نیست و استفاده از سیم مسی برای انتقال داده نیز بسیار قدیمی شده است. از این رو به شرکتهای اینترنتی با پروانه های جدید این اجازه داده شده که شبکه انتقال جدیدی با فناوری فیبر نوری ایجاد کنند که ایجاد این شبکه نیز بعد از برداشته شدن انحصار اپراتور فیبر نوری (ایرانیان نت) قرار است صورت گیرد.



گام سوم: رفع نگرانی به شیوه رگولاتوری

شده، اما این شبکه قرار نیست موازی با شبکه مخابرات شکل بگیرد؛ چرا که این شبکه بر مبنای فناوری روز مانند فیبر نوری شکل خواهد گرفت. بر این اساس، منظور از ایجاد شبکه توسط شرکتهای اینترنتی با پروانه FCP شبکه سیم مسی نیست؛ چرا که این کار مقرون به صرفه نیست و استفاده از سیم مسی برای انتقال داده نیز بسیار قدیمی شده است. از اینرو به شرکتهای اینترنتی با پروانه های جدید این اجازه داده شده که شبکه انتقال جدیدی با فناوری فیبر نوری ایجاد کنند که ایجاد این شبکه نیز بعد از برداشته شدن انحصار اپراتور فیبر نوری (ایرانیان نت) قرار است صورت گیرد. نکته مثبت در تغییرات ایجاد شده در پروانه شرکتهای اینترنتی این است که مساله تکنولوژی محور بودن از آن حذف شده و بیشتر به مساله خدمات این شرکتها توجه میشود.

متقاضیان پروانه FCP، فضای فرکانسی مورد نیاز فعالیتشان را خواهیم داد که با یکدیگر ادغام شوند و کنسرسیوم قوی شکل دهند. عمیدیان ادعای برخی فعالان اینترنتی مبنی بر نداشتن سرمایه برای ایجاد زیرساخت شبکه انتقال را رد و تأکید می کنند که تمامی فعالان اینترنتی با استقبال زیاد خواستار سرمایه گذاری در جهت ایجاد زیرساخت شبکه در بخش انتقال و دسترسی هستند. معاون وزیر ارتباطات تأکید می کند: با بررسی نهایی پرونده های متقاضیان پروانه های جدید اینترنتی، قطعاً دو یا سه کنسرسیوم که با ادغام شرکتهای اینترنتی تشکیل شده اند پروانه FCP را دریافت خواهند کرد. از سوی دیگر گفته می شود بر اساس پروانه های جدید برای جلوگیری از انحصار مخابرات به شرکتهای اینترنتی اجازه ایجاد شبکه انتقال و دسترسی داده

سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی در مقابل این نگرانی ها اعلام می کند که با ضوابط و سیاستهایی که در پروانه های FCP در نظر گرفته شده جلوی ایجاد هر گونه انحصار از سوی شرکت مخابرات گرفته شده و هیچ قراری مبنی بر افزایش شرکتهای اینترنتی وجود ندارد. علی اصغر عمیدیان، رئیس سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، در این خصوص می گوید: به هیچ وجه سازمان تنظیم مقررات به دنبال افزایش شرکتهای اینترنتی از ۱۱ شرکت فعلی نیست و باید تمام متقاضیان بعد از تأیید مدارکشان یک شبکه مستقل ایجاد کنند؛ در واقع تصمیم بر این است که این شرکتها با هم ادغام و در قالب دو یا سه کنسرسیوم قوی به فعالیت خود ادامه دهند. و در ادامه می افزاید: در واقع در شرایطی ما به

سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی با اعطای پروانه به ۷ شرکت اینترنتی در صدد است تا بازار آی تی کشور را نه تنها بهبود بخشد بلکه با ورود این شرکت ها به بازار و خدماتی که ارائه می دهند کاربران را نیز راضی کند؛ چرا که طبق قانون، دریافت کنندگان پروانه FCP می توانند بدون محدودیت تکنولوژی و با رعایت انحصار شبکه زیر ساخت و شبکه های ماهواره ای، هر گونه سرویس مرتبط با اینترنت را در کشور ارائه کنند

ایجاد رانت در بازار ICT با ارائه مجوزهای FCP

در هر صورت سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی با اعطای پروانه به ۷ شرکت اینترنتی در صدد است تا بازار آی تی کشور را نه تنها بهبود بخشد بلکه با ورود این شرکت ها به بازار و خدماتی که ارائه می دهند کاربران را نیز راضی کند؛ چرا که طبق قانون، دریافت کنندگان پروانه FCP می توانند بدون محدودیت تکنولوژی و با رعایت انحصار شبکه زیر ساخت و شبکه های ماهواره ای، هر گونه سرویس مرتبط با اینترنت را در کشور ارائه کنند. این در حالی است که حتی پس از اتمام دوره انحصار اپراتور فیبر خانگی که مربوط به نیمه اول سال ۹۵ می شود شرکت های دارنده پروانه FCP مجاز خواهند بود شبکه فیبرنوری نیز ایجاد کنند و سرویس های مرتبط با این حوزه را ارائه دهند.

در این پروانه علاوه بر اینکه این شرکتها می توانند شبکه ایجاد کنند و یا از شبکه های موجود مخابرات و زیرساخت نیز استفاده کنند، برای توسعه فعالیت در شهرهای کوچک نیز الزام خواهند داشت؛ به این معنی که طبق مجوز صادر شده باید سالانه حداقل ۲۰ هزار پورت اینترنت در خارج از مراکز استانیهای کشور ایجاد کنند که این تصمیم در راستای توسعه متوازن ارتباطات در کشور اتخاذ شده است.

در پروانه خدمات ارتباطات باند پهن ثابت، مجوزهایی که صادر می شود تمامی امکانات را در حد پروانه شرکت مخابرات ایران به متقاضیان واگذار می کند و حق امتیاز دریافت پروانه های جدید خدمات اینترنت در کشور مبلغ ۲۰ میلیارد تومان در نظر گرفته شده است؛ در همین حال این شرکتها ملزم به رعایت سایر تعهدات مالی از جمله تسهیم درآمد ۳ درصد به صورت سالانه به دولت هستند. این شرکتها در صورت عدم رعایت الزامات پروانه نیز مشمول جریمه و اخطار و تذکر خواهند شد.

در هر صورت امید است گامهایی که سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی برای بهبود بازار ICT و رضایت کاربران برداشته است به ثمر بنشیند و از این پس و با فعالیت این شرکت ها شاهد مشکلات گذشته در این بازار پرطرفدار نباشیم.

بسازد خودش نباید عوارض مربوط به آن را پرداخت کند.

وی با بیان اینکه هزینه دریافت پروانه FCP مبلغ ۲۰ میلیارد تومان است، گفت: این دریافت هزینه از متقاضی سرمایه گذاری در یک شرکت درست نیست، بلکه لازم است پروانه به صورت رایگان به شرکت داده شود و سپس برای هر سوییچی که شرکت ایجاد میکند عوارض دریافت شود.

وی خاطر نشان کرد: فروش پروانه های شرکت های اینترنتی با قیمت بالا در نهایت منجر به افزایش قیمت اینترنت می شود و اصولا در اقتصاد از سرمایه گذار و تولیدکننده اولیه نباید چنین عوارضی گرفته شود.

این کارشناس، تقسیم پروانه های شرکت های اینترنتی به دو بخش FCP و SERVCO را از دیگر مشکلات طراحی پروانه های جدید دانست و افزود: در گذشته چندین نوع شرکت از جمله ISP، ISDP و PAP در حوزه مشابه فعالیت می کردند و این در حالی است که دنیا تنها یک لغت برای شرکت های خدمات اینترنت استفاده می کند.

وی تصریح کرد: لازم است به همه شرکتها این اجازه را بدهند که هم زیرساخت ایجاد کنند و هم سرویس بدهند. آن وقت سرمایه گذار به اندازه توان مالی و فنی که دارد در هر کدام از اینگونه بخشها فعالیت می کند. میر احمدی با اشاره به اینکه تقسیم پروانه ها در دو نوع باعث ایجاد محدودیت برای شرکت های اینترنتی می شود، گفت: این به این معناست که کسی که پروانه FCP دریافت نکرده حتی توان مالی نیز داشته باشد نمیتواند در بحث ایجاد زیرساخت دخالتی کند. وی همچنین با اشاره به اینکه اعطای پروانه و مرزبندی برای شرکت های اینترنتی مغایر با قوانین بالادستی است، گفت: در قانون تجارت و سایر قوانین مرتبط با این حوزه به تمام کسانی که توان سرمایه گذاری در کارهای قانونی را دارند اجازه ثبت شرکت داده میشود و این امر معنا ندارد که این شرکتها مجبور به دریافت پروانه از محل دیگری باشند و این امر با قوانین بالادستی در اصل اقتصاد آزاد مغایر است.

در این میان، برخی دیگر از فعالان بازار بر این اعتقادند که ارائه پروانه FCP باعث ایجاد رانت در بازار ICT کشور می شود؛ چرا که شرکت های اینترنتی جدا از نامی که دارند باید اقدام به ارائه خدمات به کاربران بکنند و نام پروانه نمی تواند ملاک برای ارائه خدمات باشد.

منتقدان به این طرح رگولاتوری معتقدند: شرایط باید به گونه ای باشد که هر شرکتی با داشتن شرکا، تخصص و سرمایه مورد نیاز بتواند به راحتی در بازار IT مثل سایر بخشها شرکت ثبت کند و اینکه لازم است هر شرکت خدمات اینترنتی لزوما برای فعالیت پروانه داشته باشد بر خلاف قوانین بازار آزاد است. منتقدان می گویند که فعالیت در حوزه ارائه خدمات اینترنتی هیچ نیازی به پروانه و تعیین شرایط از سوی قانون گذار ندارد، بلکه شرایط کار را باید سرمایه گذار تعیین کند.

در این خصوص علیرضا میراحمدی کارشناس بازار آی تی، گفت: ارائه پروانه و ایجاد ضوابط خاص برای شرکت ها بیشتر به جای آنکه باعث شفاف سازی در بازار و ارائه خدمات بهتر شود؛ نوعی سردرگمی و ابهام ایجاد می کند.

وی افزود: رگولاتوری به عنوان نهاد نظارتی باید در خصوص برخی مسائیل از جمله مسائیل امنیتی و امنیت ملی در حوزه اینترنت و خدمات وارد شود و به نظر می رسد ارائه اینگونه پروانه ها فقط ارائه خدمات به کاربران را محدود می کند.

وی مشکل دیگر موجود در پروانه های جدید رگولاتوری برای فعالیت شرکت های اینترنتی را بحث هزینه دریافت این پروانه ها دانست و افزود: نباید محیط سرمایه گذاری را از سرمایه گذار منع کرد و نباید از سرمایه گذار یک پروژه عوارض گرفت بلکه مصرف کننده باید پرداخت کننده عوارض باشد.

وی ادامه داد: این امر نیز فقط منحصر به IT نیست بلکه در همه حوزه ها لازم است پرداخت کننده عوارض هزینه ها، مصرف کننده خدمات باشد. در کشورهای پیشرفته نیز چنین کاری را نمی کنند و مثلا برخلاف ایران کسی که میخواهد ساختمان

اپراتورهای مجازی تلفن همراه؛

مزایا و نقش آنها در کشور

دفتر مطالعات ارتباطات و فناوری های نوین مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی - بهمن ماه ۱۳۹۳

رقابتی در عرصه ارتباطات، ایجاد فرصت های شغلی ارائه سرویس های ارزش افزوده جدید و درآمدزایی، از عواملی به حساب می آید که اهمیت بررسی این موضوع (اپراتور مجازی تلفن همراه) در کشور را نشان می دهند. در این گزارش، با بررسی اسناد و مقالات منتشر شده در خصوص اپراتورهای مجازی تلفن همراه و تجربیات جهانی در این زمینه، مروری اجمالی بر این دسته از اپراتورهای تلفن همراه شده و مواردی چون انواع تسهییم کننده های اپراتور مجازی تلفن همراه، مزایا و چالش های آن مورد بررسی قرار گرفته اند.

ایجاد اپراتورهای مجازی تلفن همراه، یکی از موضوعاتی است که با راه اندازی و توسعه شبکه های نسل سوم و چهارم تلفن همراه در جهان مطرح شد. این دسته از اپراتورها، بدون نیاز به زیرساخت های شبکه و با استفاده از بستری که اپراتورهای اصلی در اختیارشان قرار می دهند، به ارائه خدمات به کاربران می پردازند. جمهوری اسلامی ایران که در ابتدای راه ورود به نسل سوم و چهارم تلفن همراه قرار دارد، بازار مناسبی برای فعالیت اپراتورهای مجازی تلفن همراه محسوب می شود. خصوصیات آن چون ایجاد فضای

۳. ارائه تلفن های جدید با قیمت مناسب که باعث افزایش ضریب نفوذ تلفن همراه در بین کاربران می شود.
۴. با ظهور نسل های جدید شبکه های ارتباطی (نسل چهارم شبکه های ارتباطی)، به ویژه در ایران، یکی از مباحثی که در بین اپراتورها و کاربران مطرح می شود، محتوای لازم و متناسب با شرایط نسل های جدید شبکه های ارتباطی است. کاربران انتظار دارند که با راه اندازی نسل های جدید، به محتوا و مطالبی متنوع تر دسترسی داشته باشند و از سوی دیگر، ارائه محتوای لازم از دغدغه های اپراتورهاست.
در بین محرک های نام برده شده، خصوصی سازی و تنظیم بازار که یکی دیگر از رخدادهای بزرگ صنعت مخابرات کشور شناخته می شود، باعث کاهش انحصار اپراتور غالب مخابرات می شود. (۲) کاهش انحصار اپراتور غالب ضمن تسهییم بازار اپراتورهای بزرگ با بازیگران جدید، افزایش رقابت، افزایش سرمایه گذاری، تنوع در خدمات و افزایش حق انتخاب مشترکان همراه است. (۲)

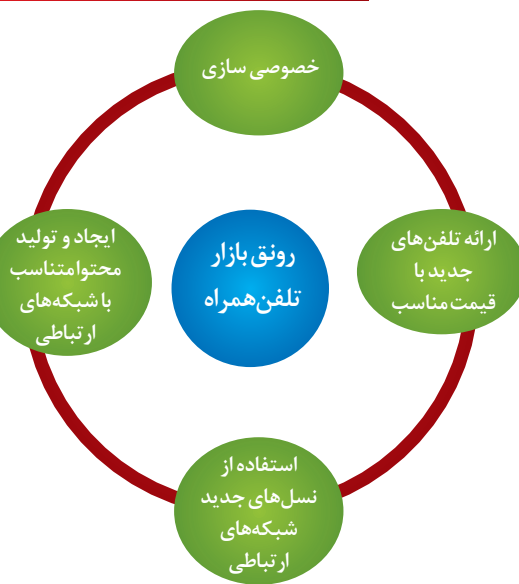
جدید از زمینه های ایجاد انگیزه برای شرکت های فعال در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات در نسل های جدید تلفن همراه محسوب می شوند.
از سوی دیگر، صنعت مخابرات نیازمند محرک هایی برای ایجاد پویایی و رونق است. توجه به این محرک ها به افزایش ترافیک شبکه های تلفن همراه منجر می شود. با بررسی صنعت مخابرات کشورهای مختلف، عوامل متعددی را در ایجاد رونق در بازار تلفن همراه می توان شناسایی کرد. این عوامل عبارتند از:
۱. خصوصی سازی و تنظیم بازار که باعث می شود بازیگران جدیدی به این عرصه وارد شوند. این بازیگران برای رقابت با سایر اپراتورها، ملزم به ارائه سرویس هایی با کیفیت بالاترند.
۲. استفاده از نسل های جدید شبکه های ارتباطی که باعث ظهور سرویس های خلاقانه تری علاوه بر صوت و پیام کوتاه می شوند. به نوبه خود باعث رونق بازار تلفن همراه می شود.

شبکه های ارتباطی، تنها به دلیل ایجاد ارتباط بین انسان ها که با عنوان کاربران شبکه شناخته می شوند، مورد توجه قرار نمی گیرند. بلکه پیشرفت و نوآوری در شبکه های ارتباطی و به ویژه شبکه های ارتباطی بی سیم باعث رشد اقتصادی و اجتماعی جوامع خواهد شد. (۱) از سوی دیگر، صنعت مخابرات و به خصوص ارتباطات سیار، فرصت مناسبی برای اشتغال نیروی تحصیل کرده در کشور فراهم می کند. توسعه بازار ارتباطات، باعث ایجاد فرصت های شغلی بسیاری در کشور خواهد شد، که مسئولین مربوطه نیز به آن توجه داشته اند. این موضوع (ایجاد اشتغال)، با ظهور نسل چهارم تلفن همراه، اهمیت بیشتری پیدا می کند. پیوستن جمهوری اسلامی ایران به جمع کشورهای دارای تکنولوژی نسل چهارم تلفن همراه، انگیزه های فعالیت بسیاری را در بین شرکت های حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات ایجاد کرده است. ایجاد محتوای بومی متناسب با شرایط کشور، ارائه و تولید شبکه های اجتماعی بومی و نیز ارائه سرویس های ارزش افزوده متناسب با نسل های

شکل ۱. عوامل ایجاد رونق در بازار تلفن همراه

یکی از عواملی که در چند سال اخیر و با ظهور نسل چهارم تلفن همراه مطرح شد و نقش بسزایی نیز در رونق بازار تلفن همراه داشته است، اپراتورهای مجازی تلفن همراه است. این اپراتورها، در دست بندی صورت گرفته برای عوامل ایجاد رونق در بازار تلفن همراه، در هر چهار دسته یاد شده قرار خواهند گرفت. به همین دلیل، کشورهای مختلف در چند سال اخیر توجه بسیاری به آن دارند. براساس مطالعات صورت گرفته، زنجیره ارزش اپراتورها را می توان به دو دسته تقسیم کرد:

۱. شبکه دسترسی رادیویی دارای مجوز،
 ۲. عملیات و فرآیندهایی که امکان تحویل خدمات را به مشترکین امکان پذیر می کنند. اپراتورهای مجازی به دلیل عدم نیاز به طیف فرکانسی و زیرساخت، در دسته دوم زنجیره ارزش قرار می گیرند.
- ورود اپراتور مجازی تلفن همراه از دیدگاه های مختلف قابل بررسی است. ایجاد فرصت های شغلی، افزایش حق انتخاب کاربران، تنوع خدمات، پاسخ به نیازهای گروه های خاص و کاهش قیمت خدمات تنها بخشی از تأثیرات ورود اپراتور مجازی تلفن همراه است. افزایش استفاده از ارتباطات ماشین به ماشین، افزایش نیازهای رومینگ در روند جهانی سازی، افزایش ظرفیت شبکه های قدیمی، فرصت توسعه نسل چهارم تلفن همراه (LTE)، نوآوری در مدل تجاری و ارتقای فضای رقابتی در بازار از محرک های کلیدی در رشد اپراتورهای مجازی به حساب می آیند. (۲)

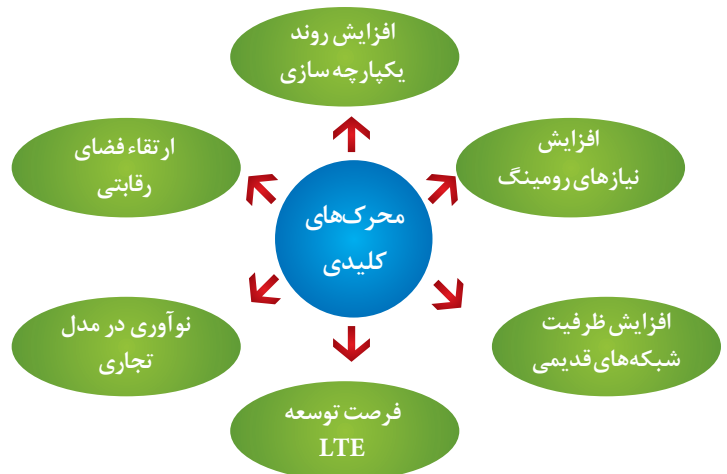


اپراتورهای مجازی، نوعی از اپراتورهای تلفن همراه محسوب می‌شوند که بر پایه عقد قرارداد با سایر اپراتورهای موجود در آن منطقه، خدمات خریداری شده را به صورت عمده دریافت کرده و سپس در بازار تقاضا، آن خدمات را با نشان تجاری خود و به صورت خرده‌فروشی عرضه می‌دارند.

اپراتور مجازی تلفن همراه

اپراتورهای مجازی تلفن همراه به‌عنوان یکی از بازیگران ارتباطات بی‌سیم نیازی به مجوز طیف فرکانسی ندارند. این دسته از اپراتورها، زیرساخت لازم برای ارائه خدمات را از سایر اپراتورها، که با عنوان اپراتور اصلی یا میزبان از آنها یاد می‌شود، دریافت می‌کنند. در حقیقت اپراتورهای مجازی به‌عنوان نمایندگان فروش خدمات ارزش‌افزوده، از ظرفیت شبکه میزبان (اپراتورهای تلفن همراه در یک منطقه) استفاده کرده و یکسری خدمات ارزش‌افزوده خاص و ویژه را ارائه می‌دهند. (۳) به بیان دیگر، اپراتورهای مجازی، نوعی از اپراتورهای تلفن همراه محسوب می‌شوند که بر پایه عقد قرارداد با سایر اپراتورهای موجود در آن منطقه، خدمات خریداری شده را به صورت عمده دریافت کرده و سپس در بازار تقاضا، آن خدمات را با نشان تجاری خود و به صورت خرده‌فروشی عرضه می‌دارند. از دیدگاه معیارهای مالی و رویکرد کسب‌وکار، اپراتور مجازی تلفن همراه و اپراتورهای اصلی این حوزه با یکدیگر تفاوت دارند. این تفاوت‌ها در جدول زیر نشان داده شده‌اند. (۴)

شکل ۲. محرک‌های کلیدی در رشد اپراتورهای مجازی تلفن همراه



جدول ۱. مقایسه برخی پارامترهای اپراتورهای مجازی و اپراتورهای اصلی تلفن همراه

اپراتورهای اصلی	اپراتورهای مجازی	مجاز طیف فرکانسی
لازم دارد	لازم ندارد	شبکه
مربوط به خود	لازم ندارد (از سایر اپراتورها استفاده می‌کند)	مدل هزینه
ثابت (براساس شبکه)	متغیر (براساس فروش)	ارزش کسب‌وکار
بازار انبوه: انطباق به بخش‌های مختلف	تمرکزهای متفاوت: شناسایی بخش‌های سودآور	هزینه راه‌اندازی
زیاد	کم	هزینه نگهداری
متوسط	زیاد	خطر پذیری
متوسط / بالا	کم	

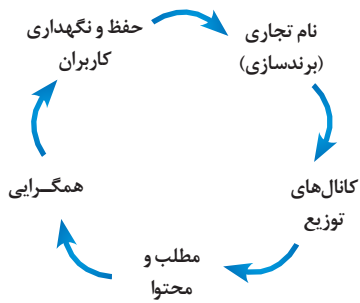
تحقیقات انجام شده در سال ۲۰۱۱ نشان می‌دهند که ۶۰۰ اپراتور مجازی تلفن همراه در جهان فعالیت دارند. (۵) در این بین، اروپای غربی بیشترین سهم را از تعداد اپراتورهای مجازی دارد، به نحوی که آلمان با ۱۰ اپراتور مجازی در صدر قرار گرفته است. (۵) براساس همین تحقیقات مشخص شده است که تعداد اپراتورهای مجازی تلفن همراه به سرعت در حال افزایش است.

انواع اپراتور مجازی تلفن همراه

- اپراتورهای مجازی کامل که خود برخی از تجهیزات شبکه ارتباطی بسیار (بجز شبکه دسترسی رادیویی) را دارند.
- اپراتورهای مجازی ارائه‌دهنده خدمات، که تنها به ارائه یکسری سرویس خاص می‌پردازند. دومین دیدگاه، براساس نحوه عملکرد و از دیدگاه خدمات است. بر این اساس، اپراتورهای مجازی به پنج دسته تقسیم می‌شوند، که عبارتند از: (۳)

با توجه به معرفی صورت گرفته، اپراتورهای مجازی تلفن همراه از دو دیدگاه قابل بررسی و تقسیم‌بندی‌اند. اولین دیدگاه شبکه است. بر این اساس، اپراتورهای مجازی به دو دسته قابل تقسیم خواهند بود.

شکل ۴. توانمندی‌های اپراتورهای مجازی



حفظ و نگهداری کاربران موجود: یکی از راحت‌ترین و کارآمدترین روش‌های حفظ سرمایه و درآمد، نگهداری کاربران کنونی است. این روش نسبت به جلب کاربران جدید کم‌هزینه‌تر است. نام تجاری (برندسازی): یک روش جذب کاربر، اعتماد و آگاهی است. به همین دلیل، اپراتورهای مجازی می‌کوشند تا به یک نام تجاری معتبر و شناخته شده تبدیل شوند.

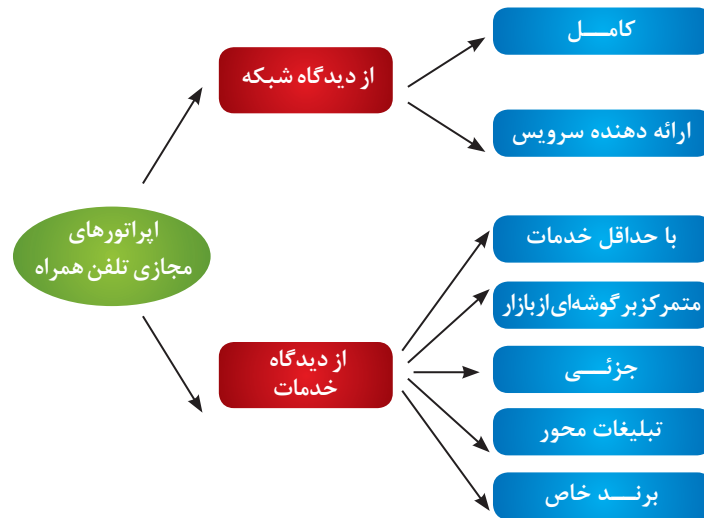
کانال‌های توزیع: در دسترس بودن بازارهای فروش و کانال‌های بازاریابی می‌تواند کمکی مؤثر در کاهش هزینه‌های جذب کاربر باشد. به همین خاطر، استفاده از کانال‌های توزیعی که در اختیار اپراتور است، کمک بسیاری به کاهش هزینه‌های جذب کاربر اپراتور می‌کند. **مطلب و محتوا:** با رشد روزافزون تلفن‌های هوشمند، تولید و ارائه محتوا برای کاربران این دسته از تلفن‌ها بسیار مهم و سودآور خواهد بود. به همین دلیل، اپراتورهای مجازی تلفن همراه در صدد تولید و ارائه محتواهای جدید به کاربران خود، با هدف حفظ و جذب کاربر بوده‌اند.

همگرایی: ارائه بسته‌ای از خدمات ارتباطی ضمن ایجاد مزیت رقابتی، باعث افزایش ثبات کاربران می‌شود. موارد بیان شده، به‌عنوان توانمندی‌های لازم برای یک اپراتور مجازی مطرح می‌شوند. اپراتور مجازی تلفن همراه برای ماندن در بازار رقابتی ارائه خدمات، در وهله اول باید کاربران خود را حفظ کند و سپس به جذب کاربر جدید بپردازد.

از سوی دیگر، در راستای اپراتورهای مجازی تلفن همراه، واژه‌ای با عنوان «توانمندسازان فعالیت اپراتورهای مجازی تلفن همراه»^۶ مطرح می‌شود. در واقع، توانمندسازان فعالیت اپراتورهای مجازی، حالت خاصی از اپراتورهای مجازی تلفن همراهند که معماری فنی و لازم را برای ورود به ارائه یک سرویس براساس زیرساخت‌هایی که اپراتورهای تلفن همراه در اختیار قرار می‌دهند، ایجاد می‌کنند. بر این اساس، توانمندسازان فعالیت اپراتورهای مجازی قراردادهای لازم را بین اپراتور اصلی و اپراتور مجازی، برای فروش عمده خدمات را منعقد می‌سازند. با توجه به مطالب بیان شده، توانمندسازان فعالیت اپراتورهای مجازی تلفن همراه یک اپراتور مجازی شناخته نشده و به ارائه خدمات به کاربران نهایی نمی‌پردازند. به بیان دیگر، توانمندسازان فعالیت اپراتورهای مجازی، شرکت‌هایی‌اند که در ایجاد اپراتور مجازی تلفن همراه مؤثر واقع می‌شوند و زمینه را برای فعالیت شرکت‌هایی که تمایل دارند به‌صورت اپراتور مجازی فعالیت داشته باشند، مهیا و آماده می‌کنند. در واقع، توانمندسازان فعالیت اپراتورهای مجازی رابطی بین اپراتورهای اصلی و اپراتورهای مجازی به حساب می‌آیند.

- 1- Discount-MVNO
- 2-Niche-MVNO
- 3- Retail-MVNO
- 4- Advertising Driven-MVNO
- 5- Brand-MVNO
- 6- Mobile Virtual Network Enablers (MVNE)

شکل ۳. دسته‌بندی اپراتورهای مجازی



۱. اپراتور مجازی با حداقل خدمات (عرضه‌کننده خدمات تخفیف‌دار):^۱ این دسته از اپراتورهای مجازی به ارائه خدمات اولیه از قبیل صوت و پیامک و در برخی موارد ارائه سرویس‌های داده (به‌صورت بسیار محدود) می‌پردازند. این دسته از اپراتورها، خدمات را با قیمت رقابتی و با مدل پیش‌پرداخت ارائه می‌کنند. این دسته از اپراتورهای مجازی، خدمات خود را با قیمت‌هایی کمتر به کاربران ارائه می‌دهند. کاربران این دسته از اپراتورهای مجازی، معمولاً افرادی‌اند که به قیمت خدمات حساسیت دارند. به‌عنوان مثال، این دسته از اپراتورها می‌توانند سرویس مکالمه صوتی را با هزینه کمتر برای برخی از کاربران خاص ارائه کنند یا در قالب طرح‌هایی ویژه، به کاربران اجازه ارسال پیامک رایگان در بازه زمان مشخص را بدهند.

۲. اپراتور مجازی متمرکز بر گوشه‌های از بازار (عرضه‌کننده خدمات به بازارهای خاص):^۲ این گروه از اپراتورهای مجازی به ارائه سرویس‌های مناسب و با توجه به استراتژی تمرکز بر گوشه‌های از بازار می‌پردازند. هدف این استراتژی (تمرکز بر گوشه‌های از بازار)، شناسایی بخش کوچکی از بازار تقاضا و عرضه خدمات برای آن بخش است. به بیان دیگر، این دسته از اپراتورها به ارائه خدمات سفارشی برای بخشی از بازار، می‌پردازند. معمولاً این استراتژی برای بنگاه‌های کوچکی که با بنگاه‌های بزرگ رقابت دارند، مناسب است. این دسته از اپراتورها اغلب ارزشمند و سودآورند، زیرا به ارائه خدمات ارزش‌افزوده مناسب با درخواست کاربران می‌پردازند.

۳. اپراتور مجازی جزئی (خرده‌فروش):^۳ این دسته از اپراتورها به ارائه خدمات به کاربر نهایی که سیم‌کارت این اپراتور را تهیه کرده است، می‌پردازند. کاربر می‌تواند سیم‌کارت را به‌راحتی و حتی از سوپرمارکت‌ها تهیه کند. این دسته از اپراتورهای مجازی، از مزیت گسترده بودن نقاط فروش در سطح کشور برخوردارند.

۴. اپراتور مجازی تبلیغات محور:^۴ این گروه از اپراتورهای مجازی به ارائه خدماتی در غالب پیام کوتاه، مکالمه رایگان کوتاه‌مدت و ارائه محتوا به کاربران خود، در ازای ارسال تبلیغات می‌پردازند.

۵. اپراتور مجازی برند خاص:^۵ این دسته از اپراتورهای مجازی همانند اپراتورهای سنتی به ارائه خدمات می‌پردازند، اما از قدرت مارک و برند خود برای جذب کاربر استفاده می‌کنند. برای مثال می‌توان به شرکت ویرجین به‌عنوان یک اپراتور مجازی موفق در این حوزه اشاره کرد.

جذابیت‌ها و توانمندی‌های اپراتور مجازی تلفن همراه

در این بخش به این موضوع پرداخته می‌شود که چه انگیزه یا انگیزه‌هایی برای تبدیل شدن یک شرکت یا مؤسسه به اپراتور مجازی وجود خواهند داشت. با بررسی‌های صورت گرفته مشخص می‌شود که یکی از مهمترین محرک‌های حرکت به سمت اپراتور مجازی شدن، دسترسی به بخش بزرگی از کاربران تلفن همراه به‌عنوان مشتریان خدمات قابل ارائه توسط اپراتور مجازی است. این بازار، از لحاظ سودآوری مورد توجه شرکت‌های اپراتور مجازی تلفن همراه قرار گرفته است. اپراتورهای مجازی تلفن همراه بر این باورند که ارائه سرویس‌های جدید می‌تواند باعث سودآوری، حفظ و جذب کاربران شود. این سرویس‌ها تنها شامل مکالمات تلفنی نمی‌شود. به همین خاطر هر اپراتور سعی می‌کند با کمترین هزینه به حفظ و جلب کاربر بپردازد. براساس تحقیقات صورت گرفته، توانمندی‌های اپراتورهای مجازی تلفن همراه عبارتند از:

شکل ۵. جایگاه توانمندسازان فعالیت اپراتورهای مجازی



حوزه‌های فعالیت توانمندسازان فعالیت اپراتورهای مجازی نیز همانند اپراتورهای مجازی و در واقع به موازات آنها قرار دارند. به همین دلیل، فعال‌سازهای اپراتورهای مجازی را می‌توان به دسته‌های زیر تقسیم کرد: (۶)

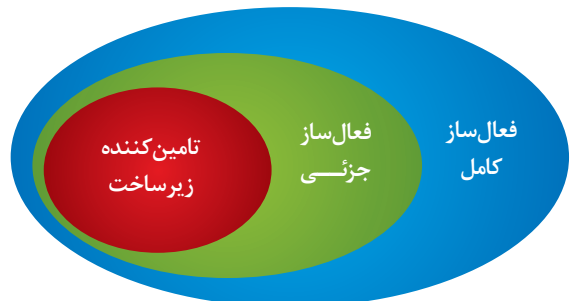
- فعال‌سازهای اپراتورهای مجازی کامل که هسته زیرساخت تلفن همراه دارند و ظرفیت لازم برای ارائه خدمات را مهیا می‌کنند. در واقع فعال‌سازهای اپراتورهای مجازی کامل بین اپراتور مجازی کامل و اپراتور تلفن همراه میزبان قرار می‌گیرند. این دسته از فعال‌سازها توانایی ارائه سرویس را دارند.

- فعال‌سازهای اپراتورهای مجازی جزئی که عناصر لازم برای ارائه خدمات را به همراه دارند، اما ارائه خدمات را به اپراتورهای مجازی همکار واگذار می‌کنند و این دسته از فعال‌سازهای اپراتورهای مجازی نیز به‌عنوان رابط بین اپراتور تلفن همراه میزبان و نمایندگان ارائه خدمات قرار می‌گیرند ولی نمی‌توانند سرویس خاصی را ارائه کنند.

- فعال‌سازهای اپراتورهای مجازی تأمین‌کننده زیرساخت‌های لازم برای ارائه‌دهندگان خدمات که قابلیت همکاری با اپراتورهای اصلی تلفن همراه را ندارند.

در حال حاضر، فعال‌سازهای اپراتورهای مجازی در حال رشدند. زیرا فاصله و خلأی بین اپراتورهای تلفن همراه و ارائه‌دهندگان سرویس‌ها وجود دارد که این خلأ توسط فعال‌سازهای اپراتورهای مجازی قابل برطرف‌سازی است.

شکل ۶. فعال‌سازهای اپراتورهای مجازی



مزایای اپراتور مجازی تلفن همراه (۷)

مزایای اپراتورهای مجازی تلفن همراه از دو دیدگاه قابل بررسی‌اند:

۱. مزایایی که اپراتورهای مجازی برای کشور ایجاد می‌کنند.
۲. مزایایی که مجازی بودن برای خود اپراتور به همراه می‌آورد.

اولین و مهمترین مزیتی که اپراتورهای مجازی تلفن همراه برای کشور ایجاد می‌کنند، ایجاد بازار کاری گسترده در زمینه‌های مختلف از جمله مخابرات، کامپیوتر، اقتصاد، مدیریت، بازاریابی و... است. اپراتورهای مجازی با به‌کارگیری نیروهای متخصص در حوزه‌های گوناگون می‌توانند سهم بزرگی در ایجاد اشتغال در جامعه داشته باشند. دومین مزیت مهم اپراتورهای مجازی برای کشور، افزایش تولید محتوای بومی است. تولید محتوای بومی که شامل تولید برنامه‌های کاربردی، راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی داخلی و ارائه مطالب و محتواهای متناسب با شرایط فرهنگی کشور است، موضوعی است که هم از جنبه فرهنگی و هم از جنبه سیاسی، اهمیت دارد.

اما از دیدگاه خود اپراتور مجازی، در مقایسه با اپراتورهای غیرمجازی موارد زیر را می‌توان به‌عنوان مزیت‌هایی که مجازی شدن برای اپراتور (یا شرکت) به همراه می‌آورد برشمرد:

۱. اپراتورهای مجازی تلفن همراه به‌جای سرمایه‌گذاری در بخش ساخت و نگهداری زیرساخت لازم برای ارائه سرویس، به سرمایه‌گذاری در تحقیقات بازاریابی و ارائه سرویس می‌پردازند که هم هزینه کمتری را شامل می‌شود و هم سودآوری بیشتری را به‌دنبال خواهد داشت.

۲. اپراتورهای مجازی تلفن همراه در شناخت کاربر و بازار متناسب با آن تخصص دارند. به همین دلیل براساس نیاز کاربر به ارائه سرویس می‌پردازند.

۳. ارائه خدمات ارزش‌افزوده و به‌خصوص مبتنی بر محتوا که توسط اپراتورهای صاحب زیرساخت ارائه نمی‌شوند، باعث می‌شود که اپراتورهای مجازی در مقایسه با اپراتورهای غیرمجازی با استقبال بیشتری مواجه باشند.

۴. ارائه خدمات به تمامی کاربران بدون در نظر گرفتن اپراتورهای اصلی آنها باعث می‌شود که سطح پوشش اپراتورهای مجازی در مقایسه با سایر اپراتورهای اصلی موجود در منطقه بیشتر شود. این مزیت به آن معنی است که اپراتورهای مجازی با استفاده از مفهوم رومینگ به ارائه خدمات می‌پردازند.

چالش‌های اپراتور مجازی تلفن همراه (۷)

اپراتورهای مجازی تلفن همراه، چالش‌هایی را نیز به‌دنبال خواهند داشت. این چالش‌ها بیشتر به‌دلیل نداشتن زیرساخت‌های ارتباطی لازم و مستقل ایجاد می‌شوند. در زیر به برخی از این چالش‌ها اشاره می‌شود:

۱. اپراتورهای مجازی به‌عنوان رقبای اپراتورهای اصلی شناخته می‌شوند که این مسئله برای اپراتورهای اصلی خوشایند نیست.

۲. از آنجا که راه‌اندازی هسته شبکه‌های ارتباطی بی‌سیم و سیار بسیار پرهزینه است، لذا اپراتورها علاقه‌ای به اشتراک‌گذاری آن ندارند. به همین دلیل مدل درآمدی در نظر گرفته شده برای اپراتورهای مجازی با یک عدم قطعیت همراه خواهد بود.

۳. اپراتورهای مجازی تلفن همراه تهدیدی برای امنیت زیرساخت‌های اپراتورهای اصلی و میزبان تلفن همراه به‌شمار می‌آیند که این مفهوم نیز برای اپراتورهای میزبان جذاب نیست.

جدول ۲. مزایا و چالش‌های اپراتورهای مجازی تلفن همراه

چالش‌ها	مزایا
۱- رقابت یا اپراتورهای اصلی و میزبان	۱- ایجاد بازار کار گسترده
۲- عدم علاقه اپراتورهای اصلی در به اشتراک‌گذاشتن زیرساخت	۲- افزایش تولید محتوای بومی
۳- تهدید امنیت زیرساخت اپراتور اصلی	۳- عدم نیاز به سرمایه‌گذاری در پخش زیر ساخت
	۴- سودآوری
	۵- ارائه سرویس بر اساس نیاز کاربر
	۶- ارائه خدمات ارزش افزوده مبتنی بر محتوا
	۷- ارائه خدمات یا استفاده از رومینگ

تجربیات جهانی در زمینه اپراتورهای مجازی تلفن همراه

اپراتورهای تلفن همراه آن کشور، اقدام به راهاندازی اپراتور مجازی کرده که این کار ضمن ایجاد بازار کاری مناسب، به سودآوری شرکتها و اپراتورها نیز کمک رسانده است. یکی از شناخته شده‌ترین برندها و شرکت‌های فعال در حوزه اپراتورهای مجازی تلفن همراه، ویرجین است. (۵) این گروه توانسته کسب و کارهای جدید و موفق را در حوزه تلفن همراه ایجاد کند. ویرجین بیش از ۳۰۰ شرکت در سرتاسر جهان ایجاد کرده و ۵۰,۰۰۰ نفر را به استخدام خود در آورده است. (۵) این شرکت در سال ۲۰۱۱ در حدود ۱۵ میلیون کاربر در سرتاسر جهان داشته است. (۵) در این بخش به بررسی تجربیات شرکت مذکور (شامل نحوه ارائه سرویس و میزان درآمد) در کشورهای انگلیس، استرالیا، آمریکا، کانادا، فرانسه، هند و قطر پرداخته شده است.

بزرگ‌ترین بازار اپراتورهای مجازی تلفن همراه را دارد و پس از آن ایالات متحده آمریکا قرار می‌گیرد. بعد از این دو، آسیا و اقیانوسیه در رتبه سوم قرار گرفته است. براساس گزارش‌های منتشر شده، درآمد حاصل از اپراتورهای مجازی در کشور آلمان، که بیشترین تعداد اپراتور مجازی تلفن همراه را در جهان دارد، مبلغی بالغ بر ۱۸۶/۶ میلیون دلار بوده است. در بین کشورهای منطقه، ترکیه بیشترین تعداد اپراتور مجازی تلفن همراه را دارد. از سوی دیگر، عربستان در سال ۲۰۱۳ مجوز راهاندازی ۳ اپراتور مجازی تلفن همراه را با هدف ایجاد رقابت، کاهش قیمت‌ها، افزایش کیفیت خدمات و افزایش درآمدهای حاصل از اپراتورهای مجازی، صادر کرده است. براساس بررسی‌های صورت گرفته، مشخص شد که شرکت ویرجین در کشورهای مختلف و با همکاری

یکی از مواردی که می‌تواند در اتخاذ تصمیم در خصوص نحوه ورود به اپراتور مجازی تلفن همراه کمک بسیاری کند، بررسی تجربیات جهانی در زمینه راهاندازی اپراتورهای مجازی تلفن همراه است. همان‌گونه که پیش‌تر نیز بیان شد، راهاندازی اپراتورهای مجازی تلفن همراه باعث ایجاد تحول در صنعت مخابرات و ارائه خدمات می‌شود که به دنبال آن تحولات اقتصادی و اجتماعی در کشور نیز رخ خواهند داد. با بررسی‌های صورت گرفته، مشخص شد که ارائه سرویس‌های ارزش‌افزوده از دیدگاه اقتصادی می‌تواند با سرمایه‌گذاری بیشتری در این بازار همراه باشد و به رونق صنعت مخابرات منتهی شود. براساس اطلاعات منتشر شده (۸) بازار اپراتورهای مجازی تلفن همراه می‌کوشد تا در پایان سال ۲۰۱۷ به تعداد ۳۰۰ میلیون مشترک در سرتاسر جهان دست یابد. از دیدگاه انتشار جغرافیایی، اروپا

انگلیس

اپراتور مجازی ویرجین در انگلیس، بخشی از شرکت ویرجین مדיاست که ارائه‌دهنده سرگرمی‌ها و سرویس‌های تلفن همراه، اینترنت پهن‌بند، تلویزیون و سرویس‌های تلفن ثابت و سیار است. اپراتور مجازی ایجاد شده توسط این شرکت در انگلیس، زیرساخت شبکه‌ای ندارد و از بستری یکی از اپراتورهای این کشور استفاده کرده و خدمات خود را ارائه می‌دهد. ویرجین مדיا، بسته‌هایی با قیمت مناسب برای تشویق کاربران ضمن استفاده از خدمات این اپراتور مجازی، ارائه می‌دهد. بر این اساس، کیفیت صدا، دیتا (خدمات اینترنتی) و خدمات ارزش‌افزوده ارائه شده توسط این اپراتور مجازی، بستگی به عملکرد شبکه میزبان آن در انگلیس دارد. از سوی دیگر، اپراتور میزبان نیز بیشترین پوشش و بهترین سطح کیفی خدمات را در انگلیس دارد. براساس تحقیقات صورت گرفته، اپراتور مجازی ویرجین در سال ۲۰۱۳، نزدیک به ۶۰۰ فرصت شغلی در انگلیس ایجاد کرده است.

استرالیا

تلفن همراه و ارائه خدمات بر این بستر، در ایران نیز مانند سایر کشورهای جهان با استقبال مواجه شد. وجود سه اپراتور اصلی تلفن همراه و چند اپراتور خاص در بعضی از نقاط کشور، همچون اسپادانا در اصفهان و اپراتور کیش باعث شده است که کاربران بی‌شماری به اپراتورها ملحق شده و تا حدودی تلفن ثابت از رونق بیافتد. با این وجود، استقبال از تمامی اپراتورها به صورت یکسان نبوده است، به

یکی از اپراتورهای مجازی ایجاد شده در کشور استرالیا، توسط شرکت ویرجین بوده است. در انتهای سال ۲۰۰۵ این اپراتور اعلام کرد که نزدیک به ۳۰۰,۰۰۰ کاربر در این کشور دارد.

آمریکا

اپراتور مجازی ویرجین در آمریکا روی بستری یکی از اپراتورهای اصلی این کشور به ارائه خدماتی چون صوت، سرویس پیام، دیتای پهن‌بند، در سرتاسر آمریکا می‌پردازد. این اپراتور بیشتر مورد توجه افرادی است که نمی‌خواهند هزینه‌های سنگینی را برای خدمات تلفن همراه به صورت ماهیانه پرداخت کنند.

کانادا

اپراتور مجازی ویرجین در کانادا، بیشتر جوانان را به عنوان بازار هدف ارائه خدمات در نظر گرفته و سرویس‌هایی متناسب با این قشر را ارائه می‌دهد. این اپراتور، خدمات خود را به کاربرانی ارائه می‌کند که سیم‌کارت اپراتور مجازی را تهیه کرده باشند.

فرانسه

اپراتور مجازی ویرجین در فرانسه، چهارمین اپراتور ارائه‌کننده خدمات در

این کشور محسوب می‌شود که طبق گزارش‌های اعلام شده در حدود ۲ میلیون کاربر دارد.

هند

شرکت ویرجین در کشور هند با سرمایه‌گذاری روی قشر جوان این کشور، شروع به راهاندازی اپراتور مجازی کرد. هدف این اپراتور ارائه سرویس‌هایی متناسب با بازار جوانان کشور هند و بیشتر در محدوده سنی ۱۵ تا ۳۰ سال بوده است.

قطر

شرکت ویرجین در کشور قطر نیز اپراتور مجازی تلفن همراه را راهاندازی کرد. این اپراتور سرویس‌های خود را در غالب خدمات اعتباری و با اعتبار ۱۸۰ روز ارائه می‌کند.

با بررسی‌های انجام شده، چه در زمینه تجربیات جهانی و چه در زمینه نمونه‌ای موفق از اپراتور مجازی در سطح جهان (ویرجین)، می‌توان نتیجه گرفت که:

۱. راهاندازی اپراتور مجازی در هر کشور باعث ایجاد فرصت‌های شغلی بسیار می‌گردد که به کاهش جمعیت بیکار و نیز به کارگیری نیروی متخصص کمک

۲. راهاندازی اپراتورهای مجازی می‌تواند با ایجاد تحول در صنعت مخابرات، به توسعه اقتصادی کشور کمک شایانی کند.
۳. از دیدگاه اقتصادی، ارائه سرویس‌های جدید باعث ایجاد سودآوری و درآمد برای اپراتورهای مجازی، اپراتورهای اصلی و در نهایت کمک به اقتصاد کشور می‌شود.
۴. یکی از پارامترهایی که می‌تواند به ایجاد رقابت بین اپراتورها در ارائه خدمات با کیفیت بهتر و قیمت مناسب‌تر منتهی شود، ایجاد اپراتورهای مجازی است. تعرفه سرویس‌های قابل ارائه توسط اپراتورها، در جذب کاربران تأثیر بسزایی خواهد گذاشت.
۵. از آنجا که اپراتورهای مجازی با استفاده از اپراتورهای تلفن همراه در هر کشور به ارائه خدمات می‌پردازند، می‌توان با کمترین هزینه در کشورهای دیگر نیز به فعالیت پرداخت که این امر باعث ایجاد سرمایه‌گذاری بین‌المللی می‌شود.
۶. شناسایی دقیق بازار و نیز ارائه سرویس‌های مناسب با آن می‌تواند در ایجاد بازار بین‌المللی برای اپراتورهای مجازی مفید باشد.

اپراتور مجازی تلفن همراه در ایران

همراه مهاجرت کردند، اما همان‌گونه که در متن گزارش نیز به آن اشاره شد، ارائه محتوای لازم و متناسب با این نسل، از دغدغه‌های اپراتورها محسوب می‌شود. با راهاندازی نسل سوم و چهارم تلفن همراه در کشور، مباحثی چون رومینگ ملی برای پوشش‌دهی مناسب تمام کاربران نیز مطرح شد، اما با مطرح شدن موضوع رومینگ ملی، چالش‌های بسیاری در بین اپراتورها به وجود آمد.

نحوی که عدم استقبال از یک اپراتور (به دلیل عدم پوشش مناسب، عدم ارائه سرویس‌های مطلوب و ارائه سرویس با هزینه بالاتر) باعث شکست اپراتور در بازار رقابت شده است. از سوی دیگر، با مطرح شدن نسل‌های جدید تلفن همراه، اپراتورهای فعال کشور، به روزرسانی شبکه ارتباطی را در اولویت قرار داده و سریعاً به نسل سوم و چهارم تلفن‌های

تلفن همراه و ارائه خدمات بر این بستر، در ایران نیز مانند سایر کشورهای جهان با استقبال مواجه شد. وجود سه اپراتور اصلی تلفن همراه و چند اپراتور خاص در بعضی از نقاط کشور، همچون اسپادانا در اصفهان و اپراتور کیش باعث شده است که کاربران بی‌شماری به اپراتورها ملحق شده و تا حدودی تلفن ثابت از رونق بیافتد. با این وجود، استقبال از تمامی اپراتورها به صورت یکسان نبوده است، به

نتیجه‌گیری

ارتقای شبکه‌های ارتباطی سیار به نسل سوم و چهارم، با مباحثی چون محتوا و نحوه ارائه سرویس‌های مناسب همراه بود. یکی از اصلی‌ترین چالش‌هایی که برای یک اپراتور مطرح می‌شود، این است که با توجه به زیرساخت‌های موجود، چه سرویس‌هایی را می‌تواند به کاربران خود ارائه دهد که ضمن حفظ کاربران کنونی، در بازار رقابت، به افزایش تعداد کاربران نیز منجر شود.

یکی از مواردی که می‌تواند اپراتورهای اصلی را در انجام ارائه خدمات مناسب به کاربران یاری رساند، راه‌اندازی اپراتورهای مجازی تلفن همراه است. اپراتورهای مجازی، بدون نیاز به زیرساخت‌های شبکه تلفن همراه، به تولید خدمات ارزش افزوده متناسب با نیاز کاربران می‌پردازند.

اپراتورهای مجازی تلفن همراه با رصد و تحلیل بازار تقاضای کاربران، به ارائه سرویس‌هایی متناسب با نیاز آنها می‌پردازند. بر همین اساس، این دسته از اپراتورهای تلفن همراه، بستر مناسبی برای به کارگیری نیروهای فعال و تحصیلکرده در بخش‌های مختلف به صورت شرکت‌های خصوصی، دانش بنیان و حتی شرکت‌های فناوری محور ایجاد خواهند کرد.

بر اساس بررسی‌های صورت گرفته، اپراتورهای مجازی تلفن همراه با ایجاد رقابت باعث افزایش سطح کیفی خدمات ارائه شده به کاربران می‌شود. از سوی دیگر، اپراتورهای مجازی تلفن همراه این توانایی را دارند که با توجه به رده سنی کاربران، به ارائه سرویس‌های خاص بپردازند.

پیشنهادها

۴. با توجه به این نکته که اپراتورهای مجازی تلفن همراه بازار کار مناسبی برای نیروهای متخصص و تحصیلکرده ایجاد می‌کند، با توجه به نکات بیان شده در متن گزارش، ایجاد و راه‌اندازی اپراتورهای مجازی تلفن همراه به ایجاد اشتغال در کشور کمک شایانی خواهد کرد.

۵. یکی از مسائلی که بسیار مورد توجه کاربران است، دریافت سرویس‌های تلفن همراه با کیفیت و قیمت مناسب است. موضوعی که هر چند وقت یکبار بحث‌های زیادی را به خود اختصاص می‌دهد، تعرفه‌های خدمات ارائه شده توسط اپراتورهای تلفن همراه است. ایجاد اپراتورهای مجازی باعث ایجاد رقابت در بین ارائه‌دهندگان خدمات می‌شود. در این حالت، سطح کیفی خدمات افزایش و تعرفه‌های آنها متناسب با خدمات می‌شود.

۶. با راه‌اندازی نسل سوم و چهارم تلفن همراه در کشور، یکی از مسائلی که بسیار مورد توجه قرار گرفته است، تولید و ارائه محتوای مناسب با شرایط و فرهنگ کشور به کاربران شبکه‌های باند وسیع است، لذا با توجه به این نکته که یکی از وظایف اپراتورهای مجازی تلفن همراه ارائه محتوای لازم برای شبکه‌های باند وسیع است، می‌توانند در تولید محتوای بومی برای شبکه‌های باند وسیع کشور مفید باشند.

۷. با وجود اپراتورهای تلفن همراه، اپراتورهای تلفن ثابت با رکود مواجه شده‌اند. پیشنهاد می‌شود، اپراتورهای تلفن ثابت برای ایجاد درآمد و ماندن در بازار رقابت، با بررسی بازار تقاضا، به ارائه سرویس‌هایی خاص و با عنوان اپراتورهای مجازی، بپردازند.

۸. اپراتورهای مجازی تلفن همراه می‌توانند با ایجاد نرم‌افزارهای پیام‌رسان، به ارائه خدماتی بر بستر اینترنت بپردازند و ضمن ایجاد درآمد، از انتشار محتواهایی مغایر با اصول کشور، جلوگیری کنند.

ایران به‌عنوان یکی از کشورهایی که به تازگی اقدام به راه‌اندازی نسل سوم و چهارم تلفن همراه کرده است، بازار مناسبی برای ارائه خدمات پهن باند به وجود آورده است، لذا پیشنهاد می‌شود:

۱. با توجه به «سند چشم‌انداز ایران ۱۴۰۴» و موارد ذکر شده در خصوص اقتصاد، فناوری و اشتغال و نیز ویژگی‌های بیان شده برای کشور در این سند، تهیه پروانه‌های لازم به منظور راه‌اندازی اپراتورهای مجازی در کشور نیاز به تعجیل بیشتری دارد.

۲. در تدوین مقررات و استانداردهای مربوط به اپراتور مجازی تلفن همراه، نحوه همکاری با اپراتورها و شرکت‌های معتبر خارجی نیز در نظر گرفته شود.

۳. در تدوین مقررات و استانداردهای اپراتور مجازی تلفن همراه، موضوعاتی چون اجرای رومینگ داخلی به صورت کامل برای ارائه بهتر خدمات و افزایش سطح پوشش، در نظر گرفته شود.

در بررسی «نظرسنجی تخصصی در مورد سیاست‌ها و اصول حاکم بر صدور پروانه اپراتورهای مجازی تلفن همراه در کشور» تنها به مسائل اولیه اپراتور مجازی تلفن همراه پرداخته شده است و مواردی چون ارائه خدمات به کاربران سایر اپراتورهای تلفن همراه بجز اپراتور اصلی یا میزبان، در قالب استفاده از رومینگ داخلی مورد بررسی قرار نگرفته است. در این نظرسنجی، به واگذاری شماره به اپراتور مجازی اشاره شده است ولی به مسئله تعدد سیم‌کارت‌های کاربران توجه نشده است. از سوی دیگر، با اتمام دوره فعالیت اپراتور مجازی و نیز عدم تمایل اپراتور مجازی به ادامه همکاری با اپراتور پایه یا توقف فعالیت تا یافتن بازاری مناسب برای ارائه خدمات جدید دیگر، برای شماره‌های واگذار شده به کاربران چه تمهیداتی اندیشیده شده است.

در بررسی تجربیات جهانی، برخورد رگولاتوری کشورها با اپراتور مجازی تلفن همراه به چهار دسته، ۱. اجبار کننده، ۲. تسهیل کننده، ۳. بی تفاوتی و ۴. ممانعت کننده یا سخت‌گیر، قابل تقسیم‌بندی است. (۲) در این نظرسنجی، نقش رگولاتوری در برخی موارد اجبار کننده و در برخی تسهیل کننده یا بی تفاوتی است. این نقش نیز باید به روشنی مشخص شود.

۱. با وجود بررسی‌های صورت گرفته از سوی سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، سیاست‌ها و اصول حاکم بر صدور پروانه‌های اپراتورهای مجازی در کشور مشخص نشده است. به همین دلیل، سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، اقدام به برگزاری نظرسنجی تخصصی در این خصوص کرده است.

۲. با وجود بررسی‌های صورت گرفته از سوی سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، سیاست‌ها و اصول حاکم بر صدور پروانه‌های اپراتورهای مجازی تلفن همراه در کشور» تنها به مسائل اولیه اپراتور مجازی تلفن همراه پرداخته شده است و مواردی چون ارائه خدمات به کاربران سایر اپراتورهای تلفن همراه بجز اپراتور اصلی یا میزبان، در قالب استفاده از رومینگ داخلی مورد بررسی قرار نگرفته است. در این نظرسنجی، به واگذاری شماره به اپراتور مجازی اشاره شده است ولی به مسئله تعدد سیم‌کارت‌های کاربران توجه نشده است. از سوی دیگر، با اتمام دوره فعالیت اپراتور مجازی و نیز عدم تمایل اپراتور مجازی به ادامه همکاری با اپراتور پایه یا توقف فعالیت تا یافتن بازاری مناسب برای ارائه خدمات جدید دیگر، برای شماره‌های واگذار شده به کاربران چه تمهیداتی اندیشیده شده است.

در بررسی تجربیات جهانی، برخورد رگولاتوری کشورها با اپراتور مجازی تلفن همراه به چهار دسته، ۱. اجبار کننده، ۲. تسهیل کننده، ۳. بی تفاوتی و ۴. ممانعت کننده یا سخت‌گیر، قابل تقسیم‌بندی است. (۲) در این نظرسنجی، نقش رگولاتوری در برخی موارد اجبار کننده و در برخی تسهیل کننده یا بی تفاوتی است. این نقش نیز باید به روشنی مشخص شود.

۱. "G: A Technology Vision", Huawei Report", ۲۰۱۳.
۲. نشریه طیف، سال نهم، شماره ۴۵، آبان و آذرماه ۱۳۹۳.
۳. "How to Become an MVNO/MVNE", Comarch White paper", ۲۰۰۹.
۴. "MVNOs in LATAM", White paper", ۲۰۱۳.
۵. U. Boynudelik, "Analysis of Turkish Mobile Communication Market and Introduction of Mobile Virtual Network Operators", ۲۰۱۱.
۶. "Mobile Virtual Network Operator", Nokia Siemens Network White paper", ۲۰۰۷.
۷. "Mobile Virtual Network Operators: challenges and opportunities", Ovum White paper", ۲۰۱۴.
۸. "The multifaceted world of MVNOs: Growth and challenges ahead", Informa White paper", ۲۰۱۳.

حضور غیر رسمی برندهای مطرح دنیا در بازار تلفن همراه ایران

بازاری که خریداران و فروشندگان جنس قاچاق را ترجیح می‌دهند



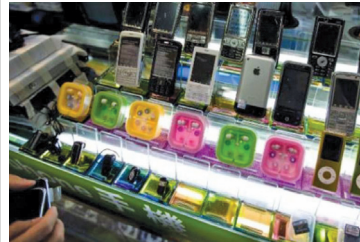
نمابندگی شرکت‌هایی مانند مایکروسافت با ایل در ایران را تنها آمریکایی بودن آنها می‌داند.

غلام حسین کریمی، رییس اتحادیه دستگاه‌های مخابراتی تهران ضمن تایید مساله ورود غیر رسمی گوشی‌های موبایل به ایران، دلیل آن را افزایش تعرفه گمرکی می‌داند. او با طرح این موضوع که در سال ۱۳۸۵ قاچاق گوشی موبایل صفر درصد بود، دلیل آن را تعرفه ۴ درصدی می‌داند و می‌گوید: «با افزایش تعرفه‌ها بدون کارشناسی درست، این میزان به ۶۰ درصد هم رسید و اکنون با نوسان این قیمت‌ها و با افزودن ۹ درصد ارزش افزوده به ۱۹ درصد رسیده است. به همین دلیل هم فروشندگان ترجیح می‌دهند تا با وارد کردن جنس قاچاق و با پرداخت تنها ۵ یا ۶ درصد هزینه، سود بیشتری را از آن خود کنند.»

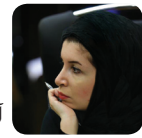
وی با اشاره به اینکه هنوز بحث رفع تحریم‌ها به طور کامل قطعی نشده است تا به طور رسمی برندهای مطرح جهانی نمابندگی در ایران داشته باشند، گفت: «فرد X که ادعای نمابندگی برندی را دارد، ممکن است خود شرکتی در کشوری دیگر تاسیس کند و یا به طور غیر مستقیم از طریق نمابندگی یک برند در کشورهایمانند سنگاپور یا امارات، جنس را وارد ایران کند». رییس اتحادیه دستگاه‌های مخابراتی تهران با تایید اینکه تنها شاید ۱۰ درصد یا حتی کمتر از گوشی‌های موبایل از طریق قانونی وارد کشور می‌شوند، معتقد است: هیچ کدام از برندهای مطرح جهانی بدون تحقیق و اطمینان درباره ثبات سیاسی یا فرهنگ فرهیخته یک جامعه، نمابندگی به کشوری اعطانی‌کنند.

کریمی در خاتمه صحبت‌های خود اظهار داشت: «هتاسفانه با وجود این هرج و مرجع، در هفته پیش از دو هزار شکایت از خریداران درباره گوشی‌های همراه خود داریم، در حالیکه سال ۸۵ حتی ماهی یک شکایت هم نداشتیم.»

شماره ۶۶۷۶۳۰۳۵ واحد شکایات اتحادیه صنف دستگاه‌های مخابراتی تهران است که مصرف کنندگان می‌توانند در مواقع بروز مشکل، شکایات خود را از این طریق مطرح کنند تا به آنها رسیدگی شود.



آزاده ارشدی



زمان زیادی است که در کشورمان بحث داشتن نمابندگی رسمی برندهای مطرح جهانی داغ شده است. اینکه شرکت‌هایی مانند ایل یا مایکروسافت چرا در ایران نمابندگی ندارند و

کالاهای این برندها به طور غیرمستقیم وارد ایران می‌شوند مورد بحث فعالان بازار و کارشناسان است. از سوی دیگر بسیاری از کاربران لزومی به داشتن گارانتی محصولی که خریداری می‌کنند، حس نمی‌کنند؛ چرا که بر این باورند که گارانتی نوعی «همدردی» است و اگر مشکلی برای کالای خریداری شده بوجود بیاید، شرکتی که آن را گارانتی کرده تنها با اظهار تاسف، دلیل آن را بی‌احتیاطی مصرف کننده یا نوسان جریان برق و یا سایر توجیح‌های مرسوم اعلام می‌کند و آن کالا را تعویض یا تعمیر رایگان نخواهد کرد.

در این شماره سعی کردیم نتایج بررسی ماهنامه نسل چهارم را به اطلاع خوانندگان برسانیم که چه حجمی از گوشی‌های موبایل وارداتی از مجاری قانونی وارد می‌شوند و چرا برندهای مطرح و محبوب جهانی بطور رسمی و قانونی به بازار کشور ما وارد نمی‌شوند.

مساله‌ای که بیشتر از سایر موارد در اولویت قرار دارد، تفاوت قیمت چشمگیر خرید و فروش جنس قانونی با قاچاق است. بدین ترتیب که فروشندگانی که بخواهند جنس قانونی خریداری کنند به غیر از تهیه مدارک لازم برای گمرک و مخابرات، باید مبالغی را برای هزینه تعرفه، مالیات بر ارزش افزوده، انبارداری و عوارض شهرداری اضافه بر مبلغ کالا بپردازند، اما اگر همین فروشنده بخواهد کالا را قاچاق وارد کند، داستان عوض می‌شود. این فرد می‌تواند از یکی از کشورهای اطراف مثل عراق یا امارات، کالا را از مبادی غیر رسمی وارد کرده و به بازار تزریق کند که جمعا هزینه‌های حدوداً ۱۰۰ هزار تومانی دارد و برای مثال گوشی ۶۰۰ هزار تومانی را به اضافه هزینه ۱۰۰ هزار تومانی صرف شده نهایتاً می‌تواند ۹۰۰ هزار تومان بفروشد که در این میان سود ۲۰۰ هزار تومانی را به جیب بزند. در صورتیکه وارد کردن قانونی جنس، هزینه‌های بیش از اینها خواهد داشت. در نتیجه گوشی موبایلی که قانونی وارد شده گران‌تر فروخته می‌شود. طبیعتاً هم در بیشتر موارد مصرف کنندگان ترجیح می‌دهند تا با قیمت پایین‌تری حتی بدون گارانتی کالا را خریداری کنند. در این میان باید گفت که حدوداً ۱۰ درصد از گوشی‌های وارداتی از مجاری قانونی وارد ایران می‌شوند و بقیه قاچاق هستند. در واقع نمابندگی‌های رسمی برندهای موبایل در ایران شاید تنها ۱۰ درصد بازار برند مربوط به خود را در اختیار داشته باشند و مابقی توسط سایر فروشندگان به طور قاچاق وارد شده و فروخته می‌شوند.

دوود طبری، یکی از فروشندگان پاساژ علاءالدین ضمن اشاره به نمابندگی برندهای معتبر هووی، ال جی یا سامسونگ که در ایران مشغول به کار هستند، می‌گوید: «نمابندگی شرکت X در ایران با حساب N درصد سود و ارزش افزوده خود میزان ۱۰ تا ۳۰ هزار تومان روی قیمت موبایل‌های وارداتی خود می‌افزاید و گارانتی در اختیار خریداران می‌گذارد. اگر این تفاوت قیمت به همین میزان باشد برای مصرف کننده چشمگیر نیست و صرف خواهد داشت، اما مبلغ بالاتر مثلاً ۱۰۰ هزار تومان دیگر برای من خریدار که گوشی ۷۰۰ هزار تومانی می‌خواهم بخرم صرف ندارد و از خیر گارانتی که کار خاصی هم برای مصرف کننده نمی‌کند، می‌گذرم.» وی دلیل نداشتن

فرد X که ادعای نمابندگی برندی را دارد، ممکن است خود شرکتی در کشوری دیگر تاسیس کند و یا به طور غیر مستقیم از طریق نمابندگی یک برند در کشوریمانند سنگاپور یا امارات، جنس را وارد ایران کند.





زهرا طاهری

گذری به مطرح ترین بازارهای موبایل تهران از انواع تقلب‌های رایج در علاءالدین تا رقبائی که شاخ غول علاءالدین را شکستند

خرید گوشی موضوعی است که بسیاری از مردم امروزه با آن درگیر هستند، اگر شما هم به دنبال خرید یک گوشی هستید پیشنهاد می‌کنم تا این مطلب را مطالعه کنید. در این مطلب مطرح ترین بازارهای موبایل تهران و چالش‌های خرید در این بازارها را بررسی کردیم.

خرید گوشی با گارانتی اصلی

در خرید گوشی‌های هوشمند حتماً این نکته را در نظر داشته باشید که از خرید گوشی‌های هوشمند بدون گارانتی جدا خودداری نمایید. خرید گوشی‌های هوشمند بدون گارانتی و گارانتی‌های فرعی و غیراصولی در حقیقت زیر پا گذاشتن حقوق کارگران و کارمندان ایرانی (در حقیقت فرزندان این مرز و بوم) است که در شرکت‌های معتبر ضمانت‌کننده در ایران مشغول به فعالیت هستند. معمولاً شرکت‌های ضمانت‌کننده دستگاه‌های هوشمند در ایران کارخانجات مونتاژکننده دستگاه‌های هوشمند در ایران هستند.

مشهورترین بازارهای موبایل در ایران

منبع اصلی و البته متمرکز بازار موبایل ایران در شهر تهران قرار دارد. از مشهورترین بازارهای موبایل در ایران می‌توان به سه بازار بزرگ در خیابان جمهوری تهران اشاره کرد. بازار موبایل ایران، بازار موبایل علاءالدین و بازار موبایل چهارسو سه بازار اصلی موبایل در تهران به شمار می‌روند. این سه بازار هر سه تقریباً در یک محدوده مکانی و با فاصله اندک از هم، در تقاطع خیابان جمهوری و خیابان حافظ قرار دارند. اولین بازار موبایل تخصصی در تهران بازار علاءالدین است که یکی از قدیمی‌ترین بازارهای تکنولوژی در ایران به شمار می‌رود. دومین بازار تخصصی موبایل در تهران بازار موبایل ایران نام دارد که پس از علاءالدین دومین بازار موبایل در ایران به شمار می‌رود. سومین بازار برای خرید گوشی موبایل بازار چارسو است که در سال ۹۳ به مدار بازارهای موبایل وارد شده است، اما این سه بازار چه مزیت‌هایی نسبت به هم دارند.

بازار موبایل علاءالدین

بازار علاءالدین که تقاطع خیابان جمهوری با پل حافظ واقع شده است منبع بسیار حرفه‌ای در تهران برای گوشی موبایل به حساب می‌آید و اغلب اصناف این بازار موبایل، با قیمت رقابتی محصولات خود را بفروش می‌رسانند، اما نکته کلیدی اینجاست که اجناس بفروش رسیده در این بازار مقداری با استانداردهای فروش حرفه‌ای در بازار فاصله دارد؛ چرا که اغلب گوشی‌های هوشمند در این بازار بدون گارانتی بفروش می‌رسد. فروش گوشی‌های بدون گارانتی نشانگر وجود گوشی‌هایی است که از مجراهای غیرقانونی وارد بازار کشور شده‌اند.



انواع تقلب‌های رایج در پاساژ علاءالدین

خبرها و گزارش‌های گسترده‌ای از تقلب و وضعیت نابسامان فروش در پاساژ علاءالدین در رسانه‌های ایران منتشر شده است که بیشتر تداعی کننده یک بازار مافیایی است. بازار موبایل ایران بدلیل قاچاق گسترده که در دولت قبل شدت یافت وضعیت بسیار نابسامانی دارد. ایران بدون آنکه تولید چندان در تولید موبایل و لوازم دیجیتال داشته باشد از مصرف کنندگان بزرگ این محصولات است که دلایل روانشناسی و جامعه‌شناسی نیز برای آن ذکر شده است. اجاره مغازه‌ها به حدی بالاست که برخی قیمت موبایل را بیشتر متأثر از میزان اجاره مجتمع می‌دانند. رضا علاءالدین صاحب پاساژ، معترف است که کل مغازه‌ها را خودم فروختم و هنوز هیچ معامله‌ای در این مجموعه بدون حضور من صورت نگرفته است. با وجود آنکه این مرکز بدلیل انواع تقلب‌ها یکی از بدنام‌ترین مراکز تجاری ایران است وی در پاسخ به انتقاد بدلیل این رفتار انحصار طلبانه ادعا می‌کند که من باید بدانم مغازه به چه کسی فروخته می‌شود. فرد باید کاسب خوشنام و درستی باشد. ما این مجموعه را به آدم‌های سالم و صادق فروختیم و از آنها استفاده کردیم. برای ما مهم است که چه کسی می‌خرد. ما برای این که این مجموعه راه بیفتد مغازه‌ها را به افراد جوان و جویای کار با شرایط ۴۰ تا ۶۰ ماه قسطی واگذار کردیم.

فروش گوشی های رفرش در بازار علاءالدین

نیست. اما این معطل زمانی خودنمایی می کند که بسیاری از فروشندگان این گوشی ها هیچ اطلاعی را به مشتری از بابت فروش گوشی رفرش نمی دهند و به راحتی گوشی دست دوم و رفرش را با نام گوشی نو به دست مشتری می دهند. در کنار همه این مشکلات، این بازار در سال های اخیر با حاشیه های بسیار زیادی هم رو برو بوده است. از مشهور ترین حاشیه های این بازار می توان به تخریب مغازه های برخی طبقات این بازار اشاره کرد که بصورت غیرقانونی واگذار شده بود.

فروش گوشی های رفرش از دیگر مشکلاتی است که در این بازار موبایل گزارش شده است. این موضوع تا جایی در این بازار شهرت یافته است که صاحب این پاساژ در یک مصاحبه موارد قابل توجهی را مطرح کرد. رضا علاءالدین در مورد گوشی های موبایل رفرشی که به جای گوشی نو در این بازار فروخته می شود، گفت: این درخواست مردم است و این گوشی های هوشمند تقاضای زیادی توسط مشتریان دارند. بسیاری از گوشی ها که دیگر تولید نمی شود، در کشور های دیگر به صورت رفرش وارد بازار می شود و فروشنده به خریدار توضیح می دهد که این گوشی نو

تشخیص گوشی های رفرش از گوشی های نو

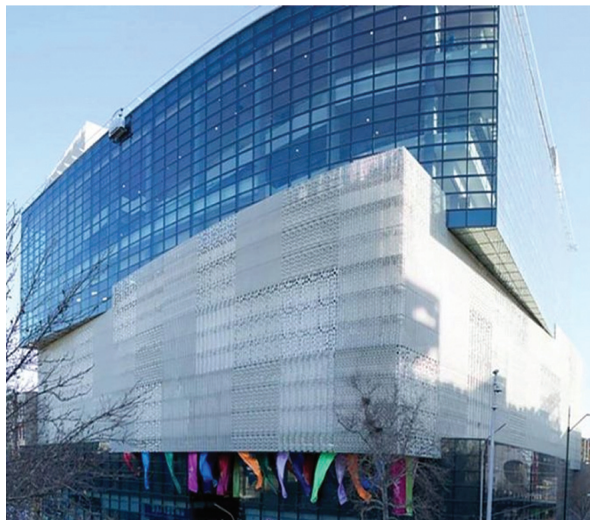
اما چگونه می توان گوشی های نو را از گوشی های رفرش تشخیص داد؟ برای این کار باید به بسته بندی آکبند گوشی حتما توجه کرد. در قدم دوم برای تشخیص گوشی های رفرش از گوشی های نو می توان به رد پیچگوشتی در پیچ های پشت قاب گوشی اشاره کرد. همچنین اغلب گوشی های رفرش با قطعات غیر اصلی بفروش می رسد. با این تفاسیر خرید گوشی از بازار علاءالدین مطمئنا با شک و تردید روبرو خواهد شد، برای خرید گوشی از بازار علاءالدین حتما به مسائل مطرح شده دقت نمایید.

بازار موبایل ایران

دومین بازار مطرح برای خرید گوشی هوشمند در تهران، بازار موبایل ایران است که خیابان حافظ پایین تر از تقاطع جمهوری واقع شده است. این بازار دومین بازار تخصصی گوشی موبایل در ایران به شمار می رود. در مقابل بازار علاءالدین قد علم کردن این بازار مدرن قبل از رونمایی از بازار چارسو، تهدیدی بسیار آشکار برای بازار سنتی موبایل بود. این بازار تخصصی تمامی نمایندگی های موبایل در ایران را در خود جای داده است، قبل از بازار چارسو مدرنترین بازار موبایل در ایران همین بازار موبایل ایران بود که بسیاری از خریداران حرفه ای را به سمت خود کشاند.

در سایت این بازار موبایل نوشته شده است: مجموعه بازار موبایل ایران با داشتن مزایا و قابلیت ها و ظرفیت های ویژه، محصول تلاش و تکاپوی فشرده و مستمر است که در مرکز تهران بزرگ ایجاد شده است. ۶۳ هزار متر مربع زیر بنا در ۱۴ طبقه شامل ۹ طبقه پارکینگ طبقاتی و ۵ طبقه تجاری، خدماتی رفاهی، مختصات و مشخصات ظاهری این مرکز خرید مدرن و مجهز است. البته ایجاد این مزایا، مستلزم فراهم نمودن امکانات جانبی و مورد نیاز مصرف کننده در بطن و متن این نوع مراکز خرید است که از جمله مهم ترین آنها می توان به وجود پارکینگ اتومبیل، رستوران، کافی شاپ، فست فود، سوپر مارکت، نمازخانه، دسترسی کلیه طبقات توسط پله برقی و آسانسور و... اشاره نمود.

پس از گذشت چندین سال از فعالیت این بازار، هم اکنون این مجتمع تجاری تخصصی موبایل یکی از پرطرفدارترین بازارهای موبایل در ایران می باشد که روزانه میزبان بسیاری از علاقه مندان گوشی های هوشمند در ایران است. در خرید از این بازار، حداقل خرید یک دستگاه هوشمند با گارانتی و لوازم جانبی اصلی از موضوعاتی است که مشتریان را به سمت خود جذب می نماید.



بازار موبایل چارسو

بازار چارسو سومین و آخرین بازار موبایل حرفه ای در ایران به شمار می رود. این بازار که در خیابان جمهوری بعد از بل حافظ و دقیقا روبروی دو بازار دیگر موبایل که پیش از این معرفی شد قرار دارد، در بهمن ماه ۹۳، در زمینی به مساحت ۵۷۰۰ متر مربع و با سرمایه گذاری بنیاد پانزده خرداد رسماً به دور رقابت بازار موبایل در ایران وارد شد و با توجه به ساختاری شیک و مدرن توانست جایگاه ویژه ای را در بین خریداران باز کند. در همین حال برندهای مطرح بازار موبایل توانسته اند نمایندگی مطمئن و قابل اعتمادی در این بازار موبایل هم بر پا کنند و رفته رفته به عنوان تهدیدی برای امپراطوری علاءالدین به شمار روند. البته شایان ذکر است این بازار تنها یک مرکز خرید نیست چرا که وجود ۵ سینمای حرفه ای در این بازار توانسته علاوه بر علاقه مندان به گوشی های امروزی و هوشمند، هنرمندان و هنر دوستان را هم بسوی خود جذب کند.

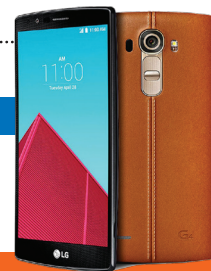
به نظر می رسد این بازار کم کم به رقیبی قدرتمند برای علاءالدین تبدیل شود، اما رقیبی که فقط در زمینه تکفروشی گوشی می تواند حرفی برای گفتن داشته باشد؛ چراکه علاءالدین به دلیل وجود فروشگاه های عمده فروشی هنوز هم عنوان شماره یک را دارد. حال با راه اندازی چارسو در کنار غول علاءالدین و به دلیل همکاری با برندها و نمایندگی های اصلی، احتمالا این پاساژ جدید به رقیب بزرگی برای علاءالدین تبدیل می شود.

منابع: زوم تک، سیتنا، عصرایران، سایت بازار موبایل ایران و جام جم





زهرا طاهری



LG G4 10

Meizu m2 note 9

این فیلت با نمایشگر فوق العاده، بدنه ای زیبا و با طراحی هنرمندانه، سرعت بالای پردازش، دوربین با کیفیت، عمر طولانی باتری به همراه قیمت مناسب آن در فهرست بهترین های سال قرار می گیرد. البته این فیلت ایرادهایی هم دارد که نرم افزار آن بارزترین مشکل است که امید می رود شرکت میزو در فکر رفع آنها باشد. در مجموع نکات مثبت و منفی این گوشی به شرح زیر است.

مثبت:

- قیمت مناسب
- کیفیت بالای نمایشگر با رنگ های دلپذیر
- عملکرد مناسب و بدون کوچکترین تاخیر در پردازش
- کیفیت بالای تصاویر، سرعت بالای تصویر برداری
- بهره مند از آخرین نسخه اندروید ۵.۱ لالی پاپ
- عمر باتری مناسب
- حافظه قابل ارتقا، با استفاده از دو سیم کارت

منفی:

- عدم پشتیبانی از برخی اپلیکیشن ها
- عملکرد ضعیف تنظیم روشنایی اتوماتیک
- صدای ضعیف بلندگو
- عدم وجود فوکوس خودکار مداوم در ضبط ویدیو
- عدم وجود اسکنر اثر انگشت
- عملکرد ضعیف در برخی بازی ها

امسال هم LG با معرفی پرچمداری قدرتمند در بازار حضور داشت. G4 نیز همانند گوشی قبلی این شرکت یعنی G3، اسمارت فونی بود که در بسیاری زمینه ها همچون عملکرد دوربین از سایر گوشی ها پیشی گرفت. این گوشی با گزیننه ها و امکانات بیشتری که به همراه داشت مانند پوشش چرمی پشت گوشی، درگاه کارت حافظه و باتری قابل تعویض نیز مورد توجه قرار گرفت. البته بعد از مدتی مشخص شد که این پوشش چرمی در واقع از دوام زیادی برخوردار نیست، ولی هزینه بالایی برای سبک خاص این گوشی پرداخت می شد. در ضمن اگر عمر کوتاه باتری این گوشی را به لطف نمایشگر ارتقا یافته آن نادیده بگیریم، این گوشی در رتبه دهم بهترین گوشی های سال ۲۰۱۵ قرار می گیرد. در مجموع نکات مثبت و منفی این گوشی را می توان به شکل زیر خلاصه کرد.

مثبت:

- دوربین با عملکرد عالی
- پوشش چرمی شیک و متفاوت
- پشت گوشی
- باتری قابل تعویض و بر خورداری
- از درگاه کارت حافظه

منفی:

- ابعاد و وزن بیشتر نسبت به G3
- کیفیت پایین پردازش گرافیکی



گوشی هوشمند برتر سال 2015

در چند سال اخیر شاهد عرضه ده ها اسمارت فون فوق العاده و گاه جنجالی بوده ایم. از سامسونگ گرفته تا اپل، موتورولا تا LG، همگی در فهرست اسمارت فون های جنجالی سال ۲۰۱۵ برای خود جایگاه ویژه ای دارند و به نظر می رسد پس از معرفی لومیا های مایکروسافت و اکسپریا Z5 سونی پرونده سال ۲۰۱۵ هم بسته شده باشد. در پایان سال میلادی و طبق روال، نوبت به بررسی اسمارت فون های معرفی شده در طول یکسال می رسد و می توان بهترین های سال را معرفی کرد. پس اگر قصد خرید یک اسمارت فون جدید را دارید، حتما پیش از اینکه راهی بازار شوید نگاهی به فهرست مایباندازید. معرفی بهترین ها را از انتهای جدول و با گوشی هوشمندی که در ارزیابی ما در رتبه دهم قرار می گیرد آغاز می کنیم.

- گواهینامه IPXV در خصوص ضد آب بودن
- طراحی سفارشی
- تجربه مشابه اندروید گوگلی
- نرم افزار های بهبود یافته موتورولا
- عمر باتری قابل توجه
- کیفیت خوب تماس های صوتی
- عملکردی سریع

منفی:

- زمان طولانی شارژ باتری
- تن آزار دهنده صدای بلندگو
- کیفیت پایین ضبط ویدیو (۱۰۸۰p)
- پردازش ضعیف گرافیکی

مثبت:

- قیمت ۱۸۰ دلاری

Motorola Moto G (2015) 8

میزو تنها شرکتی نبود که در سال ۲۰۱۵ به عرضه گوشی با قیمتی مناسب اقدام کرد. گوشی Moto G موتورولا توانست خط بطلانی بر اظهار نظر منتقدان موتورولا بکشد. نکات قابل توجهی در خصوص این گوشی قابل ذکر است که مهمترین آنها ضد آب بودن گوشی است. گرچه موتورولا نخواهد توانست از رقبای خود در عرصه گوشی های هوشمند پیشی



Motorola Moto X Pure 6

این گوشی از ارزیابی ها نمره ۹،۱ را از ده نمره کسب کرده است. این گوشی ضدآب است، از نمایشگری فوق العاده، و از همه مهمتر از قیمتی معقول و مناسب برخوردار است. این پرچمدار نقاط ضعفی هم دارد که می توان از عمر کوتاه باتری و عملکرد نه چندان خوب گرافیکی آن نام برد. البته دوربین هم در شرایطی که در نور ضعیف محیط استفاده شود عملکرد بسیار خوبی از خود نشان نمی دهد.

مگر بخواهیم نکات مثبت و منفی این گوشی را فهرست کنیم، موارد زیر را باید در نظر بگیریم.

مثبت:

- طراحی با قابلیت شخصی سازی
- پوشش نانو ضد آب
- نمایشگر بزرگ، روشن و با رزولوشن بالا
- نرم افزار اندرویدی با تجربه مشابه اندروید گوگلی
- درگاه کارت حافظه
- فلش دوربین سلفی
- کیفیت برتر تماس های صوتی

- زمان شارژ ۷۸ دقیقه ای

- قیمت مناسب

منفی:

- اپلیکیشن دوربین از تنظیمات و حالات متعددی برخوردار نیست
- دوربین در نور کم عملکرد خوبی ندارد
- عملکرد گرافیکی ضعیف
- عمر کوتاه باتری



Samsung Galaxy Note 5 7

این فبلت محبوب عموم در رتبه هفتم قرار می گیرد. فبلت جدید سامسونگ ثابت کرد که وقتی صحبت از نمایشگرهای بزرگ است، غول تکنولوژی کره جنوبی حرف اول را می زند. این فبلت که از برادر کوچکترش گلکسی S6 الهام گرفته، تلفیق شیشه و فلز را به کمال رسانده است.

نوت ۵ فقط ظاهر زیبایی ندارد، این فبلت بهترین S Pen، دوربین را نیز با خود همراه دارد. کار به اینجا ختم نمی شود، این فبلت نسخه جدید از رابط کاربری TouchWiz، اسکنر بسیار پیشرفته اثر انگشت و عملکردی به مراتب بهتر از محصولات قبلی را معرفی می کند. از طرف دیگر سامسونگ با حذف درگاه حافظه میکرو SD و باتری قابل تعویض در این فبلت، طرفداران خود را کمی ناامید کرد. با این همه کمتر گوشی هوشمندی با کیفیت نوت ۵ دیده شده است.

و نکات مثبت و منفی قابل توجه در مورد این فبلت عبارتند از:

مثبت:

- طراحی منحصر به فرد
- کوچکتر و سبک تر از فبلت های پیشین
- ویژگی های خاص S Pen
- ثبت تصاویر و ویدئوهای بی نظیر
- طول عمر بیشتر باتری
- سرعت بالای شارژ باتری
- اسکنر اثر انگشت یافته اثر انگشت

منفی:

- عدم وجود باتری قابل تعویض، درگاه کارت حافظه و فرستنده مادون قرمز
- لغزنده بودن بدنه گوشی، باقی ماندن اثر انگشت روی بدنه گوشی
- عدم ارتباط تعاملی با سرویس YouTube Livestream
- صدای آزاردهنده بلندگوی داخلی

5

Samsung Galaxy S6 Active

اگر دنبال گوشی می گردید که هم برای کار و هم برای بازی مناسب باشد معمولا انتخابتان به گوشی های پایین رده یا گوشی هایی با ظاهری نه چندان جذاب محدود خواهد شد. اما با وجود این محصول سامسونگ انتخاب های شما محدود نخواهد بود. در واقع Samsung Galaxy S6 Active یکی از بهترین های سال ۲۰۱۵ بود. طراحی این گوشی خیلی متعارف نیست ولی در عین حال از جذابیت خاص خود برخوردار است بخصوص که باید در نظر بگیریم بدنه گوشی ضد آب و ضد ضربه است. به این موارد دوربین بی نظیر و باتری هایی که از بیشترین طول عمر در میان باتری ها برخوردارند را نیز اضافه کنید تا متوجه بشوید امتیاز ۹،۲ از ده واقعا براننده این گوشی است. حالا بد نیست نگاهی به فهرست نکات مثبت و منفی این گوشی بیندازیم.

مثبت:

- ضد آب و ضد ضربه
- طول عمر باتری
- درگاه میکرو USB مقاوم در مقابل نفوذ مایعات
- دوربینی با قابلیت ثبت تصاویر ویدئوهای بی نظیر
- صدای هدفون بسیار عالی
- نمایشگر بی نظیر سوپر آمولد

منفی:

- طراحی نه چندان جذاب
- Activity Zone فاقد کاربرد مشخص
- عدم امکان ارتقا حافظه داخلی
- کیفیت متوسط در تماس های صوتی

4

Apple iPhone 6s Plus

اپل گوشی آیفون 6s Plus را با تغییرات مثبت متعددی روانه بازار کرد. از تاج سه بعدی که تفاوت بین فشارهای دست را درک می کند تا امکان Live Photos و بدنه مستحکم آلومینیوم سری ۷۰۰۰ و چیپ ست قدرتمند A9 همگی این گوشی را در گروه بهترین اسمارت فون های سال ۲۰۱۵ قرار می دهند؛ اگر چه وزن این گوشی و حافظه داخلی ۱۶ گیگابایتی و کمبود ویژگی های فبلتی در iOS 9 از نکات منفی این مدل گوشی است. و اما فهرست نکات مثبت و منفی:

مثبت:

- تاج سه بعدی
 - عمر طولانی باتری
 - دوربینی فوق العاده
 - طراحی زیبا
 - عملکردی بی نظیر
 - لرزه گیر ویدئو
 - Touch ID فوق حساس
 - کیفیت برتر بلندگو
- منفی:
- وزن زیاد
 - حافظه داخلی ۱۶ گیگابایتی
 - عدم پشتیبانی iOS 9 از مولتی تسکینگ
 - صدای ضعیف بلندگو
 - عدم پشتیبانی از شارژ وایرلس



سه گوشی هوشمند برتر 2015

امسال سه گوشی، امتیازی مشابه برای کسب رتبه اول را کسب کرده اند. آیفون 6S اپل کمی به برادر بزرگتر خود یعنی 6S پلاس برتری دارد. سامسونگ نیز ما را با Project Zero که حاصلش گلکسی 6S بود غافلگیر کرد و با ورود گلکسی S edge 6S سامسونگ کار را تمام کرد. گرچه مدل edge از نظر عملکرد برتری خاصی به مدل دیگر ندارد، طراحی زیبایی آن با سایر گوشی های گلکسی S متفاوت است و همین آن را دلربا می کند. حالا برسیم به فهرست نکات مثبت و منفی هر یک از این سه گوشی.

Galaxy S6



مثبت:

- استفاده از مواد اولیه عالی در ساخت گوشی
- رزولوشن و کیفیت رنگ عالی
- دوربین با کیفیت فوق العاده
- سنسور پیشرفته اثر انگشت

منفی:

- باقی ماندن اثر انگشت و لک بر روی بدنه گوشی
- طول عمر باتری
- کیفیت متوسط تماس های صوتی

iPhone 6s



مثبت:

- بدنه ای مستحکم
- نمایشگری فوق العاده با وضوح تصویر و رنگ بی نظیر
- تاج سه بعدی
- عملکردی فوق العاده
- اکوسیستم اپلیکیشن منحصر به فرد در صنعت اسمارت فون ها
- دوربین با کیفیت برتر
- بلندگویی با وضوح صدای کم نظیر
- هندزفری بی نظیر
- عمر باتری طولانی
- پشتیبانی نرم افزاری عالی

منفی:

- رنگ های نمایشگر کمی سرد هستند
- فضای حافظه پایه 16 گیگا بیتی
- عدم پشتیبانی از شارژ وایرلس
- ضد آب نبودن

Galaxy S6 edge



مثبت:

- طراحی زیبا و متفاوت
- مواد اولیه فوق العاده
- کیفیت بی نظیر دوربین
- پشتیبانی از TouchWiz

منفی:

- باقی ماندن اثر انگشت و لک روی بدنه گوشی
- ناکارآمدی برخی از ویژگی ها بر روی لبه های منحنی
- کیفیت متوسط تماس های صوتی



مهروز رفیع تبار

تغییر اساسی در جدول رتبه بندی ثروتمندترین های جهان

و این افزایش باعث شده تا ثروت کلی بزوس یک‌شنبه نزدیک پنج میلیارد دلار افزایش پیدا کند. بزوس اکنون ثروتی برابر ۵۵ میلیارد دلار دارد.

سهام شرکت مایکروسافت نیز به واسطه فروش موفق خدمات ابری در سال‌های اخیر بهبودی قابل توجه یافته و اگرچه بیل گیتس که عنوان ثروتمندترین مرد جهان را از آن خود ساخته، دیگر بزرگ‌ترین سهامدار این شرکت به شمار نمی‌رود اما هنوز بخش زیادی از این سهام‌ها در اختیار او قرار دارد.

با این همه، شناسایی ثروتمندترین مرد جهان بستگی به این دارد که کدام رتبه‌بندی را بخوانید. برای مثال در رتبه‌بندی فوربس، آمانیکو اورتگا بنیانگذار شرکت زارا ثروتمندترین مرد جهان به شمار می‌رود. سهام شرکت مادر زارا، ایندیتکس در حال افزایش است و همین باعث افزایش دو میلیارد دلاری ثروت اورتگا در طول یک روز شده است و همزمان ارزش ثروت گیتس یک میلیارد دلار کاهش یافته است. اما گیتس در رتبه‌بندی بلومبرگ همچنان ثروتمندترین مرد جهان است.

جابه‌جا شدن رتبه‌بندی ثروتمندان جهان باعث شده تا برادران کوک بنیانگذار صنایع کوک نیز تنزل رتبه پیدا کنند؛ به شکلی که جف بزوس اکنون در رتبه‌ای بالاتر از آنها قرار گرفته است.



جف بزوس مدیرعامل شرکت آمازون اکنون به سومین مرد ثروتمند آمریکا تبدیل شده و بیل گیتس نیز عنوان ثروتمندترین مرد جهان را در برخی از رتبه‌بندی‌ها از دست داده است.

به گزارش سیتنا به نقل از CNN، با بالا رفتن ارزش سهام شرکت آمازون، جف بزوس مدیرعامل این شرکت به سومین میلیاردر ثروتمند آمریکایی تبدیل شده است. افزایش ۱۰ درصدی ارزش سهام این شرکت باعث شده که بزوس علاوه بر اینکه سومین مرد ثروتمند آمریکا باشد، به پنجمین ثروتمند بزرگ جهان نیز تبدیل شود.

آمازون برای دو دوره سه‌ماهه پی در پی با افزایش ارزش سهام مواجه شده است

معرفی ۱۰ زن قدرتمند آی‌تی در سال ۲۰۱۵

هر سال با نزدیک شدن به ماه‌های پایانی سال و آغاز سال میلادی جدید، برترین‌های هر حوزه معرفی می‌شوند تا از تلاش و کوشش‌های آنها تقدیر شود. امسال نیز همانند سال‌های گذشته، برترین زنان رشته آی‌تی اعلام شدند.

شریل سندبرگ

خالق «لین-این» (Lean-In)، مدیر اجرایی فیس بوک و یکی از ثروتمندترین زنان سیلیکون ولی است. سندبرگ، فارغ‌التحصیل دانشگاه هاروارد بوده و اولین زنی است که به هیئت مدیره فیس‌بوک پیوست. بسیاری از موفقیت‌های فیس‌بوک را می‌توان به درک روشن او از اقتصاد نسبت داد. این سندبرگ بود که به فیس‌بوک کمک کرد همگانی شود و جریان نقدینگی دیجیتال این کمپانی را نیز بسیار توسعه داد. سندبرگ از سال ۲۰۰۸ میلادی به عنوان مدیر بخش عملیات وارد شرکت فیس بوک شد. وی در سال ۲۰۱۴ میلادی نیز به عنوان برترین زن حوزه آی‌تی نام گرفته بود.

سوزان وجیسکی

مدیرعامل کمپانی یوتیوب که یکی از بزرگترین کمپانی‌های جهان محسوب می‌شود در سال ۱۹۹۹ به گوگل پیوست. در پس تمام تبلیغات شرکت گوگل از جمله AdSense، Analytics و ... می‌توان ردپایی از وجیسکی یافت. وی همان شخصی است که گزارش را به سرگی برین و لری پیج اجاره داد تا بتوانند فعالیت‌های خود را انجام دهند. وی در حالی به عنوان سومین زن برتر حوزه آی‌تی در سال ۲۰۱۴ میلادی معرفی شد که عنوان دوازدهمین زن ثروتمند دنیا را نیز از آن خود کرده بود.

شر وانگ

شر وانگ، رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل HTC سابقه درخشانی در صنعت الکترونیک داشته است. ذکاوت و نگرش استراتژیک او در زمینه تکنولوژی و کارآفرینی باعث شد تا وی نقش مهمی را در تاسیس تعداد زیادی از شرکت‌های تجاری در زمینه فناوری اطلاعات داشته باشد.

ماریسامایر

مایر ۴۰ ساله حدوداً سه سال است که به عنوان مدیر عامل یاهو منصوب شده است. وی در حالی به عنوان یکی از پنج زن برتر سال ۲۰۱۴ میلادی معرفی شده بود که در رتبه بندی مجله فوربز نیز هجدهمین زن مشهور و ثروتمند دنیا لقب گرفته بود. وی یکی از جوانترین مدیران تکنولوژی است. ماریسامایر در سال ۲۰۱۵ میلادی نیز به عنوان یکی از برترین‌های این حوزه معرفی شده است.



ویرجینیا رومتی

ویرجینیا که اغلب با اسم جینی رومتی خطاب می شود، اولین مدیرعامل زنی است که در شرکت IBM منصوب شد. رومتی توانست رتبه دوم موفق ترین زن حوزه آی تی در سال ۲۰۱۴ را به خود اختصاص دهد و این موضوع در حالی است که وی مقام دهمین زن ثروتمند دنیا را نیز از آن خود کرده بود. اختصاص دوباره برترین زن حوزه آی تی در سال ۲۰۱۵ میلادی نشان از تلاش ها و کوشش های ویرجینی برای ارتقاء رتبه آی بی ام دارد.

اورسولا برنز

رئیس و مدیرعامل شرکت زیراکس (Xerox)، نخستین مدیرعامل زن آمریکایی - آفریقایی تباری است که به ریاست یکی از شرکت های منتخب مجله سالانه فورچون (Fortune) منصوب شده که ۵۰۰ شرکت بزرگ آمریکا را در برمی گیرد. زیراکس از شرکت های پیشرو جهان در بخش مدیریت اسناد است که در زمینه تولید و فروش پرینترهای رنگی و سیاه و سفید، سیستم های چند منظوره، دستگاه های فتوکپی، تولید دستگاه های چاپ دیجیتال و سایر خدمات مربوط به این حوزه فعالیت دارد.

آنجلا آهرنس

بعد از مدیر عامل شدن تیم کوک در کمپانی اپل، او اولین زنی بود که به تیم رهبری این کمپانی پیوست. او در طول دوران کاری خود در کمپانی های مشهور و بزرگی مانند بربری (Burberry)، دانا کران اینترنشنال (Donna Karan Internationa)، لیز کلبورن (Liz Claiborne) و هنری بندل (Henri Bendel) فعالیت داشته است.

مگ وایتمن

وایتمن حدودا چهار سال است که به عنوان مدیر عامل شرکت HP منصوب و معرفی شده است. وی در حالی به عنوان پنجمین زن برتر حوزه آی تی در سال ۲۰۱۵ میلادی معرفی شده بود که پیش از آن نیز عنوان بیستمین زن ثروتمند دنیا را از آن خود کرده بود. وی در زمانی که مدیریت اچ پی را پذیرفت، سهام این شرکت سیر نزولی را طی می کرد اما این کمپانی با ورود وایتمن توانست دوران متفاوتی را تجربه کرده و شاخص سهام آن نیز روز به روز افزایش پیدا کند.

سفراکاتز

سفراکاتز به مدت ۱۶ سال در کنار موسس و مدیرعامل اوراکل (Oracle) لاری ایلسون (Larry Ellison) به فعالیت پرداخته و در سال ۲۰۱۴ میلادی تبدیل به یکی از کمک موسسان این کمپانی شد. او قبل از مدیر عامل شدنش در منصب های ریاست و مدیر مالی اوراکل نیز فعالیت کرده بود.

سندی کارتر

مدیر اجرایی و یکی از مهره های کلیدی کمپانی IBM است که نقش مهمی را در فعالیت های این کمپانی ایفا می کند.

با بانوی جاه طلب دنیای فناوری آشنا شوید

تولیدکننده های پتروشیمی در آسیاست. از آنجا که چرونک خانواده ای ثروتمند داشت، در مدرسه ای خصوصی در آمریکا درس خواند. بعد از دبیرستان وارد دانشگاه کالیفرنیا (University of California) شد. چرونک در ابتدا قصد داشت در رشته موسیقی تحصیلاتش را ادامه دهد و پیانیست شود، اما بعد از حضور سه هفته ای در کلاس ها، رشته اش را تغییر داد و در اقتصاد فارغ التحصیل شد. در سال ۱۹۸۲ و پس از فارغ التحصیلی در فرست اینترنشنال کامپیوتر (First International Computer) مشغول به کار شد. این شرکت طراح و سازنده قطعات الکترونیکی و کامپیوتری برای دیگر تولیدکنندگان تجهیزات الکترونیکی در سراسر جهان است. ونگ در سال ۱۹۸۷ شرکت VIA و پس از آن در سال ۱۹۹۷ HTC را راه اندازی کرد.

چر ونگ (Cher Wang) کارآفرین تایوانی، موسس و رئیس اچ تی سی (HTC) یکی از شش شرکت سازنده گوشی های هوشمند در آمریکا و همچنین بنیانگذار وی آی ای (VIA) شرکت تولیدکننده چیپست های مادربرد، سی پی یو و حافظه است. ونگ به عنوان یکی از موفق ترین زنان در زمینه تکنولوژی در جهان شناخته می شود. پدر چرونک یکی از ثروتمندترین مردان تایوان بعد از تأسیس فورموسا پلاستیکس (Formosa Plastics) در سال ۱۹۵۴ شد. این کمپانی یکی از بزرگترین



اشتیاق کلید اصلی است

ارزش زیادی برای فرهنگ کسب و کارتان قائل باشید

وقتی از چر ونگ کارآفرین موفق تایوانی بپرسید که چه چیزی یک کمپانی تکنولوژی را به موفقیت می‌رساند، او پاسخ می‌دهد همه چیز به یک نکته منتهی می‌شود؛ آن هم فرهنگ یک کسب و کار است: «در همه کسب و کارها معمولاً یک فاکتور X (چه چیزی یک کمپانی را موفق می‌سازد) وجود دارد که تعریف کردن آن کار مشکلی است. برای HTC، من فکر می‌کنم عامل موفقیت ما فرهنگمان است.

ما بهترین فرهنگ‌ها را از ریشه شرقی مان برگزیدیم و آن را با فرهنگ‌های مدیریتی و اداره‌ها در غرب درآمیختیم. همین مسئله، فرهنگی خلاقانه و باانرژی ایجاد کرد.»



روبایش رفت؛ یعنی ساختن وسیله‌ای که هم به عنوان تلفن، هم کامپیوتر و هم ماشین حساب عمل کند. HTC توانست وارد فهرست برترین گوشی‌های هوشمند همراه شود و به این ترتیب نام چر ونگ به عنوان میلیاردری که یکی از قدرتمندترین زنان جهان است، وارد فهرست فوربس شد. همچنین چر ونگ با HTC اولین نفری بود که از کشور تایوان توانست یک برند بین‌المللی را گسترش دهد و نوکیا را شکست داده و به سومین سازنده تلفن‌های همراه در جهان تبدیل شود.

حفظ کردن اشتیاق برای ادامه کسب و کار حتی با وجود چالش‌های فراوانی که بر سر راه تان وجود دارد، بین سخنرانان بزرگ به عنوان یکی از ویژگی‌های معمول شناخته می‌شود. چرونک، رئیس کمپانی HTC و میکروچیپ‌های VIA، می‌گوید که چگونه بر این ویژگی پایدار مانده حتی با وجود مشکلاتی که با آنها مواجه بوده است. چر ونگ تراشه‌های کامپیوتری را در اتاق نشیمن خانه‌اش طراحی و این تراشه‌های نازک و شکننده را در اطرافش آویزان می‌کرد تا اینکه سرانجام به دنبال

هیچ‌کس همه چیز را نمی‌داند

اما دانش واقعی آگاهی از این مسئله است که شما نمی‌توانید همه چیز را بدانید. ما همیشه در حال بهتر شدن هستیم و دومین مسئله‌ای که فکر کردن به آن را باید متوقف کنیم این است که بیشتر از هر چیزی نیاز به تحصیلات داریم. چر ونگ می‌گوید: «اگر تلاش نکنید، کس دیگری این تلاش را خواهد کرد. تجارت جهان دائماً در حال تغییر است و اگر می‌خواهید که در صف اول باقی بمانید، باید تلاش کنید.»

«باید فرد متواضعی باشید تا تشخیص دهید که ما همه چیز را نمی‌دانیم، حتی با اتکا به افتخاراتمان باید به دنبال یادگیری و مشاهده باشیم. اگر اینگونه نباشد، باید بدانید که کسب و کارهایی وجود دارند که جای‌مان را بگیرند.» هیچ‌کس همه چیز را نمی‌داند و کسی هم انتظار چنین چیزی را ندارد. این ایده به خصوص در بین کسانی وجود دارد که نسل جدیدی از کارآفرینان را تشکیل می‌دهند که کار حرفه‌ای امروز نیازمند دانستن همه چیز است،

[ثروتمند اسپانیایی از بیل گیتس پیشی گرفت]



ZARA

مجله «فوربس» لیستی از اسامی ثروتمندترین اشخاص جهان منتشر کرد که تاجر اسپانیایی در آن رتبه اول را از آن خود کرده است.

به گزارش سیتنا به نقل از شبکه العالم، امانسیو اورتیگا، مالک مجموعه شرکت‌های «اندیتکس»، توانست سرمایه خود را در سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۴ به میزان ۴۵ میلیارد دلار افزایش دهد.

وی این مجموعه را در سال ۱۹۸۵ تاسیس کرد و اکنون دارای بیش از ۶ هزار شعبه در ۸۸ کشور است و برندهای معروفی از مد و لباس مانند Massimodutti، Oysho، ZARA و Bershka و PULL & BEAR را ارایه می‌کند.

اورتیگا فقط در یک روز ۴ و نیم میلیارد دلار سود کسب کرد و ثروتش به ۸۰٫۳ میلیارد دلار رسید. بدین ترتیب بیل گیتس مؤسس شرکت مایکروسافت با داشتن ۷۸٫۱ میلیارد دلار سرمایه در رتبه دوم قرار گرفت.

CITNA

Communication & Information Technology News
پایگاه خبری فناوری اطلاعات و ارتباطات "سینا"



WWW.CITNA.IR
INFO@CITNA.IR



LG

Life's Good

World's **1st**

نسل آینده تلویزیون ها فقط OLED الجی

THE FUTURE OF TV



55EC93000GI

۰۲۱-۸۴۷۳۳۳ www.goldiran.ir

پاسخ گویی و خدمات ۲۴ ساعته/۷ روز هفته (بدون تعطیلی)



Pink Service



ارائه خدمات توسط زوج تکنسین (تهران)



گلدیران
روی خوشتر زندگی



گسترده‌ترین شبکه 3G در کشور

رایتل
RighTel



www.rightel.ir

۴۱۱ شهر تحت پوشش شبکه 3G

4G رایتل هم‌اکنون در شهرهای تهران، کرج

کیش و بزرودی در ۲۰ شهر دیگر

و پوشش سایر نقاط کشور از طریق رومینگ ملی

سامسونگ SAMSUNG



مدل RMD
سایز 40" و 48"

پیشرو بودن را دوست دارم. تلویزیون تجاری سامسونگ

