

داستان شکوفایی یک اپراتور

محمد مهدی اشراقی - کارشناس ICT

رایتل به عنوان سومین اپراتور تلفن همراه کشور که فعالیت تجاری خود را به صورت جدی از سال ۱۳۹۱ شروع کرد، مسیر پرفراز و نشیبی را در بازار ICT کشور و رقابت شدید بین اپراتورهای تلفن‌های همراه در سال‌های اخیر ایران تا به امروز طی کرده است.

این شرکت خدمات ارتباطی از ابتدای فعالیت تا سال‌ها بعد، از انحصار ارائه خدمات نسل سوم تلفن همراه برخوردار بود، تا اوایل سال ۱۳۹۲ صرفاً توانسته بود حدود ۵۰۰ هزار مشترک فعال جذب کند.

در همین حال، زمانی که انحصار خود را در شهریور سال ۱۳۹۳ از دست داد و دو رقیب دیگر هم به ارائه خدمات نسل سوم و نسل چهارم مبادرت کردند، فقط امکان جذب یک میلیون و ۵۰۰ هزار مشترک فعال، برای رایتل فراهم شده بود. از آن دوران علی‌رغم سخت‌ترشدن فضای رقابت برای رایتل، این شرکت

نزدیک به ۹۰ سال از زمانی که تلفن به ایران رسید، می‌گذرد. حالا با گذر زمان، با پیشرفت و توسعه صنعت مخابرات و هوشمندی اپراتورها، این اختراع امروز در جایگاهی بسیار متفاوت‌تر از روندی که این سال‌ها طی کرده، ایستاده است؛ جایگاهی که شاید آن‌روزها که نخستین اتاقک‌های تلفن همگانی زردرنگ اروپایی در خیابان‌های تهران نصب شد، با وقتی گوشی‌های تلفن از هندلی به سکه‌ای و بعد به کارتی تغییر شکل داد و نرخ حرف‌زدن با تلفن از دو ریال به ۱۰ تومان و ۲۵ تومان و بعدتر به پرداخت قبض‌های ماهانه رسید، کمتر کسی تصورش را می‌کرد که ساعت‌ها با تلفن حرف بزند، آن هم بدون پرداخت هزینه.

اوایل، گوشی‌های تلفن هندلی که در آن یک رینگر یا شماره‌گیرنده و یک گوشی که با سیم تلفن به هم متصل شده بود، روی کار آمد؛ تلفن‌هایی که فقط در دکان‌هایی که صاحبان‌شان اسم و رسمی در شهرها داشتند، دیده می‌شد. در هر محله تعداد محدودی از خانه‌ها قادر به استفاده از تلفن شخصی بودند. محدودیت خطوط تلفن این اجازه را به همه نمی‌داد. با گذشت چند دهه، نسل بعدی گوشی‌های تلفن روی کار آمدند؛ گوشی‌هایی که شماره‌گیر تلفن یک بخش جداگانه نداشت و داخل گوشی قرار گرفته بود. گوشی تلفن روی پایه‌ای با ابعاد دهانه گوشی قرار داشت؛ پایه‌ای فاقد رینگر. این گوشی‌ها با قیمت بالایی در بازار خرید و فروش می‌شدند و باز هم تعداد محدودی از مردم توانایی خریدش را داشتند. اواخر دهه ۶۰ بود که نوبت به تلفن‌های قلکی یا سکه‌خور رسید؛ همان گوشی‌های تلفنی که روی یک صفحه فلزی نصب و مثل قلک عمل می‌کرد؛ به محض انداختن سکه داخل قلک فلزی، خط آزاد و تماس برقرار می‌شد و مثلاً گیرنده تماس می‌توانست به اندازه پنج تومان صحبت کند. آن موقع جمله معروفی بین مردم رایج بود: «اگر بدون خداحافظی قطع کردم، بدون که سکه‌ام تموم شده». دیگر همه به خوبی با سازوکار تلفن‌های قلکی آشنا شده بودند؛ اگر می‌خواستند مدت مکالمه را طولانی‌تر کنند، بیش از اینکه تماس قطع شود، سکه بعدی را داخل مخزن قلک می‌انداختند، در غیر این صورت مکالمه‌شان تا تماس بعدی ابتر می‌ماند. حالا اما با گذشت سال‌ها از ورود تلفن به ایران و به مدد پیشرفت تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و ظهور اپراتور همراه هوشمند، یادآوری روزهایی که مردم برای استفاده از تلفن به خانه دوست، فامیل و همسایه خود می‌رفتند، همچون خاطره‌ای شیرین اما دور در ذهن نسلی که آن روزها را تجربه کرده، جا خوش کرده است.

صحبت درباره برند صاحب‌نام شرکت خدمات ارتباطی است که این‌روزها خدمات افتخاربرانگیزی ارائه می‌کند؛ «رایتل» که تحریم مضاعف ایالات متحده و پاندمی کرونا هم نتوانسته ارائه خدمات آن را متوقف کند.

رایتل، همراه‌روژه‌های سخت

تالار افتخارات رایتل نه‌تنها با تکیه بر ارتقای کیفیت زندگی و ارائه خدماتی متمایز در کسب‌وکار ارتباطی گام‌به‌گام پیش رفت، بلکه از همراهی با مشترکین در همین روزهای مواجهه با کرونا هم غافل و عقب نماند. طرح مکالمه رایگان درون‌شبکه رایتل، اقدام اثرگذار، و متفاوت اپراتوری است که تاکنون می‌توان «سومین اپراتور سراسری تلفن همراه» شناخته می‌شد؛ اما حالا عنوان اولین را در کارنامه کاری خود ثبت کرده است؛ «اولین اپراتوری که طرح مکالمه رایگان را اجرا کرد».

اقدامی که اگرچه با هدف زنده نگه‌داشتن فرهنگ همدلی، کسب اطلاع از احوال خانواده و بستگان، در راستای ارتقای سطح روحیه و تقویت بهرهوری ملی و نزدیکی دل‌ها با وجود حفظ فاصله هوشمند اجتماعی در روزهای سرنوشت‌ساز مبارزه با کرونا، پایه‌گذاری شد، اما قدم‌هایی در جهت تحقق باورهای محوری این شرکت در دست‌یابی به افقی تازه در عرصه ارتباطات، فرصت تجربه پیشرفت‌ها در عرصه فن‌آوری مخابراتی از طریق ارائه خدمات هیجان‌انگیز، هوشمند و درعین حال ساده برای مردم ایران بود. باور رایتل این است که کاربری آسان خدمات جدید در زندگی روزمره مردم، منجر به اعتلای سطح زندگی و به دنبال آن افزایش بهرهوری و رضایت‌مندی بیشتر مردم ایران شود.

در همین حال، می‌توان صمیمیت با اتکا بر مشتری‌مداری و تعهد از یک سو، اخلاق ضمن اهمیت بر اعتماد و شفافیت از سویی دیگر، شایستگی، همراه با کیفیت و نوآوری و در آخر هیجان در خلق پیشتازی و پویایی را از ارزش‌های محوری رایتل برشمرد که توجه به آن، ضامن موفقیت این اپراتور در

دلیل محدودیت منابع مالی و تحریم‌های مضاعف و درنتیجه عدم ادامه همکاری وندورهای خارجی توانست مسیر رشد را مجدد در پیش گیرد و به افزایش تعداد مشترکین جدید دست یابد. به طوری‌که امروز که این یادداشت را می‌خوانید، تعداد مشترکین فعال رایتل به بیش از چهار میلیون مشترک رسیده است و با سقف تاریخی خود که در زمان نه‌چندان دور تجربه کرده بود، فاصله چندانی ندارد. روند جذب مشترکین در حال افزایش و روند روی‌گردانی مشترکین در حال کنترل است.

امید است با اتفاقات مطلوبی که در حوزه درآمدزایی و سودآوری از مشترکین فعلی رایتل افتاده، منابع مالی حاصل از این بهبودها و از محل سایر قراردادهایی که رایتل در ماه‌های اخیر توانسته به سرانجام برساند، مشکلات زیرساختی رایتل هم به‌تدریج رفع شود و این روند مثبت با شتاب بیشتری برای شرکت خدمات ارتباطی رایتل، طی شود.

رایتل، مجمع عمومی تاریخی خود را برگزار کرد

رکورد سودآوری

ارتباطی، تنها در این بازه زمانی و برای نخستین‌بار به سوددهی رسیده است.

نتیجه بررسی صورت‌های مالی رایتل که در مجمع عمومی منتشر شد، حاکی از آن است که این شرکت موفق به کسب ۱،۳۳۳ میلیارد ریال سود خالص شده است و به این ترتیب پس از هشت سال از آغاز فعالیت خود، در سال مالی ۹۸ برای اولین‌بار سودآور شد. گفتنی است زیان خالص ۶۷۸،۵ میلیارد ریالی این شرکت در سال مالی ۱۳۹۷ به سود خالص ۱،۳۳۳ میلیارد ریال در سال مالی ۱۳۹۸ تبدیل شد.

رضاخواه در حاشیه ارائه گزارش مالی رایتل در مجمع عمومی از تلاش تیم خود در راستای حفظ روند سوددهی رایتل خبر داد. این در حالی است که به نظر می‌رسد این مدیر خوشنام، بر مبنای یک برنامه عملیاتی سودآور بلندمدت برای این بنگاه اقتصادی پیش می‌رود. بر همین اساس، انتظار می‌رود رایتل این روند را در سال‌های آینده حفظ و درآمد خود را افزایش دهد. ثبت رتبه جدید در عملکرد رایتل نسبت به مدت مشابه

بهبود شاخص‌های کلیدی عملکرد شرکت رایتل در سال مالی ۹۸ در موارد زیر دسته‌بندی می‌شود:

– کسب رکورد درآمد عملیاتی ماهانه حدود ۸۵۰ میلیارد ریال – رشد ۹۸ درصد برای اولین‌بار از آغاز فعالیت رایتل – اصلاح قرارداد ran sharing و roaming با همراه اول و ایرانسل

– انجام تهاتر بدهی بابت سهم درآمدی و حق استفاده از فرکانس با سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی – جابه‌جایی ۴۳۰ سایت BTS به منظور افزایش درآمد و سودآوری

– کاهش ۵۰ درصدی هزینه‌های اداری و فروش از ۲۱۷،۲ میلیارد ریال به ۱۱۷،۱ میلیارد ریال

– افزایش سرمایه شرکت خدمات ارتباطی رایتل از مبلغ ۱۰۰۰۰ میلیارد ریال به ۴۵،۰۰۰ میلیارد ریال و خروج از شمول ماده ۱۴۱ قانون تجارت

– انعقاد قرارداد دائمی‌کردن لایسنس‌های شبکه و تهاتر آن طی تفاهم‌نامه سه‌جانبه رایتل، شستا و سازمان تأمین اجتماعی به مبلغ ۱۲ میلیون یورو

عرصه‌اولیه‌رایتل تا پاییز اسال

در همین حال، سید رایتل در سال ۹۹ در زمینه سودآوری مبتنی بر تکنولوژی تا جایی با قوت و امید پیش می‌رود که یاسر رضاخواه در مجمع سالانه ضمن ارائه گزارش مالی، از پذیرش سهام این شرکت در پاییز سال جاری در فراپورس خبر داد؛ اقدامی مهم که به دنبال شفافیت در صورت‌های مالی این شرکت، محقق می‌شود.

مدیرعامل رایتل در مجمع سالانه ضمن اعلام گزارش مالی این شرکت گفت: «گزارش شرکت خدمات ارتباطی رایتل ارائه و به نظر سازمان حسابرسی، حسابرس مستقل و بازرس قانونی شرکت، صورت‌های مالی، عملکرد مالی و جریان‌های نقدی آن برای سال مالی منتهی به ۲۹ اسفند ۹۸ از تمام جنبه‌های بااهمیت، طبق استانداردهای حسابداری به نحو مطلوب اعلام شد. برای اولین‌بار سود خالص در رایتل محقق شد و پس از هشت سال از آغاز فعالیت، زیان ۶۷۸،۵ میلیارد ریالی این شرکت به سود ۱،۳۳۳ میلیارد ریالی در سال مالی ۹۸ تبدیل شد. افق اصلی مدیران رایتل، پاسخگویی به نیاز داخلی سازمان تأمین اجتماعی و ارتقای کاربری‌های فناوری ارتباطات و اطلاعات در این سازمان و سپس بازار گسترده این فناوری در داخل و خارج است.»

قدرت‌نمایی مهارت و سطح دانش در عرصه مخابرات ایران

رایتل با هدف فعالیت در حوزه فن‌آوری نوین اطلاعات و ارتباطات، در سال ۱۳۸۶ تأسیس شد و خدماتی را در زمینه‌های مختلف همچون فن‌آوری کارت‌های هوشمند، پورتال‌های سازمانی، خدمات انتقال داده‌ها و تأمین و تهیه سخت‌افزار ارائه کرد. رایتل در راستای گسترش دامنه فعالیت‌های خود، در سال ۱۳۸۹ به اخذ پروانه اپراتور سوم تلفن همراه کشور با انحصار دوساله برای ارائه خدمات نسل سوم موبایل علاوه بر خدمات نسل دوم نائل آمد.

شرکت سرمایه‌گذاری تأمین اجتماعی (شستا) که مسئولیت مدیریت سرمایه نزدیک به ۳۰ میلیون بیمه‌گذار سازمان تأمین اجتماعی را برعهده دارد، با تعهد به سرمایه‌گذاری در صنایع نوینی که حداکثر عواید را برای ذی‌نفعان خود به همراه می‌آورد، از ابتدا رایتل را به‌عنوان یکی از شرکت‌های تابعه زیر چتر حمایت‌های مالی خود قرار داده است.

این روند پرشتاب جذب مشترک که از اواخر سال ۹۶ آغاز شده بود، نه‌تنها تا حد خیلی زیادی کند شد، بلکه روند بسیار شدید روی‌گردانی مشترکین هم در رایتل رقم خورد، به طوری‌که تا اواسط سال ۱۳۹۸ تعداد مشترکین رایتل حدود یک میلیون و درحقیقت برابر ۲۰ درصد مشترکین فعال کمتر شد و مشترکینی که با زحمت زیادی جذب شده بودند، از رایتل به اپراتورهای رقیب مهاجرت کردند.

با استقرار تیم مدیریتی جدید خوشبختانه هم‌زمان دو اتفاق مثبت رخ داد.

روند روی‌گردانی مشترکین تا حد زیادی متوقف و معکوس شد و بخش قابل اعتنای این تعداد از مشترکین به شبکه رایتل برگشتند و مجدد از خدمات رایتل استفاده کردند.

همین‌طور، روند جذب مشترک ماهانه هم با وجود مشکلات قابل توجهی که در حوزه زیرساخت‌ها خصوصاً زیرساخت‌های فناوری اطلاعات رایتل مواجه بود و به



سودآوری رایتل برای بار نخست

دستیابی به رشد حرفه‌ای آن شده است. در کنار این ارزش‌ها، رایتل در دوره مدیریت جدید، این باور را هدف‌گذاری کرد که در ردیف شرکت‌های خدمات ارتباطی از نظر عملکرد و دستاورد ملی در جایگاه بهترین قرار گیرد؛ در همین حال و با شنیدن خبرهای جدید از انتشار صورت‌های مالی این شرکت تحقق این باور را نظاره کردیم که با استقرار تیم مدیریتی جدید از ابتدای آبان ۹۸ و ارائه طرح‌های سودآوری مدیریتی، این بنگاه اقتصادی در مدت‌زمان کوتاهی وارد حاشیه سود شد.