رویداد

اجرای طرح ترابردپذیری توسط هلند

• **مهر:** معاون سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی از پایان اجرای طرح جابه‌جایی اپراتورهای موبایل - ترابردپذیری شماره تلفن همراه - توسط پیمانکار هلندی تا بهمن امسال خبر داد. صادق عباسی شاهکوه با اعلام این خبر گفت: با اجرای طرح جابه‌جایی اپراتورهای موبایل بدون تغییر شماره، افزایش رقابت و کیفیت خدمات در حوزه تلفن همراه محقق می‌شود. او افزود: پس از نصب سیستم‌های مربوطه تا پایان بهمن‌ماه توسط پیمانکار، در یک حرکت هم‌زمان اپراتورهای موبایل نیز شبکه خود را آماده کنند تا سال آینده شاهد عملیاتی‌شدن طرح ترابردپذیری باشیم. به گفته او ترابردپذیری بهترین روش برای مشترکانی خواهد بود که قصد تغییر شماره خود را ندارند اما به دنبال دسترسی به خدمات ارزان‌تر و با کیفیت‌تر هستند و ترجیح می‌دهند اپراتور خود را تعویض کنند. او ادامه داد: با توجه به تفاوت تعرفه تماس داخلی اپراتورها با یکدیگر، باید پیش از اجرای طرح، تعرفه‌ها یکسان‌سازی شود که دراین‌باره تسویه‌حساب بین اپراتور مبدأ و مقصد از مهم‌ترین اقدامات مصوبه ترابردپذیری است.

تجدیدنظر در ساختار درآمدزایی دولت از محل اینترنت

• **فارس:** به گفته عضو کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات، اعضای کمیسیون بر این اصل که هزینه توسعه اینترنت نباید از فروش اینترنت تأمین شود و دولت باید هزینه توسعه را از حق‌الامتیاز اپراتورها بپردازد، اتفاق نظر دارند. احمد معتمدی در این‌باره بیان کرد: بیشترین درآمد وزارت ارتباطات از محل حق‌الامتیاز پروانه‌های صادره است. او ادامه داد: البته شرکت ارتباطات زیرساخت نیز در فروش اینترنت حق دارد، اما معتقدم نباید فقط از فروش اینترنت، هزینه توسعه را به‌دست آورد. وزیر سابق ارتباطات و فناوری اطلاعات گفت: صحبتی در شورای تنظیم مقررات مطرح بود، مبنی بر اینکه شرکت زیرساخت، هزینه‌های جاری را از محل فروش اینترنت و از کسانی که به آنها زیرساخت واگذار می‌کند، دریافت کند و هزینه توسعه را دولت از محل لایسنس (حق‌الامتیاز پروانه‌ها) متقبل شود. او گفت: این صحبت اجمالی پس از طرح موردموافقت همه اعضای قرار گرفته و همه درباره آن اتفاق نظر داشتند.

آمادگی مخابرات برای اجرای شبکه ملی اطلاعات

• **ایسنا:** مدیرعامل شرکت مخابرات استان تهران ضمن معرفی سرویس‌های جدید مخابراتی از آمادگی این شرکت برای اجرای سریع شبکه ملی اطلاعات خبر داد. علیرضا صیدی با اعلام این خبر گفت: در صورت تأمین هزینه‌های موردنیاز، حتی اگر برنامه اجرای این طرح دوساله در نظر گرفته شده باشد، ما می‌توانیم آن را ظرف مدت یک سال و حتی شش ماه اجرائی کنیم. او ادامه داد: ۲۵۰ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری شرکت مخابرات در سال جاری صورت گرفته و با توجه به ورود و توسعه شبکه‌های اجتماعی میانگین مصرف تلفن رو به کاهش است و ما تلاش داریم این کاهش را از طریق استقبال بیشتر مردم از سرویس اینترنت که رو به افزایش است، جبران کنیم اما با این حال در شرایطی که ما هشت میلیون تلفن ثابت داریم، تعداد خط‌های منصوبه اینترنت مخابرات تنها حدود ۹۰۰ هزار خط است. به گفته او هر خط تلفن ثابت حدود یک میلیون تومان هزینه دارد و برای فروش آن ۵۰ هزار تومان دریافت می‌شود که این تعرفه‌ها اصلا توجیه اقتصادی ندارد.

سرقت اطلاعات ۱۰ میلیون بیمار

• **رابورز:** یک شرکت بیمه به‌تازگی با بحران بسیار بزرگی روبه‌رو شده است زیرا هکرها اطلاعات شخصی ۱۰ میلیون بیمار تحت پوشش این شرکت را به سرقت برده‌اند. براساس گزارش وب‌سایت cnet، شرکت Rochester که یک کمپانی خوش‌نام در زمینه بیمه محسوب می‌شود، به‌تازگی به مشکل بسیار بزرگی با هکرها برخورده است. مسئولان این شرکت در شهر نیویورک اعلام کردند شرایط این شرکت به‌شدت به واسطه فعالیت هکرها به خطر افتاده است. ماجرا از این قرار است که هکرها با ورود به سیستم این شرکت موفق به دزدیدن اطلاعات ۱۰ میلیون فرد تحت پوشش بیمه‌های Rochester شده‌اند. شایان ذکر است که این اطلاعات به صورت محرمانه بوده و در بسیاری از موارد اطلاعات بسیار شخصی و سوابق پزشکی فرد را شامل می‌شود. به‌نظر می‌رسد این امر علاوه بر خسارت‌های مالی، می‌تواند موجب ایجاد عدم اعتماد به این شرکت شود و در نتیجه آن نیز تعداد مشتریان این مرکز بیمه به‌شدت کاهش خواهد یافت. گفتنی است مسئولان این شرکت برای مبارزه با هکرهایی که به آنها حمله کرده‌اند، تصمیم به همکاری با مراکز دولتی گرفته‌اند و تمامی اطلاعات و سرنخ‌های ممکن را به سازمان افبی‌آی انتقال داده‌اند تا این سازمان به دنبال دستگیری مسئولان این هک باشد. لازم به یادآوری است که هنوز هیچ گروه یا فرد خاصی مسئولیت این حمله را بر عهده نگرفته است.

برشی کوتاه از نمایشگاه تلکام

هواپیما، پیکان، چینی‌ها و چند اتفاق ساده دیگر

محبوبه نقره‌خامه: شانزدهمین نمایشگاه تلکام این روزها در شرایطی برگزار شده است که همچنان در ایران کاربران اینترنت و موبایل با مشکلات و دشواری‌های متعددی دست‌وپنجه نرم می‌کنند. با این حال در تلکام ۲۰۱۵ نیز مانند دوره‌های قبلی خدمات مختلف از سوی شرکت‌های متعدد رونمایی شده و همه سعی در عرضه توانمندی‌های مورادعای خود دارند. در این میان برخی از مردم هم راهی این نمایشگاه شده و درنهایت با بسته‌های متعددی از هدایای تبلیغاتی شرکت‌ها به خانه‌های خود بازمی‌گردند. اما اینکه پس از این نمایشگاه و رویدادهای این‌چنینی چه مقدار عزم برای حل مشکلات ارتباطی آنها وجود داشته باشد، بحث دیگری است. بااین‌حال، از چهارم مهرماه نمایشگاه بین‌المللی تهران میزبان تمام اپراتورها و شرکت‌های ارتباطی فعال ایران و کشورهای مختلف شده و در قالب این نمایشگاه جوایزی نیز در معرض دید قرار گرفته که دایره وسعت این جوایز از هواپیمای همراه اول تا دنای یکی از شرکت‌ها که به‌عنوان جایزه در محل نمایشگاه قرار داده شده، گسترده است. حتی در نمایشگاه امسال حضور یک پیکان جوانان گوجه‌ای نیز جلب‌توجه می‌کند که این خودرو- البته قرار نیست به کسی داده شود- به‌عنوان اولین خودروی تولید داخل در مقابل دنا به‌عنوان آخرین نمونه از تولیدات خودروی ملی قرار گرفته است. علاوه بر این در کنار همهمه و هیاهوی مختلف سالن‌ها مسئولان متعدد، از برخی وزیران سابق گرفته تا مدیران وزارتخانه‌ای و مسئولان مخابراتی، در این روزها به بهانه این نمایشگاه



در جمع رسانه‌ها حاضر شده و هرکدام به‌طور محدود به پاسخگویی به سؤالات مردم و رسانه‌ها می‌پردازند و در این میان مانند هرسال وعده‌های مختلفی نیز داده می‌شود. تاکنون در دو روز اول این نمایشگاه مدیران مختلفی به صحبت پرداخته‌اند که از میان آنها می‌توان به معاون وزیر ارتباطات اشاره کرد که پس از صحبت‌های مختلف درباره ارزان‌بودن اینترنت ایران و اینکه اینترنت کشور از ارزان‌ترین‌هاست، بیان کرد چنین موضوعی را به اینترنت موبایل نمی‌توان اطلاق کرد؛ چراکه همچنان دانلود یک فیلم از طریق اینترنت موبایل و بدون استفاده از بسته‌های تخفیفی و تشویقی گران تمام می‌شود.

مدیرعامل شرکت مخابرات استان تهران نیز در اظهارنظری اعلام کرد این شرکت آمادگی کامل دارد تا به ازای دریافت ۲۰۰ میلیارد تومان هزینه سالانه شبکه ملی اطلاعات را پس از سال‌ها با هر شرایطی که وزارت ارتباطات مایل باشد، در مدتی بسیار کوتاه‌تر از آنچه در نظر گرفته شده ارائه کند. شرکت مخابرات هم که چند ماهی است بدون داشتن مدیرعامل با حضور سرپرست اداره می‌شود، روز گذشته پس از چند ماه از مدیر جدید خود رونمایی کرده و اسدالله دهناد در صحبتی کوتاه بیان کرد: مدیران شرکت مخابرات تلاش خواهند کرد تا اختلافات سهام‌داران عمده این شرکت با وزارت ارتباطات در ارائه خدمات آنها خللی وارد نکند. او همچنین پیش‌بینی کرد مشکلات نیز حل خواهد شد. نکته قابل‌بیان دیگر را هم شاید بتوان حضور پررنگ‌تر خارجی‌ها و به‌ویژه چینی‌ها در نمایشگاه امسال دانست که گویا با توافقات سیاسی حاصل‌شده در ماه‌های گذشته، این حضور پررنگ‌تر شده است. اگرچه وزیر ارتباطات به دلیل همراهی رئیس‌جمهور در نمایشگاه تلکام امسال حضور نیافت اما درعوض حجم میهمانان و غرفه‌داران خارجی نسبت به قبل افزایش یافته است. نکته جالب دیگر هم حضور وزیر ارتباطات دولت احمدی‌نژاد در نمایشگاه امسال بود که در قالب این بازدید، محمد سلیمانی در پاسخ به انتقاداتی که درخصوص واگذاری مخابرات که در دوره او صورت گرفته مطرح می‌شد، این‌گونه عنوان کرد که نباید موضوعات مختلف را به هم ربط داد و با یکدیگر پیوند زد.

گزارش GfK از بازار گوشی‌های هوشمند

مسعود بهرامی، شرق: مؤسسه GfK، بزرگ‌ترین نهاد تحلیل بازار در آلمان، ۱۷ آگوست ۲۰۱۵ گزارش خود را از بازار گوشی‌های هوشمند در سه‌ماهه دوم سال ۲۰۱۵ منتشر کرد. طبق این گزارش، ارزش مالی فروش جهانی گوشی‌های هوشمند در سه‌ماهه اخیر در مقایسه با یک سال گذشته، هفت درصد افزایش داشته است. همچنین تعداد گوشی‌های هوشمند به فروش‌رسیده نیز در فصل اخیر، نسبت به یک سال قبل حاکی از رشد پنج درصدی است. اطلاعات منتشرشده از GfK خلاف بسیاری از داده‌های دیگر، به تعداد دیوایس‌های واردشده به بازار (Ship-ping) وابسته نیست و مسئله گوشی‌های هوشمند به فروش‌رسیده در مناطق مختلف جهان را مورد بررسی قرار می‌دهد. در فصل اخیر، گوشی‌های هوشمند مجهز به شبکه 4G، ۵۸ درصد از کل گوشی‌های هوشمند به فروش‌رفته را تشکیل می‌دادند. این در حالی است که در سه‌ماهه دوم سال ۲۰۱۴، فقط ۲۶ درصد از گوشی‌های فروش‌رفته از شبکه ارتباطی 4G برخوردار بودند. این آمار حاکی از رشد ۱۲۹درصدی در یک سال گذشته بوده که دراین‌میان نباید از نقش مثبت چین در این زمینه غافل ماند. همچنین از ابتدای آگوست ۲۰۱۵ با راه‌اندازی سرویس‌های



4G توسط اپراتورهای صاحب‌نام در هند، هم‌اکنون 4G در تمام کشورهای کلیدی در دسترس کاربران قرار گرفته است. گوشی‌های هوشمندی که فقط از شبکه ارتباطی 3G برخوردارند، درحال‌حاضر ۳۸ درصد از کل گوشی‌های هوشمند به فروش‌رفته را تشکیل می‌دهند و بنابر پیش‌بینی GfK، این تعداد در سه‌ماهه آخر سال میلادی جاری یک‌درصد دیگر افت کرده و در مقابل ضریب نفوذ گوشی‌های هوشمند مجهز به 4G همچنان افزایش خواهد داشت. براساس گزارش وب‌سایت موبایل، سهم گوشی‌های هوشمند صفحه‌بزرگ (پنج اینچ به بالا) از تعداد کل دستگاه‌های فروش‌رفته در سه‌ماهه دوم سال ۲۰۱۵، بالغ بر ۴۸ درصد گزارش شده که در مقایسه با سه‌ماهه نخست سال‌جاری میلادی، پنج درصد و نسبت به سه‌ماهه دوم سال گذشته، ۱۷ درصد افزایش داشته است. بیشترین سهم فروش منطقه‌ای گوشی‌های هوشمند صفحه‌بزرگ، با ۶۳ درصد از آن چین بوده و پس از آن کشورهای حوزه آسیا-اقیانوسیه با ۶۱ درصد در رتبه بعدی قرار می‌گیرند. متوسط قیمت فروش (ASP) به دلار آمریکا در سه‌ماهه دوم امسال نسبت به سه‌ماهه نخست سال ۲۰۱۵، یک درصد افت داشته ولی در قیاس با مدت مشابه سال گذشته، با سه درصد رشد همراه بوده است. البته GfK پیش‌بینی کرده متوسط قیمت فروش گوشی‌های هوشمند در سال ۲۰۱۵، در مقایسه با یک سال قبل، با یک درصد افت مواجه شود. با وجود رشد فروش گوشی‌های هوشمند رده‌بالا (بیش از ۵۰۰ دلار) و رده‌پایین (تا سقف ۲۵۰ دلار)، فروش گوشی‌های میان‌رده (بین ۲۵۰ تا ۵۰۰ دلار) ترقی چندانی نداشته است. سهم گوشی‌های هوشمند رده‌بالا، ۴۳ درصد از کل گوشی‌های هوشمند فروخته‌شده در سه‌ماهه اخیر گزارش شده که در مقایسه با سه‌ماهه دوم سال ۲۰۱۴ - که دستگاه‌های رده‌بالا فقط ۳۸ درصد از سهم گوشی‌های فروخته‌شده را تشکیل می‌دادند - رشد قابل‌ملاحظه‌ای داشته است. دراین‌میان آمریکای‌شمالی و چین تنها مناطقی بودند که در یک سال گذشته شاهد افزایش سهم تعداد گوشی‌های هوشمند رده‌بالا بوده‌اند. اروپای غربی - رشد سالانه ۹ درصدی در تعداد دستگاه‌های به فروش‌رسیده، در برابر سقوط ارزش و متوسط قیمت فروش با وجود رشد سالانه ۹ درصدی در تعداد گوشی‌های هوشمند فروخته‌شده در فصل اخیر، به دلیل تغییر ذائقه مشتریان و گرایش آنها به سمت محصولات رده‌پایین - که تقریبا ۵۰ درصد از سهم بازار را در سه‌ماهه اخیر به خود اختصاص داده بود، شاهد کاهش ارزش فروش در این دوره هستیم. این در حالی است که گوشی‌های هوشمند رده‌پایین در سه‌ماهه دوم سال ۲۰۱۴، فقط شامل ۳۷ درصد از کل گوشی‌های فروخته‌شده می‌شدند.

به دنبال رشد سالانه منفی ۱۴ درصدی در تعداد گوشی‌های هوشمند به فروش‌رفته در پایان سه‌ماهه نخست سال ۲۰۱۵، در سه‌ماهه دوم نیز تعداد گوشی‌های هوشمند فروخته‌شده با ۱۰ درصد افت سالانه مواجه شد. البته تقاضای قدرتمند برای گوشی‌های هوشمند رده‌بالا، موجب شد تا ارزش مالی گوشی‌های هوشمند مبادله‌شده در این فصل با رشد ۱۷ درصدی به ۲۶،۸ میلیارد دلار برسد. هم‌اکنون بازار گوشی‌های رده‌بالا ۱۷ درصد از کل بازار را دربر گرفته که در قیاس با سهم ۱۰ درصدی در سه‌ماهه دوم سال ۲۰۱۴، (ضمن کاهش‌دادن فروش گوشی‌های هوشمند رده‌پایین) رشد قابل قبولی داشته است. GfK پیش‌بینی کرده در سال‌جاری میلادی تقاضا برای محصولات رده‌بالا در چین به رشد سالانه ۲۸ درصد دست پیدا کند که دراین‌صورت بالاترین میزان رشد در این محدوده قیمت در بین تمام مناطق خواهد بود. در بازار نوظهور آسیا-اقیانوسیه، تقاضا برای گوشی‌های هوشمند در سه‌ماهه دوم سال ۲۰۱۵ در مقایسه با یک سال گذشته، ۲۲ درصد افزایش داشته و رشد در همه کشورها مشاهده می‌شود به‌عنوان نمونه در هند - که سه مورد از برندهای داخلی در فصل اخیر در بین پنج عرضه‌کننده برتر گوشی‌های هوشمند در این کشور قرار گرفته‌اند - شاهد رشد سالانه ۴۰ درصدی هستیم. البته چندی است تعدادی از برندهای چینی گوشی هوشمند نیز وارد بازار هندشده‌اند و رقابت را بین تولیدکنندگان داخلی و شرکت‌های بین‌المللی دشوارتر از قبل کرده‌اند. این رقابت‌های شدید متوسط قیمت فروش را در بازار هند پایین آورده است؛ بازاری که در آن گوشی‌های هوشمند رده‌پایین بیش از ۸۰ درصد فروش را به خود اختصاص داده‌اند. گفتنی است متوسط قیمت فروش گوشی‌های هوشمند در سه‌ماهه دوم سال ۲۰۱۵ در هند در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته، ۱۲ درصد کاهش داشته است. طبق برآورد GfK، در سال ۲۰۱۵ قیمت گوشی‌های هوشمند در هند با کاهش ۱۱ درصدی همراه شده و درمقابل تقاضا برای گوشی‌های هوشمند مجهز به شبکه 4G، بیش از سه برابر خواهد شد که شش درصد از کل تقاضا برای گوشی‌های هوشمند را در بر می‌گیرد. تعداد گوشی‌های هوشمند به فروش‌رفته در بخش توسعه‌یافته آسیا-اقیانوسیه در سه‌ماهه دوم سال ۲۰۱۵، شش درصد رشد سالانه داشته که بخش عمده این موفقیت در نتیجه پیشرفت ۱۵ درصدی ژاپن در مقایسه با سه‌ماهه دوم سال ۲۰۱۴ و جبران فروش پایین در آن دوره است. GfK پیش‌بینی کرده در سال ۲۰۱۵، تقاضا برای گوشی‌های هوشمند در این منطقه یک درصد افزایش یابد. برآورد می‌شود کاهش شش درصدی تقاضا برای گوشی‌های هوشمند در کره‌جنوبی با رشد سالانه سه درصدی، تقاضا در ژاپن خنثی شود. GfK با نگاهی به آینده، از سال ۲۰۱۵ به‌عنوان سالی برجسته در بازار گوشی‌های هوشمند یاد می‌کند که در آن تعداد دیوایس‌های به فروش‌رسیده به ۱.۳ میلیارد عدد و بالاترین میزان خود دست پیدا خواهد کرد. طبق نظر این مؤسسه تحقیقاتی، ارزش فروش گوشی‌های هوشمند در سال‌جاری در سطح جهانی به ۴۰۰ میلیارد دلار خواهد رسید که نسبت به زمان مشابه در سال گذشته پنج درصد رشد را تجربه خواهد کرد.

روابط‌عمومی‌ها پس از توافق



ابراهیم کاظم‌پور*

بسیاری از کارشناسان علوم ارتباطات و دنیای رسانه که روند پیشرفت مذاکرات در دو سال گذشته را ارزیابی کرده‌اند، بر این باورند موفقیت دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی (یا به عبارت دیگر، روابط‌عمومی تیم مذاکره‌کننده هسته‌ای کشورمان) در فراهم‌آوردن بستر این توافق تاریخی نقشی بسیار مؤثر داشته است. آیا این موفقیت نشانی از پیشرفت پایدار دانش روابط‌عمومی در ایران دارد؟ گذشت زمان به این سؤال پاسخ خواهد داد. اینک اما پس از حصول توافق، همان‌طور که قابل پیش‌بینی بود، انتظارات افکار عمومی از بهبود اوضاع اقتصادی کشور بسیار بالاتر رفته و مردم انتظار دارند همه مشکلات اقتصادی و اجتماعی کشور (که شکل‌گیری بسیاری از آنها هیچ ارتباطی به تحریم‌ها نیز نداشته است)، در کوتاه‌مدت برطرف شود. این انتظار انباشته غیرواقعی از حل مشکلات ساختاری اقتصاد ایران با توافق هسته‌ای، خود نشان از اشتباهات مکرر رسانه‌ها و اطلاعات منتشره از قول مسئولان و غیرمسئولان دارد که در سال‌های اخیر به بزرگنمایی تأثیر تحریم‌ها بر روندهای اقتصادی کشور پرداخته‌اند. اکنون وظیفه روابط‌عمومی‌ها و رسانه‌ها در تصحیح اطلاع‌رسانی‌ها و تصویرسازی‌های اشتباه سال‌های اخیر بسیار دشوار است. در این مسیر، توفیق روابط‌عمومی‌های بزرگ کشور (در سطح ملی) در حفظ همراهی و همدلی مردم و دولت برای پیشبرد اهداف بزرگ کشور، نیاز به هماهنگی و اقدامات هم‌افزا و مهم‌تر از آن ارتباط مؤثر و معنادار با رسانه‌های گروهی کشور دارد. همان‌طور که ذکر شد، بسیاری از انتظارات شکل‌گرفته برای حل «یک‌شبه» مشکلات اقتصادی کشور پس از حصول توافق هسته‌ای، ریشه در روندهای اشتباه اطلاع‌رسانی در گذشته دارد. واحدهای روابط‌عمومی می‌توانند و باید با استفاده مؤثر از ظرفیت‌های رسانه‌ای کشور، فرصت‌ها و گشایش‌های ایجادشده حاصل از تحریم‌ها را به‌درستی تعریف کرده و در کنار آن محدودیت‌هایی که با رفع تحریم‌ها برطرف نشده یا رفع آنها احتیاج به گذشت زمان دارد را نیز به‌درستی برای مردم و مخاطبان سازمانی خود تبیین کنند. مدیریت انتظارات هیچ‌گاه به معنای کاستن از هیجان و نشاط مردم و فعالان اقتصادی کشور برای حل یکی از مهم‌ترین بحران‌های سیاست خارجی کشور در سال‌های گذشته نیست، بلکه به معنای معقول و متناسب‌کردن توقعات با امکانات و ظرفیت‌هاست؛ امری که نیاز به همکاری دوسویه و معنادار واحدهای روابط‌عمومی با رسانه‌های گروهی کشور برای اطلاع‌رسانی دقیق، هوشمندانه و مؤثر به گروه‌های مختلف مردم دارد.

ایجاد اشتیاق به سرمایه‌گذاری و کارآفرینی

بروز آثار تحریم‌ها فضای کسب‌وکار در کشور را به شکلی چشمگیر تحت‌تأثیر قرار داد؛ صنعتگران ناگزیر از واردات مواد اولیه به قیمت چند برابر شدند، هزینه انتقال ارزهای ناشی از صادرات به داخل کشور به شکل چشمگیری افزایش یافت، بازارهای واقعی کالا و خدمات در کشور نیز تحت‌تأثیر افزایش چندبرابری هزینه‌های عوامل به نفس‌تنگی افتادند و مطالبات بانک‌ها معوق شد. اکنون روند کاهش و حذف این محدودیت‌ها آغاز شده، اما ایجاد اعتماد و انگیزه در صاحبان سرمایه برای بازگشت به بازار تولید و دادوستد مثبت در کشور به‌آسانی ممکن نیست. در کنار معرفی مشوق‌های واقعی که مدیران بنگاه‌ها و سازمان‌ها برای سرمایه‌گذاران در نظر می‌گیرند، واحدهای روابط‌عمومی بنگاه‌های اقتصادی کشور باید بتوانند با استفاده از روش‌های جذاب اطلاع‌رسانی و بهره‌گیری از شعارها و نمادهای جذاب ملی، میهنی و استانی، مردم را به حضور پررنگ در عرصه کارآفرینی و سازندگی تشویق کنند.

فرهنگ‌سازی برای حمایت از تولیدات داخلی

با ابلاغ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی از سوی رهبر معظم انقلاب، که در واقع مکمل دیگر اسناد بالادستی کشور است، نقشه راه پیشرفت و توسعه جمهوری اسلامی ایران برای سال‌های آتی ترسیم شد. این سیاست‌ها با تأکید بر قید بسیار مهم «درون‌زایی و برون‌گرایی» بر ایجاد ظرفیت‌هایی تأکید دارد که کشور با یا بدون تحریم‌ها، بتواند مسیر توسعه پایدار و متوازن خود را در تمام عرصه‌ها ادامه دهد. یکی از مهم‌ترین ظرفیت‌هایی که باید در اقتصاد ملی ایجاد کرد، حمایت از کارآفرینی و تولید داخلی است. بدیهی است این شهروندان ایرانی هستند که باید با خرید محصولات باکیفیت داخلی و ترجیح آنها بر نمونه‌های مشابه خارجی، یاریگر و حامی کارفرما و متخصص و کارگر ایرانی باشند. نقش روابط‌عمومی‌ها دراین‌میان، فرهنگ‌سازی خرید محصولات داخلی در میان کارکنان سازمان و مردم است.

* مدیرروابط عمومی بانک تجارت

نگاه - بخش اول

ظرفیت اکوسیستم تلفن‌همراه

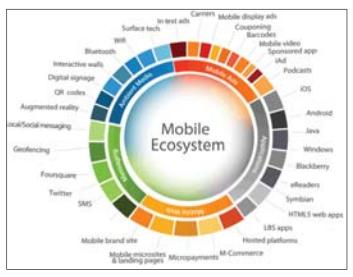


شیوا مرادی*

چیستی و اهمیت اکوسیستم تلفن‌همراه هوشمند

تلفن‌همراه هوشمند به‌مثابه یکی از جدیدترین ابزارهای ارتباطی، به‌واسطه قابلیت اتصال به اینترنت و پتانسیل بی‌نظیر نصب نرم‌افزارها و اپلیکیشن‌های مختلف، علاوه بر کارکرد ارتباطی و تعاملی بین‌فردی، دارای کارکردهای متنوع و گسترده دیگری همچون انجام سریع و دقیق فرایندهای مالی و بانکی، تبادل و به اشتراک‌گذاری اخبار و اطلاعات، دانش روزانه و نیز فرصت‌سازی‌های خلاقانه اینترنتی و به‌کارگیری اپلیکیشن‌های کاربردی به‌منظور اطلاع‌رسانی، اطلاع‌یابی، تبلیغ و ترویج و ارائه آنلاین خدمات و محصولات و نظایر آن است.

تلفن‌های همراه هوشمند، به‌مثابه نماد همگرایی و یکپارچگی تمام امکانات و قابلیت‌های رسانه‌ها و فناوری‌های ارتباطی، اطلاعاتی و خدماتی و به دلیل ویژگی منحصربه‌فردش یعنی همه‌جایی (همراه‌بودن) و همه‌زمانی و آنلاین‌بودن (به دلیل اتصال به اینترنت) گوی سبقت را از همه رسانه‌ها ربوده است. امروزه نرم‌افزارها و اپلیکیشن‌های ارتباطی و کاربردی و امکانات و ظرفیت‌های تلفن‌همراه هوشمند، ساختار و نظم سنتی زندگی اجتماعی و اقتصادی را به چالش کشیده و انقلاب و دگرگونی شگرفی در حوزه حیات فردی و اجتماعی، ارتباطات اجتماعی، سبک زندگی، کسب‌وکار، اشتغال و اوقات فراغت ایجاد کرده است. رشد پرشتاب و جهانی تلفن‌همراه موجب شده این صنعت تحت عنوان «اکوسیستم» تلفن‌همراه مطرح شود. اکوسیستم تلفن‌همراه شامل سازندگان گوشی تلفن‌همراه، سرویس‌های پشتیبانی و خدماتی، اپراتورهای



شبکه، توزیع‌کنندگان و خرده‌فروشان، خدمات تولید محتوا و اپلیکیشن و سایر خدمات دیگر است (GSMA,2015,P. 2). مشاغل صنعت تلفن‌همراه را می‌توان به شغل‌های مستقیم و غیرمستقیم، با نیروی کار متنوع برای هر دسته تقسیم‌بندی کرد. شغل‌های مستقیم، توسط اپراتورهای تلفن‌همراه و تولیدکنندگان در تخصص‌هایی متشکل از مدیران، مهندسان و کارکنان بخش فروش، ایجاد می‌شوند. بنابه به گزارش اتحادیه بین‌المللی ارتباطات راه دور (ITU)، در سال ۲۰۱۱، حدود ۱.۵ میلیون نفر به‌طور مستقیم در صنعت تلفن‌همراه در سراسر جهان مشغول به کار و فعالیت بودند. البته به‌نظر می‌آید به‌مرور که این صنعت رشد می‌کند و در اختیار همگان قرار می‌گیرد به همان اندازه نیز احتمال ایجاد شغل‌های مستقیم در این حوزه کاهش می‌یابد. این در حالی است که شغل‌های غیرمستقیم دارای پتانسیل فراوانی برای رشد در حرفه‌های مربوط به توسعه اپلیکیشن‌های موبایل، ارائه محتوا و فعالیت‌های مراکز تماس هستند. شغل‌های غیرمستقیم توسط اپراتورهای تلفن‌همراه و تولیدکنندگان، یا کارآفرینان ایجاد می‌شوند. به‌طوری‌که در برخی از بازارهای درحال‌ظهور، برون‌سپاری توسعه محتوای تلفن‌همراه تعداد قابل‌توجهی از مشاغل غیرمستقیم را ایجاد کرده است (Andjelkovic, M. &, Imaizumi, S. 2012, p. 87).

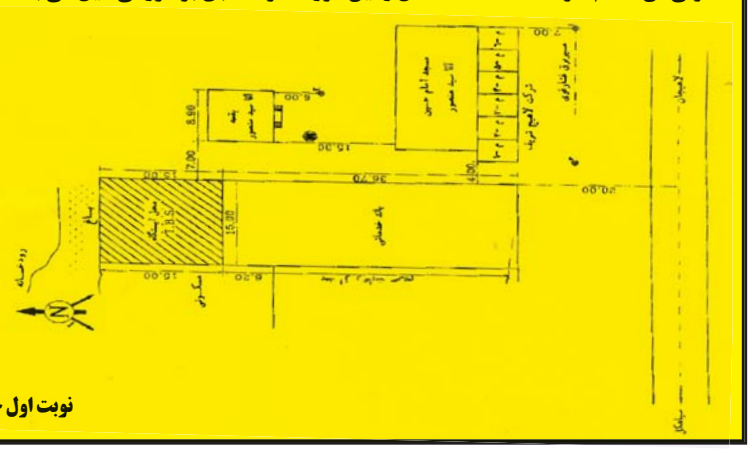
* دانشجوی دکترای رشته کارآفرینی دانشگاه رازی کرمانشاه

شرکت ملی گاز ایران
شرکت گاز استان گیلان
(سهامی خاص)

نوبت دوم

آگهی خرید و تملک زمین در روستای دهسر تموشل لاهیجان

شرکت گاز استان گیلان بمنظور اجرای طرحهای عمرانی و گازرسانی دولت (احداث ایستگاه تقابل فشار گاز دهسر تموشل) با استفاده از اختیارات حاصله از ماده ۹ لایحه قانونی نحوه خرید و تملک اراضی و املاک قصد دارد نسبت به تحصیل و تملک مقدار ۴۵۰ مترمربع زمین در قسمتی از پلاک ۲۰ سنگ اصلی ۳۲ بخش ۱۴ گیلان اقدام نماید ، لذا بدینوسیله به اطلاع مالک یا مالکین یا صاحبان هر نوع حق و حقوق متصوره می رساند که ظرف مدت ۱۵ روز از تاریخ انتشار نوبت دوم این آگهی با مراجعه به امور حقوقی شرکت گاز استان گیلان واقع در رشت پارک شهر ،خیابان ملت ، همکاری لازم را در انتقال زمین معمول دارند.در غیر اینصورت مطابق قانون استنادی نسبت به تحصیل و تصرف قانونی آن اقدام خواهد شد. ضمنا محل زمین مورد نظر منطبق بر کروکی ذیل می باشد.



روابط عمومی شرکت گاز استان گیلان

نوبت اول چاپ : ۹۴/۶/۲۳ نوبت دوم چاپ ۹۴/۷/۰۷