

خلاصه سخنرانی دکتر محسن یوسف پور

دکتر یوسف پور، مدیرکل کسب و کار سازمانی ایرانسل، در بیست و پنجمین دوره می صبح فناوری در تاریخ ۱۲ مهر ماه به میزبانی شرکت عصرامین کارآفرین به بررسی برنامه های ایرانسل در راستای تحول دیجیتال پرداختند. در ادامه به اهم موضوعات مطرح شده در این سخنرانی اشاره می گردد:

عموما در دنیا وظیفه اپراتورها سرمایه گذاری برای زیرساخت است. توسعه تکنولوژی وظیفه اپراتورها نیست. الان اکنون در ایرانسل در حال توسعه دو پروژه کلان هستیم؛ 5G و فیبر.

در بخش فیبر فعلا نگاه ما درآمدی نیست و به دنبال آن هستیم که ایرانسل اپراتور ثابت سیار در ایران شود. اپراتورها سال ها است که در تلاش هستند بتوانند بین استانی فیبر خود را بگذارند و همچنین بتوانند پهنای باند را از خارج از ایران، خودشان بیاورند ولی هنوز موفق به انجام این دو کار نشده ایم.

مسئله جدی که با آن روبرو هستیم آن است که تعرفه های اکنون اساسا هزینه های هیچ بیزینس پلنی را پوشش نمی دهد. دوازده سال است که تعرفه ها ثابت هستند، البته باید اشاره کرد که احتمالا از اوایل آبان افزایش تعرفه ی بیست و شش درصدی در بخش دیتا اپراتورها داشته باشیم.

ایرانسل نگاه استراتژیک دارد. نزدیک به ۶۰۰ سایت 5G ایجاد کرده ایم. شیا می، هوآوی و آیفون گوشی هایی هستند که 5G را پشتیبانی می کنند ولی سامسونگ هنوز این کار را نکرده و باید گفت که سهم سامسونگ در بازار ایران بیش از پنجاه درصد است به همین دلیل نگاه ما برای گسترش سایت 5G بلند مدت است.

اکنون در ایرانسل در راستای توسعه تکنولوژی دو اتفاق در حال وقوع است. یکی آن که اکنون ما سراغ سازمان ها می رویم به جای این که پایه اپراتوری به سازمان ها بفروشیم، شبکه ارتباط بین شرکت های ایرانی دانش بنیانی که در حوزه هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، ماشین لرنینگ و... مشغول هستند و صنایع بزرگ مثل فولادی برقرار می کنیم. یک فضای دیگر آن است که ایرانسل مجموعه ای به نام ایرانسل لبرزا ایجاد کرده، و به دنبال گسترش خدمات متنوع و توسعه سبک زندگی دیجیتال و خلق آینده ای همگام با تحولات دنیای دیجیتال هستیم تا با بهره گیری از فناوری های برتر در حوزه های مختلف، خلق ارزش کنیم.

چشم انداز این مجموعه، پیشگام بودن در توسعه منابع انسانی و زیرساخت های تحقیقاتی اقتصاد دانش بنیان در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات و دستیابی به جایگاه برترین شرکت ملی در زمینه خلق محصولات و خدمات این

حوزه است و «بخش تحقیق و توسعه»، «مرکز نوآوری ایرانسل» و «آکادمی ایرانسل»، از جمله بخش‌های اصلی آن هستند.

محصولی داریم به نام **Conenected call** و با خودروسازان قرارداد بسته ایم که کم کم در حال نهایی شدن است اکنون حدود ۵۰ هزار ماشین به **connected call** متصل هستند باید اشاره کرد که این محصول روی انواع ماشین قابل نصب است.

فعالیت ما در این آزمایشگاه، به این صورت است که تیمی ایجاد می‌کنیم که بتوانند روی تکنولوژی کار کنند و آن را توسعه بدهند. اکنون در این مجموعه به دنبال توسعه **BSS**، نرم افزار، پلتفرم‌هایی که برای اپراتورها احتیاج داریم، آنتن و... هستیم.

باید اشاره کرد که در همین راستا ایرانسل با مشارکتی که با شرکت فولاد مبارکه داشته توانست سبدی از خدمات و محصولات را از جمله نصب و راه‌اندازی اولین سایت صنعتی نسل پنجم ایران، ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز برای ایجاد و توسعه «کارخانه متصل»، پیاده‌سازی سرویس شبکه امن همراه ایرانسل (**APN**) و پیاده‌سازی سرویس موبایل سازمانی (**MVPN**)، پیاده‌سازی و اجرای پروژه‌های مختلف در حوزه لجستیک هوشمند و... در اختیار این صنعت بزرگ قرار دهد. ایرانسل شرکتی به اسم ویستا دارد که برای حمایت از پلتفرم‌های توزیع محتوای داخلی از طریق تولید محتوا و گسترش مدل‌های تجاری و درآمد زایی برای اینگونه پلتفرم‌ها تاسیس شده است. به این صورت که یا بازار برای شرکت ایجاد می‌کند و یا اینکه از طریق ایرانسل لبز توسعه محصول یا خدمت را انجام می‌دهد.

باید اشاره کرد که گروه **MTN** با شرکت‌هایی مثل آمازون، مایکروسافت و... قرارداد دارند و این شرکت‌ها هستند که زیرساخت‌ها را برای اپراتور تامین می‌کنند و اپراتور کار بهره‌برداري اش را انجام می‌دهد. در ایران فعلا ما نمی‌توانیم چنین کاری کنیم مگر آن که شرایط تحریمی و وضعیت ارتباطات ما با دنیا تغییر کند.

همچنین ایرانسل در تحلیل بیگ دیتا به طور جدی در حال فعالیت است. بیگ دیتا در اپراتورهاها موجود است. در حوزه **B2C** حدود سه، چهار سال است که ایرانسل تحلیل دیتا را انجام می‌دهد. تحلیل رفتار افراد به طور مثال در گروه‌های مختلف سنی، در مناطق جغرافیایی مختلف و... در حال انجام است تا بتوانیم با تحلیل رفتار فرد تخفیفات مختلفی متناسب با آن بدهیم. در حوزه **B2B** هم می‌شود مدل‌هایی ایجاد کنیم به طور مثال متوجه شویم در چه مناطقی چگالی کسب و کار در آن جا بیشتر است یا کدام سیم کارت‌ها مناسب کدام گروه از مشتری‌ها هستند تا به آن‌ها پیشنهاد بدهیم.