

AIS

รายงานพัฒนาความยั่งยืน ปี 2555



สารบัญ

ภาพรวมของบริษัท

รู้จักเอไอเอส	1
ข้อมูลที่รวมอยู่ในรายงานฉบับนี้	3

แนวทางสู่ความยั่งยืนของเอไอเอส

“ชีวิตในแบบคุณ” และคำมั่นสัญญาจากเรา	4
เข้าใจสิ่งที่คุณเป็น	6

5 แนวทางเพื่อโลกที่ดีขึ้น

ประสานสังคมของเราให้เป็นหนึ่งเดียว	12
สร้างหุ้นส่วนทางธุรกิจที่ยั่งยืน	20
ส่งเสริมบุคลากรของเราให้เติบโตในทุกย่างก้าว	26
ส่งมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า	39
สรรสร้างนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	50

ข้อมูลอื่นๆ

อภิธานศัพท์	62
GRI content index	63



ภาพรวมของบริษัท

รู้จักเอไอเอส

เอไอเอสเป็นผู้นำในการให้บริการโทรคมนาคมในประเทศไทย ประกอบด้วยพนักงานทั้งสิ้น 9,766 คน (รวมพนักงานสัญญาจ้าง) โดยปัจจุบันฐานการดำเนินงานของเอไอเอสมีอยู่แค่ภายในประเทศเท่านั้น และด้วยโครงข่ายคุณภาพที่ครอบคลุมกว่าร้อยละ 97 ของประชากร ทำให้ปัจจุบันเราให้บริการลูกค้ากว่า 36 ล้านรายจากจำนวนประชากรรวมทั้งประเทศ 68 ล้านราย

เราให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่บน 2 คลื่นความถี่ ได้แก่ 900 เมกะเฮิรตซ์และ 1800 เมกะเฮิรตซ์ด้วยเทคโนโลยี GSM 2G (second-generation) และเมื่อเร็วๆ นี้ หนึ่งในบริษัทย่อยของเราได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ 2.1 กิกะเฮิรตซ์ เพื่อที่จะนำมาพัฒนาและเปิดให้บริการ 3G ต่อไป

เราเข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.) ตั้งแต่วันที่ 5 พฤศจิกายน 2534 โดยใช้ชื่อย่อหลักทรัพย์ ADVANC ซึ่ง ณ วันที่ 28 ธันวาคม 2555 เรามีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดอยู่ที่ 621,000 ล้านบาท

	2553	2554	2555
จำนวนผู้ใช้บริการ	31 ล้านราย	34 ล้านราย	36 ล้านราย
ส่วนแบ่งการตลาดเชิงจำนวนผู้ใช้บริการ	44%	44%	44%
ส่วนแบ่งการตลาดเชิงรายได้	54%	54%	54%

ธุรกิจของเรา

วิสัยทัศน์ⁱⁱ

เอไอเอส มีวิสัยทัศน์ที่จะเป็นผู้นำสร้างสรรค์รูปแบบตลาดการสื่อสารโทรคมนาคมในประเทศไทยด้วยการเข้าถึงนวัตกรรมใหม่ๆ การมอบประสบการณ์ดีๆ ให้กับลูกค้า คุณภาพเครื่อง่ายและวัฒนธรรมการทำงาน

ภารกิจ

- เอไอเอส มุ่งมั่นที่จะสรรหาบริการที่ดีและนวัตกรรมใหม่ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้ใช้บริการ
- เอไอเอส มุ่งมั่นใส่ใจในบริการ เพื่อมอบประสบการณ์ด้านการสื่อสารที่ดีให้แก่ผู้ใช้บริการรวมทั้งพัฒนาคุณภาพเครื่อง่ายอย่างต่อเนื่อง
- เอไอเอส มุ่งมั่นที่จะส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและร่วมกันสร้างวัฒนธรรมในการทำงานที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดแก่องค์กร
- เอไอเอส ใส่ใจดูแลผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทให้ได้รับผลตอบแทนและประโยชน์อย่างคุ้มค่า
- เอไอเอส ใส่ใจดูแลสังคม เพื่อช่วยเหลือและพัฒนาความเป็นอยู่ของคนไทยให้ดียิ่งขึ้นอย่างยั่งยืน

ผลิตภัณฑ์และบริการ

เอไอเอสให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมทั้งระบบรายเดือนและเติมเงิน โดย 90% ของลูกค้าใช้ระบบเติมเงิน ซึ่งคิดเป็น 68% ของรายได้จากการให้บริการของเรา ในขณะที่ลูกค้าระบบรายเดือนคิดเป็น 10% ของฐานลูกค้าของเรา ซึ่งคิดเป็น 25% ของรายได้จากการให้บริการ สิ้นปี 2555 เอไอเอสมีผู้ใช้บริการทั้งสิ้น 35.7 ล้านราย

ผลประกอบการของเรา [EC1]^{iv}

	2553	2554	2555
มูลค่าเชิงเศรษฐกิจที่บริษัทสร้างขึ้น			
- สินทรัพย์รวม	97,348	86,672	100,968
- รายได้รวม	111,339	126,437	141,568
มูลค่าเชิงเศรษฐกิจที่กระจายสู่สังคม			
- ต้นทุนการดำเนินงาน	51,957	56,917	62,114
- ค่าจ้างและสวัสดิการพนักงาน	4,953	5,815	6,093
- เงินที่ชำระให้แก่เจ้าของเงินทุน			
- เงินปันผล	51,351	24,102	30,241
- ต้นทุนทางการเงิน	1,753	1,666	1,093
- เงินที่จ่ายให้แก่ภาครัฐ	31,772	39,773	39,411
- เงินลงทุนเพื่อสร้างความยั่งยืนให้แก่สังคม	140	137	141
มูลค่าเชิงเศรษฐกิจสะสม			
- กำไรสะสม	15,073	13,246	17,344
- กำไรสุทธิ	20,514	22,218	34,883
- กำไรก่อนหักภาษี ดอกเบี้ยจ่าย และค่าเสื่อมราคา	51,720	56,623	61,436

*เงินที่จ่ายให้แก่รัฐบาล รวมถึงภาษีเงินได้บุคคลและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ซึ่งจ่ายให้แก่ทุกช. ทีไอที และกสท

ข้อมูลที่อยู่ในรายงานฉบับนี้^v

รายงานฉบับนี้เป็นรายงานด้านความยั่งยืนโดยเฉพาะฉบับแรกของเอไอเอส ซึ่งกล่าวถึงการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่เราได้ทำมาในวงกว้างกว่าที่เคยเปิดเผยไว้ในรายงานฉบับอื่นก่อนหน้านี้ครอบคลุมระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2555 ถึง 31 ธันวาคม 2555 ซึ่งเป็นรอบของการจัดทำรายงานประจำปีของบริษัท โดยรายงานฉบับนี้กำหนดให้ คำว่า “เอไอเอส” และ “บริษัท” หมายถึง บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ

เนื้อหาของรายงาน

สำหรับการจัดทำรายงานฉบับนี้ ในขั้นตอนแรก เราได้กำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ที่เราเห็นว่ามีส่วนสำคัญต่อการดำเนินกลยุทธ์สำหรับเรา จากนั้นทำการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องภายในองค์กรเพื่อทำความเข้าใจผู้ที่มียุทธศาสตร์สำคัญในกระบวนการดำเนินงาน (Value Chain) ของเอไอเอสให้มากยิ่งขึ้น

กลยุทธ์ในการสร้างความยั่งยืนที่นำเสนอในรายงานฉบับนี้มีพื้นฐานมาจากกรอบการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน 5 ด้าน ซึ่งเราเห็นว่ามีความสำคัญต่อทั้งเอไอเอสและผู้มีส่วนสำคัญต่อการดำเนินเชิงกลยุทธ์ของบริษัทมากที่สุด โดยในแต่ละด้านนั้น เราได้ตั้งเป้าหมายเป็นภาพรวมจากการวิเคราะห์จุดที่เรายืนอยู่ทุกวันนี้ และเราต้องการจะเป็นอย่างไรในอนาคต

ขอบเขตการรายงาน^{vi}

ในการกำหนดขอบเขตของรายงานฉบับนี้ นอกจากจะพิจารณาครอบคลุมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องโดยอ้อมกับบริษัทแล้ว ยังกำหนดให้ครอบคลุมถึงผู้ที่บริษัทมีอำนาจควบคุมหรือมีอิทธิพลต่อด้วย อย่างไรก็ตาม เนื่องจากปีนี้เป็นปีแรกที่เราริเริ่มต้นรายการ เราจึงขอเรียนให้ทราบว่าข้อมูลบางส่วนอาจยังไม่ครบถ้วนหรือสมบูรณ์ ซึ่งเราได้ทำหมายเหตุไว้ในส่วนที่เกี่ยวข้องแล้ว

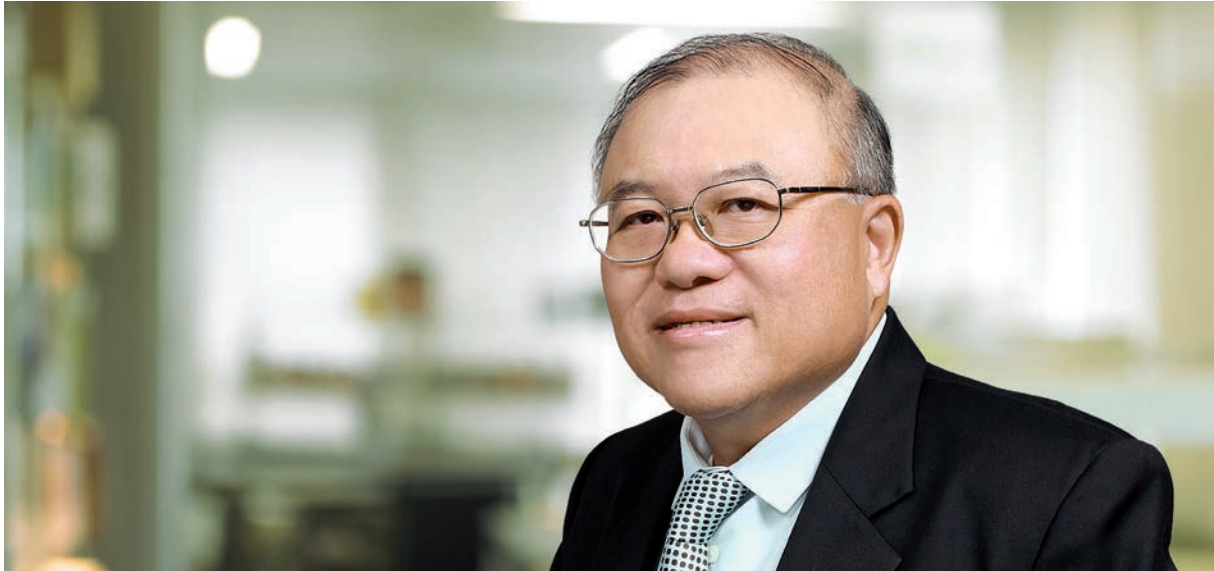
กรอบการรายงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นตามกรอบขององค์การแห่งความริเริ่มว่าด้วยการรายงานสากล (Global Reporting Initiative: GRI) เวอร์ชัน 3.1 เราขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้สอดคล้องตามมาตรฐานการรายงานระดับ B นอกจากนี้ เราพยายามให้ข้อมูลเพิ่มเติมตามตัวชี้วัดในภาคผนวกส่วนที่เป็นของธุรกิจโทรคมนาคมของ GRI ในฉบับนำร่องเท่าที่สามารถจัดหาข้อมูลให้ได้อีกด้วย ทั้งนี้ ท่านสามารถเข้าไปศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับกรอบการรายงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามแนวทางของ GRI ได้ที่ www.globalreporting.org.

หากมีข้อสงสัยติดต่อ: หน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์ E-mail: investor@ais.co.th โทรศัพท์: 02 299 5014

แนวทางสู่ความยั่งยืนของเอไอเอส

“ชีวิตในแบบคุณ” และคำมั่นสัญญาจากเรา



สารจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร^{vii}

การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารอย่างรวดเร็วในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ได้ปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตและรูปแบบการทำงานของเราไปอย่างสิ้นเชิง โดยได้นำพาประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ความสะดวกสบาย และความเพลิดเพลินมาสู่ชีวิตของเราอย่างไม่เคยมีมาก่อน ในฐานะที่เอไอเอสเป็นผู้ให้บริการด้านการสื่อสาร เรามีความภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของแรงขับเคลื่อนในการปฏิวัติทางเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง

ที่เอไอเอส เรามีความเชื่อว่าการสร้างคุณค่าให้แก่บุคลากร สิ่งแวดล้อมและสังคม ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินธุรกิจของเราตลอดระยะเวลา 20 ปีที่ผ่านมา และเรายังคงคำนึงถึงทั้งองค์ประกอบ 3 สิ่งนี้เสมอในการตัดสินใจใดๆ ก็ตาม อย่างไรก็ตาม เราปรารถนาที่จะทำในสิ่งซึ่งมากกว่าเป็นเพียงการตอบสนองต่อปัญหาที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้า จากความหวังในส่วนลึกที่จะสร้างแรงบันดาลใจให้กับบุคลากรทุกคนของเรา รวมทั้งสร้างพลังให้พวกเขาสามารถพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่และธุรกิจของตนให้มีคุณค่ามากขึ้น โดยอาศัยความสามารถของเราในฐานะที่เป็นผู้ให้บริการโครงข่ายโทรคมนาคม ทุกวันนี้เราตระหนักดีว่าถึงเวลาแล้วที่เราจะต้องยกระดับปณิธานในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของเรา และมุ่งมั่นทุ่มเทเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ยิ่งใหญ่นี้ให้สำเร็จ

ในปีนี้อเราเชื่อมั่นว่าเราได้สืบทอดเจตนารมณ์ตามวิสัยทัศน์ของแบรนด์อย่างแท้จริง นั่นคือ ความพยายามที่จะส่งมอบ ‘ประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า’ โดยการพัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและผสานนวัตกรรมใหม่ ซึ่งสามารถตอบสนองตามความต้องการของแต่ละบุคคลได้ เมื่อเราก้าวเข้าสู่ปี 2556 เรามุ่งหวังที่จะแนะนำให้ลูกค้าของเราได้สัมผัสประสบการณ์ใหม่จากสินค้าและบริการที่มีความทันสมัย ซึ่งรังสรรค์ขึ้นมาเพื่อช่วยให้ลูกค้าของเราค้นพบศักยภาพที่แท้จริงของตนเอง

ตลอดระยะเวลา 12 ปีที่ผ่านมา เราได้ให้ความสำคัญกับค่านิยมขององค์กรใน 4 ด้าน ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม รับผิดชอบต่อผู้บริโภค รับผิดชอบต่อพนักงาน และการมีส่วนร่วมในสังคมและการพัฒนาชุมชน อย่างไรก็ตาม เรากลับมาคิดว่าความสำเร็จในระยะยาวของเรานั้นขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างเรากับผู้มีส่วนในการกำหนดทิศทางขององค์กรและสิ่งแวดล้อมรอบตัวด้วย เราจึงตัดสินใจที่จะต่อยอดพัฒนากลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนให้เป็นทางการรวมทั้งเผยแพร่ผลการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมฉบับปฐมฤกษ์ของเรา โดยกระบวนการนี้เกี่ยวพันถึงการ

ขยายกลยุทธ์สู่ความยั่งยืนของเราให้ครอบคลุมมากกว่าค่านิยมขององค์กรทั้ง 4 ด้านที่มีอยู่เดิมเป็น 5 ด้านที่สำคัญ ตามที่ได้เปิดเผยไว้ในรายงานฉบับนี้

กลยุทธ์สู่ความยั่งยืนของเรามีพื้นฐานมาจากผู้ที่มีส่วนในการกำหนดทิศทางขององค์กร นอกเหนือไปจากลูกค้าอันประกอบด้วย ชุมชน (ทั้งชุมชนโดยรอบบริเวณที่ทำการของและสังคมโดยรวม) พันธมิตรทางธุรกิจของเรา (ผู้รับเหมา ตัวแทนจำหน่าย และหุ้นส่วนทางธุรกิจอื่นๆ) และบุคลากร ตลอดจนสิ่งแวดล้อมด้วย

เราตระหนักดีว่าการเข้าใจถึงความต้องการของชุมชนรอบข้างที่ทำการของเรา ด้วยวิธีการที่เป็นระบบและผสมผสานเชิงกลยุทธ์เป็นสิ่งสำคัญเพียงใด เพื่อที่จะนำมาสู่วิธีการที่เหมาะสม ในการตอบสนองต่อความต้องการเหล่านั้น ขณะที่ยังคงรักษาเป้าหมายที่เป็นสิ่งซึ่งเราดำเนินการมาโดยตลอด ไม่เพียงเท่านั้น เรายังอยู่ระหว่างการพัฒนาเครื่องมือและวิธีการใหม่ๆ เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของเรายังให้ดียิ่งขึ้นด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดกิจกรรมในการเปิดตัว 3G นอกจากนี้ เรายังมีความมุ่งมั่นที่จะใช้ประโยชน์จากจุดแข็งทางด้านการให้บริการการสื่อสารโทรคมนาคมของเรา เพื่อตอบสนองต่อประเด็นหลักทางสังคมไทย คือ เรื่องการศึกษา โดยจะเปิดตัวโครงการที่สอดคล้องกับแผนงานอันนำต้นตอต้นใจภายในสิ้นปี 2556 นี้

ขณะเดียวกันเรากำลังเตรียมองค์กรของเราให้พร้อมสำหรับอนาคต โดยการสร้างผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และสร้างโอกาสให้บุคลากรของเราได้เรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะเป็นกำลังสำคัญในการสร้างความยั่งยืนของบริษัท อันจะช่วยเป็นแรงผลักดันให้ความยั่งยืนของประเทศไทยเกิดเป็นรูปเป็นร่างในอนาคตด้วย

นอกจากนี้ เรายังเข้าใจถึงความสำคัญของพันธมิตรทางธุรกิจ ที่มีต่อการดำเนินงานของเรา เนื่องจากบ่อยครั้งที่พันธมิตรของเราทำหน้าที่เสมือนเป็นตัวแทนของเราในทางอ้อมที่ลูกค้าและชุมชนซึ่งเราดำเนินธุรกิจอยู่และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกือบทุกฝ่ายสามารถสัมผัสได้ ดังนั้น เราจึงเชื่อมั่นว่า เราจะต้องมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อประสิทธิภาพและการให้บริการของพันธมิตรเหล่านี้ ในขณะที่พวกเขาทำงานร่วมกับเรา และขณะนี้เราอยู่ระหว่างการจัดการเรื่องนี้ให้เป็นระเบียบแบบแผนอยู่การสร้างพันธมิตรที่ยั่งยืนระหว่างเอไอเอสกับลูกค้าของเรานั้น ทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้นจากการที่เรากำลังขยายโครงข่าย 3G โดยที่ลูกค้าจะเริ่มเข้าไปสู่ชุมชนใหม่ๆ เพื่อวางโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น เอไอเอสทราบว่าพันธมิตรทางธุรกิจของเราจำเป็นต้องเติบโตไปพร้อมๆ กับเรา ดังนั้น เราจึงยังคงมีการสร้างความสัมพันธ์และแลกเปลี่ยนความรู้ทางเทคนิค รวมทั้งทักษะฝีมือทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติอย่างต่อเนื่องดังเช่นที่เราประสบความสำเร็จมาแล้วกับเทเลวิซ หนึ่งในพันธมิตรของเราซึ่งเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้าและบริการภายใต้เครื่องหมายการค้าของเรา

สุดท้ายนี้ วิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของเราสะท้อนถึงความปรารถนาอันแรงกล้าในการมีส่วนร่วมสร้างสังคมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในอนาคต เรายุ่ที่มุ่งมั่นที่จะทำอย่างเต็มความสามารถในการลดผลกระทบจากการดำเนินงานต่อสิ่งแวดล้อมให้เหลือน้อยที่สุด และขณะเดียวกัน เราจะสนับสนุนให้ลูกค้าของเราดำเนินการในลักษณะเดียวกันนี้ด้วย เราเชื่อว่าความมุ่งมั่นนี้จะสำเร็จได้ก็จากการสร้างสรรค์นวัตกรรมและพัฒนาสินค้าและบริการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ตลอดจนต่อยอดพัฒนา “เครือข่ายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีของเราโดยการใช้พลังงานอย่างรู้ค่าและนำพลังงานหมุนเวียนมาใช้ในสถานีฐาน

ในรายงานฉบับนี้เราได้กล่าวถึงวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ตลอดจนเปิดเผยสิ่งที่เราได้ดำเนินการตั้งแต่อดีตมาจนถึงทุกวันนี้ และวิธีที่เราจะดำเนินการต่อไปเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จ แม้หนทางข้างหน้ายังอีกยาวไกล แต่เราต้องการที่จะบอกให้ท่าน ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของเราได้ทราบถึงก้าวต่อไปบนหนทางสู่ความยั่งยืนของเรา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าเราจะได้ร่วมเดินในเส้นทางสายนี้ไปด้วยกัน เพื่อที่จะเชื่อมโยงชีวิตของท่านกับอนาคตของเราเคียงข้างกันไป



นายวิชัย เมฆตระกูล
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

เข้าใจสิ่งที่คุณเป็น

ความยั่งยืนเป็นส่วนประกอบสำคัญอย่างหนึ่งในวัฒนธรรมและการดำเนินงานของเอไอเอสเสมอ โดยในปีนี้ได้ก้าวไปอีกขั้น เพื่อยกระดับและจัดวิธีปฏิบัติที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนของเราให้เป็นระบบมากขึ้น ทั้งนี้ก็เพื่อจะเพิ่มมูลค่าให้กับทั้งตัวเราเอง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของเรา

คณะกรรมการการพัฒนาสู่ความยั่งยืน^{viii}

คณะกรรมการการพัฒนาสู่ความยั่งยืน (Sustainable Development Committee) มีอำนาจครอบคลุมทุกหน่วยงานของ เอไอเอสทำหน้าที่ในการปฏิบัติตามนโยบายทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคมเพื่อให้บริษัทบรรลุเป้าหมายที่จะได้มาซึ่งมาตรฐานความยั่งยืนในระดับสากล

คณะกรรมการการพัฒนาสู่ความยั่งยืนประกอบด้วยผู้บริหารคนสำคัญจำนวน 13 ท่าน ซึ่งมาจากผู้บริหารระดับสูงและหัวหน้าฝ่ายต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายปฏิบัติการ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายบริหารลูกค้า ฝ่ายทรัพยากรบุคคล เป็นต้น โดยคณะกรรมการมีหน้าที่กำหนดแนวทางสำหรับกลยุทธ์สู่ความยั่งยืนของบริษัทและตรวจสอบความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงานโครงการต่างๆ

คณะกรรมการจัดให้มีการประชุมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอเพื่อประเมินผลการปฏิบัติงานของตนเอง รวมทั้งสรุปแนวทางที่จะดำเนินการต่อไปในอนาคต

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย^{ix}

เอไอเอสมีการปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ โดยผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์สูงสุดคือการทำความเข้าใจต่อข้อวิตกกังวลและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียดังกล่าว

เราได้กลั่นกรองความคาดหวังที่สำคัญๆ ซึ่งถูกหยิบยกขึ้นมาผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และได้สรุปไว้ในตารางดังต่อไปนี้

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ^{xxi}	ช่องทางติดต่อสื่อสาร/วิธีการสร้างความผูกพัน	ความคาดหวังที่มีนัยสำคัญ
พนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> การประเมินผลการปฏิบัติงานและการสำรวจทัศนคติของพนักงานต่อองค์กรอย่างสม่ำเสมอ การสื่อสารทางตรง จดหมายข่าว อินทราเน็ต รายงาน เสียงตามสายประจำสัปดาห์ การจัดประชุมผู้บริหารพบปะพนักงาน 	<ul style="list-style-type: none"> ความมั่นคงทางการเงิน การพัฒนาส่วนบุคคลและความสามารถในวิชาชีพ ค่าตอบแทนและสวัสดิการสำหรับตนเองและครอบครัว ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน วัฒนธรรมการเรียนรู้
ผู้ถือหุ้น	<ul style="list-style-type: none"> การสื่อสารทางตรง รายงานประจำปี การประชุมสามัญประจำปี สื่อสิ่งพิมพ์และช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ที่จัดทำเป็นปกติ เว็บไซต์ 	<ul style="list-style-type: none"> การเติบโตทางการเงิน ผลตอบแทนที่สม่ำเสมอ ชื่อเสียงของบริษัท
พันธมิตร/ดีลเลอร์/ผู้รับเหมา	<ul style="list-style-type: none"> การจัดประชุม รายงาน การฝึกอบรม 	<ul style="list-style-type: none"> การสนับสนุนทางการเงิน ความปลอดภัยในสถานปฏิบัติงาน การสนับสนุนการพัฒนาทักษะและความรู้
ลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> โฆษณา/ประชาสัมพันธ์ ร้านเทเลวิซ เสียงจากลูกค้า สื่อสังคมออนไลน์ (Twitter/Facebook) การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า เว็บไซต์ 	<ul style="list-style-type: none"> การเป็นหุ้นส่วนทางการค้าที่ได้ประโยชน์ร่วมกัน คุณภาพของบริการที่สามารถรองรับทุกรูปแบบการใช้ชีวิต ความสามารถในการเชื่อมต่อได้ ทุกที่ทุกเวลา การบริการที่เป็นเลิศในราคาที่คุ้มค่า
ชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> การสื่อสารทางตรง จดหมายข่าว/สื่อสิ่งพิมพ์ การปรึกษากับชุมชน การสนับสนุนผ่านทางผู้นำชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> ความปลอดภัย การสนับสนุนชุมชน การใช้ชีวิตอย่างราบรื่นและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น คุณภาพการศึกษาที่ดีขึ้นและการเข้าถึงการศึกษาได้มากขึ้น (ในระดับสังคม)
ภาครัฐ	<ul style="list-style-type: none"> การสื่อสารทางตรง จดหมายข่าว รายงาน 	<ul style="list-style-type: none"> ความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูล การปฏิบัติตามกฎระเบียบ ความร่วมมือเพื่อพัฒนาความเป็นอยู่ของประชาชนโดยรวม

ประเด็นที่มีสาระสำคัญ^{xii}

ในปีนี้ได้จัดการประชุมเชิงปฏิบัติการหลายครั้งด้วยกัน เพื่อพัฒนาวิธีการประเมินประเด็นที่มีสาระสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของเอไอเอสและก่อร่างวิถีทางไปสู่ความยั่งยืนที่เป็นรูปเป็นร่างมากยิ่งขึ้น โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

การบ่งชี้ประเด็นด้านความยั่งยืนขององค์กร

เราระบุความเสี่ยงทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่สำคัญซึ่งเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ทางธุรกิจของเรา รวมถึงโอกาสที่จะเกิดความเสียดังกล่าว ทั้งในปัจจุบันและอนาคตภายใต้ห่วงโซ่คุณค่าของเรา (value chain) นอกจากนี้ เพื่อเป็นการประเมินแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจโทรคมนาคมและเพื่อให้การใช้สื่อ รวมถึงการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันในตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่บริษัทในอุตสาหกรรมเดียวกันและต่างอุตสาหกรรมให้ความสนใจผู้บริหารระดับสูงของเอไอเอสจำนวน 20 ท่าน จากสายงานต่างๆ ได้ร่วมกันช่วยตรวจสอบความสมเหตุสมผลของประเด็นต่างๆ เหล่านี้อีกด้วย ในภาพรวมแล้วเราได้บ่งชี้ประเด็นต่างๆ ซึ่งเป็นพื้นฐานช่วยให้เราสามารถระบุประเด็นที่มีความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของเราและต่อธุรกิจของเรา ซึ่งนำไปสู่การคัดเลือกประเด็นที่มีสาระสำคัญในขั้นตอนสุดท้าย

การทำความเข้าใจว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของเรา

ในขั้นตอนนี้เราได้ระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรายหลักของเราภายใต้ห่วงโซ่คุณค่าของเอไอเอส และหารือกันถึงความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียดังกล่าวต่อการดำเนินธุรกิจของเรา โดยพิจารณาถึงผลกระทบและการพึ่งพาอาศัยที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีต่อเรา ซึ่งจากการประเมินนี้ เราได้ระบุประเด็นที่มีนัยสำคัญและเป็นข้อกังวลมากที่สุดสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของเรา

เนื่องจากนี่เป็นปีแรกที่เราได้มีการจัดทำกระบวนการประเมินประเด็นที่มีสาระสำคัญอย่างเป็นทางการ เพื่อส่งเสริมกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนของเราในระยะยาว ดังนั้น เราจึงได้ตกลงว่าจะทำการประเมินข้อกังวลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยอาศัยมุมมองของบุคลากรของเราที่ใกล้ชิดกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเหล่านั้นมากที่สุด

ในแต่ละประเด็นที่ถูกหยิบยกขึ้นมานั้น เราได้มีการประเมินทั้งระดับการรับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่จะเริ่มวิตกกังวลและความสำคัญของประเด็นต่างๆ เหล่านี้ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

การทำความเข้าใจว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดต่อธุรกิจของเรา

ในแง่ของความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของเราประเด็นต่างๆ เหล่านี้จะถูกนำมาประเมินในแง่ของระดับความรุนแรงของผลกระทบที่เกิดขึ้นจริงหรือผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นได้ ซึ่งส่งผลต่อมูลค่าทางธุรกิจของเรา ยกตัวอย่างเช่น รายได้ ต้นทุน และชื่อเสียง โดยประเด็นที่ถูกบ่งชี้ว่าเป็นข้อกังวลซึ่งมีนัยสำคัญอย่างยิ่งต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและถือว่ามีผลสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจของเรานั้น จะถูกกำหนดให้เป็นประเด็นที่มีสาระสำคัญของบริษัท

ความท้าทายและโอกาสด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน^{xiii}

ความท้าทายและโอกาสด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่สำคัญซึ่งเอไอเอสจะต้องเผชิญในปีที่จะถึงนี้ดูเหมือนว่ามุ่งไปที่ประเด็นต่างๆ เหล่านี้ที่ถูกกำหนดจากการประเมินประเด็นที่มีสาระสำคัญเรา นั่นคือ ชุมชน พันธมิตร บุคลากรลูกค้า และสิ่งแวดล้อม ซึ่งความท้าทายและโอกาสเหล่านี้ไม่ได้ถูกหยิบยกขึ้นมาเนื่องจากผลกระทบที่เรามีต่อเรื่องต่างๆ เหล่านี้ และต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเท่านั้น แต่ยังคงเกิดขึ้นจากความเสี่ยงที่มาจากกระแสเรื่องความยั่งยืนต่างๆ เหล่านี้ เริ่มเข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจหรือแม้กระทั่งความอยู่รอดของเรา

ชุมชน ในปีนี้ชุมชนเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญเป็นพิเศษของเรา จากการที่บริษัทฯ ได้เริ่มทำการขยายโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคม 3G ชุมชนที่อยู่โดยรอบบริเวณสถานีฐานของเรา จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานของเรา เอไอเอสมีความมุ่งมั่นที่จะสร้างหลักประกันว่าเราไม่เพียงแต่ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความคิดเห็น ความต้องการ และความกังวลของคนในชุมชนเท่านั้น แต่ยังคงสร้างความร่วมมือและนวัตกรรมใหม่ๆ ร่วมกับคนในชุมชนซึ่งเป็นจุดที่เราสามารถสร้างคุณค่าร่วมกันได้อีกด้วย

นอกจากนี้ เรายังเชื่อมั่นว่า เราควรจะขยายผลเชิงบวกที่เราสร้างขึ้นในฐานะผู้ให้บริการด้านการสื่อสารโทรคมนาคมให้ครอบคลุมสังคมโดยรวม และตอบโจทย์ประเด็นที่มีความสำคัญต่อสังคมไทยอย่างแท้จริง ด้วยเหตุนี้ เราจึงเลือกประเด็นที่ถือเป็นเรื่องวิกฤตของสังคมคือ การศึกษา โดยมุ่งเน้นการใช้ประโยชน์จากความเชี่ยวชาญในด้านเครือข่ายและเทคโนโลยีของเราเพื่อสร้างอาจารย์ตัวอย่าง เยาวชน และบุคคลต้นแบบอื่นๆ รวมทั้งสามารถแบ่งปันความรู้และภูมิปัญญาของตนเองให้แก่สังคมในวงกว้างได้

พันธมิตร พันธมิตรทางธุรกิจมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของบริษัท นั่นคือ นับตั้งแต่จุดเริ่มต้นของห่วงโซ่คุณค่าคือ ผู้รับเหมาไปจนถึงสิ้นสุดห่วงโซ่ฯ ซึ่งก็คือตัวแทนจำหน่ายของเรา การทำงานร่วมกันระหว่างเอไอเอสและพันธมิตรของเราตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา แสดงให้เห็นว่าพันธมิตรกลายเป็นส่วนหนึ่งในการนำเสนอค่านิยมของเอไอเอสถึงเรื่องของการสินค้าชื่อเสียง และเอกลักษณ์ของเรา ไปสู่กลุ่มลูกค้า ชุมชน และผู้มีส่วนได้เสียของเราในวงกว้าง เราจึงเชื่อมั่นว่าสิ่งสำคัญคือ เราจะต้องมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อพฤติกรรมและการดำเนินงานของพันธมิตรของเราตลอดระยะเวลาที่ทำงานร่วมกัน ความสำคัญในการสร้างพันธมิตรทางการค้าที่ยั่งยืนกับผู้รับเหมาของเราได้ถูกตอกย้ำจากการขยายโครงข่าย 3G และด้วยเหตุนี้เองทางผู้รับเหมาจะต้องเข้าไปในชุมชนแห่งใหม่เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นให้กับชุมชนนั้นๆ

บุคลากร ด้วยความท้าทายทั้งทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้นำในปัจจุบันจึงเผชิญหน้ากับอุปสรรคที่หลากหลายมากขึ้น รวมถึงความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นเพื่อให้มั่นใจว่าความสำเร็จของเรามาจนถึงวันนี้จะคงอยู่ต่อไปในอนาคต สิ่งสำคัญอย่างยิ่งคือเราต้องสร้างผู้นำที่มี “วิสัยทัศน์” ยิ่งไปกว่านั้น ในฐานะที่เราเป็นผู้ให้บริการโครงข่ายโทรคมนาคม เรามุ่งเน้นให้บุคลากรของเรามีโอกาสได้รับการฝึกอบรมและการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในโลกปัจจุบัน ยิ่งไปกว่านั้น สิ่งที่สำคัญไม่แพ้กันสำหรับเราก็คือ บุคลากรของเราจะต้องรู้สึกมีส่วนร่วม มีความรักความผูกพัน และมีความสุขในการทำงาน

ลูกค้า ลูกค้ายังคงเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความสำคัญมากที่สุดคนหนึ่งของเรา และจากการที่เทคโนโลยีทางการสื่อสารถือเป็นส่วนสำคัญในชีวิตและสังคมที่ข้ามผ่านไปสู่ชีวิตยุคดิจิทัลเราจึงเล็งเห็นว่าเอไอเอสยืนอยู่ในแนวหน้าของภารกิจนี้ที่จะทำให้การดำเนินชีวิตและการประกอบธุรกิจของทุกคนมีความหมายมากกว่าเดิม ในขณะเดียวกัน การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าก่อให้เกิดความท้าทายกับเอไอเอสอย่างต่อเนื่องเพราะเรามุ่งมั่นที่จะประเมินถึงความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพื่อให้สามารถตอบสนองได้มากกว่าที่ลูกค้าคาดหวังไว้และเสริมสร้างให้การมีส่วนร่วมของลูกค้ากับเอไอเอสเกิดความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้นผ่านการบริการที่มีคุณภาพของเรา

สิ่งแวดล้อม จากวิกฤตการณ์เปลี่ยนแปลงสภาพทางภูมิอากาศที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น เอไอเอสจึงมุ่งมั่นในการสร้างสรรคการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยได้นำแนวทางการบริหารจัดการในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ในกระบวนการทำงานทั้งภายในและภายนอกบริษัท ซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการของเราไม่เพียงแต่ช่วยบรรเทาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังคงช่วยสร้างคุณค่าและส่งเสริมการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ โครงการเครือข่ายสีเขียวและโครงการพัฒนาบริการอิเล็กทรอนิกส์ของเรายังเป็นงานรับต่อการรณรงค์ให้ภาคธุรกิจหันมาใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

กลยุทธ์สู่ความยั่งยืนของเรา^{xiv}

ความท้าทายและโอกาสที่เกิดขึ้นใหม่เหล่านี้กระตุ้นให้เราต้องเริ่มลงมือบริหารจัดการในฐานะที่เป็นบริษัทชั้นนำในประเทศไทย กลยุทธ์เพื่อความยั่งยืนของเรามุ่งเน้นใน 5 ด้านที่สำคัญ ซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักๆ 5 กลุ่ม เราเพียรพยายาม ค้นหาความสมดุลระหว่างการเพิ่มผลประกอบการทางธุรกิจในขณะที่ยังคงต้องให้ความสำคัญต่อความเสี่ยงและโอกาสทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องไปพร้อมกัน กลยุทธ์สู่ความยั่งยืนของเราเป็นสิ่งที่พบได้จากจุดยืนในตลาดของเอไอเอส ในฐานะผู้พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อผู้ใช้บริการ ซึ่งช่วยให้ทุกคนพัฒนาชีวิตและธุรกิจของตนเองได้อย่างมีความหมายมากขึ้น และเอไอเอสหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้เชื่อมโยง “ชีวิตในแบบคุณ” กับอนาคตของเรา

ชุมชน: ประสานสังคมของเราให้เป็นหนึ่งเดียว

- ทำความเข้าใจอย่างถี่ถ้วนและคำนึงถึงความต้องการของชุมชนข้างเคียง พร้อมตอบสนองอย่างมีกลยุทธ์ เป็นระบบ และบูรณาการร่วมกัน เพื่อให้สังคมยอมรับในการดำเนินงานของบริษัท
- จากจุดแข็งในฐานะผู้ให้บริการโครงข่ายสู่การตอบสนองความต้องการของสังคมโดยรวม และได้รับการยอมรับว่าเป็นผู้นำของอุตสาหกรรมที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

พันธมิตร: สร้างหุ้นส่วนทางธุรกิจที่ยั่งยืน

- มุ่งมั่นสร้างความรับผิดชอบต่อร่วมกันกับพันธมิตรของเรา
- สร้างการเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจที่จะเติบโตไปพร้อมกัน

บุคลากร: ส่งเสริมบุคลากรของเราให้เติบโตในทุกย่างก้าว

- พัฒนาผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และสอดคล้องกับคุณลักษณะของแบรนด์
- สร้างโอกาสให้บุคลากรได้เรียนรู้และพัฒนาเพื่อที่จะนำพาเอไอเอสไปสู่เป้าหมายภายใต้กรอบแห่งความยั่งยืน

ลูกค้า: ส่งมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า

- ส่งมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้าพร้อมกับการก้าวเข้าสู่ตลาดใหม่ๆ โดยอาศัยการเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ด้วยผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย ตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละคน เพื่อสร้างความแตกต่างที่เหนือกว่า ซึ่งสะท้อนซึ่งคำมั่นสัญญาของเราที่จะพยายามอย่างสุดความสามารถ เพื่อให้คุณมั่นใจว่าคุณได้ใช้ “ชีวิตในแบบคุณ”

สิ่งแวดล้อม: สรรสร้างนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

- สร้างสรรค์นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์และบริการ ที่ใช้สะดวกและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะเป็นการสร้างพลังให้ผู้คนและตอบสนองความต้องการของคนในอนาคต

จุดยืนทางนโยบายสาธารณะ

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)^{xv}

ภายใต้พระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้ประกาศใช้แนวทางปฏิบัติเพื่อให้ผู้ประกอบการโทรคมนาคมทุกรายดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค เคารพต่อผลประโยชน์ส่วนรวม และให้ความมั่นใจว่าลูกค้าของเราจะได้รับบริการที่มีมาตรฐานสูง ดังนั้น เอไอเอสจึงมีหน้าที่รายงานต่อกสทช. เพื่อเป็นหลักประกันว่าเราได้ปฏิบัติตามกฎระเบียบในด้านต่อไปนี้

- บริการโทรศัพท์มือถือ ได้แก่ มาตรฐานทางเทคนิค คุณภาพของเสียง การเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการได้ง่าย
- หมายเลขโทรศัพท์มือถือ ได้แก่ การรายงานหมายเลขโทรศัพท์ในเครื่อง่ายทั้งหมดเป็นรายเดือน
- การแก้ไขข้อร้องเรียน ได้แก่ การรายงานข้อร้องเรียน การแก้ไข และผลลัพธ์ในขั้นสุดท้าย
- ระบบการเข้าแฟ้มอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ การลดปริมาณการใช้กระดาษเพื่อประหยัดพลังงาน และปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ทั้งผู้ให้บริการและลูกค้า

The International Commission on Non-Ionizing Radiation Protection (ICNIRP)^{xvi}

เอไอเอสปฏิบัติตามแนวทางของ ICNIRP ว่าด้วยการแผ่คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าจากสถานีฐาน ซึ่งรวมถึงการสร้างเสาส่งสัญญาณอย่างปลอดภัย การประเมินการแผ่สนามแม่เหล็กไฟฟ้าจากสถานีฐาน การแสดงป้ายเตือน และการให้ข้อมูลและสร้างความตระหนักให้แก่สาธารณชนเกี่ยวกับการแผ่สนามแม่เหล็กไฟฟ้าจากสถานีฐาน เปิดศูนย์รับข้อร้องเรียนเพื่อหาวิธีแก้ไขปัญหาดังกล่าว และการเลือกใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐานระดับโลกเสมอ



ประสานสังคมของเรา
ให้เป็นหนึ่งเดียว

5 แนวทางเพื่อโลกที่ดีขึ้น

ประสานสังคมของเราให้เป็นหนึ่งเดียว^{xvii}

วิสัยทัศน์

- ทำความเข้าใจอย่างทั่วถึงและคำนึงถึงความต้องการของชุมชนข้างเคียง พร้อมตอบสนองอย่างมีกลยุทธ์ เป็นระบบ และบูรณาการร่วมกัน เพื่อให้สังคมยอมรับในการดำเนินงานของบริษัท
- ใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในฐานะผู้ให้บริการเครือข่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของสังคมโดยรวม และได้รับการยอมรับว่าเป็นผู้นำของอุตสาหกรรมที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

หลักการและเหตุผล

ในปีนี้ ชุมชนที่บริษัทดำเนินงานอยู่ถือเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความสำคัญเป็นพิเศษ จากการที่เราได้ขยายโครงสร้าง 3G ดังนั้นชุมชนที่อยู่รายล้อมเรา จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินงานของเรา และเอไอเอสมีความมุ่งมั่นที่จะสร้างหลักประกันว่าเราไม่เพียงแต่ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความคิดเห็น ความต้องการ และความกังวลของคนในชุมชนเท่านั้น แต่ยังสร้างความร่วมมือและนวัตกรรมใหม่ๆ ร่วมกับคนในชุมชนซึ่งเป็นจุดที่เราสามารถสร้างคุณค่าร่วมกันได้อีกด้วย

นอกจากนี้ เรายังเชื่อมั่นว่า เราควรจะขยายผลเชิงบวกที่เราสร้างขึ้นในฐานะผู้ให้บริการด้านโทรคมนาคมให้สามารถครอบคลุมสังคมโดยรวม และตอบโจทยประเด็นปัญหาที่มีความสำคัญต่อประเทศไทยอย่างแท้จริง ด้วยเหตุนี้ เราจึงเลือกปัญหาที่มีความสำคัญคือการศึกษา โดยมุ่งเน้นการใช้ประโยชน์จากความเชี่ยวชาญในด้านเครือข่ายและเทคโนโลยีของเราเพื่อสนับสนุนครู อาจารย์ เยาวชน และบุคคลต้นแบบอื่นๆ เพื่อการแลกเปลี่ยนความรู้และภูมิปัญญาร่วมกับสังคมในวงกว้าง

แนวทางเบื้องต้น

นอกเหนือจากการปฏิบัติตามกฎระเบียบ เรายังมุ่งมั่นสร้างการยอมรับในการดำเนินงานของเราจากชุมชนข้างเคียง โดยอาศัยความเข้าใจในเชิงกลยุทธ์และการตอบสนองต่อข้อวิตกกังวลของพวกเขาเหล่านั้น มากยิ่งไปกว่านั้น การพัฒนาตัวชี้วัดความต้องการของชุมชนจะเป็นขั้นตอนแรกที่จะทำให้เราก้าวไปสู่เป้าหมายของการเป็นผู้นำในธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

ในอนาคต เราจะก้าวไปข้างหน้าโดยใช้ประโยชน์จากจุดแข็งของเราในฐานะผู้ให้บริการเครือข่ายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของสังคมในวงกว้าง โดยอาศัยชุดโครงการสำคัญซึ่งเรากำลังพัฒนาอยู่ แม้ว่าในขณะนี้เรากำลังดำเนินโครงการ “สานรัก” และแผนงานพัฒนาสังคมอื่นๆ อยู่ก็ตาม เราก็พร้อมที่จะทำประโยชน์ต่อสังคมโดยรวมจากโครงสร้างพื้นฐาน 3G โดยใช้เครือข่าย นวัตกรรม และตราสินค้าของเรา ช่วยปรับปรุงคุณภาพและความสามารถในการเข้าถึงการศึกษาของประเทศไทย และท้ายที่สุดคือชีวิตของคนไทย

กรอบการทำงาน

ประเด็นสำคัญ	<h3>ประสานสังคมของเราให้เป็นหนึ่งเดียว</h3>	
คำมั่นสัญญา	<ul style="list-style-type: none"> • ทำความเข้าใจอย่างถี่ถ้วนและคำนึงถึงความต้องการของชุมชนข้างเคียง พร้อมตอบสนองอย่างมีกลยุทธ์ เป็นระบบ และบูรณาการร่วมกัน เพื่อให้สังคมยอมรับในการดำเนินงานของบริษัท • จากจุดแข็งในฐานะผู้ให้บริการโครงข่ายสู่การตอบสนองความต้องการของสังคมโดยรวม และได้รับการยอมรับว่าเป็นผู้นำของอุตสาหกรรมที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม 	
เป้าหมาย	เข้าใจความต้องการของชุมชนข้างเคียง	จากจุดแข็งในฐานะผู้ให้บริการโครงข่ายสู่การตอบสนองความต้องการของสังคมโดยรวม
โครงการริเริ่ม	<ul style="list-style-type: none"> • สร้างส่วนร่วมกับชุมชนข้างเคียง 	<ul style="list-style-type: none"> • มีส่วนร่วมในการพัฒนาสิ่งดีๆ ให้แก่สังคม • แบ่งปันความรู้และภูมิปัญญากับนักเรียนนักศึกษา



เข้าใจความต้องการและมีส่วนร่วมกับชุมชนข้างเคียง^{xviii}

ชุมชนข้างเคียงของเรา คือผู้ที่อาศัยอยู่ในบริเวณโดยรอบสถานีฐาน และ/หรือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัท โดยเราต้องเข้าใจความต้องการและมีส่วนร่วมกับคนในชุมชนเหล่านี้เพื่อตอบสนองความต้องการของพวกเขาให้ดีที่สุด เพราะจะทำให้เราเข้าถึงข้อกังวลของชุมชนและเข้าใจในวัฒนธรรมและข้อปฏิบัติของชุมชนนั้นๆ เราเชื่อว่าการสานความสัมพันธ์ระยะยาวอันแน่นแฟ้นกับชุมชนที่เราดำเนินธุรกิจอยู่ไม่เพียงแต่ช่วยเสริมคุณค่าทางสังคมของกิจกรรมของเราเท่านั้น แต่ยังช่วยลดความเข้าใจคลาดเคลื่อนและความขัดแย้งต่างๆ และยังช่วยสร้างโอกาสใหม่ๆ อย่างเช่น การพบกลุ่มผู้มีพรสวรรค์ในท้องถิ่นนั้น การลดค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานในชุมชนอีกด้วย จวบจนทุกวันนี้ เอไอเอสได้ดำเนินขั้นตอนต่างๆ ไปแล้วเพื่อสร้างความมั่นใจว่าสังคมจะให้การยอมรับการดำเนินงานของบริษัท โดยอาศัยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในชุมชน การสร้างชุมชนสัมพันธ์ และการบริหารงานผู้ให้เข้าอย่างจริงจัง

สร้างส่วนร่วมกับชุมชนข้างเคียง

เก็บรวบรวมข้อมูล^{xix}

ในปีนี้ เราได้กำหนดสถานีฐานจำนวน 300 แห่ง เพื่อนำร่องในการศึกษาและทำความเข้าใจชุมชนที่อยู่โดยรอบสถานีฐานของเราโดยใช้ค่าดัชนีชุมชนสัมพันธ์ (Community Relations Index: CRI) ซึ่งจะช่วยให้เรารับทราบ หลักเสี่ยงและโอกาสภัยพิบัติต่างๆ ที่อาจเกิดกับชุมชนซึ่งอาจกลายเป็นข้อร้องเรียนได้ในอนาคตเราได้วางแผนที่จะพัฒนาและปรับปรุงเครื่องมือนี้ให้สามารถระบุความเสี่ยงได้ เพื่อที่เราจะได้ทำการศึกษารายละเอียดสถิติประชากรและลักษณะของแต่ละชุมชนได้อย่างแม่นยำมากขึ้น และดำเนินกิจกรรมที่สนองต่อความต้องการของชุมชนได้โดยที่ไม่กระทบต่อทิศทางการดำเนินธุรกิจของเรา

ชุมชนสัมพันธ์^{xx}

เรามีนโยบายในการเข้าหาและมีส่วนร่วมกับชุมชนที่ได้รับผลกระทบโดยตรงอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มั่นใจว่าจะเกิดความเข้าใจร่วมกันในการดำเนินงานของเราโดยอาศัยการทำประชาพิจารณ์ การแจกใบปลิวและการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องอื่นๆ การทำประชาพิจารณ์เป็นกิจกรรมภาคบังคับที่เราดำเนินการเพื่อให้ได้มาซึ่งความไว้วางใจจากชุมชนที่ได้รับผลกระทบโดยตรง กิจกรรมต่างๆ เหล่านี้ช่วยให้เราสามารถให้ความรู้แก่ชุมชนเกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลง ผลกระทบ และโอกาสที่อาจเกิดขึ้นจากการวางโครงสร้างพื้นฐานของเรา นอกจากนี้ในระหว่างที่เราเข้าไปมีส่วนร่วมนั้น เราได้จัดทำชุดคำถามเพื่อวัดระดับทัศนคติของชุมชนที่มีต่อเอไอเอส ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้เราสามารถทำความเข้าใจความต้องการ มุมมอง และข้อกังวลต่างๆ ของคนในชุมชนได้ดียิ่งขึ้น เพื่อนำมาพัฒนาโครงการริเริ่มต่างๆ

สร้างสัมพันธ์กับเจ้าของที่ดิน^{xxi}

เนื่องจากเจ้าของที่ดินที่เราเช่าอยู่เป็นหนึ่งในผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญที่สุดในการจัดหาสถานีฐานและในการดำเนินกิจกรรมการบำรุงรักษาของเรา เราจึงต้องให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์กับเจ้าของที่ดินในเชิงบวกร่วมกันตั้งแต่เริ่มขั้นตอนของการจัดหาเป็นเรื่องจำเป็น เมื่อเกิดความเข้าใจตรงกันและตกลงวิธีการต่างๆ แล้ว เราก็จะรักษาความสัมพันธ์ในลักษณะที่เปิดเผยและเกิดประโยชน์ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การตั้งเสาสัญญาณและจุดส่งสัญญาณจะได้รับการอนุมัติโดยเจ้าของที่ดิน และมีการลงนามโดยหน่วยงานรัฐประจำท้องถิ่นและผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับกฎระเบียบต่างๆ นอกจากนี้ เรายังตอบสนองต่อข้อร้องเรียน ข้อซักถาม หรือข้อเรียกร้องใดๆ จากเจ้าของที่ดินของเราอย่างกระตือรือร้น และเราติดตามข้อร้องเรียนดังกล่าวผ่านฐานข้อมูลของเรา โดยพื้นฐานแล้วเรามุ่งแสวงหาแนวทางแก้ไขปัญหาเชิงรุกแบบเชิงบวกร่วมกันและเติบโตทั้งสองฝ่ายเช่นเดียวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ



จากจุดแข็งในฐานะผู้ให้บริการโครงข่ายสู่การตอบสนองความต้องการของสังคม

เราตระหนักถึงศักยภาพของเราในฐานะผู้ให้บริการโครงข่ายที่จะพัฒนาสิ่งดีๆ ให้แก่สังคมไทยอย่างยั่งยืน วิสัยทัศน์ของเราคือการใช้จุดแข็งเพื่อตอบสนองความต้องการที่สำคัญของสังคมในปัจจุบัน โดยมุ่งหวังว่า เราจะเป็นผู้นำในวงการธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในสายตาประชาชน ด้วยเหตุนี้ เราจึงเลือกปัญหาด้านการศึกษา ซึ่งเป็นปัญหาทางสังคมอันดับแรกที่เราต้องการจะเข้าไปมีส่วนร่วมในการทำให้ดีขึ้น เราเชื่อว่าเราจำเป็นต้องส่งเสริมครูอาจารย์ เยาวชน และบุคคลต้นแบบอื่นๆ ที่ควรค่าแก่การยกย่องในประเทศไทย และแลกเปลี่ยนความรู้และภูมิปัญญาร่วมกับสังคมในวงกว้าง และเราก็เชื่ออย่างยิ่งว่าโครงข่ายของเราเป็นสิ่งขับเคลื่อนที่เหมาะสมที่สุดที่จะพาเราไปสู่จุดหมาย

เอไอเอสร่วมสร้างสังคมให้น่าอยู่กว่าเดิม^{xxii}

โครงการพัฒนาสังคมของเราสะท้อนให้เห็นถึงความทุ่มเทที่มีให้กับสังคมในวงกว้างและมีพื้นฐานอยู่บนแนวทางปฏิบัติ 4 ประการ อันได้แก่ การสนับสนุนสถาบันครอบครัว เป็นแบบอย่างที่ดีของสังคม การสร้างโอกาสและการช่วยเหลือสังคม และการส่งเสริมให้พนักงานมีจิตอาสา

สนับสนุนสถาบันครอบครัว

โครงการ “สานรัก” ของเราเริ่มต้นจากวัตถุประสงค์ที่ต้องการสนับสนุนและส่งเสริมสถาบันครอบครัว ด้วยความเชื่อว่าครอบครัวคือรากฐานของสังคมที่ดี เอไอเอสจึงได้เปิดตัวโครงการนี้มาตั้งแต่ปี 2542 และได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เราได้เห็นความสำคัญของสถาบันครอบครัวในประเทศไทยจากประวัติศาสตร์ที่มีมายาวนาน และพบว่าความสัมพันธ์ในครอบครัวคลายความแน่นแฟ้นลง ซึ่งนำไปสู่ปัญหาต่างๆ มากมาย เอไอเอสมีความประสงค์ที่จะสร้างความแน่นแฟ้นในครอบครัวขึ้นมาใหม่ และได้จัดกิจกรรมแรลลี่สำหรับครอบครัว ทำสื่อโฆษณา และตีพิมพ์วารสารเพื่อสนับสนุนโครงการ “สานรัก” ด้วย

ส่งเสริมผู้ที่เป็นแบบอย่างที่ดีของสังคม

เพื่อส่งเสริมการเป็นแบบอย่างที่ดีของสังคม เราได้ริเริ่มโครงการ “สานรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง” ซึ่งเป็นการแสวงหาและยกย่องเยาวชนต้นแบบในสังคม เราเชื่อว่าสังคมโดยรวมสามารถเปลี่ยนแปลงไปในทางบวกได้โดยอาศัยการยกย่องและการให้ความสำคัญกับบุคคลต้นแบบผู้ซึ่งสามารถช่วยนำทางอนาคตของเราไปในทางที่สร้างสรรค์และเป็นแรงบันดาลใจได้

สารคดี “สานรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง” ออกอากาศทุกสัปดาห์ตั้งแต่ปี 2544 และยังคงออกอากาศอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบันทาง ช่อง 5 โดยเป็นส่วนหนึ่งของไทยทีวีโกลบอลเน็ตเวิร์ค (Thai TV Global Network: TGN) และวอยซ์ทีวี (Voice TV) โครงการนี้ ประกอบด้วยเรื่องราวจริงของเยาวชนไทยที่ประสบปัญหาครอบครัวและขาดแคลนทุนทรัพย์เพื่อการศึกษา แต่ที่ยังคงมีความ พากเพียรในการเรียน เราอาศัยโครงการนี้ในการสร้างเยาวชนต้นแบบให้กับสังคมไทยโดยการยกย่องผู้ที่สร้างผลงานดี ทำตน เป็นประโยชน์ และมีความกตัญญูต่อครอบครัว อีกทั้งยังมีความมุ่งมั่นสร้างอนาคตที่ดีกว่าด้วยการใฝ่ศึกษา

เราได้ให้เงินช่วยเหลือครอบครัวจำนวน 10,000 บาทแก่เยาวชนตั้งแต่เริ่มแรกที่เข้าร่วมโครงการ และได้สนับสนุนค่าเล่าเรียน ประจำปีจนกระทั่งสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ปัจจุบันมีเยาวชนในโครงการจำนวน 540 คน โดยมี 74 คนที่จบการ ศึกษาในระดับปริญญาตรีแล้ว ทั้งนี้ ตั้งแต่ริเริ่มโครงการในปี 2544 เราได้ให้สนับสนุนเงินประมาณ 25 ล้านบาทเพื่อเป็นทุนการ ศึกษาในโครงการนี้ และในปีที่เราได้สนับสนุนเงินมูลค่ากว่า 3.2 ล้านบาท

โครงการดังกล่าวยังช่วยให้เยาวชนมีโอกาสได้สัมผัสโลกกว้างนอกห้องเรียนผ่านการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และการทำ กิจกรรมหลากหลายรูปแบบ อาทิ การเดินทางไปทัศนศึกษาสถานที่สำคัญต่างๆ ของประเทศไทย การได้รับการอบรมเพื่อ ส่งเสริมการพัฒนาตนเองและตระหนักในคุณค่าของตนเองและผู้อื่น การแก้ปัญหาในภาคปฏิบัติ ด้วยความหวังว่าทักษะชีวิต เหล่านี้จะช่วยพัฒนาอนาคตของพวกเขาให้ดียิ่งขึ้น

สร้างโอกาสและการช่วยเหลือสังคม

เราตระหนักถึงความรับผิดชอบของเราในการที่จะสร้างโอกาสและช่วยเหลือทุกคนในสังคม เพื่อพัฒนาสังคมไทยและตอบแทน ดินแดนอันเป็นที่รักของเรา ไม่ว่าจะเป็นนักเรียนนักศึกษาที่ขาดโอกาส ผู้พิการ หรือผู้ที่รับผลกระทบจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ เอลไอเอส ก็พร้อมเสมอที่จะยื่นมือเข้าไปช่วยเหลือและใช้จุดแข็งของบริษัทในฐานะผู้ให้บริการเครือข่าย

โครงการเอลไอเอสสร้างอาชีพคอลเซ็นเตอร์แก่ผู้พิการ เป็นหนึ่งในโครงการที่โดดเด่นที่สุดของเรา ซึ่งเป็นการสร้างโอกาสให้แก่ ผู้พิการ จากการร่วมงานกับมูลนิธิช่วยคนตาบอดแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมา เราได้ จัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์สำหรับผู้พิการทางสายตาดำเนินมา ซึ่งเรามีเครื่องมือในการปฏิบัติงาน การฝึกอบรมงาน รวมทั้งค่าตอบแทนและสวัสดิการต่างๆ ตามมาตรฐานให้แก่ผู้พิการทางสายตาซึ่งกีดกันกับพนักงานทั่วไปของเรา ในขณะนี้เรา ได้ขยายโครงการของเราไปยังผู้พิการในกลุ่มอื่นๆ ด้วย ในปัจจุบันนี้เราจ้างงานผู้พิการทางสายตา 31 คน ผู้พิการทางการ ได้ยิน 8 คน และผู้พิการแขนขาอีก 8 คน เราสังเกตเห็นว่าผู้พิการไม่ได้มีความแตกต่างจากผู้ที่มิร่างกายครบสมบูรณ์แต่อย่างใด เราปรารถนาที่จะสร้างโอกาสอันเท่าเทียมให้กับผู้พิการได้มีงานทำและมีรายได้มั่นคงหาเลี้ยงตัวเองและครอบครัว ในขณะที่เดียวกันก็สร้างความรู้สึภาคภูมิใจและมีความเชื่อมั่นในตนเองในสิ่งที่พวกเขาเป็น

ICT Free Wifi เป็นอีกหนึ่งโครงการของเราที่ร่วมกับกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ไอซีที) เราได้กำหนด จุดมุ่งหมายของโครงการนี้เพื่อให้บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงซึ่งคนไทยทั่วประเทศสามารถเข้าถึงได้ โครงการนี้ สอดคล้องกับนโยบาย “สมาร์ตไทยแลนด์” ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างโอกาสให้ประชาชนสามารถเชื่อมต่อไปยังแหล่งความรู้ ต่างๆ ผ่านระบบไร้สายได้

ส่งเสริมให้พนักงานมีจิตอาสา

พนักงานถือว่าเป็นตัวแทนของเรา จึงเป็นสิ่งสำคัญมากที่พวกเขาจะเข้าใจถึงบทบาทของตนเองในการปรับเปลี่ยนอุปนิสัย ของตนเองให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงการมีส่วนร่วมในการสร้างสังคมที่ดีขึ้น เราต้องการปลูกฝังจิตสำนึกรักสังคม และส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในโครงการพัฒนาชุมชนต่างๆ เช่น โครงการ “สานรัก” การทำบุญ การบริจาคเลือด/อวัยวะ รวมถึงการออกแบบและการดำเนินโครงการของตัวเอง เราปรารถนาให้พนักงานของเรารักษาค่านิยมค่านิยมของเรา และ มีส่วนร่วมอย่างแท้จริงในการทำให้สังคมน่าอยู่ยิ่งขึ้น

เสาหลัก 4 ประการเหล่านี้เป็นพื้นฐานของโครงการพัฒนาสังคมของเรา โดยเราต้องการยกระดับโครงการที่มีอยู่เหล่านี้ไปสู่เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ด้านการศึกษา เมื่อวางโครงสร้างพื้นฐาน 3G อย่างมั่นคงแล้ว เราจะสามารถนำจุดแข็งของเราไปใช้ประโยชน์ในโครงการ “สานรัก” การเป็นแบบอย่างที่ดีของสังคม การสร้างโอกาสและช่วยเหลือสังคม การส่งเสริมพนักงานให้มีจิตอาสา ตลอดจนพัฒนาโครงการที่เป็นนวัตกรรมใหม่ๆ ให้คนไทยได้เข้าถึงการศึกษาและความรู้อย่างมีคุณภาพ และได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทยให้สูงขึ้น

แลกเปลี่ยนความรู้และภูมิปัญญากับนักเรียนนักศึกษา

จากการที่เรากำลังมุ่งมั่นในเรื่องของการศึกษา เราจึงให้ความสำคัญกับการแลกเปลี่ยนความรู้และภูมิปัญญากับสังคมในวงกว้าง โดยการยกระดับหลายๆ โครงการของเราที่มีอยู่เดิมและใช้วิธีการอื่นๆ เท่าที่จะสามารถทำได้ เรามุ่งมั่นที่จะสนับสนุนการศึกษาในทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็นการเรียนรู้ในห้องเรียนไปจนถึงการแลกเปลี่ยนความรู้ทั่วไป นอกเหนือจากการบริจาคแล้ว เรายังได้มุ่งพัฒนาโครงการใหม่ๆ ที่ใช้ศักยภาพหลักของเราในการส่งเสริมการศึกษาให้กับสังคมโดยรวม ในปีนี้เรามุ่งมั่นไปที่การให้โอกาสแก่นักเรียนนักศึกษา ทว่าก็ยังคงมีความมุ่งหวังที่จะเห็นการมีส่วนร่วมและการแลกเปลี่ยนความรู้กับครูและผู้ปกครองในช่วงปีถัดๆ ไปอีกด้วย ทั้งนี้ก็เพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้กับคนไทย

ร่วมเป็นพันธมิตรกับมหาวิทยาลัย

ด้วยเล็งเห็นถึงบุคลากรที่มีความสามารถโดดเด่น เราจึงได้ร่วมกับมหาวิทยาลัยหลายแห่งเพื่อออกแบบ “องค์ความรู้” สำหรับวิชาภาคปฏิบัติหลากหลายหัวข้อ และให้ความรู้แก่นักศึกษาในมหาวิทยาลัย พร้อมสร้างโอกาสให้พวกเขาเข้าใจว่าชีวิตการทำงานเป็นอย่างไร โดยให้โอกาสได้ฝึกงานกับเอไอเอส

สัมมนาเตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษา

ในปีที่ผ่านมา เราได้จัดสัมมนาครั้งที่ 5 สำหรับนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายของมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับผู้ที่กำลังจะเป็นบัณฑิตจบใหม่สำหรับการสมัครงานและสัมภาษณ์งาน

การสัมมนาครั้งแรกเกิดขึ้นเมื่อปี 2540 ซึ่งจำกัดเฉพาะในกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ในปีต่อมา เราจึงได้ขยายไปยังจังหวัดเชียงใหม่ ขอนแก่น และสุราษฎร์ธานี และขยายให้ครอบคลุมพื้นที่มากขึ้นทุกปี โดยในปี 2555 การสัมมนาดังกล่าวได้ถูกจัดขึ้นใน 8 จังหวัด และมีจำนวนนักศึกษาเข้าร่วมถึง 4,170 คน

การสัมมนาระดับจังหวัดในปี 2555 และจำนวนนักศึกษาที่เข้าร่วมงาน

• กรุงเทพมหานคร	517 คน	• นครราชสีมา	219 คน
• เชียงใหม่	548 คน	• เพชรบุรี	380 คน
• พิษณุโลก	615 คน	• นครปฐม	973 คน
• ขอนแก่น	402 คน	• สงขลา	516 คน



กิจกรรมทัศนศึกษาสำหรับนักเรียน

กิจกรรมทัศนศึกษาเพื่อเยี่ยมชมธุรกิจโทรคมนาคมสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ช่วยให้เรามีโอกาสได้ถ่ายทอดความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเทคโนโลยีทางการสื่อสารผ่านการบรรยายโดยผู้เชี่ยวชาญ ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมให้นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีทางการสื่อสารมากขึ้น ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยให้พวกเขานำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพในชีวิตประจำวันเท่านั้น แต่อาจนำไปประกอบอาชีพในอนาคตได้อีกด้วย

การเยี่ยมชมกิจการ

เอไอเอสได้จัดกิจกรรมต้อนรับนักศึกษาและพนักงานจากทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อเข้าเยี่ยมชมบริษัท และฟังบรรยายเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งเราหวังว่าข้อมูลนี้จะเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมการพัฒนาองค์กรของพวกเขาเอง

กวดวิชา (กวดวิชาออนไลน์เตรียมความพร้อมในการสอบแอดมิชชันและโอเน็ต)

ในโครงการ “Click for U by One-2-Call รุ่น 2 ระเบิดความรู้สู่มหาวิทยาลัย” เอไอเอสได้จัดให้มีการกวดวิชาเพื่อการสอบแอดมิชชันผ่านระบบออนไลน์ และเตรียมสื่อการเรียนการสอนในโครงการ “Click for Clever” ซึ่งเอกสารที่เป็นประโยชน์เหล่านี้สามารถหาดาวน์โหลดได้ฟรีจาก AIS Bookstore

เอไอเอส วัน-ทู-คอล! ร่วมกับบริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน) ผลิตโครงการด้านการศึกษาก็มีชื่อว่า “Tutoring 2 Kids: แนะนำการสอบโอเน็ตสำหรับนักเรียนประถม” ซึ่งจะมีการออกอากาศทุกวิชาในหลักสูตรภาษาไทยผ่านดาวเทียม DTV นอกจากนี้ยังมีข้อสอบของปีก่อนๆ ให้นักเรียนได้ทดลองฝึกทำไปพร้อมกันด้วย



สร้างหุ้นส่วนทาง
ธุรกิจที่ยั่งยืน

สร้างหุ้นส่วนทางธุรกิจที่ยั่งยืน

วิสัยทัศน์

- มุ่งมั่นสร้างความรับผิดชอบร่วมกันกับพันธมิตรของเรา
- สร้างการเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจที่จะเติบโตไปพร้อมกัน

หลักการและเหตุผล

พันธมิตรทางธุรกิจมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของเรา เริ่มตั้งแต่ผู้รับเหมาไปจนถึงตัวแทนจำหน่าย การทำงานร่วมกันระหว่างเอไอเอสและพันธมิตรของเราตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา แสดงให้เห็นว่าพันธมิตรกลายเป็นส่วนหนึ่งในการนำเสนอคำนิยามของเอไอเอสทั้งเรื่องของตราสินค้า ชื่อเสียง และเอกลักษณ์ของเรา ไปสู่กลุ่มลูกค้าชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของเราในวงกว้าง เราจึงเชื่อมั่นว่าสิ่งสำคัญคือเราจะต้องมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อพฤติกรรมและการกระทำใดๆ ของพันธมิตรของเราด้วย

พันธมิตรของเราสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่

- พันธมิตรขั้นต้น (ผู้รับเหมาในส่วนของงานดำเนินการและการบำรุงรักษา)
- พันธมิตรขั้นปลาย (ตัวแทนจำหน่ายและร้านค้าปลีกนักพัฒนาข้อมูลและแอปพลิเคชัน และอื่นๆ)

การสร้างความสัมพันธ์อย่างยั่งยืนกับผู้รับเหมาของเราก็คือความสำคัญยิ่งๆ จากสิ่งที่ปัจจุบันเราอยู่ระหว่างขยายโครงข่าย 3G ซึ่งผู้รับเหมาดังกล่าวจะต้องเข้าไปติดตั้งอุปกรณ์ในพื้นที่ชุมชนใหม่ๆ เพื่อวางโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น เราจึงให้ความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการสร้างสิ่งแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยต่อผู้รับเหมา ซึ่งจะช่วยให้พวกเขาเหล่านั้นสามารถดำเนินงานได้อย่างมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพในขณะเดียวกันเรามุ่งมั่นสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับตัวแทนจำหน่ายและพันธมิตรในขั้นปลายอื่นๆ ด้วยซึ่งจะช่วยเพิ่มศักยภาพและสร้างโอกาสให้พันธมิตรของเราสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้กว่าร้อยละ 97 ของการดำเนินธุรกิจของเอไอเอสเป็นการดำเนินงานผ่านตัวแทนจำหน่ายและช่องทางธุรกิจรวมทางอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ

“ระบบนิเวศในการดำเนินธุรกิจ” ช่วยให้เอไอเอสสามารถทำงานได้อย่างใกล้ชิดและมีประสิทธิภาพไปพร้อมกันกับพันธมิตรของเราในทุกด้าน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่ช่วยให้เรามั่นใจได้ว่า เราจะสามารถมอบบริการที่มีคุณภาพให้กับลูกค้าของเรา

แนวทางเบื้องหน้า

เอไอเอสมีแนวทางที่จะพัฒนาพันธมิตรของเราอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดการความยั่งยืนโดยการใช้กลยุทธ์ร่วมกัน ในขั้นแรกนี้ เราต้องทำให้มั่นใจได้ว่า ผู้รับเหมาของเราได้ปฏิบัติตามมาตรฐานและแนวทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่เรากำลังพัฒนาอยู่ และเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนี้เราได้จัดให้มีการฝึกอบรมและการพัฒนาความรู้ให้แก่พันธมิตร โดยนอกเหนือจากการอบรมมาตรฐานทางเทคนิค ทางสังคมและสิ่งแวดล้อมแล้ว เราได้เพิ่มในส่วนของการอบรมเรื่องคุณค่าองค์กรและวิสัยทัศน์เพื่อการพัฒนายั่งยืนเข้าไปด้วย สิ่งต่างๆ เหล่านี้ ยังได้ดำเนินการไปในแนวทางที่จะทำให้เอไอเอสสามารถเข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้นจากการศึกษาผ่านพันธมิตรขั้นปลาย รวมถึงได้ถ่ายทอดไปสู่ผู้รับเหมาอีกด้วย ขั้นตอนเหล่านี้จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งเพื่อให้บรรลุถึงการมีผลประโยชน์ร่วมกันในอนาคต และทำให้เรามั่นใจได้ว่า เอไอเอสจะยังคงเป็นผู้นำในการส่งมอบ “ประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า” เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการเติบโตอย่างยั่งยืน

กรอบการทำงาน

ประเด็นสำคัญ	<p style="text-align: center;">สร้างหุ้นส่วนทางธุรกิจที่ยั่งยืน</p>	
คำมั่นสัญญา	<ul style="list-style-type: none"> • มุ่งมั่นสร้างความรับผิดชอบร่วมกับพันธมิตรของเรา • สร้างการเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจที่จะเติบโตไปพร้อมกัน 	
เป้าหมาย	<p>มุ่งมั่นสร้างความรับผิดชอบร่วมกับพันธมิตรของเรา</p>	<p>สร้างหุ้นส่วนทางธุรกิจที่จะเติบโตไปพร้อมกัน</p>
โครงการริเริ่ม	<ul style="list-style-type: none"> • ยึดมั่นในหลักปฏิบัติและนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างที่มีความรับผิดชอบ • สื่อสารและปลูกฝังวิถีของ เอไอเอสสู่พันธมิตรของเรา 	<ul style="list-style-type: none"> • ยกระดับมาตรฐานพันธมิตรผ่านการอบรมพัฒนาเพื่อสร้างความแตกต่างของเอไอเอสและความได้เปรียบในการแข่งขัน

มุ่งมั่นสร้างความรับผิดชอบร่วมกันกับพันธมิตรของเรา

เนื่องจากพันธมิตรเปรียบเสมือนเป็นตัวแทนของเรา ดังนั้น จึงมีบทบาทสำคัญที่จะทำให้บริษัทสามารถประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ เราจึงตระหนักดีถึงการพึ่งพากันระหว่างเอไอเอสกับลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจของเรา และมุ่งมั่นที่จะรับผิดชอบร่วมกับพันธมิตรทั้งขั้นต้นและขั้นปลายของเรา โดยอาศัยหลักปฏิบัติและนโยบายความรับผิดชอบต่อลูกค้าและการปฏิบัติงานของเอไอเอสให้แก่พันธมิตร ซึ่งก็คือลักษณะและความเชื่อมั่นของเรารวมทั้งริเริ่มโครงการต่างๆ จำนวนมากที่เน้นถึงการสร้างความร่วมมือแบบยั่งยืนกับลูกค้าและพันธมิตรคนสำคัญ

ยึดมั่นในนโยบายและแนวทางการจัดซื้ออย่างมีความรับผิดชอบ

พันธมิตรขั้นต้น

พันธมิตรทุกรายของเอไอเอสได้รับการคัดเลือกมาอย่างรอบคอบ เพื่อให้เราสามารถมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพสูงสุดให้แก่ลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับค่านิยมของเรา ในขั้นตอนแรกเราได้จัดให้มีนโยบายการจัดซื้ออย่างยั่งยืนซึ่งกำหนดมาตรฐานความปลอดภัยสำหรับ ลูกค้าและผู้รับเหมา ขั้นตอนการประกวดราคาของเอไอเอสเป็นไปตามมาตรฐานสากลและเรายังกำหนดให้สถานที่ปฏิบัติงานของลูกค้าจะต้องเป็นไปตามระเบียบว่าด้วยความปลอดภัยและอาชีวอนามัยด้วย เรามุ่งมั่นส่งเสริมให้กระบวนการผลิตของลูกค้าเป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยและอาชีวอนามัย เช่นเดียวกับที่กำหนดให้การติดตั้งและบำรุงรักษาของผู้รับเหมาจะต้องเป็นไปตามมาตรฐานดังกล่าวด้วย

นอกจากนี้ นโยบายและระเบียบปฏิบัติการจัดซื้ออย่างยั่งยืนของเรา ยังได้นับถึงความสำคัญของการดำเนินงานอย่างยุติธรรมและการเคารพต่อสิทธิมนุษยชนด้วย ลูกค้าของเราต้องไม่ใช่แรงงานเด็กหรือแรงงานที่ถูกบังคับและจะต้องไม่เคยมีประวัติการใช้แรงงานแบบผิดกฎหมายดังกล่าวมาก่อน สำหรับนโยบายการจ้างงานของเรานั้น เราทำให้มั่นใจว่าได้จ้างงานเฉพาะผู้ที่มีอายุบรรลุนิติภาวะตามกฎหมาย

เมื่อไม่นานมานี้ เราได้ยกระดับนโยบายและระเบียบปฏิบัติการจัดซื้ออย่างยั่งยืนของเรา โดยนำประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมเข้ามาพิจารณาด้วยกระบวนการในการคัดเลือกลูกค้าของบริษัทจะต้องมีการประเมินมาตรการในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของลูกค้าเสมอ

ตัวแปรสำคัญต่อนโยบายและระเบียบปฏิบัติการจัดซื้ออย่างยั่งยืนของเอไอเอสคือลูกค้าในต่างประเทศของเราที่เป็นคนช่วยผลักดันให้มีการปฏิบัติตามมาตรฐานในระดับสากล เรานำสิ่งที่ได้เรียนรู้จากคู่ค้าระหว่างประเทศมาผสมผสานกับข้อกำหนดในประเทศและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร เพื่อใช้เป็นพื้นฐานสำหรับการกำหนดนโยบายและระเบียบปฏิบัติการจัดซื้ออย่างยั่งยืนของเรา

พันธมิตรขั้นปลาย

เช่นเดียวกับพันธมิตรขั้นต้น พันธมิตรขั้นปลาย อันได้แก่ ผู้แทนจำหน่าย ร้านค้าปลีก ผู้ให้บริการข้อมูล และผู้จำหน่ายซอฟต์แวร์และเทคโนโลยี จะต้องปฏิบัติตามมาตรฐานที่เอไอเอสกำหนด เราได้พิถีพิถันในการคัดเลือกพันธมิตรที่มีค่านิยมและมาตรฐานเดียวกันกับเรา จึงได้กำหนดมาตรฐานที่ชัดเจนเกี่ยวกับสิ่งที่เป็นที่ยอมรับและสิ่งที่ไม่เป็นที่ยอมรับสำหรับเอไอเอสและลูกค้าของเราขึ้นมา เพื่อลดเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในการสื่อสารกับลูกค้า เราคัดเลือกลูกค้าของเราตามมาตรฐานเหล่านี้และตรวจสอบการดำเนินกิจกรรมของลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มั่นใจว่าเป็นไปตามแนวทางที่เรากำหนด

ในอนาคต เราต้องการที่จะปรับปรุงข้อกำหนดต่างๆ ที่บังคับใช้กับลูกค้าในปัจจุบันนี้ให้มีความรัดกุมมากยิ่งขึ้น โดยการรวมเรื่องต่างๆเหล่านี้เข้ามาอยู่ในข้อกำหนดดังกล่าว เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการดำเนินธุรกิจร่วมกันเป็นไปอย่างยั่งยืนโดยแท้จริง



ทั้งนี้กระบวนการประกวดราคาใหม่ในอนาคต เอไอเอสจะกระตุ้นให้พันธมิตรหรือคู่ค้ามีการพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ด้วยเป้าหมายที่จะเติบโตไปพร้อมๆ กัน นอกจากนี้ เอไอเอสยังมุ่งหวังว่าจะพัฒนามาตรฐานเหล่านี้ โดยบรรจุเข้าไปอยู่ในจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างเป็นทางการเป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งสิ่งเหล่านี้ท้ายที่สุดแล้วจะผลักดันให้เกิดกระบวนการตรวจสอบคู่ค้าเพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าของเรานั้นได้มีการนำไปปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

สื่อสารและปลูกฝังวิถีของเอไอเอสสู่พันธมิตรของเรา

เอไอเอสได้มีการดำเนินการเพื่อให้พันธมิตรของเรามีพฤติกรรมและการดำเนินงานไปสู่ความยั่งยืนมาโดยตลอด ปัจจุบันเรามุ่งเน้นไปที่เทเลวิซ พันธมิตรแต่เพียงผู้เดียวของเราที่มีสิทธิจำหน่ายสินค้าและบริการภายใต้ตราสินค้าของเอไอเอส ซึ่งรวมถึงบริการลงทะเบียนและชำระเงินสำหรับลูกค้าจีเอสเอ็ม แอดวานซ์ เทเลวิซถือเป็นหนึ่งในช่องทางสำคัญที่มีส่วนผลักดันให้ธุรกิจของเราเติบโต เราจึงได้ดำเนินการต่างๆ เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางการค้ากับเทเลวิซให้มีความแข็งแกร่งยิ่งขึ้น เพื่อให้ได้เราได้รับคำมั่นสัญญาและความจงรักภักดีจากเทเลวิซ โครงการ **AIS Way for Telewiz** จึงได้ถือกำเนิดขึ้นเพื่อมุ่งเน้นถึงความสำคัญของการให้บริการที่เป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จขององค์กร โดยโครงการนี้เป็นการฝึกอบรมให้เทเลวิซสามารถให้ “บริการเฉพาะหน้า” ตามที่ลูกค้าอาจร้องขอได้โดยนอกจากโครงการฝึกอบรมดังกล่าวแล้ว เรายังจัดการฝึกอบรมในหัวข้อ “วิถีของเอไอเอส” ให้แก่พนักงานของเทเลวิซด้วย เพื่อที่พวกเขาจะสามารถส่งมอบข้อมูลบริการของบริษัทได้อย่างถูกต้องและสอดคล้องกับมาตรฐานของเอไอเอส ซึ่งจากความพยายามเหล่านี้ทำให้เอไอเอสสามารถมั่นใจได้ว่าการดำเนินงานของคู่ค้าของเรายังคงได้รับการยอมรับจากผู้ให้บริการ กระบวนการเหล่านี้ไม่เพียงแต่จะยังมีประโยชน์ทางด้านองค์ความรู้ทางเทคนิคและความ เป็นมืออาชีพในการทำงานให้แก่พันธมิตรของเราเท่านั้น แต่ยังมีส่งผลให้ลูกค้าของเราเกิดความสบายใจในการรับบริการจากคู่ค้าของเราด้วย

ในฐานะที่เทเลวิซเป็นพันธมิตรทางธุรกิจของเรา เทเลวิซจึงได้รับการควบคุมดูแลในระดับมาตรฐานเดียวกับพันธมิตรขั้นต้น เราได้จัดให้มีมาตรการกำหนดผลตอบแทนและบทลงโทษ เพื่อควบคุมคุณภาพของตัวแทนจำหน่าย ในขณะที่เดียวกันเรามีทีมงานซึ่งทำหน้าที่ตรวจสอบมาตรฐานการดำเนินงานและการให้บริการออกไปเยี่ยมเยียนพันธมิตรเป็นประจำ ในอนาคตเรามีแผนที่จะปรับปรุงและพัฒนาให้บริการของเทเลวิซให้ดียิ่งขึ้นผ่านทางกรบริหารทรัพยากรบุคคลที่ปฏิบัติงานอยู่ในเทเลวิซ หรือที่จะเข้าไปปฏิบัติงานในอนาคต ซึ่งหนึ่งในวิธีการที่เรานำมาใช้คือการสรรหาบุคลากรจากกระบวนการสรรหาที่สำนักงานใหญ่ของเรา และปลูกฝังวิธีการดำเนินงานตามวิถีทางของเอไอเอสในบุคลากรเหล่านั้นก่อนที่จะส่งไปปฏิบัติงานที่เทเลวิซ เพื่อให้มั่นใจว่าตัวแทนเทเลวิซทุกคนมีความเข้าใจและได้เป็นส่วนหนึ่งในวัฒนธรรมของเอไอเอสอย่างแท้จริงแล้ว รวมถึงสานต่อความมุ่งหวังของเราเพื่อให้เกิดพฤติกรรมและการดำเนินงานไปสู่ความยั่งยืน

สร้างหุ้นส่วนทางธุรกิจที่เติบโตไปพร้อมกัน

เอไอเอสทำงานอย่างหนักเพื่อฝึกอบรมและพัฒนาพันธมิตรของเรารทั้งในด้านทักษะส่วนบุคคลและด้านอาชีพการงาน เพราะเราทราบดีว่าความสำเร็จของเราขึ้นอยู่กับพวกเขาเหล่านี้ เราจึงมุ่งมั่นที่จะพัฒนาพันธมิตรใหม่ๆ ตลอดจนเสริมความแข็งแกร่งให้กับพันธมิตรที่เรามีอยู่แล้วในปัจจุบัน

ยกระดับมาตรฐานพันธมิตรผ่านการอบรมพัฒนาเพื่อสร้างความแตกต่างของเอไอเอสและความได้เปรียบในการแข่งขัน

พัฒนาพันธมิตรใหม่ๆ

เอไอเอสเชื่อมั่นในการสร้างระบบนิเวศในการดำเนินธุรกิจที่จะทำให้เรากับพันธมิตรของเราเติบโตไปพร้อมๆ กัน เราจึงเห็นว่าในอนาคตการดำเนินชีวิตประจำวันของคนจะเปลี่ยนไปสู่ความเป็นดิจิทัลไลฟ์สไตล์เพิ่มมากขึ้น เราจึงได้พัฒนาสินค้าและบริการเพื่อให้ตอบสนองความต้องการดังกล่าว โดยสินค้าและบริการเหล่านี้ เราไม่สามารถพัฒนาได้โดยลำพัง แต่ต้องอาศัยความร่วมมือจากนักพัฒนาทางด้านเนื้อหาและแอปพลิเคชัน โครงการ “AIS the StartUp” จึงถือกำเนิดขึ้นซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของเราที่จะเติบโตไปพร้อมกับพันธมิตร

ด้วยโครงการ AIS the StartUp นี้เราให้การสนับสนุนคนรุ่นใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์เพื่อก้าวเข้าสู่การเป็นเจ้าของของตนเอง โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะสร้างและขยายกลุ่มนักพัฒนาทางด้านเนื้อหาซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในระบบนิเวศของอุตสาหกรรมโทรคมนาคม โดยนักพัฒนาเหล่านี้จะกลายมาเป็นพันธมิตรของเราในระยะยาว โครงการ AIS the StartUp มีเป้าหมายอยู่ที่คนวัยหนุ่มสาวที่เปี่ยมไปด้วยพลังและความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ ซึ่งต้องการจะมีธุรกิจพัฒนาแอปพลิเคชันและเนื้อหาเป็นของตนเอง โดยเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมได้รับฟังคำปรึกษาทางด้านธุรกิจและด้านเทคนิค ตลอดจนข้อมูลทางการตลาดและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการต่อยอดความคิดทางธุรกิจของตนเองออกไปสู่ตลาดได้จริง โครงการนี้ยังได้นำ “กูรู” หรือผู้เชี่ยวชาญชั้นนำที่เป็นที่รู้จักมาช่วยให้คำแนะนำในด้านต่างๆ ที่จำเป็นต่อความสำเร็จของธุรกิจ โดยผู้เข้าร่วมโครงการที่มีศักยภาพจะสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากนักลงทุนภายนอกหรือธุรกิจร่วมลงทุนภายนอก นอกจากนี้ เครื่องมือที่เอไอเอสได้ร่วมจัดตั้งกับภาคเอกชนพันธมิตรทางด้านเทคโนโลยีและตลาดในภูมิภาค ทำให้ผู้ที่เข้าร่วมโครงการสามารถขยายกรอบความคิดของตนเองให้ใหญ่ขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการไม่เพียงแต่ลูกค้าของเอไอเอสเท่านั้น แต่รวมถึงลูกค้าในต่างประเทศอีกด้วย

เสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับพันธมิตร

เอไอเอสมีความมุ่งมั่นที่จะช่วยให้ลูกค้าของเราประสบความสำเร็จในทุกๆ ด้าน โดยความมุ่งมั่นนี้เห็นได้ชัดเจนที่สุดในกรณีของเทเลวิซจากการริเริ่มโครงการต่างๆ เพื่อพัฒนาความสามารถด้านเทคนิคของคู่ค้าให้มีความรู้ในการแก้ปัญหา ตลอดจนเสริมทักษะในการบริการลูกค้าในระยะยาว และให้การสนับสนุนทางด้านเงินทุน

- **การประชุมใหญ่คู่ค้าพันธมิตรของเอไอเอส** เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของตัวแทนขายส่งทั่วประเทศของเรา
- **หลักสูตรความรู้พื้นฐาน** เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทั่วประเทศให้แก่ตัวแทนของเรา ด้วยความรู้ทางด้านเทคโนโลยี การบริการคงสิทธิลงหมาย และโปรแกรมใช้งานใหม่ๆ
- **หลักสูตรทักษะความสามารถทางสังคม** ช่วยให้เทเลวิซสามารถพัฒนาทักษะการขายที่จำเป็นให้แก่พนักงาน
- **หลักสูตรการตั้งค่าอุปกรณ์** ที่ช่วยเสริมสร้างทักษะการตั้งค่าอุปกรณ์ต่างๆ ให้แก่พนักงานประจำร้านเทเลวิซ เช่น การเชื่อมต่อไปยังเซิร์ฟเวอร์อินเทอร์เน็ตและการตั้งค่าบัญชีอีเมลและผลิตภัณฑ์เซ็งกลยุทธ์อื่นๆ
- **หลักสูตร SFF** ช่วยพัฒนาทักษะการใช้โปรแกรมลงทะเบียนของพนักงานเทเลวิซ เช่น การรับรายการสั่งซื้อแอปพลิเคชัน SFF
- **หลักสูตร Internet Protocol** ช่วยให้พนักงานขายมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเทคโนโลยีและขั้นตอนการใช้งานอินเทอร์เน็ต เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานจะสามารถตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไปได้



ส่งเสริมบุคลากรของเรา
ให้เติบโตในทุกย่างก้าว

ส่งเสริมบุคลากรของเราให้เติบโตในทุกย่างก้าว

วิสัยทัศน์

- พัฒนาผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และสอดคล้องกับคุณลักษณะของแบรนด์
- สร้างโอกาสให้บุคลากรได้เรียนรู้และพัฒนาเพื่อที่จะนำพาเอาเอสไอไปสู่เป้าหมายภายใต้กรอบแห่งความยั่งยืน

หลักการและเหตุผล

ด้วยความท้าทายทั้งทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้นำในปัจจุบันจึงเผชิญหน้ากับอุปสรรคที่หลากหลายมากขึ้น รวมถึงความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นเพื่อให้มั่นใจว่าความสำเร็จของเรามาจนถึงวันนี้จะคงอยู่ต่อไปในอนาคต สิ่งสำคัญอย่างยิ่งคือเราต้องสร้างผู้นำที่มี “วิสัยทัศน์” – นักคิดที่มองเห็นภาพรวม และผู้ประสานงานที่เปี่ยมด้วยความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับผู้คนและสถานการณ์ที่หลากหลาย ผู้นำของเราควรจะสามารถสร้างคุณลักษณะของแบรนด์ให้เป็นรูปธรรม และสร้างแรงบันดาลใจให้แก่พนักงานขององค์กรเพื่อที่จะมุ่งสู่เป้าหมายเดียวกัน

ในฐานะของผู้ให้บริการ พนักงานของเราถือว่าเป็นทรัพย์สินที่สำคัญที่สุดในการมอบบริการที่มีคุณภาพให้แก่ลูกค้า และยังมีส่วนช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนตามที่ผู้นำของเราได้กำหนดทิศทางไว้อีกด้วย เรามุ่งเน้นให้บุคลากรของเรามีโอกาสได้รับการฝึกอบรมและการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในโลกปัจจุบัน ยิ่งไปกว่านั้น สิ่งที่สำคัญไม่แพ้กันสำหรับเราก็คือ บุคลากรของเราจะต้องรู้สึกมีส่วนร่วม มีความรักความผูกพัน และมีความสุขในการทำงาน

แนวทางเบื้องต้น

พนักงานของเอสไอจำเป็นต้องได้รับการอบรมและได้รับโอกาสในการเรียนรู้พัฒนาอย่างต่อเนื่อง บริษัทมุ่งเน้นในการจัดหาและนำเสนอหลักสูตรการพัฒนาบุคคลที่ดีที่สุดให้กับพนักงานของเราอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่การคัดเลือกกลุ่มพนักงานที่มีศักยภาพและมีความสามารถโดดเด่น จนถึงการสร้างความผูกพันระหว่างพนักงานกับบริษัท การส่งเสริมให้พนักงานได้รับการพัฒนาทั้งทางด้านส่วนตัวและด้านการทำงาน และการให้รางวัลและการเชิดชูเกียรติแก่พนักงานและผู้บริหารที่มีความสามารถ

กรอบการทำงาน

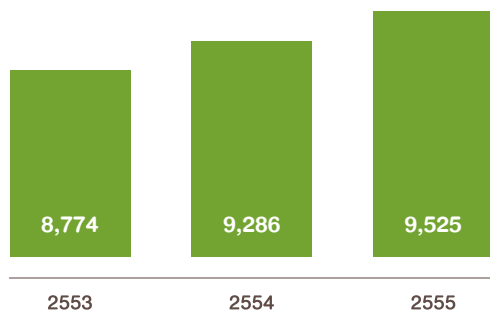
ประเด็นสำคัญ	ส่งเสริมบุคลากรของเราให้เติบโตในทุกอย่างก้าว		
คำมั่นสัญญา	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และสอดคล้องกับคุณลักษณะของแบรนด์ สร้างโอกาสให้บุคลากรได้เรียนรู้และพัฒนาเพื่อที่จะนำพาเอไอเอสไปสู่เป้าหมายภายใต้กรอบแห่งความยั่งยืน 		
เป้าหมาย	สร้างทีมงานที่เป็นเลิศ	บ่มเพาะบุคลากรที่มีศักยภาพ	สร้างความผูกพันระหว่างพนักงานกับองค์กร
โครงการริเริ่ม	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมบุคลากรของเราให้เติบโตในทุกอย่างก้าว 	<ul style="list-style-type: none"> สร้างโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนา พัฒนาผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และสอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กร 	<ul style="list-style-type: none"> สร้างความผูกพันให้เกิดขึ้นกับพนักงานเพื่อส่งเสริมให้เกิดการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ

สร้างทีมงานที่เป็นเลิศ

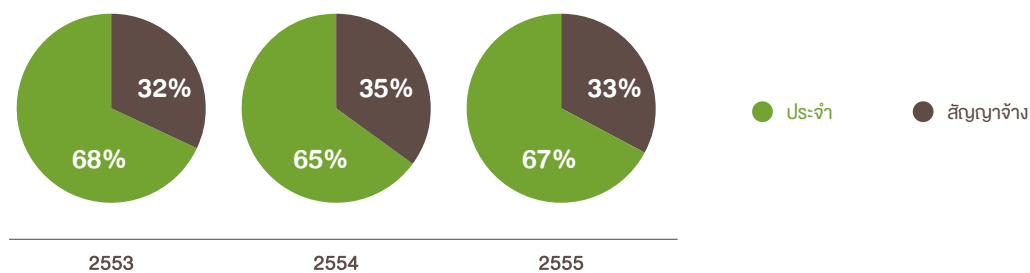
ทีมงานที่เป็นเลิศ เกิดจากความสามารถในการดึงดูด พัฒนา และรักษาพนักงานขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ และบริษัทจะประสบผลสำเร็จได้ด้วยบุคลากรที่มีความเข้มแข็งและอุทิศตนเพื่อสร้างผลงาน ดังนั้น พนักงานในบริษัทจึงเป็นทรัพย์สินที่มีค่ามากที่สุด เพราะเป็นผู้ขับเคลื่อนให้องค์กรมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน บริษัทให้คำมั่นสัญญากับพนักงานว่า “เอไอเอสพร้อมที่จะเติบโตเคียงข้างคุณ” โดยสร้างโอกาสในการเจริญก้าวหน้าและมีคุณภาพชีวิตที่ดี ด้วยการส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมทำงานร่วมกันอย่างเป็นครอบครัว ซึ่งเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความผูกพันระหว่างพนักงานกับบริษัท และทำให้อีเอสเป็นองค์กรที่ “ใช่เลย” สำหรับทุกคน

บุคลากรของเอไอเอส^{xxii}

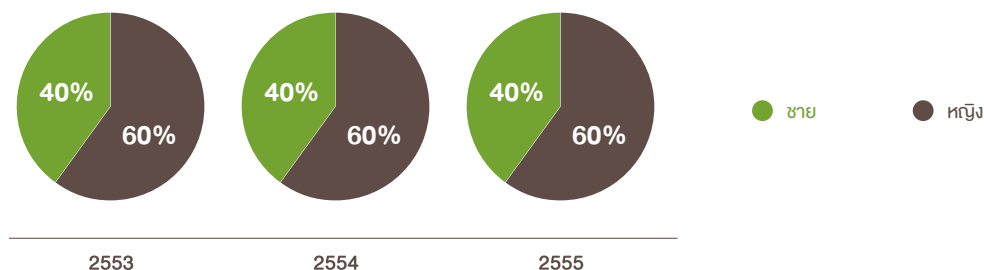
จำนวนพนักงานทั้งหมด (คน)



แบ่งตามประเภทของพนักงาน



แบ่งตามเพศของพนักงาน



ส่งเสริมบุคลากรของเราให้เติบโตในทุกย่างก้าว

คัดเลือกบุคลากรที่มีความสามารถ

ความรู้ ความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์ และศักยภาพ เป็นแรงขับเคลื่อนความสำเร็จของธุรกิจ และการที่จะได้มาซึ่งบุคลากรที่มีคุณลักษณะเหล่านี้ต้องมีการแข่งขันกันในตลาดแรงงาน และปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะทวีความรุนแรงขึ้นทุกวัน ทำให้มีผลกระทบถึงขั้นตอนการรับสมัครและคัดเลือกพนักงานซึ่งถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ เราจึงได้ปรับปรุงวิธีการและระบบการคัดเลือกพนักงาน โดยการใช้หลักการด้านจิตวิทยาและข้อมูลเชิงสถิติ และยกระดับมาตรฐานให้อยู่ในระดับสูงสุดโดยมีจุดประสงค์เพื่อที่จะคัดเลือกพนักงานที่มีคุณวุฒิและเปี่ยมด้วยความสามารถและศักยภาพที่จะเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนจากภายในบริษัท เพื่อให้สามารถขยายธุรกิจและเติบโตได้อย่างรวดเร็ว

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นี้ เราจึงได้จัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อยกระดับความรู้และทักษะให้แก่บุคคลทั่วไปก่อนที่พวกเขาเหล่านั้นจะเข้าสู่ตลาดแรงงานเพื่อเป็นการเตรียมบุคลากรให้พร้อมก่อนการทำงานในอนาคต กิจกรรมพัฒนาบุคลากรที่กล่าวมานี้ รวมถึง โครงการ “เอไอเอสแนะแนวว่าที่บัณฑิต ก้าวสู่วัยทำงานที่สดใส” ที่ช่วยให้คำแนะนำแก่นักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่สี่ถึงเรื่องขั้นตอนการสมัครงาน และให้ความรู้ที่สำคัญต่อนักศึกษาในการเตรียมตัวและปรับตัวให้เข้ากับชีวิตการทำงาน อีกทั้งยังมีโครงการโรดโชว์ตามมหาวิทยาลัยและโครงการฝึกงานภาคฤดูร้อน “ก้าวไกลไปกับเอไอเอส” (“Growing with AIS” summer internship program) นอกจากนี้ เรายังมีนโยบายให้ทุนการศึกษาแก่บุคลากรระดับกลางที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมสื่อสารโทรคมนาคมและเทคโนโลยีสารสนเทศอีกด้วย

ผลการปฏิบัติงานและค่าตอบแทน

ระบบบริหารผลการปฏิบัติงานของเอไอเอส เริ่มต้นจากการตั้งเป้าหมายร่วมกันระหว่างพนักงานและหัวหน้างาน การสอนงาน การประเมินผลการปฏิบัติ รวมถึงการให้คำแนะนำในการปรับปรุงการทำงาน และร่วมกันทบทวนแผนการพัฒนาก้าวหน้าในอาชีพอย่างสม่ำเสมอ โดยพนักงานทั้งหมดจะได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานและการทบทวนเพื่อการพัฒนาในสายอาชีพ

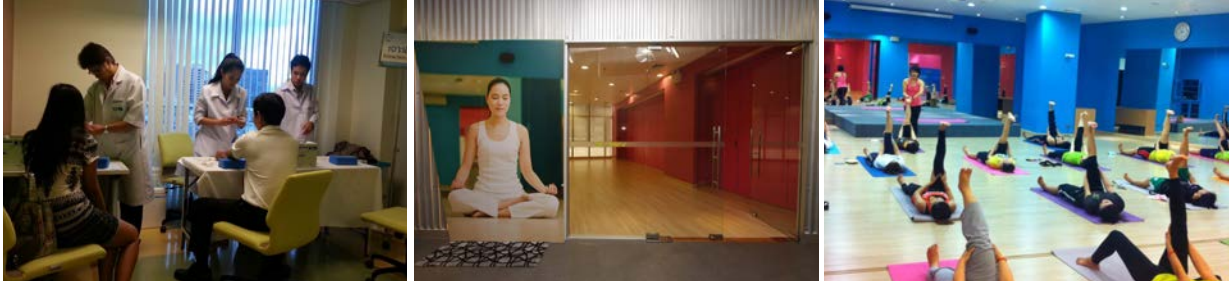
สำหรับการจ่ายค่าตอบแทนผู้บริหาร เอไอเอสดำเนินนโยบายโดยยึด “หลักการบริหาร 3P” ดังนี้

การบริหารค่าตอบแทนตามตำแหน่งงาน (Pay for Position) ที่เอไอเอส เราบริหารค่าตอบแทนที่เป็นไปตามหน้าที่และความรับผิดชอบตามตำแหน่งงาน โดยดำเนินการสำรวจอัตราค่าตอบแทนในตลาดแรงงานภายนอก เพื่อให้มั่นใจได้ว่าโครงสร้างเงินเดือนของเราสามารถแข่งขันกับบริษัทอื่นในตลาดแรงงานได้

การบริหารค่าตอบแทนตามผลการปฏิบัติงาน (Pay for Performance) เป็นการบริหารค่าตอบแทน โดยพิจารณาจากผลการปฏิบัติงาน ซึ่งกำหนดตัวชี้วัดจากความสำเร็จในการดำเนินงานของทีมและรายบุคคล ผลการประเมินดังกล่าวจะเป็นปัจจัยในการพิจารณาปรับเงินเดือน / เงินโบนัสประจำปี และเงินรางวัลอื่นๆ

การบริหารค่าตอบแทนตามตัวบุคคล (Pay for Person) เป็นการบริหารค่าตอบแทนโดยการประเมินทักษะ ความรู้ ความสามารถของพนักงานเป็นรายบุคคล ทั้งนี้การบริหารดังกล่าว อาจเป็นไปตามความต้องการของแรงงานในบางทักษะตามอุปสงค์/อุปทาน ตลาดแรงงาน

ในการกำหนดหลักการบริหารค่าตอบแทน 3P ข้างต้น เราได้ดำเนินการศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลร่วมกับกลุ่มบริษัทชั้นนำ และกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน เพื่อให้มั่นใจได้ว่าโครงสร้างค่าตอบแทนดังกล่าวจะสามารถแข่งขันได้ในตลาดแรงงาน และดึงดูดใจต่อทั้งผู้สมัครที่มีประสบการณ์ทำงานและผู้สมัครรุ่นใหม่ที่มีคุณภาพ



ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีและสร้างสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน

นโยบายเกี่ยวกับสุขภาพ ครอบครัวและสังคมของเอไอเอสมุ่งส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานของเราทำงานอย่างมีความสุขภายใต้วัฒนธรรมองค์กรแบบครอบครัวของเอไอเอสในฐานะครอบครัวเดียวกัน เรามุ่งมั่นที่จะสร้างสถานที่ทำงานที่มีความสุข ซึ่งความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานมีความสำคัญเทียบเท่ากับเป้าหมายทางธุรกิจ เราจัดให้มีแผนประกันสุขภาพแบบยืดหยุ่นที่พนักงานสามารถเลือกประเภทแผนที่ตรงกับความต้องการได้ มีห้องสำหรับคุณแม่ คลับเพื่อสุขภาพ โชนพักผ่อนที่มีเครื่องเล่นคาราโอเกะให้บริการเพื่อช่วยผ่อนคลาย และห้องจุดประกายเพื่อส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และการเรียนรู้ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมชีวิตที่สมดุลและปลอดภัยของพนักงาน นอกจากนี้เรายังมีนโยบายส่งเสริมการจัดตั้งชมรมต่างๆ ที่เป็นที่สนใจของพนักงาน เช่น ชมรมแบดมินตัน ชมรมเทนนิส ชมรมกอล์ฟ ชมรมฟุตบอล ชมรมถ่ายภาพ ชมรมจริยธรรม ชมรมค่าน้ำ ชมรมบาสเก็ตบอล เป็นต้น ในกรณีที่เกิดภัยพิบัติจากธรรมชาติ เช่น อุทกภัย หรืออัคคีภัย หรือในภาวะการณ์ที่เกิดโรคระบาด เราได้ออกมาตรการให้ความช่วยเหลือและเยียวยาต่างๆ เช่น การรณรงค์ให้ความรู้ การให้บริการฉีดวัคซีนป้องกันโรคฯ นอกจากนี้ เรายังส่งเสริมให้พนักงานได้ใช้เวลาร่วมกับครอบครัวโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเวลาที่สำคัญต่างๆ พนักงานสามารถขอใช้สิทธิในการลางานในโอกาสต่างๆ ได้ เช่น ลากิจ ลาหยุดเนื่องในวันคล้ายวันเกิด ลาหยุดเพื่อศึกษาปฏิบัติธรรม และลาหยุดเนื่องจากบุคคลในครอบครัวเจ็บป่วย เป็นต้น

สิทธิประโยชน์สำหรับพนักงานประจำและพนักงานสัญญาจ้าง [LA3]^{xxvii}

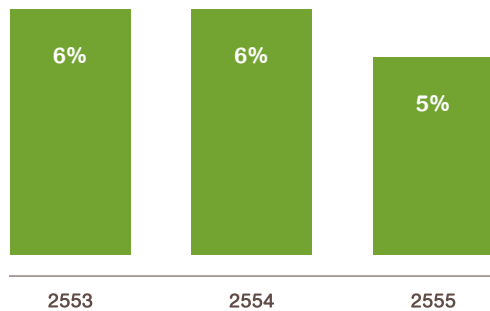
สิทธิประโยชน์	พนักงานประจำ	พนักงานสัญญาจ้าง (สัญญาจ้างรายเดือน หรือรายวัน)
ห้องพยาบาลพร้อมทีมแพทย์และพยาบาล	✓	✓
ประกันสุขภาพ	✓	✓
กายภาพบำบัด	✓	✓
ตรวจสุขภาพประจำปี	✓	✓
ประกันชีวิตและประกันอุบัติเหตุ	✓	✓
เงินช่วยเหลือพิเศษ (เช่นงานแต่งงาน หรือ งานศพ)	✓	✓
สิทธิพิเศษในสินค้าและบริการของ	✓	✓
เอไอเอสสำหรับพนักงาน	✓	X
กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	✓	✓
สหกรณ์ออมทรัพย์เอไอเอส	✓	✓
คลับเพื่อสุขภาพ	✓	✓
ทุนการศึกษาแก่บุตรของพนักงาน	✓	X

*กองทุนสำรองเลี้ยงชีพสำหรับพนักงานเอไอเอส [EC3]^{xxvii}

เพื่อช่วยให้พนักงานมีความมั่นคงและความพร้อมสำหรับชีวิตหลังเกษียณอายุการทำงาน บริษัทฯ จึงได้จัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพที่ได้รับการบริหารจัดการโดยบริษัทจัดการกองทุนภายนอก ซึ่งได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พนักงานประจำสามารถเข้าร่วมเป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพได้โดยความสมัครใจ ภายใต้แผนการเข้าร่วมกองทุนฯ เช่นนี้ ทั้งบริษัทฯ และพนักงานจะร่วมสมทบเงินเข้ากองทุนฯ ในอัตราที่เท่ากันระหว่าง 3%-7% ของเงินเดือนของพนักงานโดยที่เงินสมทบจากบริษัทฯ จะกำหนดตามอายุงานของพนักงาน โดยอัตราเงินสมทบกองทุนฯ สูงสุดในอัตรา 7% ของเงินเดือนสำหรับพนักงานที่มีอายุงาน 8 ปีขึ้นไป

โดยโครงการต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นและการสรรหาสวัสดิการต่างๆ สำหรับพนักงานได้ส่งผลให้อัตราการลาออกของพนักงานลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา

อัตราการลาออกโดยเฉลี่ยของพนักงาน



ส่งเสริมความปลอดภัยในการทำงาน^{xxviii}

เพื่อเป็นการลดอัตราการบาดเจ็บ โรคภัยและความเจ็บป่วย อัตราการขาดงานและการเสียชีวิตที่เกิดจากการทำงาน เราได้ร่วมมือกับทั้งพนักงานและผู้รับเหมาของเราเพื่อสร้างสถานที่ทำงานที่มีความปลอดภัยและนำมาตราการต่างๆมาใช้เพื่อป้องกันปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน เช่น โปรแกรมตรวจสุขภาพที่วัดสถิติด้านสุขภาพต่างๆ เช่น ค่าดัชนีมวลกาย อัตราการติดโรคและโรคติดต่อประจำฤดูกาลต่างๆ

เราเล็งเห็นว่าเรื่องสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงานเป็นเรื่องสำคัญ คณะกรรมการด้านสุขภาพและความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากฝ่ายบริหารและพนักงาน ซึ่งทำงานร่วมกันภายใต้กรอบกฎหมายที่เกี่ยวข้อง (มาตรฐานในการบริหารและการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน พ.ศ. 2549) โดยที่คณะกรรมการ ดังกล่าวจะมีหน้าที่รับผิดชอบการวางแผนและควบคุมความปลอดภัย สุขอนามัย และสภาพแวดล้อมในสถานที่ปฏิบัติงานอาคารสำนักงาน และคลังสินค้า ตลอดจนร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ เพื่อยกระดับและปรับปรุงสุขภาพอนามัยของพนักงาน

โดยกิจกรรมที่กล่าวมานี้ รวมถึง

- การตรวจสอบนโยบายด้านความปลอดภัย
- การวางแผนและควบคุมการปฏิบัติงานด้านความปลอดภัย
- การดำเนินการตรวจสอบความปลอดภัยประจำเดือนและการติดตามผลการปรับปรุงปัญหาที่ค้นพบจากการสำรวจวิจัย
- การเพิ่มและปรับปรุงประสิทธิภาพของช่องทางติดต่อสื่อสารของผู้รับผิดชอบด้านความปลอดภัยของบริษัทเพื่อให้สามารถส่งรายงาน จากพนักงานไปถึงคณะกรรมการได้รวดเร็วยิ่งขึ้น
- การสนับสนุนการป้องกันเพลิงไหม้และจัดการฝึกซ้อมอพยพหนีไฟประจำปี

สมาชิกของคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยจะต้องเข้ารับการอบรมอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกับหัวหน้างานของตน ซึ่งการอบรมนี้ถือเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การจัดการด้านสุขภาพและความปลอดภัยในสถานที่ทำงานของเรา

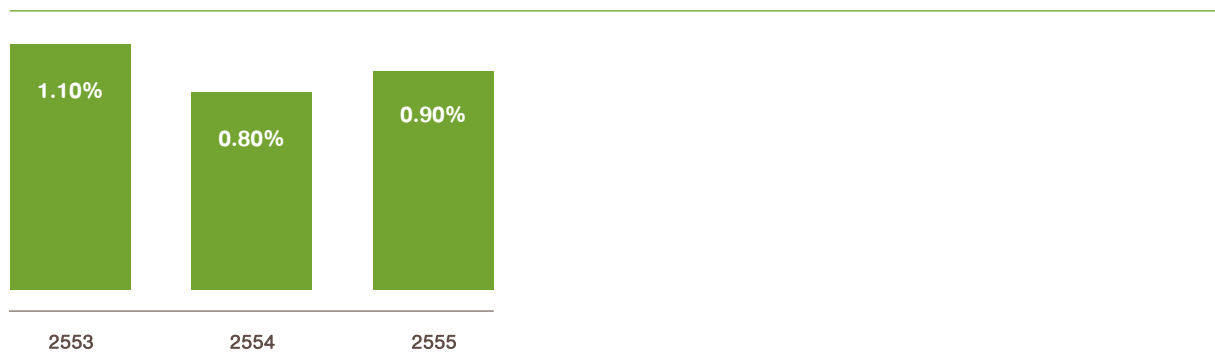
อัตราการบาดเจ็บหรืออุบัติเหตุที่เกิดขึ้นระหว่างชั่วโมงการทำงาน [LA7]^{xxix}

ปี	จำนวนเหตุการณ์	เพศ
2553	1	ชาย
2554	2	ชาย
2555	0	-

อัตราการเสียชีวิตขณะปฏิบัติงาน

ตั้งแต่ปี 2553 ถึงปี 2555 ไม่มีพนักงานเสียชีวิตในขณะปฏิบัติงาน

อัตราการขาดงาน (LA7)^{xxx}



สร้างโอกาสอย่างเท่าเทียมกัน

ที่เอไอเอส เราให้โอกาสที่เท่าเทียมกับพนักงานทุกคนและส่งเสริมสภาพแวดล้อมการทำงานที่ยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น และยอมรับบุคคลที่มาจากพื้นฐานที่ต่างกันได้ การว่าจ้างพนักงานและการบริหารทรัพยากรบุคคล อิงเกณฑ์ที่เป็นตามความสามารถและคุณสมบัติของผู้สมัครตามทักษะที่เกี่ยวข้องกับตำแหน่งงาน คุณวุฒิ ความสามารถ และความถนัดของผู้สมัคร โดยที่กระบวนการคัดเลือก เราให้ความสำคัญในเรื่องความเท่าเทียมกันและความยุติธรรม โดยใช้แบบทดสอบวัดความเข้าใจและการสัมภาษณ์โดยคณะกรรมการที่มีประสบการณ์เพื่อให้การสรรหาคัดเลือกดำเนินไปด้วยความโปร่งใส การพิจารณาคัดเลือกพนักงานจากคุณลักษณะอื่นๆ นอกเหนือจากความสามารถในการปฏิบัติงาน เช่น เชื้อชาติ เพศ ศาสนา รสนิยมทางเพศ หรือแนวคิดทางการเมือง เป็นสิ่งที่เราได้งดเว้นอย่างเคร่งครัด

เรายังให้โอกาสที่เท่าเทียมสำหรับบุคคลที่ด้อยโอกาสทางสังคม และยอมรับในความสามารถและศักยภาพของผู้พิการ โดยเฉพาะผู้บกพร่องทางการได้ยินและผู้พิการทางสายตา โดยปัจจุบัน เรามีพนักงานคอลเซ็นเตอร์ผู้พิการรวมทั้งสิ้นจำนวน 29 คนที่ปฏิบัติงานประจำศูนย์ปฏิบัติการคอลเซ็นเตอร์ของเอไอเอส

เอไอเอสปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานของไทยอย่างเคร่งครัด โดยยึดมั่นในหลักการของความเท่าเทียมด้านเพศ และการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรม และส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สอดคล้องกับนโยบายด้านแรงงานที่ยุติธรรม มุ่งเน้นประสิทธิภาพและความยืดหยุ่น เพื่อการบริหารทรัพยากรบุคคลที่มีประสิทธิภาพความยั่งยืนของธุรกิจ จนถึงปัจจุบันยังไม่ปรากฏว่ามีกรรายงานข้อมูลการเลือกปฏิบัติภายในองค์กร^{xxxi}

บ่มเพาะบุคลากรที่มีศักยภาพ

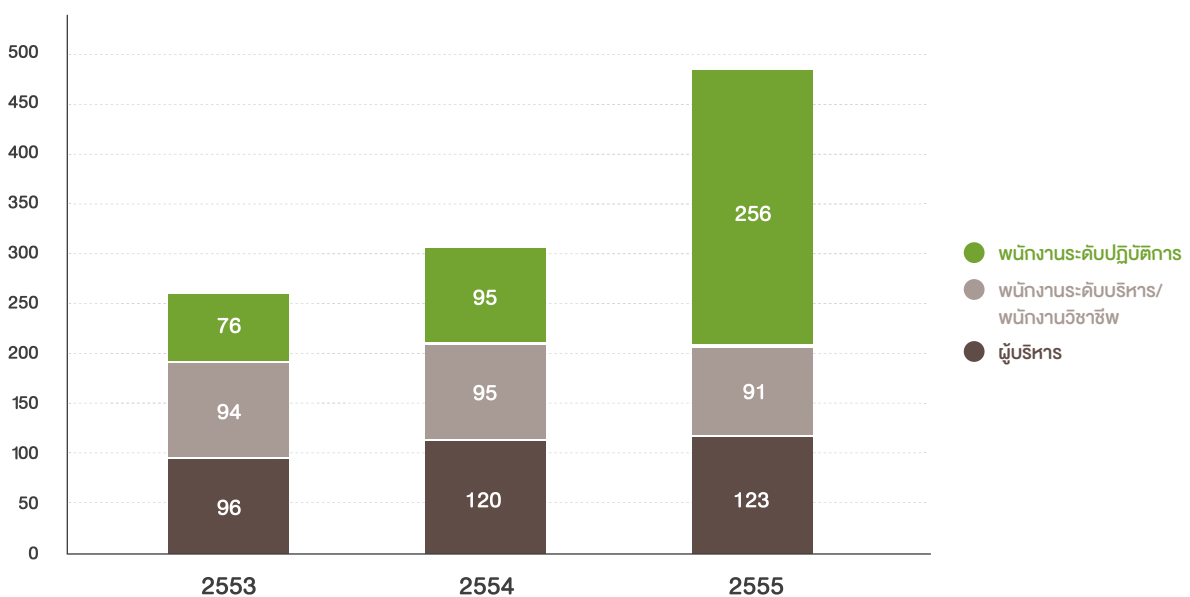
การพัฒนาการเรียนรู้และความสามารถอย่างต่อเนื่องได้ถูกกำหนดให้เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่สามารถดึงดูดและรักษาพนักงานที่มีศักยภาพในการทำงานสูงไว้ได้ เอไอเอสจึงกำหนดแผนพัฒนาพนักงานให้มีความสามารถผ่านกระบวนการพัฒนาทางด้านการศึกษารียนรู้การพัฒนาด้านการสร้างความสัมพันธ์ และการพัฒนาจากประสบการณ์ตรง การพัฒนาทางด้านการศึกษารียนรู้ ได้แก่ การฝึกอบรมทั้งในและต่างประเทศ การประชุมเชิงปฏิบัติการ การอ่านและการใช้สื่อวีดิทัศน์ เพื่อพัฒนาทักษะใหม่ๆ ตลอดจนเพิ่มพูนสติปัญญาแก่บุคลากร เพื่อให้พวกเขาเหล่านั้นสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและสามารถรับมือหมายหน้าที่เฉพาะต่างๆ ได้ การพัฒนาด้านการสร้างความสัมพันธ์ผ่านกระบวนการประเมินโดยมีผู้ประเมินที่หลากหลาย (หัวหน้า เพื่อนร่วมงาน ผู้ใต้บังคับบัญชา ลูกค้าภายใน ลูกค้าภายนอก ตนเอง คู่ค้า) ผสานกับโครงการโค้ชและพี่เลี้ยงจากทั้งหัวหน้างานโดยตรงของพนักงานและผู้บริหารระดับสูง ซึ่งโครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยแก้ไขลักษณะพฤติกรรมใดๆ ก็ตามที่อาจลดทอนประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานได้ การพัฒนาจากประสบการณ์ตรง หมายถึงการมอบหมายโครงการการหมุนเวียนงาน และโครงการอื่นๆ ที่ช่วยเพิ่มพูนประสบการณ์ในเชิงปฏิบัติ ซึ่งการผสมผสานกันระหว่างวิธีการพัฒนาทั้ง 3 กระบวนการนี้ สามารถช่วยให้เราบ่มเพาะพนักงานที่มีศักยภาพในการทำงานสูงได้อย่างยั่งยืน

สร้างโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนา

เราจัดให้มีโครงการฝึกอบรมที่หลากหลายรูปแบบ ที่ถูกออกแบบมาเพื่อขยายฐานความรู้ของพนักงาน โดยตระหนักถึงการพัฒนาศักยภาพของพนักงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ยกระดับทักษะทางสังคม ส่งเสริมความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ทำให้พนักงานรู้สึกภาคภูมิใจในความสำเร็จของตนเอง

การพัฒนาพนักงานตามระดับตำแหน่ง [LA10]^{xxxii}

ชั่วโมงการเข้าฝึกอบรมเฉลี่ย โดยแบ่งตามระดับของตำแหน่งงาน



การพัฒนาตนเอง^{xxxiii}

เราได้สร้างระบบการพัฒนาความสามารถให้กับพนักงานในหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ การเรียนรู้ในห้องเรียนซึ่งถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อให้สอดคล้องกับองค์ความรู้และทักษะความเชี่ยวชาญสำหรับพนักงานใหม่ และมุ่งเน้นการเรียนรู้การพัฒนาตนเองซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาความสามารถของพนักงาน

การจัดการความรู้ ระบบฐานความรู้อิเล็กทรอนิกส์ของเราสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลสำคัญต่อการทำงานทั้งหมดของพนักงานใหม่ได้ถึง 7 ปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์และต้นแบบการปฏิบัติงาน ส่งเสริมให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้รวดเร็วขึ้น ลดต้นทุน ลดความผิดพลาด และยกระดับความสำเร็จขององค์กร ระบบดังกล่าวสามารถผลักดันให้เกิดการเรียนรู้พัฒนาตนเอง ข้อมูลสำคัญในทุกส่วนของบริษัท ซึ่งในปี 2555 มีการจัดเก็บข้อมูลระบบจำนวน 100,000 รายการ จากฐานข้อมูลทั้งหมด 3,500 หมวด และมีผู้เข้ามาใช้งานเพื่อเรียกดูข้อมูลที่ไม่ซ้ำกันจำนวน 4,461 คน (จากจำนวนพนักงานทั้งสิ้น 9,463 คน) และมีจำนวนเอกสารถูกเรียกดูทั้งสิ้น 12,646 รายการ

ระบบ e-Learning ในปี 2555 เรานำเสนอหลักสูตรการเรียนรู้ด้วยตนเองในทุกสายวิชาชีพและสายบริหาร มากถึง 1,840 หลักสูตรโดยมีผู้เข้าใช้งานที่ไม่ซ้ำกันเป็นจำนวน 6,809 คน ซึ่งคิดเป็น 71.44% ของพนักงานทั้งหมด

- **การบริการลูกค้าและการดูแลลูกค้า:** การดูแลลูกค้าโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์ต่างๆ ระบบบริการลูกค้าการแจ้งอัตราค่าใช้บริการการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับรายการส่งเสริมการขาย และการส่งเสริมงานบริการลูกค้า
- **การบริการลูกค้าและการใช้อุปกรณ์เชื่อมต่อ:** DNAS (อุปกรณ์ เครือข่าย แอปพลิเคชัน บริการ) ยกตัวอย่างเช่น การใช้งานอุปกรณ์ เครือข่ายเอไอเอส แอปพลิเคชันและบริการต่างๆ ทักษะความสามารถด้าน IP และทักษะด้านการบริหารจัดการงานบริการ
- **การพัฒนางานบริหารและจิตวิทยาการจัดการ:** ข้อมูลเนื้อหาจากภายนอกองค์กร (การเรียนรู้ทางไกลออนไลน์) ข้อมูลสำหรับพนักงานและผู้บริหารใหม่ข้อมูลด้านการจัดการ เช่น การตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ การสนับสนุนงานขายลูกค้าองค์กรของเอไอเอส
- **วิศวกรรมและความรู้เทคโนโลยีสารสนเทศ:** เนื้อหาเกี่ยวกับการสื่อสารโทรคมนาคม, ข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ



พัฒนาผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และสอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กร^{xxxiv}

ขณะที่โลกกำลังเผชิญความท้าทายทางสังคมและสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น เราตระหนักดีว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของเราต่างมีความคาดหวังเพิ่มขึ้นต่อการนำคุณค่านวัตกรรมเช่นกัน ยิ่งไปกว่านั้น เอไอเอสตระหนักดีว่าในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านธุรกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ภาวะผู้นำรูปแบบใหม่ที่สามารถปรับตัวให้เข้ากับวิถีชีวิตดิจิทัลของลูกค้าน่าได้อย่างรวดเร็วจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง และด้วยเหตุผลนี้เอง เราจึงมีนโยบายให้ผู้บริหารระดับสูงมากกว่า 20 ท่านมีโอกาสเข้าร่วมแลกเปลี่ยนความรู้ด้านความยั่งยืนและการประชุมเชิงปฏิบัติการอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนให้เป็นรูปธรรม ตลอดจนเพื่อการพัฒนาผลงานฉบับนี้

นอกเหนือจากนี้ เรายังมีโครงการบริหารจัดการทั่วไปในหลากหลายรูปแบบที่ออกแบบมาเพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่พนักงานฝึกหัดและสร้างเสริมความรู้ความสามารถให้แก่ผู้บริหารที่มีประสบการณ์ เพราะเราต้องการสร้างความมั่นใจว่าพนักงานที่มีความสามารถโดดเด่นที่จะก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำในอนาคตของเอไอเอสจะมีความพร้อมเผชิญความท้าทายที่รออยู่ข้างหน้าในขณะเดียวกัน เราก็เปิดโอกาสให้พวกเขาได้แสดงความสามารถของตนเองออกมาอย่างเต็มที่

โครงการต่างๆ ของเราช่วยเตรียมความพร้อมให้แก่ทั้งผู้บริหารระดับสูงระดับกลาง เจ้าหน้าที่ รวมทั้งพนักงานรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพ

การฝึกอบรมด้านการบริหารและหลักสูตรการเรียนรู้มีเป้าหมายให้ผู้บริหารระดับสูงได้ยกระดับและเปิดมุมมองด้านการบริหารธุรกิจด้านสภาพแวดล้อมทางสังคมที่กว้างขึ้นและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้น พนักงานในระดับบริหารจะได้เข้าร่วมหลักสูตรอบรมที่มีหัวข้อและเนื้อหาที่เหมาะสมสอดคล้องเป็นระยะเวลา 2-3 เดือนทั้งหลักสูตรในและต่างประเทศ ซึ่งหลักสูตรเหล่านี้จะช่วยให้ผู้บริหารได้มีโอกาสสร้างความสัมพันธ์กับผู้นำทางธุรกิจอื่นๆ ทั้งในและต่างประเทศ

สำหรับโครงการฝึกอบรมผู้บริหารนั้น เรามีเป้าหมายเพื่อพัฒนากษัตริย์ด้านความเป็นผู้นำให้แก่ผู้บริหารระดับกลางถึงระดับสูงที่จะก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำในยุคต่อไป โดยผ่านกระบวนการฝึกฝนจนเป็นผู้เชี่ยวชาญตามแผนพัฒนาในระยะเวลา 6 เดือน

การหมุนเวียนงานในระดับภูมิภาคและโครงการผู้บริหารฝึกหัดถือเป็นหลักสูตรสำหรับพนักงานจนถึงผู้บริหารระดับกลาง ซึ่งโครงการดังกล่าวจะช่วยให้บุคลากรของเราได้เรียนรู้ถึงวิธีการทำงานที่แตกต่างหลากหลาย มีโอกาสแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์กับผู้เชี่ยวชาญในแต่ละสาขา ตลอดจนเรียนรู้จากคำแนะนำและมุมมองจากผู้บริหารระดับสูง

โครงการสำหรับพนักงานที่มีศักยภาพในการทำงานสูง ได้แก่ กระบวนการฝึกอบรม การประชุมเชิงปฏิบัติการ บุคคลต้นแบบ การพัฒนาการฝึกสอน ตลอดจนรวมถึงการเปลี่ยนสายการทำงานโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะดึงดูดและรักษาพนักงานรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพในการทำงาน รวมทั้งสร้างความก้าวหน้าในสายงานแบบก้าวกระโดดให้แก่พนักงานกลุ่มนี้โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะยกระดับความผูกพันของพนักงานกับบริษัทฯ ในระยะยาว ในขณะเดียวกันก็ช่วยตอบสนองความจำเป็นในการสร้างผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจในอนาคตอีกด้วย สำหรับช่วงปีที่ผ่านมาเราได้คัดเลือกกลุ่มพนักงานที่มีศักยภาพในการทำงานสูงจากทุกหน่วยธุรกิจจำนวน 4 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 167 คน

ปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กร

ผู้นำและพนักงานของเราได้ร่วมกันกำหนดทิศทางของบริษัท และสร้างให้เกิดเป็นรูปธรรมในบทบาทหน้าที่ของเราในฐานะองค์กรแห่งหนึ่ง ด้วยเหตุนี้ การสร้างมาตรฐานระดับโลกจึงมีความสำคัญมากต่อผู้นำของเราทั้งในปัจจุบันและอนาคต และในขณะเดียวกันต้องแสดงออกถึงวิสัยทัศน์และวัฒนธรรมองค์กรด้วย



ปลูกฝังคุณลักษณะของแบรนด์สู่พนักงาน

- **The AIS Way@FASTMOVING** ช่วยให้เราสร้างรากฐานที่มั่นคงเรื่องการปลูกฝังคุณลักษณะของแบรนด์ ด้วยการสร้างวัฒนธรรม Triple I และจริยธรรมแห่งการทำงานให้กับพนักงานทุกคนในบริษัทฯ และช่วยให้เราส่งต่อเป้าหมายทางด้านบริการที่ตอบสนองต่อทุกความต้องการของลูกค้าในฐานะแบรนด์ที่สังคมยอมรับ
- **The Brand Personality “iHIP”** ทำให้ปรัชญาของบริษัทกลายเป็นจริงขึ้นมา เรามุ่งเน้นที่จะนำเสนอสินค้าและบริการที่มีวิสัยทัศน์ให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของเรา พนักงานที่มีความรู้และพร้อมที่จะช่วยเหลือ แนวคิดใหม่ๆ และความเป็นมืออาชีพ
- **The Brand Agent System and Brand Champion** ทุกแผนกได้แสดงให้เห็นถึงการเป็นแรงขับเคลื่อนที่มีความสำคัญต่อการส่งเสริมคุณลักษณะของแบรนด์

วัฒนธรรมของเอไอเอส

- **เอไอเอสเป็นองค์กรที่มีวิสัยทัศน์** เราปรารถนาที่จะเข้าใจผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของเรา คาดการณ์ความต้องการและความปรารถนาของพวกเขา และพัฒนาบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของพวกเขาเหล่านั้น
- **เอไอเอสพร้อมที่จะช่วยเหลือ** เราให้การดูแลและความใส่ใจแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของเราโดยวิเคราะห์และคาดการณ์ความต้องการของพวกเขา ให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ และสร้างความมั่นใจว่าทุกปัญหาจะได้รับการแก้ไขอย่างเหมาะสมและทันเวลาที่
- **เอไอเอสเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม** เรามุ่งมั่นที่จะนำความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีใหม่ๆ มาสู่สินค้าและบริการของเรา ซึ่งช่วยให้ลูกค้าของเราได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ ก่อนผู้อื่น
- **เอไอเอสมีความเป็นมืออาชีพ** เราตั้งใจที่จะมอบสินค้าและบริการของเราอย่างน่าเชื่อถือ จริงใจ โปร่งใส และง่ายต่อการเข้าใจพร้อมทั้งถูกหลักจริยธรรม ซึ่งจะสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของเรา

สร้างความผูกพันกับพนักงาน เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมใหม่ๆ

ทางหนึ่งที่เราช่วยให้บุคลากรของเราเติบโตได้ คือการให้พนักงานมีส่วนร่วมซึ่งนับว่าเป็นสิ่งที่สำคัญมาก และการที่จะให้พนักงานมีส่วนร่วมได้ เราจำเป็นต้องให้คุณค่าความสำคัญกับบุคลากรและการที่พวกเขามีส่วนร่วมในความสำเร็จของเรา เพราะเราเชื่อว่าพนักงานที่มีส่วนร่วมกับบริษัทจะมีความสุขในการทำงานมากกว่าและมีแรงผลักดันมากกว่าที่จะปฏิบัติงานด้วยมาตรฐานที่สูงขึ้น เราจึงให้ความสำคัญอย่างมากกับการมีส่วนร่วมของพนักงาน และใช้คุณสมบัติข้อนี้ในการประเมิน Corporate Balance Scorecard ของเรามาตั้งแต่ปี 2550

เรามุ่งมั่นที่จะสร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ โดยนับตั้งแต่ปี 2545 เป็นต้นมา เราได้ทำการสำรวจความเห็นพนักงานประจำปี เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงาน เช่น วิธีการบริหาร การสื่อสาร การพัฒนาส่วนตัว และการได้รับการยอมรับในผลงาน อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ปี 2551 เป็นต้นมา เราตัดสินใจที่จะขยายขอบข่ายของการสำรวจเพื่อให้เราเข้าใจพนักงานของเราให้ดียิ่งขึ้น และเปลี่ยนจากการให้ความสำคัญเรื่องของความพึงพอใจมาเป็นเรื่องการสร้างการมีส่วนร่วมซึ่งช่วยให้เราสามารถวัดระดับการมีส่วนร่วมของพนักงานโดยพิจารณาจาก 6 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพนักงานโดยตรง ได้แก่ คน งาน ผลตอบแทนโดยรวม โอกาส เติบโตของชีวิต และคุณภาพชีวิต

การให้คะแนนการมีส่วนร่วมของพนักงานจัดทำโดย Aon Hewitt ซึ่งเป็นหนึ่งในบริษัทที่มีฐานข้อมูลมาตรฐานระดับโลกวิจัยเกี่ยวกับพนักงานที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่ง ผลการสำรวจของเราเป็นที่น่าพึงพอใจเป็นอย่างมาก ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาเราได้ถูกจัดให้เป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูง (High-Performance Organization หรือ HPO)

ด้วยพันธสัญญาของเราต่อพนักงานว่าเราจะเติบโต ‘เคียงข้างกัน โดยนำความเป็นอยู่ที่ดีสู่ทุกคน’ และการมองเห็นคุณค่าในผลงานของพนักงาน เราคาดหวังที่จะตอบสนองต่อทุกความกังวลใจที่เกิดจากพนักงานและพัฒนาแนวคิดริเริ่มต่างๆ เพื่อตอบโจทย์ทุกความต้องการของบุคลากรของเราอย่างแท้จริง

โครงการ Eureka - จุดประกายนวัตกรรมทางความคิด

Eureka เป็นโครงการริเริ่มของเอไอเอสที่ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาวัฒนธรรมทางความคิดและสนับสนุนการทำงานร่วมกันเป็นทีมด้วยความท้าทายนี้ พนักงานจะได้รับการสนับสนุนให้ใช้จิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการของตนเองได้อย่างเต็มที่ เพื่อนำเสนอแนวความคิดโครงการด้านการบริหารจัดการในเชิงปฏิบัติที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยโครงการใดที่ถูกคัดเลือกและหยิบยกขึ้นมาจะถูกนำไปปฏิบัติจริง

นับตั้งแต่เริ่มโครงการนี้ขึ้นมาในปี 2548 จำนวนพนักงานที่สมัครเข้าร่วมโครงการเพิ่มขึ้นมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน โดยในปี 2555 มีการนำเสนอโครงการมากกว่า 270 โครงการ เพิ่มขึ้นร้อยละ 24 จากปีก่อน โดยรางวัล Eureka Best Award ตกเป็นของทีมงานวิศวกรที่นำเสนอโครงการ ”Cloud SCP Resurrection Project” ซึ่งเป็นวิธีการปรับปรุงพัฒนาเสถียรภาพของระบบเติมเงินที่สามารถนำไปใช้ได้จริงและเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่การเชื่อมต่อการบริการของเรากับลูกค้าผู้ใช้บริการและช่วยลดโอกาสของการสูญเสียวินัยได้

โครงการ Eureka มีประโยชน์มากกว่าแค่การส่งเสริมให้พนักงานพัฒนาวัฒนธรรมทางความคิด แต่เราเชื่อว่าโครงการนี้ได้ให้โอกาสพนักงานของเราบ่มเพาะความรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมและการประสบความสำเร็จที่ได้รับการยอมรับจากทั่วทั้งองค์กร วันนี้ ความสำเร็จและประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากโครงการ Eureka ได้ผลักดันให้เราต่อยอดพัฒนาโครงการนี้เพิ่มเติมให้กลายเป็นโครงการที่ดำเนินการอย่างเต็มรูปแบบ



ส่งมอบประสบการณ์
ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า

ส่งมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า

วิสัยทัศน์

- ส่งมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้าพร้อมกับการก้าวเข้าสู่ตลาดใหม่ๆ โดยอาศัยการเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ด้วยผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย ตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละคน เพื่อสร้างความแตกต่างที่เหนือกว่า ซึ่งสะท้อนซึ่งคำมั่นสัญญาของเราที่จะพยายามอย่างสุดความสามารถ เพื่อให้คุณมั่นใจว่าคุณได้ใช้ “ชีวิตในแบบคุณ”

หลักการและเหตุผล

ลูกค้ายังคงเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญมากที่สุดรายหนึ่งของเรา เนื่องจากไตรมาสแรกเป็นส่วนสำคัญในชีวิตของลูกค้า และในสังคมที่เดินหน้าไปสู่ความเป็นดิจิทัลไลฟ์สไตล์ เราเห็นว่าเอไอเอสถือเป็นผู้นำในภารกิจนี้ เพื่อทำให้การใช้ชีวิตและและโลกแห่งการทำงานของผู้คนมีประสิทธิภาพยิ่งกว่าเดิม ในขณะเดียวกัน พฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องได้ก่อให้เกิดความท้าทายแก่เอไอเอสในการที่จะคาดการณ์ถึงความต้องการและการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นอย่างแม่นยำ ตลอดจนสามารถตอบสนองได้เกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความผูกพันกับแบรนด์ของเราให้มากยิ่งขึ้นผ่านการบริการที่เป็นเลิศ

แนวทางเบื้องหน้า

เพื่อสร้างมาตรฐานใหม่ในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม เรามีจุดมุ่งหมายที่จะช่วยสนับสนุนและสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้คนเพื่อให้พวกเขาได้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการไปอีกขั้นจากบริการของเรา ด้วยการตอบสนองความต้องการที่หลากหลาย เรามีมุ่งมั่นที่จะให้ลูกค้าสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพบนเครือข่ายคุณภาพ บริการที่ล้ำสมัยล่าสุด ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายที่ออกแบบ ปรับเปลี่ยนเพื่อตอบสนองความต้องการในทุกๆกลุ่ม ซึ่งแตกต่างและมากยิ่งขึ้นในตลาด หรืออีกนัยหนึ่งก็คือเราทุ่มเทเพื่อสร้างความผูกพัน มอบความเป็นส่วนตัวและประสบการณ์ที่ดีที่สุดของลูกค้านั่นเอง

กรอบการทำงาน

ประเด็นสำคัญ	<h3>ส่งมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า</h3>		
คำมั่นสัญญา	<ul style="list-style-type: none"> ส่งมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้าพร้อมกับการก้าวเข้าสู่ตลาดใหม่ๆ โดยอาศัยการเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ด้วยผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย ตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละคน เพื่อสร้างความแตกต่างที่เหนือกว่า ซึ่งสะท้อนซึ่งคำมั่นสัญญาของเราที่จะพยายามอย่างสุดความสามารถ เพื่อให้คุณมั่นใจว่าคุณได้ใช้ “ชีวิตในแบบคุณ” 		
เป้าหมาย	สร้างความมั่นใจว่าลูกค้าทุกท่านจะได้รับการบริการที่มีคุณภาพ	ส่งมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า	พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในเชิงลึก
โครงการริเริ่ม	<ul style="list-style-type: none"> สร้างเครือข่ายที่มีคุณภาพที่ดีที่สุด ส่งมอบบริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่าง 	<ul style="list-style-type: none"> การสร้างความผูกพันและการตอบสนองความต้องการของลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> บริหารงานลูกค้าสัมพันธ์เพื่อการแก้ปัญหาโดยรวม

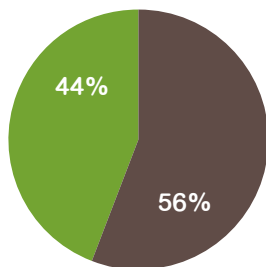
สร้างความมั่นใจว่าลูกค้าทุกท่านจะได้รับการบริการที่มีคุณภาพ^{xxxv}

เอไอเอสเป็นผู้ให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมชั้นนำของประเทศไทย ด้วยเครือข่ายคุณภาพกว่า 18,000 สถานีฐาน ใน 77 จังหวัด ครอบคลุมกว่าร้อยละ 97 ของประชากร ซึ่งถือว่ามากที่สุดในประเทศไทย แม้ว่าเราจะมีข้อจำกัดของปริมาณคลื่นความถี่ที่มีอยู่ แต่เรายังสามารถยกระดับการให้บริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ด้วยการเพิ่มความเร็วและความจุของโครงข่ายให้สามารถตอบสนอง ความต้องการใช้ข้อมูลของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากผลของการลงทุนโครงสร้างโทรคมนาคมพื้นฐานและการเติบโตของอุตสาหกรรมในประเทศ เราพยายามใช้แนวคิดวิธีที่มีจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดและติดตั้งสถานีฐานเพื่อรองรับบริการ 3G กว่า 3,600 แห่งในกรุงเทพมหานครและอีก 18 แห่งตามหัวเมืองสำคัญในพื้นที่ต่างจังหวัด ด้วยความร่วมมือจากพันธมิตร เราสามารถขยายการให้บริการครอบคลุมถึงการใช้งาน Wifi และการใช้บริการโรมมิ่งได้ และด้วยคำมั่นสัญญาที่จะส่งมอบโครงข่ายที่มีคุณภาพที่ดีที่สุดและครอบคลุมพื้นที่ใช้งานมากที่สุดให้แก่ลูกค้าของเรา เราจึงไม่หยุดนิ่งที่จะเข้าถึงพื้นที่ห่างไกลตามชนบท รวมทั้งส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายให้สามารถตอบสนองความต้องการใช้งานที่หลากหลายของแต่ละกลุ่มลูกค้าได้ ไม่ว่าจะเป็นเยาวชน ลูกค้าในพื้นที่ต่างจังหวัด ลูกค้าผู้พิการ ผู้มีรายได้น้อย หรือกลุ่มแรงงานต่างด้าว



ส่วนแบ่งการตลาดของเอไอเอสในปี 2555

อัตราผู้ให้บริการของผู้ให้บริการรายอื่นๆ



อัตราผู้ให้บริการของเอไอเอส

สร้างเครือข่ายที่มีคุณภาพที่ดีที่สุด

การยกระดับคุณภาพเครือข่าย^{xxxvi}

ในฐานะที่เป็นผู้ให้บริการโครงข่ายโทรคมนาคมชั้นนำของประเทศไทย เราจึงเดินหน้าผลักดันคุณภาพเครือข่ายของเราให้เป็นไปตามมาตรฐานคุณภาพการให้บริการ (Quality Of Service: QOS) ที่กำหนดโดยคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เรามีการทดสอบคุณภาพในการให้บริการเสียงและบริการข้อมูลโดยเปรียบเทียบกับมาตรฐาน QOS เป็นประจำทุกๆ ไตรมาส ครอบคลุม 4 เรื่อง คือ จำนวนที่โทรติดสำเร็จ จำนวนสายหลุด ความผิดพลาดของการเรียกเก็บค่าบริการ และระยะเวลาที่ลูกค้าต้องรอในการขอใช้บริการจากคอลเซ็นเตอร์ โดยผลการทดสอบสามารถยืนยันได้ว่าคุณภาพการให้บริการของเอไอเอสเป็นไปตามข้อกำหนดของมาตรฐานคุณภาพการให้บริการ ทั้งนี้ท่านสามารถดูรายงานคุณภาพการให้บริการดังกล่าวเพิ่มเติมได้ที่ <http://www.ais.co.th/corporateinfo/th/regulatory.html>

เอไอเอสยังได้ดำเนินการในหลากหลายรูปแบบเพื่อพัฒนาคุณภาพเครือข่ายของเราให้สามารถส่งมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดแก่ลูกค้าของเราได้ดียิ่งขึ้น โดยในปี 2549 เราได้จัดตั้ง “ดัชนี NRI (Network Reliability Index) โดยกำหนดให้เป็นหนึ่งใน KPI ของฝ่ายวิศวกรรม เพื่อที่จะควบคุมดูแลและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการและความเชื่อมั่นในเครือข่ายของเราให้ดียิ่งขึ้น NRI ถูกนำมาปรับใช้กับทั้งการวัดคุณภาพของบริการเสียงและบริการข้อมูลจากอัตราการโทรติดและอัตราการเชื่อมต่อข้อมูลที่สำคัญเทียบกับจำนวนครั้งของการโทรและการเชื่อมต่อข้อมูล และร้อยละของกรณีสายหลุด ซึ่งในปี 2555 นี้ เราประสบความสำเร็จจากผลตรวจวัดตามดัชนี NRI ที่มีค่าสูงกว่าเป้าหมายและผลการตรวจวัดของปีที่ผ่านมา

เราได้คิดค้นนวัตกรรมและปรับปรุงกระบวนการทำงานทางด้านวิศวกรรม โดยการนำดัชนี PPI (Process Performance Index) ที่ใช้ภายในองค์กรเพื่อวัดจำนวนครั้งที่เครื่อง่ายล่มมาเป็นตัวกำหนด ซึ่งปรากฏว่าประสบความสำเร็จถึงร้อยละ 93 โดยตรวจพบประเด็นปัญหาของเครื่อง่ายทั้งหมด 43,763 รายการ ซึ่งในจำนวนนี้ได้รับการแก้ไขแล้วทั้งสิ้น 40,850 รายการ ภายใต้ข้อตกลงของระดับการให้บริการ (Service Level Agreement: SLA) เราสามารถสรุปได้ว่าจากประเด็นปัญหาที่พบทั้งหมด มีจำนวน 2,913 รายการจากข้อตกลงของระดับการให้บริการที่เกิดจากปัจจัยภายนอก อาทิเช่น กรณีไฟฟ้าดับจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคและการไฟฟ้านครหลวง กรณีความพร้อมให้บริษัทเข้าไปตรวจสอบในช่วงกลางคืนของเจ้าของที่ดิน และอีกหลายสาเหตุ

นอกจากนี้ ในปี 2554 เราได้เปิดตัว IP competency program เพื่อพัฒนาบุคลากรทางด้าน IP Network ของเราให้มีความพร้อมสำหรับการวางโครงข่ายเทคโนโลยี 3G/LTE ที่กำลังจะมาถึงในอนาคต และสามารถส่งมอบบริการที่น่าเชื่อถือให้กับลูกค้าของเราได้ จากการจัดทำแผนพัฒนา 3 ปีเพื่อกำหนดให้เป็น KPI ขององค์กรทางด้าน IP competency ซึ่งผลที่ออกมาเป็นที่น่าพอใจอย่างยิ่ง และสูงกว่าเป้าหมายที่เราตั้งไว้ด้วย

ที่ผ่านมาเราได้ดำเนินการเพื่อพัฒนาคุณภาพเครื่อง่ายของเรามาโดยตลอด โดยตั้งแต่ปี 2552 เราไม่เคยหยุดนิ่งที่จะปรับปรุงระบบการบริหารจัดการข้อผิดพลาดแบบรวมศูนย์ (Centralized Fault Management System: CFMS) ระบบการบริหารเครื่อง่าย (Network Management System: NMS) และระบบการรับแจ้งเหตุและติดตามงาน (Trouble Ticket System: TTS) โดยการผสานการมอบหมายงานแบบอัตโนมัติเข้ากับวิศวกรฝ่ายบำรุงรักษาภาคสนามเพื่อให้จัดการกับความล้มเหลวของเครื่อง่ายที่ดียิ่งขึ้น ซึ่งปัจจุบันนี้ปัญหาที่ได้รับการแก้ไขได้อย่างมีประสิทธิภาพภายใน SLA ของเรา เรายังได้เสริมสร้างความเข้มแข็งของ NOC (Network Operation Center - ศูนย์ปฏิบัติการเครื่อง่าย) โดยการรวมศูนย์ศูนย์บัญชาการและกระจายอำนาจของศูนย์การบำรุงรักษา (Maintenance Center: MC) ในภูมิภาคย่อย 6 แห่งเพื่อรับมือกับความล้มเหลวของเครื่อง่ายในภูมิภาคย่อยต่างๆ เรามีรถเคลื่อนที่ซึ่งใช้เป็นสถานีฐานชั่วคราวเพื่อทำหน้าที่สำรองระบบเพื่อรองรับปัญหาเครื่อง่ายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากเหตุการณ์พิเศษหรือภัยพิบัติ รวมทั้งเรายังได้กระจายเครื่องกำเนิดไฟฟ้าเคลื่อนที่ไปยังศูนย์บำรุงรักษาทุกแห่งเพื่อให้บริการเป็นสถานีฐานในสถานการณ์ที่เกิดกระแสไฟฟ้าขัดข้องจาก กฟภ. หรือ กฟน. นานกว่าหนึ่งชั่วโมง

รักษาความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ^{xxxvii xxxviii}

เราให้ความสำคัญเป็นพิเศษในการให้บริการเครื่อง่ายที่มีคุณภาพสูง ครบคลุม และมีประสิทธิภาพสูงสุด รวมทั้งมีการให้บริการและนวัตกรรมที่ทันสมัยซึ่งนำมาใช้อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการรายใหม่ๆ แม้ในช่วงที่เกิดวิกฤตการณ์ทางธรรมชาติ ดังเช่น อุทกภัยในปี 2554 บริเวณพื้นที่ภาคกลางของประเทศ ทั้งผู้บริหารและพนักงานทุกคนของ เราได้ร่วมแรงร่วมใจกันเพื่อทำให้สถานีฐานของเรายังคงสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่อง ตลอดระยะเวลาที่เกิดวิกฤตการณ์ เราได้จัดทำแผนรักษาความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจเพื่อป้องกันศูนย์กลางของการเชื่อมต่อสัญญาณ รวมถึงสถานีฐาน และจัดเตรียมพนักงาน 140 คน ไว้ตลอด 24 ชั่วโมงไม่มีวันหยุด เพื่อเตรียมรับมือและเฝ้าติดตามสถานการณ์อยู่ตลอด

ในปี 2555 นี้ เราได้บูรณาการโครงสร้างการบริหารจัดการด้านความต่อเนื่องทางธุรกิจ โดยยกระดับคณะกรรมการวางแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (The Business Continuity Planning Committee) เป็นคณะกรรมการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (The Business Continuity Management Committee: BCMC) ซึ่งมีประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นประธาน และประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูงจากแต่ละสายงานจำนวน 11 คน เราได้นำมาตรฐานสากล เช่น ISO22301 มาเป็นแนวทางในการกำหนดหรือนำไปปฏิบัติสำหรับการจัดระบบการจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management system) โดยระบบการจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจแนวใหม่ของเรา ครอบคลุมถึงแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง และนำแนวทางบริหารจัดการวิกฤตของแต่ละสายงานมาผนวกอยู่ภายใต้แนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจเมื่อเกิดสภาวะวิกฤต โดยมีการฝึกซ้อมตามแผนปฏิบัติการเพื่อความต่อเนื่องทางธุรกิจและการรับมือในสถานการณ์ฉุกเฉินที่สำนักงานใหญ่ จำนวน 1 ครั้ง ต่อปี ระบบการจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจแนวใหม่ของเรา

เรายังรวบรวมประเด็นปัญหาที่อาจเกิดขึ้นทั้งหมดเข้าไว้ด้วยกัน เช่น การดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องทั้งเรื่องของเครือข่าย และการให้บริการ และเงินสำรองเพื่อช่วยเหลือพนักงานหรือผู้ที่มีส่วนสำคัญในการกำหนดทิศทางของบริษัท รวมทั้งเงินช่วยเหลือในยามฉุกเฉินสำหรับภาครัฐและหน่วยงานบรรเทาสาธารณภัย ซึ่งสิ่งต่างๆเหล่านี้ ทำให้แม้ในช่วงที่เกิดวิกฤตการณ์หรือภัยพิบัติร้ายแรง เรายังคงสามารถให้บริการประชาชนได้อย่างต่อเนื่อง ด้วยเครือข่ายและบริการที่มีคุณภาพ

ส่งมอบบริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน

นอกเหนือจากการให้บริการ Wifi hotspots เราได้ร่วมมือกับพันธมิตรคือบริษัท จัสมิน อินเทอร์เน็ตซันแนล จำกัด (JAS) ในการให้บริการ AIS-3BB hotspots จำนวน 60,000 จุด ในพื้นที่ที่มีการใช้งานสูงครอบคลุม 77 จังหวัดทั่วไทย และเรายังคงสร้างสรรค์สิ่งใหม่เพื่อการพัฒนาบริการ Wifi ไปอีกขั้น เช่น “Wifi Auto Login” หรือการเข้าใช้บริการ Wifi ของเอไอเอสและ 3BB โดยอัตโนมัติ โดยลูกค้าจะเสียเวลาลงทะเบียนเพียงแค่ครั้งเดียว

เรายังให้บริการโรมมิ่งระหว่างประเทศใน 214 ประเทศร่วมกับผู้ประกอบการจำนวน 698 ราย หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 96 ของจำนวนประเทศทั่วโลก แต่อย่างไรก็ตาม จากการหยุดดำเนินกิจการของ Manx Telecom Maritime Services1 (SHIPS) ในปี 2555 ทำให้จำนวนประเทศที่สามารถใช้บริการโรมมิ่งได้ลดลง 4 ประเทศ และจำนวนผู้ประกอบการที่ใช้โครงข่ายร่วมลดลง 60 ราย

เข้าถึงความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้า

ลูกค้าต่างชาติ^{xxxix}

จากรายงานการอพยพขององค์การสหประชาชาติประจำปี 2554 ระบุว่ามีความหลากหลายทางชาติอาศัยอยู่ในประเทศไทยมากกว่า 3.5 ล้านคน ด้วยเหตุนี้ เราจึงเปิดศูนย์บริการข้อมูลและช่วยเหลือลูกค้าทางโทรศัพท์โดยใช้ภาษาต่างประเทศ 5 ภาษา อันได้แก่ ภาษาอังกฤษ ญี่ปุ่น จีน พม่าและเกาหลี เพื่อรองรับจำนวนลูกค้าต่างชาติที่เพิ่มมากขึ้นทั้งในระดับบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล คอลเซ็นเตอร์ของเรายังให้บริการเป็นภาษาไทยท้องถิ่น 4 ภาษาด้วย ทั้งภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ซึ่งใกล้เคียงกับภาษาประจำชาติลาว)

เรามุ่งมั่นที่จะสร้างประสบการณ์ซึ่งคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าต่างประเทศของเราโดยให้พนักงานทำความคุ้นเคยกับภาษา และวัฒนธรรมอื่นๆ ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อให้พนักงานของเราสามารถตอบสนองต่อความท้าทายของการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้

หลังจากวิเคราะห์ส่วนแบ่งฐานลูกค้าระหว่างประเทศของเราแล้ว เราได้พิจารณาถึงความสามารถเฉพาะทางที่พนักงานซึ่งให้บริการแต่ละภาษาจำเป็นต้องมี และได้เปิดรับสมัครงานจากแหล่งต่างๆ เช่น สถาบันภาษา บุคลากรประจำศูนย์บริการทางโทรศัพท์ที่จะได้รับการฝึกฝนและมีการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งเรายังร่วมมือกับสถาบันภาษาต่างๆ ซึ่งในแต่ละเดือนจะส่งอาจารย์มาเพื่อพัฒนาและติดตามผลจากบุคลากรเหล่านี้ด้วย เรายังนำคำติชมของลูกค้ามาใช้เพื่อพิจารณาหาจุดที่จำเป็นต้องปรับปรุงเป็นการเฉพาะเจาะจงด้วย

ตลาดวัยรุ่น^{xi}

เอไอเอส วัน-ทู-คอล! เป็นแบรนด์พรีพวดหรือระบบเติมเงินที่มีผู้ใช้บริการมากเป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทย โดยปัจจุบันมียอดผู้ใช้บริการสูงถึง 30 ล้านเลขหมาย มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มวัยรุ่น สร้างภาพลักษณ์ภายใต้แนวความคิด “อิสระ” (Freedom) จึงเป็นที่มาของการพัฒนาสินค้าและบริการภายใต้นวัตกรรมใหม่ๆ ที่ทางเราได้ศึกษาและใส่ใจเพื่อให้รู้ถึงความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง อันจะนำมาซึ่งประสบการณ์ร่วมที่ดี และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในกลุ่มวัยรุ่นที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วได้ดียิ่งขึ้น



เอไอเอส วัน-ทู-คอล! มีแผนทำการตลาดแบบเจาะกลุ่มลูกค้า (Segmentation) โดยขยายฐานลูกค้าเข้าไปสู่กลุ่มวัยรุ่น โดยนำเสนอโปรโมชันและซิมพิเศษที่สะท้อนถึงความต้องการเฉพาะกลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษา กลุ่มนักเรียนอาชีวศึกษา และกลุ่มนิสิตและนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัย โดยซิมพิเศษนี้ นักเรียนที่มีอายุระหว่าง 12 ถึง 18 ปี สามารถนำไปใช้เพื่อโทรหาหมายเลขอื่นๆที่อยู่ในเครือข่ายเอไอเอสได้ในราคาพิเศษและเมื่อโทรก็ทำตามที่มีการเติมเงินเข้าระบบไม่ว่าจะเป็นจำนวนเท่าไร ลูกค้าจะได้วันใช้งานเพิ่มอีก 60 วัน นอกจากนี้เรายังจัดหาสิทธิพิเศษที่ลูกค้าสามารถเลือกใช้ได้ตามความชอบเมื่อมีการลงทะเบียนเข้าร่วมเป็นสมาชิก School club member

สำหรับนิสิตและนักศึกษาที่มีอายุระหว่าง 19-23 ปี จะได้รับอัตราค่าบริการถูกลง พร้อมด้วยสิทธิประโยชน์จำนวนมากเมื่อลงทะเบียนเป็นสมาชิก “U Plus” ไม่ว่าจะเป็นสามารถโทรข้ามประเทศ การรับรู้กิจกรรมและข่าวสารของมหาวิทยาลัย ตารางเรียน รวมถึงตารางสอบ และผลการสอบซึ่งจะส่งตรงให้แบบเรียลไทม์ผ่านบริการข้อความ (SMS)

พื้นที่ห่างไกล^{xii}

เอไอเอสมีความยินดีที่จะปฏิบัติตามสัญญาการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม (The Universal Service Obligation: USO) ซึ่งมีผลบังคับกับผู้ประกอบการโทรคมนาคมรายใหญ่ของประเทศ เพื่อให้มั่นใจว่าจะมีสัญญาณครอบคลุมทั่วประเทศ รวมทั้งในพื้นที่ชนบทอันห่างไกลแม้ว่าการให้บริการดังกล่าวอาจจะไม่สร้างกำไรได้มากเท่าที่ควรก็ตาม

ในการดำเนินโครงการร่วมกับคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เราได้จัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงในพื้นที่ห่างไกล ทั้งการติดตั้งโทรศัพท์สาธารณะและสร้างศูนย์อินเทอร์เน็ตโรงเรียน ด้วยความมุ่งหวังที่จะเพิ่มโอกาสทางการศึกษา และลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม

โดยที่ผ่านมา เราติดตั้งโทรศัพท์สาธารณะไปแล้วจำนวน 140 เครื่องในพื้นที่ชุมชน และสร้างศูนย์อินเทอร์เน็ตโรงเรียนจำนวน 30 แห่ง อินเทอร์เน็ตชุมชนจำนวน 48 แห่ง และอีก 6 แห่งในพื้นที่สาธารณะ

ผู้บกพร่องทางการได้ยิน^{xiii}

เพื่อเป็นการช่วยเหลือผู้บกพร่องทางการได้ยินให้สามารถเข้าถึงบริการได้อย่างคุ้มค่า เราได้ประสานงานไปยังสมาคมคนหูหนวกแห่งประเทศไทยเพื่อนำเสนออัตราค่าบริการในระบบเติมเงินสำหรับการใช้บริการข้อมูลเพียง 25 สตางค์ต่อนาที บริการส่งข้อความ (SMS) ภายในเครือข่ายเอไอเอส 3,000 ข้อความและ MMS 1,500 ครั้งไปยังเครือข่ายใดก็ได้ โดยเหมาจ่ายเพียงเดือนละ 99 บาท (กรณีส่ง SMS นอกเครือข่าย คิดเพิ่มข้อความละ 1 บาท) โดยในปัจจุบันมีผู้ใช้งานจำนวนทั้งสิ้นกว่า 5,800 ราย นอกจากนี้เอไอเอสยังจัดให้มีบริการ “iSign” เพื่อให้ลูกค้าผู้บกพร่องทางการได้ยินสามารถสอบถามข้อมูลพนักงานคอลเซ็นเตอร์โดยใช้ภาษามือผ่านทางเว็บแคม โดยพนักงานจะให้บริการด้วยภาษามือเช่นเดียวกัน

กลุ่มผู้มีรายได้น้อย^{xliii xiv xiv}

เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ในกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและไม่มีรายได้อื่นที่ปิดใช้งานเป็นครั้งแรก เอไอเอสได้นำเสนอซิมพิเศษสำหรับทั้งเด็กและผู้ใหญ่ที่เน้นการรับสายมากกว่าโทรออกเพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับลูกค้า

โดยซิมพิเศษนี้ได้ถูกออกแบบให้เน้นที่การรับสาย และเมื่อโทรก็ตามที่ลูกค้ามีการเติมเงินเข้าระบบ ลูกค้าจะได้วันใช้งานเพิ่มอีก 60 วัน โดยจำกัดการเติมเงินสูงสุดอยู่ที่ 3,000 บาท และจำกัดการใช้งานสูงสุดนาน 365 วัน ปัจจุบันนี้มีลูกค้าที่ใช้บริการแล้วประมาณ 2 ล้านราย

ผู้อพยพและแรงงานต่างด้าว^{xlxi}

ประเทศไทยเป็นที่ดึงดูดในการอพยพย้ายถิ่นมาพำนักและการเข้ามาประกอบอาชีพของแรงงานต่างด้าวเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะจาก 3 ประเทศเพื่อนบ้านทั้งพม่า ลาว และกัมพูชา ซึ่งคาดว่าปัจจุบันมีจำนวนประมาณ 1 ล้านคน ไม่รวมครอบครัวผู้ติดตามและแรงงานต่างด้าวที่ไม่ได้จดทะเบียนตามกฎหมาย เราเล็งเห็นถึงความสำคัญในการตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้และครอบครัวผู้ติดตามซึ่งอาศัยและประกอบอาชีพอยู่ในประเทศไทย เราจึงจัดให้มีซิมพิเศษ “Meng Kala Ba” ที่ออกแบบมาสำหรับการติดต่อสื่อสารภายในกลุ่มเชื้อชาติของตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มชาวพม่าและชาวลาวจำนวนมากที่อาศัยอยู่ในจังหวัดต่างๆ เช่น สมุทรสาคร ราชบุรี และตาก ลูกค้าจะสามารถโทรหาหมายเลขภายในกลุ่มของตนได้ในอัตราค่าบริการพิเศษ โดยกำหนดให้เติมเงินขั้นต่ำเพียง 50 บาทใช้งานได้ถึง 30 วัน ซึ่งขณะนี้มียอดลูกค้าที่ใช้บริการอยู่ประมาณ 12,000 ราย

ยิ่งไปกว่านั้น เราได้ออกซิมวัน-ทู-คอล! สำหรับแรงงานชาวพม่าและกัมพูชาที่ช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เป็นภาษาท้องถิ่นของตนเอง เพื่อให้ลูกค้าได้รับข่าวสารล่าสุดเกี่ยวกับกิจกรรมและบริการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ของเอไอเอส เช่น การดาวน์โหลดเพลงภาษาพม่า และจัดให้มีคอลเซ็นเตอร์ที่ให้บริการเป็นภาษาพม่าอีกด้วย

ส่งเสริมประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า

เอไอเอสให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับการมีส่วนร่วมและตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อส่งเสริมประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า โดยการมีส่วนร่วมของลูกค้าช่วยให้เราได้รับฟังคำชมเชยและคำแนะนำจากลูกค้า เพื่อที่จะนำมาปรับปรุงการให้บริการที่เป็นธรรม รวมทั้งส่งเสริมสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง

สร้างความผูกพันและตอบสนองความต้องการของลูกค้า

เพราะลูกค้าเป็นหัวใจหลักในการดำเนินธุรกิจของเอไอเอส เราจึงได้จัดตั้งทีมที่อุทิศตนเพื่อบริหารจัดการและขับเคลื่อนกิจกรรมต่างๆ อันจะทำให้ลูกค้ามีประสบการณ์ที่ดีที่สุดกับเรา และด้วยการดูแลตั้งแต่แรกเริ่มที่ลูกค้าได้เข้ามาสัมผัสประสบการณ์กับเอไอเอสไปจนถึงการบรรลุเป้าหมายของลูกค้า ทำให้เราสามารถตอบสนองความต้องการและสรรหาการบริหาร เพื่อตรวจสอบรูปแบบประสบการณ์ของลูกค้า ตั้งแต่ต้นทางถึงปลายทางช่วยให้เราสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและแก้ไขปัญหาและส่งเสริมบริการรูปแบบใหม่ๆ ซึ่งตอบโจทย์รูปแบบการใช้ชีวิตที่แตกต่างกันของลูกค้าได้

คำติชมของลูกค้าเป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จในการให้บริการของเราได้เป็นอย่างดี เราจึงจัดให้มีหลากหลายช่องทางเพื่อรับความคิดเห็นดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นทางบริการเสียง (ศูนย์บริการลูกค้าเอไอเอสและคอลเซ็นเตอร์สำหรับลูกค้าทั่วไป ลูกค้าเซเรเนด และลูกค้าองค์กร) และผ่านบริการข้อมูล (อีเมล, การแชท, การส่งข้อความ (SMS), เว็บไซต์, Facebook, ไปรษณีย์ และโทรสาร) ซึ่งทุกช่องทางเหล่านี้สามารถรับคำติชมจากลูกค้าได้เป็นอย่างดี และเพื่อให้เราสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

เราจึงมีนโยบายที่จะแก้ไขข้อร้องเรียนของลูกค้าให้จบภายในการติดต่อเพียงแค่ครั้งเดียว กรณีที่พบว่าข้อร้องเรียนดังกล่าวต้องถูกส่งต่อไปยังแผนกอื่น ข้อร้องเรียนนี้จะต้องได้รับการติดตามผลอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้มั่นใจว่าได้รับการแก้ไขเรียบร้อยแล้ว โดยทุกๆ ข้อร้องเรียนจะถูกบันทึกไว้ในระบบเพื่อให้ลูกค้าและตัวแทนของพวกเขาสามารถทราบถึงแนวทางแก้ไขต่างๆ รวมทั้งวิธีการที่ถูกนำมาใช้เพื่อลดจำนวน ข้อร้องเรียนที่เกิดขึ้น ในฐานะที่มันเป็น KPI ตัวหนึ่งของทีมบริการ

ในกรณีเร่งด่วน ระบบจะทำการดึงสายนั้นๆ ขึ้นมาโดยอัตโนมัติ เพื่อให้ปัญหาได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว กระบวนการต่างๆ จะถูกนำมาใช้เพื่อกำหนดสิทธิและฟื้นฟูให้กลับสู่สภาวะปกติ ช่วยให้การแก้ไขปัญหาในหลายๆ ประเด็นเป็นไปตามฐานข้อมูลลูกค้าและผลกระทบที่เกิดขึ้น ในกรณีที่มีการร้องเรียนจากหน่วยงานภาครัฐ วิธีการแก้ไขปัญหาและบันทึกการแก้ไขจะต้องถูกส่งกลับไปแจ้งให้แก่หน่วยงานดังกล่าวทราบด้วย

สร้างความผูกพันกับลูกค้า^{xlvii}

เนื่องจากลูกค้าเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญต่อเรา เราจึงผนวกคะแนนการวัดความผูกพันของลูกค้าต่อแบรนด์เอไอเอสเข้าไปรวมอยู่ในการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร (Corporate Balanced Scorecard) ซึ่งการประเมินความผูกพันของลูกค้าต่อองค์กรจะถูกจัดทำเป็นประจำทุกๆ ไตรมาส โดย Gallup และนำไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานสากล เรามีความภาคภูมิใจที่จะบอกว่าตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา เราสามารถประสบความสำเร็จเรื่องการสร้างความผูกพันของลูกค้าต่อแบรนด์ตาม “มาตรฐานในระดับโลก” ได้ก่อนหน้านี้ ในปี 2551 เราเคยนำดัชนีความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Index: CSI) และมาตรฐานการประเมินตามระบบสากลในการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ามาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดกลยุทธ์องค์กรดังกล่าว อย่างไรก็ตามในปีเดียวกันนี้ เราได้ยกระดับดัชนีความพึงพอใจของลูกค้าดังกล่าวให้เป็นคะแนนการสร้าง ความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อแบรนด์

โดยจากการที่เราให้ความสำคัญกับลูกค้า เราจึงมีการประเมินการสร้าง ความผูกพันกับลูกค้าในทุกๆ ไตรมาส โดยมีการเก็บข้อมูลทั้งทางโทรศัพท์และการสัมภาษณ์เป็นรายสัปดาห์ รวมถึงการส่งข้อความอัตโนมัติผ่านเครือข่ายโทรศัพท์ของเรา นอกจากนี้เครื่องมือเพื่อรับฟังข้อเสนอแนะจากลูกค้าได้ถูกสร้างขึ้น โดยหมายรวมถึงทั้งการปิดรับฟังเสียงจากลูกค้าโดยตรง การรับฟังผ่านสังคมออนไลน์ (Facebook และ Twitter) หรือผ่านงานวิจัยของบุคคลที่สาม และการใช้วิธีโทรศัพท์สอบถาม

ทุกวันนี้ เรายังคงใช้ดัชนี CSI เป็นเครื่องมือเพื่อประเมินความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ อย่างไรก็ตาม ข้อมูลที่เราได้รับมาจากช่องทางที่หลากหลายของการสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication) จะถูกป้อนลงในแบบ CSI และถูกนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดโดยการถูกบรรจุเป็น KPI ของเคลวิช ตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับอนุญาตให้ใช้ตราสินค้าของเอไอเอสแต่เพียงผู้เดียว ซึ่งแสดงถึงความสำคัญที่เรามอบให้กับการสร้างความผูกพันกับลูกค้าต่อแบรนด์ของเรา

สำหรับขั้นตอนการประเมินตามดัชนี CSI ให้เสร็จสมบูรณ์นั้น เราได้ทำการสุ่มสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งเผยให้เห็นข้อร้องเรียนสูงสุด 5 ประเด็น ได้แก่ การได้รับข้อความส่งเสริมการขาย เงินหายไปจากการสมัครแพคเกจหรือใช้บริการ content ของพันธมิตรต่างๆ ปัญหาเรื่องเครือข่าย ปัญหาในการใช้แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน และปัญหาหมายเลขใช้งานไม่ได้ เป็นต้น ซึ่งเรามุ่งมั่นที่จะแก้ไขข้อร้องเรียนต่างๆ เหล่านี้โดยเร็วที่สุด เพราะลูกค้าคือบุคคลสำคัญของเรา ในปีที่ผ่านมา เราพบว่าเราสามารถแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนของลูกค้าได้ภายในเวลาที่เหมาะสม โดยเฉลี่ยแล้วถึงร้อยละ 97 ของจำนวนข้อร้องเรียนทั้งหมด

พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในเชิงลึก

การทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้า ช่วยให้เราสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ทันสมัย ตลอดจนมอบประสบการณ์แบบครบวงจรซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในอนาคตได้ ในบรรดาช่องทางต่างๆ ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อสร้างความผูกพันกับลูกค้า “เสียงของลูกค้า” ช่วยให้เราสามารถก้าวทันรูปแบบการใช้ชีวิตที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและเข้าถึงความต้องการลึกๆ ของลูกค้าได้ โดยการถอดรหัสการเข้าถึงความต้องการลึกๆ นี้จะช่วยให้เรามั่นใจได้ว่าลูกค้าของเราถูกทำให้พึงพอใจด้วยเทคโนโลยีที่สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลได้อย่างรวดเร็ว

บริหารงานลูกค้าสัมพันธ์เพื่อการแก้ปัญหาโดยรวม

จุดมุ่งหมายของเราคือการสร้างความแตกต่างให้กับลูกค้าของเอไอเอสด้วยการส่งมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่สังคมที่กำลังเคลื่อนไปสู่รูปแบบการใช้ชีวิตที่เป็นดิจิทัลไลฟ์สไตล์มากขึ้น ในปีเราได้ยกระดับแผนการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) ขึ้นไปอีกขั้น ด้วยการพัฒนาเครื่องมือ CRM ใหม่ขึ้นมา ที่จะช่วยทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกของลูกค้าอย่างละเอียด เช่น พฤติกรรมการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือการเลือกซื้อโทรศัพท์ ทำให้เราสามารถแก้ไขปัญหาลูกค้าได้ดียิ่งขึ้นหรือให้คำปรึกษากับลูกค้าได้อย่างตรงจุด และด้วยความเข้าใจลูกค้าที่เพิ่มขึ้นนี้เอง เราจึงสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า โดยเครื่องมือที่ถูกพัฒนาขึ้นใหม่นี้ได้พิสูจน์แล้วว่า มีประสิทธิภาพสูง ด้วยอัตราการตอบรับที่เพิ่มขึ้น 15% จากการเปิดตัวแคมเปญ CRM ของเรา

โครงการรูปแบบใหม่ๆ หลายโครงการได้ถูกนำมาใช้ในปี 2555 จากการที่ลูกค้ามีการใช้งานบริการทางด้านข้อมูลบนโทรศัพท์มือถือมากขึ้น หนึ่งในนั้นคือการพัฒนาความรู้และขีดความสามารถของพนักงานเพื่อให้กลายเป็น “Device Guru” ซึ่งสามารถให้บริการได้อย่างเชี่ยวชาญและตอบสนองต่อความต้องการและรูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าของเราได้ เรายังได้มีการลงทุนพัฒนานวัตกรรมทางด้านบริการใหม่ อย่างต่อเนื่อง ด้วยการเปิดตัวตู้รับชำระค่าบริการอัตโนมัติ (payment kiosk) เพื่อลดระยะเวลาการชำระเงินของลูกค้าในศูนย์บริการแต่ละครั้ง รวมทั้งยังเป็นการช่วยให้พนักงานของเราได้ตอบและช่วยให้ลูกค้าเข้าใจถึงบริการใหม่ๆ ของเราด้วย “การทำความรู้จักลูกค้าของเรา” ได้พัฒนาไปมากกว่าการดูแลลูกค้าเมื่อมีการเปิดให้บริการภายในประเทศเท่านั้น

หากแต่ทีมงานบริการโรมมิ่งระหว่างประเทศก็มีความกระตือรือร้นเป็นอย่างมากในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ใช้สมาร์ตโฟนที่เปิดบริการโรมมิ่งเพื่อไปใช้งานในต่างประเทศด้วย โดยเฉพาะการสร้างประสบการณ์ที่ดีขึ้น เช่น การแก้ปัญหาค่าบริการที่สูงโดยไม่ตั้งใจ ซึ่งเป็นปัญหาที่พบได้บ่อยสำหรับผู้ใช้งานสมาร์ตโฟนหลายราย

นอกเหนือจากบริการคุณภาพที่เรามอบให้แก่ลูกค้าแล้ว เอไอเอสยังมุ่งมั่นที่จะส่งมอบความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าผ่านทางสิทธิพิเศษต่างๆ ของเรา ไม่ว่าจะเป็นการช้อปปิ้ง ร้านอาหาร ความบันเทิง และการเดินทาง โดยในปีนี้มีจำนวนลูกค้าที่เข้าร่วมในโครงการเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 20 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2554 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความทุ่มเทของเราที่จะทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้าและความมุ่งมั่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ในเชิงลึก

ทั้งนี้ ท่านสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการ CRM ของเอไอเอสได้จากรายงานประจำปีของเรา

ปกป้องความเป็นส่วนตัวของลูกค้า

การปกป้องความเป็นส่วนตัวของลูกค้าเป็นข้อกำหนดขั้นพื้นฐานและความคาดหวังของลูกค้าอย่างหนึ่ง เรามีการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าเท่าที่จำเป็นตามที่กฎหมายกำหนด โดยต้องได้รับความยินยอมจากลูกค้า ซึ่งลูกค้าระบบรายเดือนที่ประสงค์จะสมัครใช้บริการจะต้องแจ้งชื่อและที่อยู่กับทางบริษัท ในขณะที่ลูกค้าระบบเติมเงินจะต้องแสดงตนว่าเป็นลูกค้าที่ประสงค์จะใช้บริการอย่างชัดเจน

เราได้ดำเนินการมาตรการในทางปฏิบัติจำนวนมากเพื่อปกป้องข้อมูลและความเป็นส่วนตัวของลูกค้าของเรา โดยฐานข้อมูลลูกค้าจะถูกป้องกันไม่ให้บุคคลที่สามนำไปใช้ในทางที่ผิด และกระบวนการต่างๆ ถูกนำมาเพื่อเป็นหลักประกันว่ามีเพียงพนักงานซึ่งมีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องเท่านั้นที่ได้รับอนุญาตให้เข้าถึงข้อมูลของลูกค้าได้ เรามีระบบป้องกันการเข้าถึงข้อมูลของลูกค้าเพื่อจำกัดการเข้าถึงข้อมูลที่เป็นความลับส่วนบุคคลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสำหรับข้อมูลที่เกี่ยวข้องสูง จะมีระบบป้องกันที่เข้มงวดมากขึ้นจะถูกนำมาใช้โดยผู้ที่ประสงค์จะเข้าถึงฐานข้อมูลอาจจำเป็นต้องได้รับอนุญาตจากฝ่ายกฎหมายก่อน พนักงานที่มีหน้าที่ซึ่งจำเป็นต้องเข้าถึงฐานข้อมูลของลูกค้าจะต้องลงชื่อรับรองว่าจะเก็บรักษาข้อมูลเป็นความลับ และห้ามนำไปใช้งานผิดวัตถุประสงค์ ห้ามเผยแพร่ และห้ามเข้าถึงโดยไม่ได้รับอนุญาต การปกป้องข้อมูลของลูกค้าของเราเป็นเรื่องสำคัญยิ่งสำหรับเอไอเอส โดยพนักงานที่ไม่ปฏิบัติตามนโยบายของเราจะได้รับบทลงโทษที่ร้ายแรง

ในปีนี้ เรากำลังอยู่ระหว่างการตรวจทานประเด็นเรื่องความปลอดภัยของข้อมูลและพัฒนาเรื่องของสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลในภาพรวมของทั้งองค์กรอันใหม่ โดยขั้นตอนในการเข้าถึงสิทธิสำหรับการใช้ข้อมูลอันใหม่นี้จะช่วยเพิ่มความรัดกุมในการเก็บบันทึกรายชื่อผู้ที่มีสิทธิใช้งาน ปรับปรุงขั้นตอนการอนุญาตและกระบวนการยกเลิกสิทธิให้เป็นระบบมากขึ้น รวมทั้งทำให้การให้รายละเอียดของสิทธิการเข้าถึงข้อมูลในแต่ละระดับมีความถูกต้องแม่นยำมากยิ่งขึ้น



สรรสร้างนวัตกรรมที่
เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

สร้างสรรค์นวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

วิสัยทัศน์

- สร้างสรรค์นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์และบริการ ที่ใช้สะดวกและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะเป็นการสร้างพลังให้ผู้คนและตอบสนองความต้องการของคนในอนาคต

หลักการและเหตุผล

จากวิกฤตการณ์เปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น เราจึงมุ่งมั่นในการสร้างสรรค์การเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยได้นำแนวทางการบริหารจัดการในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ในกระบวนการทำงานทั้งภายในและภายนอกบริษัท ซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการของเราไม่เพียงแต่ช่วยบรรเทาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังช่วยสร้างคุณค่าและส่งเสริมการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้โครงการเครือข่ายสีเขียวและโครงการพัฒนาบริการอิเล็กทรอนิกส์ของเรายังเป็นการงานรับต่อการรณรงค์ให้ภาคธุรกิจหันมาใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

แนวทางเบื้องหน้า

เราอยู่ในระหว่างการพัฒนาบริการและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะริเริ่มพัฒนาเครือข่ายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งจะคำนึงถึงผลกระทบต่อสภาพภูมิอากาศ โดยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก นอกจากนี้เอไอเอส ยังคงคิดค้นและสร้างวัฒนธรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมผ่านผู้ที่มีบทบาทสำคัญในกระบวนการดำเนินงาน ซึ่งการบริการและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจะสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าตลอดจนส่งเสริมให้ทุกคนตระหนักและร่วมกันใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม

กรอบการทำงาน

ประเด็นสำคัญ	<p style="text-align: center;">สร้างสรรค์นวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</p>	
คำมั่นสัญญา	<ul style="list-style-type: none"> • สร้างสรรค์นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์และบริการ ที่ใช้สะดวกและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะเป็นการสร้างพลังให้ผู้คนและตอบสนองความต้องการของคนในอนาคต 	
เป้าหมาย	<p>สร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม</p>	<p>บริหารจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของเรา</p>
โครงการ	<ul style="list-style-type: none"> • ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในกระบวนการเรียกเก็บค่าบริการและการชำระค่าบริการ เพื่อแสดงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> • บริหารการใช้พลังงานผ่านเครื่อง่ายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการประหยัดพลังงานภายในองค์กร • การจัดการวัสดุสิ้นเปลือง

สร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เอไอเอสได้ริเริ่มสร้างสรรค์การดำเนินโครงการต่างๆ เพื่อช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกระบวนการเรียกเก็บค่าบริการและการชำระค่าบริการ โดยมีเป้าหมายที่จะร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและส่งเสริมให้ลูกค้าตระหนักถึงความสำคัญของการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งการเรียกเก็บเงินและการชำระค่าบริการผ่านอินเทอร์เน็ตและการทำธุรกรรมผ่านเครือข่ายมือถือของเอไอเอส จะช่วยอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าไม่ต้องเดินทาง และลดปริมาณการใช้กระดาษ ซึ่งเป็นวิธีการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการให้บริการที่ตอบสนองวิถีการดำเนินชีวิตของลูกค้าในปัจจุบัน

ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านการเรียกเก็บค่าบริการและการชำระค่าบริการ เพื่อสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน

ลูกค้าระบบเหมาจ่ายรายเดือน

eStatements^{xlviii} เราลดปริมาณการใช้กระดาษและค่าใช้จ่ายในการจัดส่งไปรษณีย์ โดยส่งใบแจ้งค่าใช้จ่ายบริการผ่านทางอีเมลที่มีรูปแบบเหมือนกับใบแจ้งค่าบริการปกติ จากเดิมที่เราเคยจัดส่งใบแจ้งค่าบริการเป็นไฟล์แนบไปกับอีเมล แต่ในปัจจุบันเราได้ส่งลิงก์ไปให้ลูกค้า ซึ่งจะเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ AIS eService แทน ซึ่งจะช่วยลดปริมาณการรับ ส่งข้อมูลผ่านทางอีเมลเช่นกัน

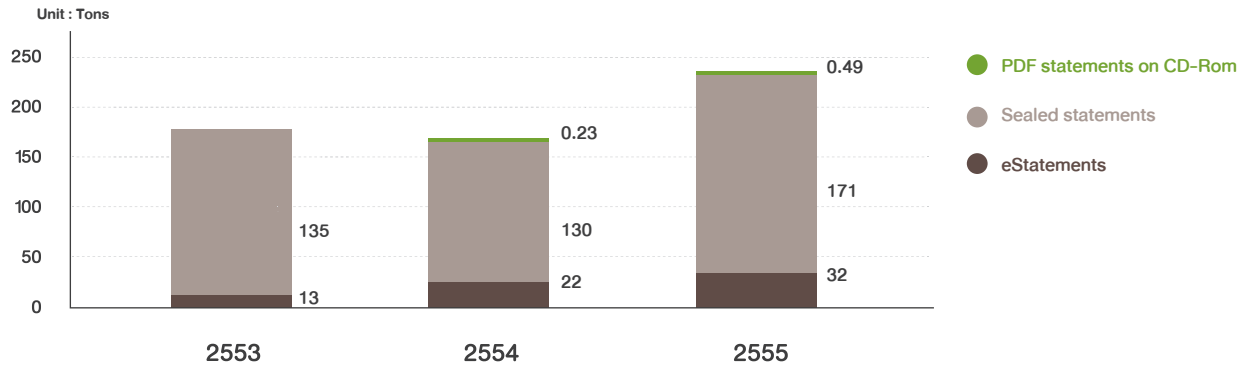
Sealed Statements^{xlix} สำหรับลูกค้าที่ยังคงเลือกรับใบแจ้งค่าบริการผ่านทางไปรษณีย์ เราได้ปรับเปลี่ยนความหนาของซองที่ใช้ใส่เอกสาร โดยจัดพิมพ์ข้อมูลพื้นฐานลงในกระดาษพับสามทบ ส่วนในกรณีที่ลูกค้าต้องการงอรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้งานโทรศัพท์มือถือ เช่น การโทรออกต่างประเทศ เราจะพิมพ์ข้อมูลลงบนแผ่นกระดาษขนาด A4 ใส่ซองปิดผนึกแล้วจัดส่งให้ตามในรอบบิล

PDF Statements on CD-Rom นอกจากการแจ้งค่าบริการผ่านทางอีเมลและซองปิดผนึกแล้ว เรายังแจ้งค่าบริการให้กับลูกค้าผ่าน การแนบไฟล์ PDF ลงในแผ่นซีดีรอมได้อีกด้วย

ผลจากการใช้ใบแจ้งค่าบริการผ่านทางอีเมล ใบแจ้งหนี้แบบไร้ซองปิดผนึก และใบแจ้งหนี้ในรูปแบบ PDF ในแผ่น CD-Rom ช่วยลดปริมาณการใช้กระดาษลงดังนี้



ปริมาณกระดาษที่ลดลงจากการใช้บริการ (EN26)

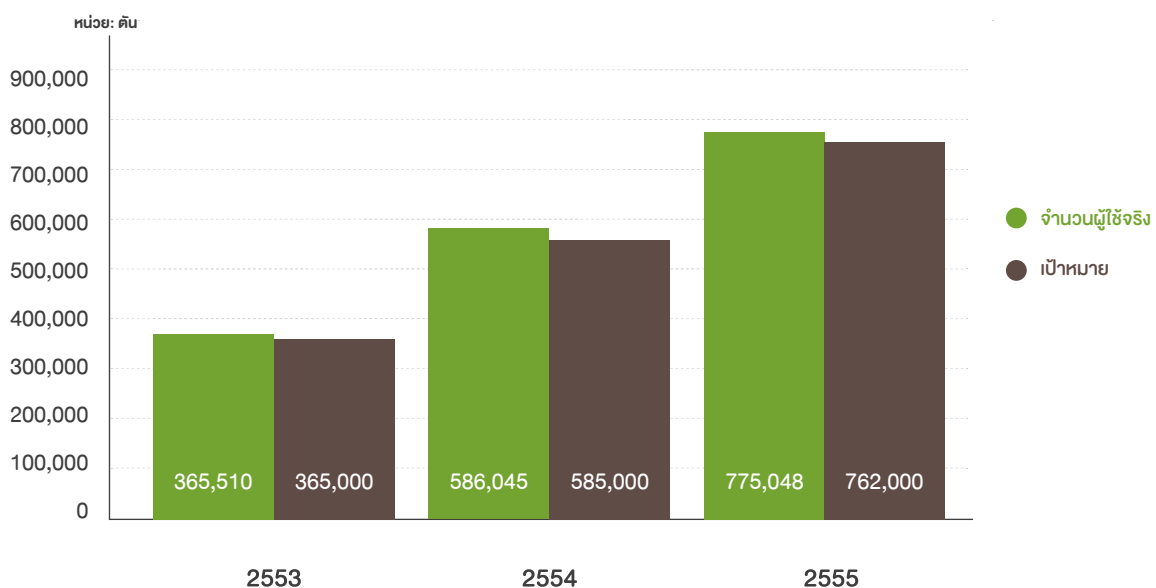


ลูกค้าระบบเติมเงิน

การเติมเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

ในอดีต ลูกค้าระบบเติมเงินนิยมซื้อบัตรเติมเงินจากช่องทางการจัดจำหน่ายของเอไอเอส แต่ในปัจจุบัน เราได้พัฒนาระบบการเติมเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น เครื่องเติมเงินอัตโนมัติ ตู้เอทีเอ็ม การทำธุรกรรมทางโทรศัพท์ ผ่านทางธนาคาร ผ่านอินเทอร์เน็ต และบริการ mPAY ปัจจุบันเอไอเอส มีช่องทางเติมเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มากกว่า 400,000 ช่องทาง และกำลังมองหาช่องทางอื่นๆ เพิ่มขึ้น เพื่อขยายการเติมเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งขณะนี้มียอดการใช้งานคิดเป็น 80% ของการเติมเงินทั้งหมด เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าใช้บริการเติมเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น ขณะเดียวกันเราได้ปรับอัตราค่าธรรมเนียมขั้นต่ำให้อยู่ที่ 10 บาทต่อรายการ ลดลงจากในอดีตที่อัตราขั้นต่ำอยู่ที่ 50 บาท ซึ่งการทำธุรกรรมผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ไม่เพียงแต่ช่วยลดปริมาณการใช้พลังงาน แต่ยังช่วยลดต้นทุนการผลิตและการจัดส่งจากจำนวน 700 ล้านบาทต่อปีเหลือเพียง 72 ล้านบาท

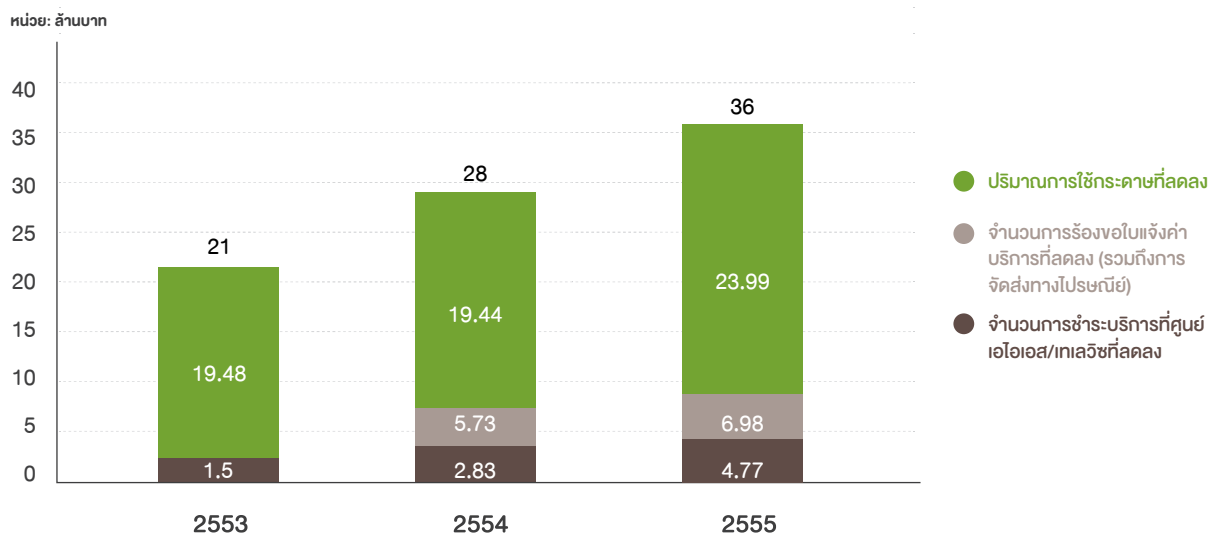
จำนวนผู้ใช้บริการเติมเงินผ่าน eService [EN26]



ความคิดริเริ่มในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเหล่านี้ ทำให้เรา :

- **ลด** ปริมาณการใช้กระดาษ ไม่ว่าจะเป็นจดหมาย ซองจดหมาย โบรชัวร์ และการ์ดต่างๆ โดยในปี 2555 เราลดปริมาณการใช้กระดาษลง ซึ่งเป็นผลมาจากการใช้เติมเงินผ่าน eTop-up eStatement eService และบัตรเติมเงินที่ทำจากกระดาษรีไซเคิล ซึ่งมีปริมาณประมาณ 203 ตัน
- **ประหยัด** เวลาและค่าใช้จ่ายของลูกค้าและพนักงาน โดยการเสนอช่องทางใหม่ในการทำธุรกรรมด้วยตนเองผ่านโทรศัพท์มือถือและคอมพิวเตอร์ โดยในปี 2555 เอไอเอสสามารถประหยัดรายจ่าย ได้เป็นจำนวนเงินถึง 35.7 ล้านบาท จากการเปลี่ยนไปใช้การชำระเงินผ่านทางช่องทางบริการอิเล็กทรอนิกส์ (eService) การขอรายละเอียดการโทรศัพท์ผ่านทาง eService และการลดปริมาณการใช้กระดาษและซองจดหมาย ซึ่งมาตรการเหล่านี้ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายได้อย่างมากเมื่อเทียบกับ 2 ปีก่อน จากการพยายามรณรงค์ให้ลูกค้าของเราเปลี่ยนไปใช้ eServices แทน

จำนวนทรัพยากรที่ประหยัดได้



- **ลด** เวลาของพนักงานในการแก้ไขปัญหาพื้นฐานให้แก่ลูกค้า ซึ่งช่วยให้พนักงานมีเวลาในการดูแลและแนะนำบริการให้แก่ลูกค้ามากขึ้น และสามารถให้บริการอย่างครบวงจรให้แก่ลูกค้า
- **ลด** การโทรทางไกลระหว่างประเทศสำหรับลูกค้าเอไอเอส เพราะลูกค้าสามารถค้นหาบริการที่ต้องการได้จากในเว็บไซต์ของเราได้ทุกแห่งบนโลก โดยไม่ต้องติดต่อเอไอเอส คอลล์ เซ็นเตอร์

การจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงาน

เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างยั่งยืน เราจึงปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม โดยยึดแนวทางเหล่านี้มาเป็นกรอบในการปฏิบัติ รวมทั้ง ให้ความสำคัญต่อการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการดูแลบำบัดของเสียที่อาจเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นที่สถานีฐานหรือภายในอาคารสำนักงานของเอไอเอส

บริหารการใช้พลังงานผ่านเครื่อง่ายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและนโยบายประหยัดพลังงานของเอไอเอส

เครื่อง่ายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมⁱ

เราขยายเครื่อง่ายครอบคลุมทั่วประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่ออำนวยความสะดวกในการเชื่อมต่อโทรศัพท์มือถือให้ลูกค้าได้ใช้งานอย่างต่อเนื่องทุกที่ ทุกเวลา ขณะเดียวกันเราก็คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการใช้พลังงานของสถานีฐานและการก่อสร้าง โดยเรามีเป้าหมายที่จะสร้าง “เครื่อง่ายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม”

นอกจากการใช้พลังงานทดแทน เช่น ไบโอดีเซล เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าให้แก่สถานีฐานแล้ว เรายังติดตั้งฉนวนป้องกันความร้อนที่ชุมสาย เพื่อช่วยประหยัดพลังงานและรักษาอุณหภูมิในสถานีฐานให้คงที่ ซึ่งช่วยลดจำนวนการใช้เครื่องปรับอากาศที่สถานีฐานและทยอยปรับเปลี่ยนสถานีฐานเดิมซึ่งใช้เครื่องปรับอากาศมาใช้เป็นพัดลมคุณภาพสูงแทน

พัดลมคุณภาพสูง ปัจจุบันนี้สถานีฐานมากกว่า 10,000 แห่งได้เปลี่ยนมาใช้พัดลมคุณภาพสูงแทน ซึ่งคิดเป็น 70% ของสถานีฐานทั้งหมด ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยลดปริมาณการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงได้ถึงสถานีละ 30% แต่ยังช่วยลดปริมาณคลอโรฟลูออโรคาร์บอน (CFC) ที่ปล่อยออกสู่ชั้นบรรยากาศอีกด้วยⁱⁱ

พลังงานจากกังหันลม เรายืมใช้พลังงานจากลมเพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) ซึ่งเป็นก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากการทำกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ อันก่อให้เกิดผลกระทบต่อภาวะโลกร้อน โดยได้นำพลังงานจากกังหันลมไปติดตั้งที่บริเวณชายหาดบ้านอำเภอ จังหวัดชลบุรี เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าให้แก่สถานีฐาน และสร้างแสงสว่างให้แก่ไฟส่องถนน รวมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วยⁱⁱⁱ

การใช้พลังงานแสงอาทิตย์ การใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในการผลิตกระแสไฟฟ้าช่วยให้เราสามารถลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) ได้เช่นกัน นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งพลังงานใหม่ที่ช่วยให้เราสามารถผลิตกระแสไฟฟ้าให้แก่สถานีฐานที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกลและไม่มีไฟฟ้าใช้ในบริเวณนั้น ปัจจุบัน เรามีแหล่งผลิตพลังงานแสงอาทิตย์ จำนวน 22 แห่งทั่วประเทศ โดยมีห้องควบคุมความเย็นที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยลดปริมาณการใช้พลังงานลงได้ 10-20% และเราได้ปรับเปลี่ยนระบบระบายอากาศโดยการนำพัดลมคุณภาพสูงมาใช้แทนเครื่องปรับอากาศ พร้อมเพิ่มฉนวนกันความร้อนเพื่อช่วยลดอุณหภูมิลง^{iv}

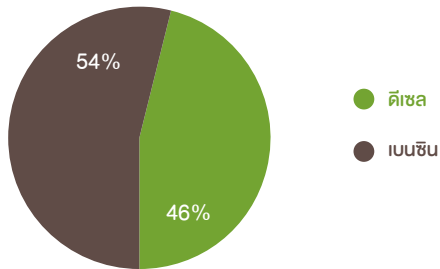
นโยบายการประหยัดพลังงาน การประหยัดพลังงานเป็นการแสดงความรับผิดชอบอีกอย่างหนึ่งที่สำคัญของเรา เพราะการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากจะช่วยลดค่าใช้จ่ายแล้ว ยังช่วยรักษาทรัพยากร รวมทั้งช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ส่งผลกระทบต่อภาวะโลกร้อน โดยบริษัทมีแนวทางในการประหยัดพลังงาน ดังนี้

- ควบคุมการเวลาในการเปิด-ปิดเครื่องปรับอากาศ ในเวลาทำการ โดยในวันจันทร์จะเปิดเครื่องปรับอากาศ เวลา 07:30 - 17:30 น. และวันอังคารถึงวันศุกร์ เวลา 07:45-17:15 น.
- ปิดไฟทุกจุดในช่วงพักเที่ยง ระหว่าง เวลา 12:00-13:00 น.
- ตั้งค่าพักหน้าจอคอมพิวเตอร์ หากไม่ได้ใช้งานภายใน 15 นาที
- รณรงค์ให้ปิดเครื่องใช้ไฟฟ้าเมื่อไม่ใช้งาน
- จัดกิจกรรมประหยัดพลังงานภายในบริษัท เพื่อแข่งขันว่าชั้นไหนประหยัดพลังงานได้มากกว่ากัน
- นำหลักการเรื่องการประหยัดพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพมาเป็นแนวทางในการประเมินการจัดหาผู้ดำเนินการด้านสถานีฐาน อุปกรณ์ หรือไอที

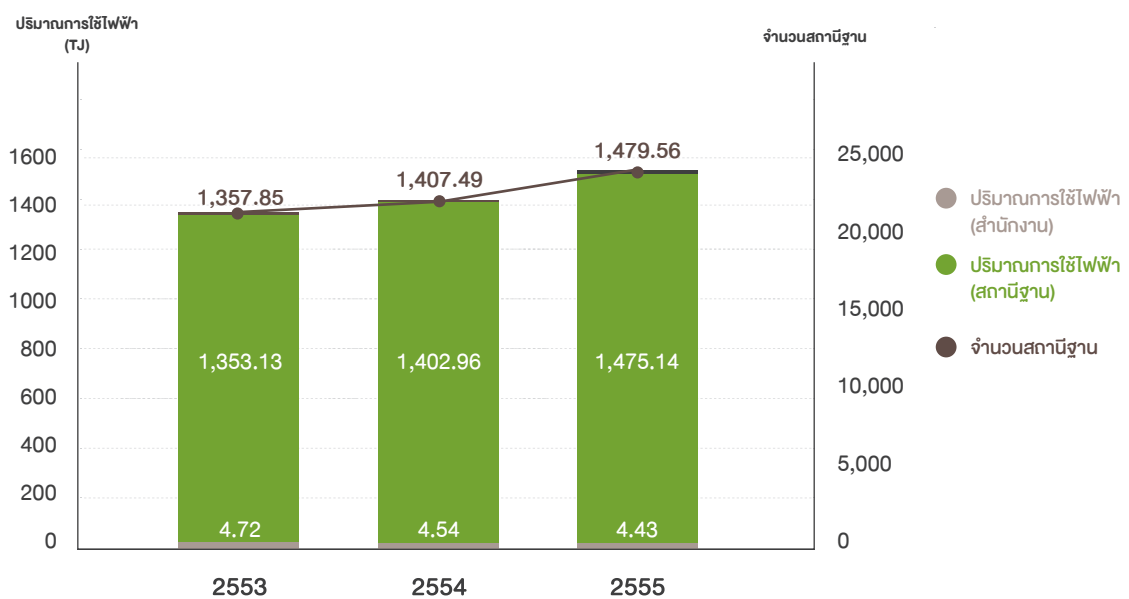
ผลจากนโยบายการประหยัดพลังงานดังกล่าว ทำให้เราช่วยลดปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ถึงร้อยละ 3 ต่อปี^v

ข้อมูลการใช้พลังงาน [EN 3] ^{lvi} [EN 4] ^{lvii}

ข้อมูลการใช้พลังงานทั้งหมดในปี 2555 (น้ำมัน)

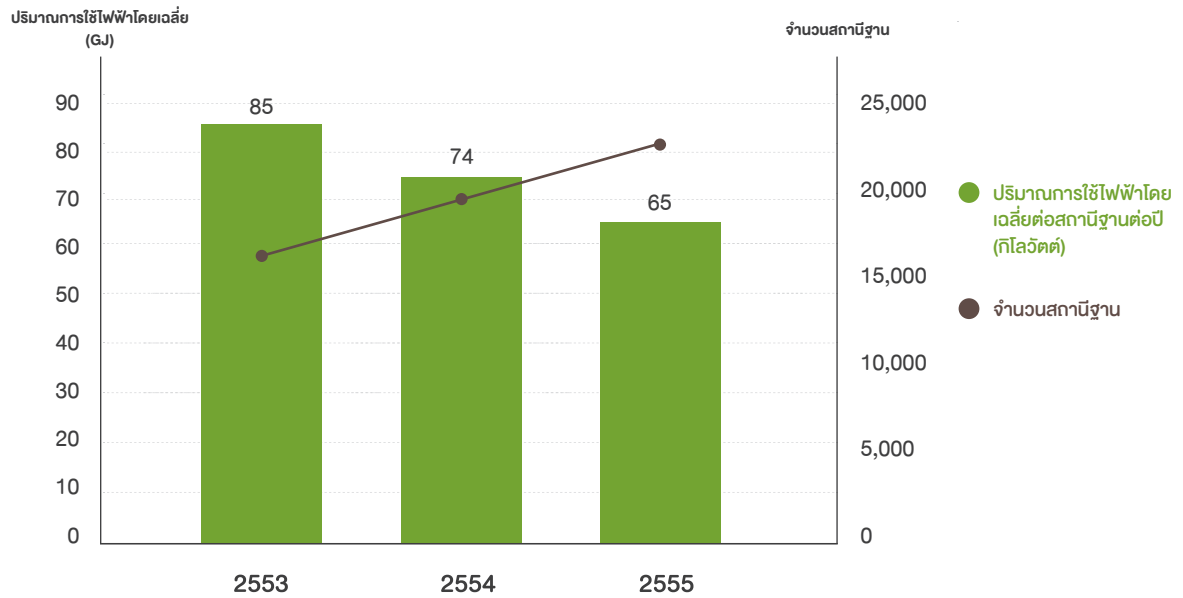


ข้อมูลการใช้พลังงาน (ไฟฟ้า)



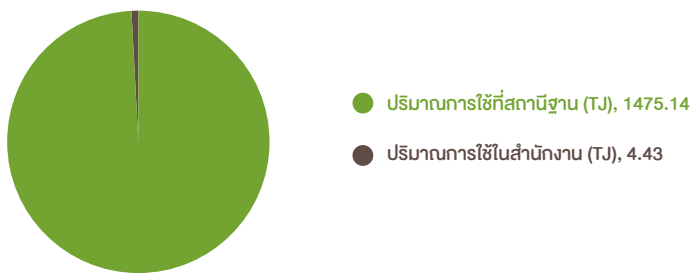
หมายเหตุ: TJ (Terajoule) = 10^{12} J

ปริมาณการใช้ไฟฟ้าโดยเฉลี่ย



หมายเหตุ: GJ(gigajoules) = 10^9 J

ปริมาณการใช้ไฟฟ้าในปี 2555

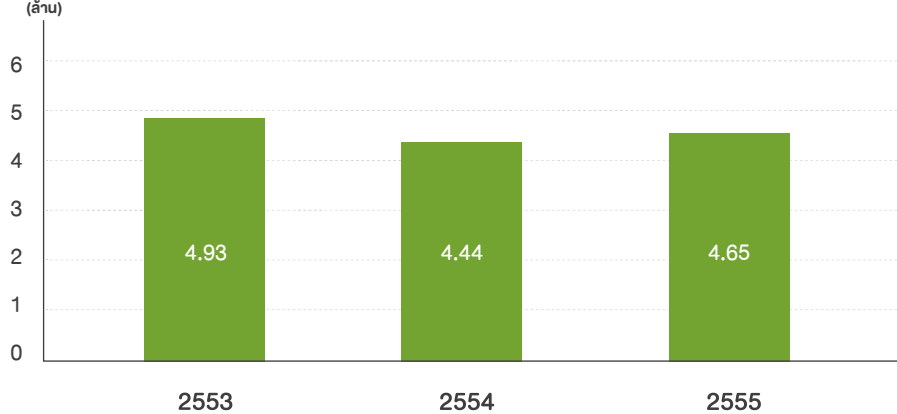


หมายเหตุ: TJ (Terajoule) = 10^{12} J

ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก [EN 16]^{lviii}

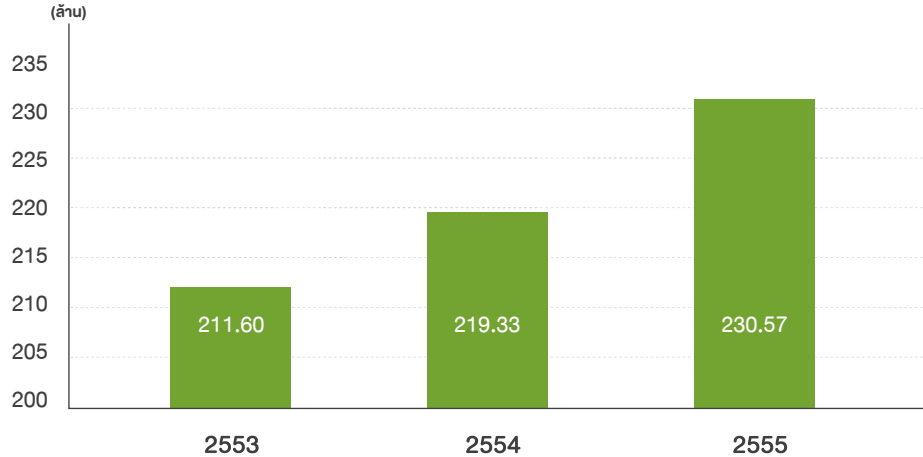
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (จากการใช้น้ำมัน)

หน่วย: กิโลกรัมของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์
(ล้าน)

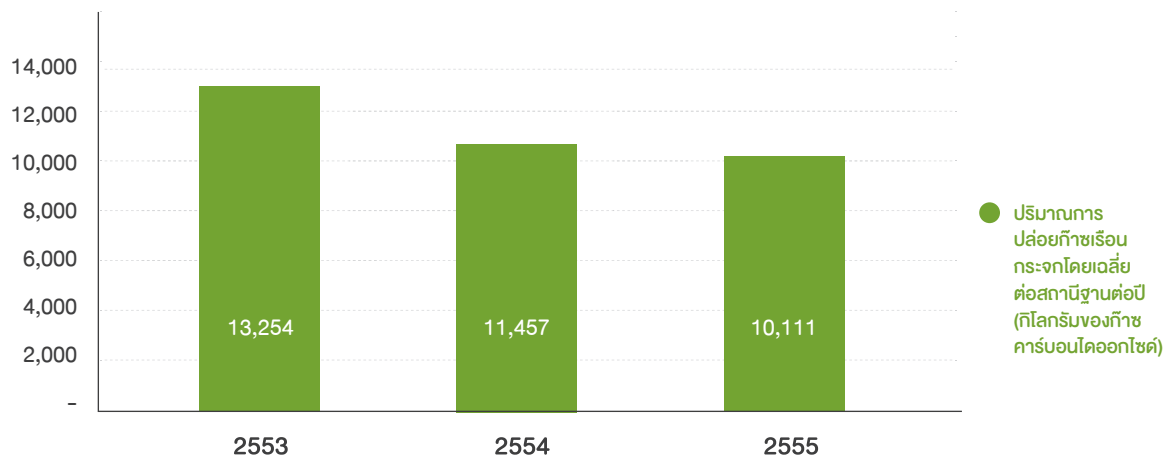


ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (จากการใช้ไฟฟ้า)

หน่วย: กิโลกรัมของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์
(ล้าน)



ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยเฉลี่ย (จากการใช้ไฟฟ้า)



การจัดการวัสดุสิ้นเปลือง

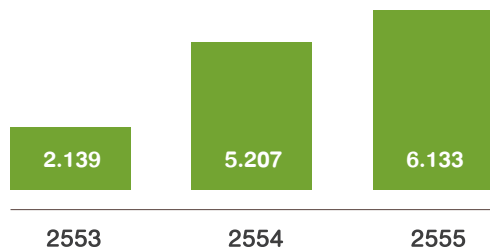
การกำจัดซากแบตเตอรี่โทรศัพท์เคลื่อนที่^{lix}

เราเป็นนโยบายและกระบวนการที่จะลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากผลิตภัณฑ์ของเรา รวมไปถึง UPS batteries ที่ใช้ในอุปกรณ์เครือข่ายชุมสาย สถานีฐานของเรา และแบตเตอรี่โทรศัพท์มือถือ

โดยมีการตรวจสอบกระบวนการในการกำจัดซากแบตเตอรี่อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง และมีการติดตามผลจากลูกค้าที่ถูกว่าจ้างให้กำจัดซากแบตเตอรี่โทรศัพท์มือถือให้ดำเนินการตามกฎหมาย ซึ่งระบุไว้ว่าจะต้องเก็บซากแบตเตอรี่ที่กำลายไว้ในภาชนะที่ทำจากปูนซีเมนต์และฝังลงในหลุมฝังกลบ^{lx}

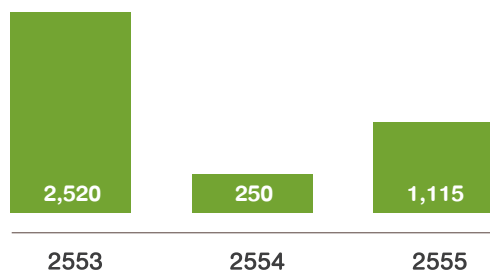
UPS batteries^{lxi} แบตเตอรี่สำหรับอุปกรณ์โครงข่ายจะถูกส่งต่อไปให้ผู้จัดหาด้วยวิธีการประมูลให้ผู้จัดหาที่ได้รับการรับรองและมีใบอนุญาตอย่างถูกต้อง เพื่อนำไปแยกชิ้นส่วนและนำกลับมารีไซเคิล คณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้บริหารจะควบคุมดูแลกระบวนการทั้งหมดนี้ และเข้าตรวจสอบโรงงานรีไซเคิลเหล่านี้เป็นระยะๆ เพื่อให้แน่ใจว่าขยะมีพิษที่เกิดจากกิจกรรมทางธุรกิจของเราจะถูกกำจัดโดยวิธีที่ไม่เป็นอันตรายต่อสภาพสิ่งแวดล้อม

การกำจัดแบตเตอรี่ในสถานีชุมสาย/สถานีฐานหลัก (หน่วย) [EN26]



แบตเตอรี่โทรศัพท์มือถือ^{lxii} ขณะนี้โครงการรีไซเคิลแบตเตอรี่โทรศัพท์มือถือของเราอยู่ในระยะปีที่ 2 เราคัดเลือกบริษัทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานในระดับสากลให้เป็นผู้ดำเนินการกระบวนการรีไซเคิล โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมและลดความเสี่ยงจากขั้นตอนการผลิตไปพร้อมกัน

การกำจัดแบตเตอรี่โทรศัพท์มือถือ (หน่วย) [EN26]



หมายเหตุ: ปริมาณการกำจัดแบตเตอรี่ในแต่ละปีอาจแตกต่างกันเนื่องจากแบตเตอรี่แต่ละประเภทมีอายุการใช้งานที่แตกต่างกัน

เราให้ความสำคัญต่อการกำจัดซากแบตเตอรี่ โดยได้รณรงค์ให้ประชาชนตระหนักถึงอันตรายของซากแบตเตอรี่โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ทิ้งไม่ถูกวิธี เพื่อความปลอดภัยในชีวิตและลดมลพิษในสิ่งแวดล้อม เราจึงเชิญชวนให้ประชาชนมาร่วมกันนำแบตเตอรี่โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เสื่อมสภาพหรือไม่ใช้แล้ว ไม่ว่าจะป็นรุ่นใดหรือเป็นตราสินค้าใดมาทิ้ง ณ สำนักงานบริการเอไอเอสทั้ง 33 สาขาทั่วประเทศ จากการดำเนินการดังกล่าว บริษัท CPAC หนึ่งในลูกค้าองค์กรของเราก็ได้ร่วมรณรงค์ให้พนักงานของตนเองทิ้งแบตเตอรี่อย่างถูกวิธีด้วย

ข้อมูลอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

อภิธานศัพท์

คำย่อ	
Triple I culture (Page 37)	Individual Talents, Idea Generations, Infinite Changes
FASTMOVING (Page 37)	Forward-Looking, Accountability, Service Minded, Teamwork, Meritocracy, Openness, Vision-Focused, Initiatives and Improvements, Non-Bureaucracy, Guard Against Irrationality
iHIP (Page 37)	Insightful, Helpful, Innovative, Professional
UPS batteries (Page 60)	Uninterruptible power supply

GRI content index

AIS' 2012 Sustainability Report was prepared based on the GRI G3.1 Guidelines. This report is a self-declared B level report, upon successful completion of the GRI application level check.

Fully Reported ●
Partially Reported ◐
Not Reported ○

Indicator	Description	Cross-Reference	Reporting Status
1. Strategy and analysis			
1.1	Statement from the most senior decision-maker of the organization	See "Message from the Chief Executive Officer" page 4 For more information, see annual report 2012 "Message from Chairman and CEO" page 34-35	●
1.2	Description of key impacts, risks, and opportunities.	See "Sustainability Challenges and Opportunities" page 8	●
2. Organizational Profile			
2.1	Name of the organization.	Advanced Info Service Public Company Limited	●
2.2	Primary brands, products, and/or services.	See "Products and Services" page 1 For further information, please refer to annual report 2012 "Products and Services" page 60-71	●
2.3	Operational structure of the organization, including main divisions, operating companies, subsidiaries, and joint ventures.	Please refer to annual report 2012 "Investment Structure" page 48-49 "Management Structure" page 92	●
2.4	Location of organization's headquarters.	Intouch Tower 414 Phaholyothin Rd., Phayathai Bangkok 10400 Tel. (662) 2299 5000	●
2.5	Number of countries where the organization operates, and names of countries with either major operations or that are specifically relevant to the sustainability issues covered in the report.	Thailand	●
2.6	Nature of ownership and legal form.	Advanced Info Service Public Company Limited is a public limited company which is listed on the Stock Exchange of Thailand Please refer to annual report 2012 - "Major Shareholders" page 41 - "Investment Structure of Advanced Info Service Plc." page 48-49	●
2.7	Markets served (including geographic breakdown, sectors served, and types of customers/beneficiaries).	See "Who are we?" page 1 For more information, see annual report 2012 "Financial result" page 203-206	●
2.8	Scale of the reporting organization.	See "Company overview" page 1-2 For more information, see annual report 2012 - "Major shareholders" page 41 - "Statements of financial position" page 132-135	●
2.9	Significant changes during the reporting period regarding size, structure, or ownership.	In 2012, we have no significant change regarding size, structure or ownership including the location of, or changes in operations including facility openings, closing and expansions. For more information, see annual report 2012 "Key Events in 2012" page 44-45	●
2.10	Awards received in the reporting period.	Please refer to Annual Report 2012 "Awards 2012" page 46-47	●
3. Report Parameters			
3.1	Reporting period (e.g., fiscal/calendar year) for information provided.	See "About this report... What's in it, what's not" page 3. The report covers the period from January 1, 2012 to December 31, 2012, unless otherwise stated.	●
3.2	Date of most recent previous report (if any).	This is our first stand-alone sustainability report	●
3.3	Reporting cycle (annual, biennial, etc.)	All reports are disclosed annually.	●
3.4	Contact point for questions.	Advanced Info Service Public Company Limited - IR team 414 Intouch Tower Phaholyothin Road, Samsennai Phayathai, Bangkok 10400 Thailand Tel: (662) 299 5014, (662) 615 3112 Fax:(662) 299 5165 Email: investor@ais.co.th	●
3.5	Process for defining report content.	See "Materiality", "Identifying our sustainability issues", "Understanding what's important to our key stakeholders" and "Understanding what's important to our business" page 8 Further information, stakeholders expected to use the report are indicated under the topic "Engaging our stakeholders" page 6-7	●
3.6	Boundary of the report (e.g., countries, divisions, subsidiaries, leased facilities, joint ventures, suppliers). See GRI Boundary Protocol for further guidance.	See "Boundary" page 3	●
3.7	State any specific limitations on the scope or boundary of the report (see completeness Principle for explanation of scope).	There are no specific limitations to this report unless otherwise stated in this table. Unless otherwise stated the report content includes data for the entire group.	●
3.8	Basis for reporting on joint ventures, subsidiaries, leased facilities, outsourced operations, and other entities that can significantly affect comparability from period to period and/or between organizations.	Information in this report includes all subsidiaries and joint ventures over which AIS has operational control unless otherwise stated.	●

Fully Reported ●
 Partially Reported ◐
 Not Reported ○

Indicator	Description	Cross-Reference	Reporting Status
3.9	Data measurement techniques and the bases of calculations, including assumptions and techniques underlying estimations applied to the compilation of the Indicators and other information in the report.	Data measurement calculations can be found within the content of each relevant indicator (including estimations applied).	●
3.10	Explanation of the effect of any re-statements of information provided in earlier reports, and the reasons for such re-statement (e.g. mergers/acquisitions, change of base years/periods, nature of business, measurement methods).	This is our first stand-alone sustainability report	●
3.11	Significant changes from previous reporting periods in the scope, boundary, or measurement methods applied in the report.	This is our first stand-alone sustainability report	●
3.12	Table identifying the location of the Standard Disclosures in the report.	See "GRI content index" page 63-71 for further detail	●
3.13	Policy and current practice with regard to seeking external assurance for the report.	As of the fiscal year 2012, there were no external auditors hired to provide auditing services for AIS.	●
4. Governance, Commitments, and Engagement			
4.1	Governance structure of the organization, including committees under the highest governance body responsible for specific tasks, such as setting strategy or organizational oversight.	Please refer to annual report 2012 "Management Structure" page 92-97	●
4.2	Indicate whether the chair of the highest governance body is also an executive officer.	The chair of AIS is a non-executive director.	●
4.3	For organizations that have a unitary board structure, state the number and gender of members of the highest governance body that are independent and/or non-executive members.	Please refer to annual report 2012 - "Management structure" page 92-93 - "Qualification of independent director" page 103-104	●
4.4	Mechanisms for shareholders and employees to provide recommendations or direction to the highest governance body.	See "Engaging our stakeholders" page 6-7 For more information, see annual report 2012 - "2.3 Communication with Stakeholders" page 107 - "Reporting of non-compliance and Whistle blower protection" page 111	●
4.5	Linkage between compensation for members of the highest governance body, senior managers, and executives.	Please refer to annual report 2012 "Remuneration for Directors and Management" page 98-99	●
4.6	Processes in place for the highest governance body to ensure conflicts of interest are avoided.	Please refer to annual report 2012 "Conflicts of interest" page 109-110	●
4.7	Process for determining the composition, qualifications and expertise of the members of the highest governance body and its committees, including any consideration of gender and other indicators of diversity.	Please refer to annual report 2012 "Qualifications and Requirements for the Board" page 103	●
4.8	Internally developed statements of mission or values, codes of conduct, and principles relevant to economic, environmental, and social performance and the status of their implementation.	See "Vision" page 1 See "Mission" page 1 For more information, see annual report 2012 "Code of Business Ethics" page 108-111	●
4.9	Procedures of the highest governance body for overseeing the organization's identification and management of economic, environmental, and social performance, including relevant risks and opportunities, and adherence or compliance with internationally agreed standards, codes of conduct, and principles.	See "The Sustainable Development Committee" page 6 For more procedures, see annual report 2012 - "Audit Committee Report 2012" page 126-128 - "Internal Control, Risk Management and Internal audit" page 114-119	●
4.10	Processes for evaluating the highest governance body's own performance, particularly with respect to economic, environmental, and social performance.	The Board has a duty to evaluate its own performance annually, but not particularly with respect to economic, environmental and social performance. For further information, please refer to annual report 2012 "Board Assessment" page 105	●
4.11	Explanation of whether and how the precautionary approach or principle is addressed by the organization.	Please refer to Annual Report 2012 "Risk management" page 115-117	●
4.12	Externally developed economic, environmental, and social charters, principles, or other initiatives to which the organization subscribes or endorses.	AIS follows the guidelines of the International Commission on Non-Ionizing Radiation Protection (ICNIRP).	●
4.13	Memberships in associations (such as industry associations) and/or national/international advocacy organizations.	AIS currently is not a member of any advocacy organizations.	●
4.14	List of stakeholder groups engaged by the organization.	See "Engaging our stakeholders" page 6-7	●
4.15	Basis for identification and selection of stakeholders with whom to engage.	See "Engaging our stakeholders" page 6-7	●
4.16	Approaches to stakeholder engagement, including frequency of engagement by type and by stakeholder group.	See "Engaging our stakeholders" page 6-7	●
4.17	Key topics and concerns that have been raised through stakeholder engagement, and how the organization has responded to those key topics and concerns, including through its reporting.	See "Our Sustainability Strategy" page 10	●
Economics			
Aspects: Economic performance			
	Disclosure on management approach	See "Company overview" page 1 For more information, see annual report 2012 "Business Direction over the next 3-5 years" page 57-58	●
EC1	Direct economic value guaranteed and distributed, including revenues, operating costs, employee compensation, donations and other community investments, retained earnings, and payments to capital providers and governments.	See "Our Economic Performance" page 2	●
EC2	Financial implications and other risks and opportunities for the organization's activities due to climate change.	Data is not reported as it is not material to AIS this year, since climate change is a far-reaching issue this year.	○

Fully Reported ●
 Partially Reported ◐
 Not Reported ○

Indicator	Description	Cross-Reference	Reporting Status
EC3	Coverage of the organization's defined benefit plan obligations.	See "Promoting well-being and work-life balance" page 31 For more information, see annual report 2012 "Employees benefit obligations" page 179	●
EC4	Significant financial assistance received from government.	We have neither received any financial assistance from government, nor have government presented as strategic shareholding.	●
Aspects: Market presence			
	Disclosure on management approach	See "Company overview" page 1-2	●
EC5	Range of ratios of standard entry level wage compared to local minimum wage at significant locations of operation.	Our remuneration rate is market-competitive when compared with the rate in the same industry at other leading companies. The remuneration structure is based on job level, education and job function. Therefore both male and female employees receive equal basic salary for the same employment category. Our remuneration level also complies with labor law in regard to local minimum wage. For more information, see "Performance and Remuneration" page 30	●
EC6	Policy, practices, and proportion of sending on locally-based suppliers at significant locations of operation.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information becomes available.	○
EC7	Procedures for local hiring and proportion of senior management hired from the local community at significant locations of operation.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information becomes available.	○
Aspects: Indirect economic impacts			
	Disclosure on management approach	See "Company overview" page 1-2	●
EC8	Development and impact of infrastructure investments and services provided primarily for public benefit through commercial, in-kind, or pro bono engagement.	See "Focus area 1: Community" page 12 AIS also participates in various other development projects for the public benefit such as investment in a sports arena with the aim of encouraging teens and young people to live free of drug addition, ICT free WiFi that allows Thai people nationwide to gain access to knowledge, and the initial phase of construction and management of a preschool learning center for children aged 3-6 who must stay alone while their parents go to work. For further information, please refer to Annual Report 2012 page 27-32.	●
EC9	Understanding and describing significant indirect economic impacts, including the extent of impacts.	See "Low Income Groups" page 46	◐
Environmental			
Materials			
	Disclosure on management approach	Data is not reported as it is not material to AIS.	○
EN1	Materials used by weight or volume.	Data is not reported as it is not material to AIS, since AIS does not directly manufacture products or use renewable raw materials.	○
EN2	Percentage of materials used that are recycled input materials.	Data is not reported as it is not material to AIS, since AIS does not directly manufacture products or use renewable raw materials.	○
Energy			
	Disclosure on management approach	See "Vision", "Rationale", and "The road ahead" under the "Environment" focus area page 50	●
EN3	Direct energy consumption by primary energy source	See "Energy used" page 57	●
EN4	Indirect energy consumption by primary source	See "Energy used" page 57	●
EN5	Energy saved due to conservation and efficiency improvements.	See "Energy saving policies at AIS" page 56	●
EN6	Initiatives to provide energy-efficient or renewable energy-based products and services, and reductions in energy requirements as a result of these initiatives.	See - "eStatements" page 53 - "Sealed statement" page 53 - "Electronic top-up" page 54 - "High-quality fans" page 56 - "Wind turbine power" page 56 - "Solar cells" page 56	●
EN7	Initiatives to reduce indirect energy consumption and reductions achieved.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information becomes available.	○
Water			
	Disclosure on management approach	Data is not reported as it is not material to AIS.	●
EN8	Total water withdrawal by source.	Data is not reported as it is not material to AIS, since water is not significantly relevant due to the nature of business.	○
EN9	Water sources significantly affected by withdrawal of water.	Data is not reported as it is not material to AIS, since water is not significantly relevant due to the nature of business.	○
EN10	Percentage and total volume of water recycled and reused.	Data is not reported as it is not material to AIS, since water is not significantly relevant due to the nature of business.	○
Biodiversity			
	Disclosure on management approach	Data is not reported as it is not material to AIS.	●
EN11	Location and size of land or water owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas.	Data is not reported as it is not material to AIS, since biodiversity is not significantly relevant due to the nature of business.	○
EN12	Description of significant impacts of activities, products, and services on biodiversity in protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas.	Data is not reported as it is not material to AIS, since biodiversity is not significantly relevant due to the nature of business.	○

Fully Reported ●
 Partially Reported ◐
 Not Reported ○

Indicator	Description	Cross-Reference	Reporting Status
EN13	Habitats protected or restored	Data is not reported as it is not material to AIS, since biodiversity is not significantly relevant due to the nature of business.	○
EN14	Strategies, current actions, and future plans for managing impacts on biodiversity	Data is not reported as it is not material to AIS, since biodiversity is not significantly relevant due to the nature of business.	○
EN15	Number of IUCN Red List species and national conservation list species with habitats in areas affected by operations, by level of extinction risk.	Data is not reported as it is not material to AIS, since biodiversity is not significantly relevant due to the nature of business.	○
Emissions, effluents, and wastes			
	Disclosure on management approach	See "Vision", "Rationale", and "The road ahead" under the "Environment" focus area page 50	◐
EN16	Total direct and indirect greenhouse gas emissions by weight.	See "Greenhouse Gas Emissions" page 59	●
EN17	Other relevant indirect greenhouse gas emissions by weight.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information becomes available.	○
EN18	Initiatives to reduce greenhouse gas emissions and reductions achieved.	See "The Green Network" page 56	◐
EN19	Emissions of ozone-depleting substances by weight.	Data is not reported as it is not material to AIS, since emissions are not significantly relevant due to the nature of business.	○
EN20	NOX, SOX, and other significant air emissions by type and weight.	Data is not reported as it is not material to AIS, since emissions are not significantly relevant due to the nature of business.	○
EN21	Total water discharge by quality and destination.	Data is not reported as it is not material to AIS, since emissions are not significantly relevant due to the nature of business.	○
EN22	Total weight of waste by type and disposal method.	See "Battery Disposal" page 60	◐
EN23	Total number and volume of significant spills.	Data is not reported as it is not material to AIS, since critical hazardous substances are not produced during our operations.	○
EN24	Weight of transported, imported, exported, or treated waste deemed hazardous under the terms of the Basel Convention Annex I, II, III, and VIII, and percentage of transported waste shipped internationally.	Data is not reported as it is not material to AIS, since critical hazardous substances are not produced during our operations.	○
EN25	Identity, size, protected status, and biodiversity value of water bodies and related habitats significantly affected by the reporting organization's discharges of water and runoff.	Data is not reported as it is not material to AIS, since critical hazardous substances are not produced during our operations.	○
Products and services			
	Disclosure on management approach	See "Vision", "Rationale", and "The road ahead" under the "Environment" focus area page 50	●
EN26	Initiatives to mitigate environmental impacts of products and services, and extent of impact mitigation.	See - "Resources saved" page 55 - "Battery Disposal" page 60 - "UPS Batteries" page 60 - "Cell Phone Batteries" page 60	●
EN27	Percentage of products sold and their packaging materials that are reclaimed by category.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
Compliance			
	Disclosure on management approach	See "Vision", "Rationale", and "The road ahead" under the "Environment" focus area page 50	●
EN28	Monetary value of significant fines and total number of non-monetary sanctions for non-compliance with environmental laws and regulations.	This year, there were zero fines or non-monetary sanctions for non-compliance with environmental laws and regulations.	●
Transport			
	Disclosure on management approach	Data is not reported as it is not available.	○
EN29	Significant environmental impacts of transporting products and other goods and materials used for the organization's operations, and transporting members of the workforce.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
EN30	Total environmental protection expenditures and investments by type.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
Labour practices and Decent Work			
Employment			
	Disclosure on management approach	See "Vision", "Rationale", and "The road ahead" under the "People" focus area page 27	●
LA1	Total workforce by employment type, employment contract, and region.	See "The AIS workforce" page 29	●
LA2	Total number and rate of employee turnover by age group, gender, and region.	See "Average turnover rate" page 32	◐
LA3	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees, by major operations.	See "Benefits provided to full-time employees and contractual employees" page 31	●
LA15	Return to work and retention rates after parental leave, by gender.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
Labour/Management relations			
	Disclosure on management approach	See "Vision", "Rationale", and "The road ahead" under the "People" focus area page 27	●

Fully Reported ●
 Partially Reported ◐
 Not Reported ○

Indicator	Description	Cross-Reference	Reporting Status
LA4	Percentage of employees covered by collective bargaining agreements.	AIS does not have/has never had a union or any collective bargaining agreement between employees and the Company. AIS, however, supports employees' rights in accordance with labor law and also has an Employees' Welfare Committee as a forum for discussing employee-related matters with management.	●
LA5	Minimum notice period(s) regarding significant operational changes, including whether it is specified in collective agreements.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
Occupational health and safety			
	Disclosure on management approach	See "Vision", "Rationale", and "The road ahead" under the "People" focus area page 27	●
LA6	Percentage of total workforce represented in formal joint management-worker health and safety committees that help monitor and advise on occupational health and safety programs.	The percentage of the total workforce represented in the Safety, Health and Environment Committee (SHE) complies with the Ministerial Regulation on the Prescribing of Standards for Administration and Management of Occupational Safety, Health and Environment B.E. 2549 (A.D. 2006).	●
LA7	Rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and total number of work-related fatalities by region.	See "Rate of injury and accident during working hours" page 33, "Absentee rate" page 33	●
LA8	Education, training, counseling, prevention, and risk-control programs in place to assist workforce members, their families, or community members regarding serious diseases.	See - "Promoting well-being and work-life balance" page 31 - "Keeping people safe" page 32.	●
LA9	Health and safety topics covered in formal agreements with trade unions.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
Training and education			
	Disclosure on management approach	See "Vision", "Rationale", and "The road ahead" under the "People" focus area page 27	●
LA10	Average hours of training per year per employee by employee category.	See "Employee Development by Job Level" page 34	◐
LA11	Programs for skills management and lifelong learning that support the continued employability of employees and assist them in managing career endings.	See - "Self-development" page 35 - "Developing visionary leaders and an organizational culture" page 36	●
LA12	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews.	See "Performance and remuneration" page 30	●
Diversity and equal opportunity			
	Disclosure on management approach	See "Vision", "Rationale", and "The road ahead" under the "People" focus area page 27	●
LA13	Composition of governance bodies and breakdown of employees per category according to gender, age group, minority group membership, and other indicators of diversity.	The Board of Director is comprised of 11 members, all over the age of 50 years. There are 7 males and 2 females on the board of directors. Our management team is comprised of 7 members, all over the age of 50 years. There are 5 males and 2 females on the management team.	●
Equal remuneration for men and women			
	Disclosure on management approach	See "Vision", "Rationale", and "The road ahead" under the "People" focus area page 27	●
LA14	Ratio of basic salary of men to women by employee category.	Our remuneration rate is market-competitive when compared with the rate in the same industry at other leading companies. The remuneration structure is based on job level, education and job function. Therefore, male and female employees receive equal basic salary for the same employment category. Our remuneration level also complies with labor law in regard to local minimum wages. For more information, see "Performance and Remuneration" page 30	●
Human Rights			
Investment and Procurement Practices			
	Disclosure on management approach	Data is not reported as it is not available.	○
HR1	Percentage and total number of significant investment agreements that include human rights clauses or that have undergone human rights screening.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
HR2	Percentage of significant suppliers and contractors that have undergone screening on human rights and actions taken.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
HR3	Total hours of employee training on policies and procedures concerning aspects of human rights that are relevant to operations, including the percentage of employees trained.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
Non-discrimination			
	Disclosure on management approach	See "Vision", "Rationale", and "The road ahead" under the "People" focus area page 27	●
HR4	Total number of incidents of discrimination and actions taken.	There have been no incidents of discrimination reported at AIS. See "Promoting diversity" page 33	●
Freedom of association and collective bargaining			
	Disclosure on management approach	Data is not reported as it is not available.	○
HR5	Operations identified in which the right to exercise freedom of association and collective bargaining	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○

Fully Reported ●
 Partially Reported ◐
 Not Reported ○

Indicator	Description	Cross-Reference	Reporting Status
Child labour			
	Disclosure on management approach	See "Vision", "Rationale", and "The road ahead" under the "People" focus area page 27	●
	HR6 Operations identified as having significant risk for incidents of child labor, and measures taken to contribute to the elimination of child labor.	Our hiring policy is to recruit persons above 18 years of age only. There are no operations identified as having significant risk for incidents of child labor.	●
Forced and compulsory labour			
	Disclosure on management approach	Data is not reported as it is not available.	○
	HR7 Operations identified as having significant risk for incidents of forced or compulsory labor, and measures taken to contribute to the elimination of forced or compulsory labor.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
Security practices			
	Disclosure on management approach	Data is not reported as it is not available.	○
	HR8 Percentage of security personnel trained in the organization's policies or procedures concerning aspects of human rights that are relevant to operations.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
Indigenous rights			
	Disclosure on management approach	Data is not reported as it is not material to AIS.	○
	HR9 Total number of incidents of violations involving rights of indigenous people and actions taken.	Data is not reported as it is not material to AIS due to location of our operations.	○
Assessment			
	Disclosure on management approach	Data is not reported as it is not available.	○
	HR10 Percentage and total number of operations that have been subject to human rights reviews and/or impact assessments	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
Remediation			
	Disclosure on management approach	Data is not reported as it is not available.	○
	HR11 Number of grievances related to human rights filed, addressed and resolved through formal grievance mechanisms.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
Society			
Local Communities			
	Disclosure on management approach	See "Vision", "Rationale", and "The road ahead" under the "Community" focus area page 12	●
	SO1 Percentage of operations with implemented local community engagement, impact assessments, and development programs.	See "Adopting socially responsible behavior and contributing to society's betterment" page 16	◐
	SO9 Operations with significant potential or actual negative impacts on local communities.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
	SO10 Prevention and mitigation measures implemented in operations with significant potential or actual negative impacts on local communities.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
Corruption			
	Disclosure on management approach	Data is not reported as it is not available.	○
	SO2 Percentage and total number of business units analyzed for risks related to corruption.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
	SO3 Percentage of employees trained in organization's anti-corruption policies and procedures.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
	SO4 Actions taken in response to incidents of corruption.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
Public Policy			
	Disclosure on management approach	See "Vision", "Rationale", and "The road ahead" under the "Community" focus area page 12	●
	SO5 Public policy positions and participation in public policy development and lobbying.	See "Public Policy Position" page 11	●
	SO6 Total value of financial and in-kind contributions to political parties, politicians, and related institutions by country.	AIS has not contributed any contribution to political parties, politicians or related institution by country since it is a prohibited action by AIS' Corporate Governance Policy.	●
Anti-Competitive Behavior			
	Disclosure on management approach	See "Vision", "Rationale", and "The road ahead" under the "Community" focus area page 12	●
	SO7 Total number of legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices and their outcomes.	There have been zero cases of legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices.	●
Compliance			
	Disclosure on management approach	See "Vision", "Rationale", and "The road ahead" under the "Community" focus area page 12	●

Fully Reported ●
 Partially Reported ◐
 Not Reported ○

Indicator	Description	Cross-Reference	Reporting Status
	SO8 Monetary value of significant fines and total number of non-monetary sanctions for non-compliance with laws and regulations.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
Product Responsibility			
Customer Health and Safety			
	Disclosure on management approach	Data is not reported as it is not available.	○
	PR1 Life cycle stages in which health and safety impacts of products and services are assessed for improvement, and percentage of significant products and services categories subject to such procedures.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
	PR2 Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning health and safety impacts of products and services, by type of outcomes.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
Product and Service Labeling			
	Disclosure on management approach	See "Vision", "Rationale", and "The road ahead" under the "Customers" focus area page 40	●
	PR3 Type of product and service information required by procedures, and percentage of significant products and services subject to such information requirements.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
	PR4 Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning product and service information and labeling, by type of outcomes.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
	PR5 Practices related to customer satisfaction, including results of surveys measuring customer satisfaction.	See "Customer engagement" page 47	●
Marketing Communications			
	Disclosure on management approach	See "Public policy position" page 11	●
	PR6 Programs for adherence to laws, standards, and voluntary codes related to marketing communications, including advertising, promotion, and sponsorship.	All marketing materials related to marketing communication have been supervised by the legal department under the Consumer Protection Act, B.E. 2522 (1979)	●
	PR7 Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning marketing communications, including advertising, promotion, and sponsorship, by type of outcomes.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
Customer Privacy			
	Disclosure on management approach	See "Vision", "Rationale", and "The road ahead" under the "Customers" focus area page 40	●
	PR8 Total number of substantiated complaints regarding breaches of customer privacy and losses of customer data.	There was no information in 2012 from the telecommunications complaint management and consumer protection group regarding loss of customer data. However, there were 55 reported cases of complaints regarding extra charges for services that the customer did not apply for. These cases were dealt with by checking with the relevant content provider regarding each case and considering reducing the fee if applicable.	●
Compliance			
	Disclosure on management approach	See "Vision", "Rationale", and "The road ahead" under the "Customers" focus area page 40	●
	PR9 Monetary value of significant fines for non-compliance with laws and regulations concerning the provision and use of products and services.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
Internal Operations			
Investment			
	IO1 Capital investment in telecommunication network infrastructure broken down by country/region	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
	IO2 Net costs for service providers under the Universal Service Obligation when extending service to geographic locations and low-income groups, which are not profitable. Describe relevant legislative and regulatory mechanisms.	See "Payment to Government (USO)" page 2	◐
Health and Safety			
	IO3 Practices to ensure health and safety of field personnel involved in the installation, operation and maintenance of masts, base stations, laying cables and other outside plant. Related health and safety issues include working at heights, electric shock, exposure to EMF and radio frequency fields, and exposure to hazardous chemicals.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
	IO4 Compliance with ICNIRP (International Commission on Non-Ionising Radiation Protection) standards on exposure to radiofrequency (RF) emissions from handsets.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
	IO5 Compliance with ICNIRP (International Commission on Non-Ionising Radiation Protection) guidelines on exposure to radiofrequency (RF) emissions from base stations.	See "The International Commission on Non-Ionising Radiation Protection (ICNIRP)" page 11	●

Fully Reported ●
 Partially Reported ◐
 Not Reported ○

Indicator	Description	Cross-Reference	Reporting Status
	IO6 Policies and practices with respect to Specific Absorption Rate (SAR) of handsets.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
Infrastructure			
	IO7 Policies and practices on the siting of masts and transmission sites including stakeholder consultation, site sharing, and initiatives to reduce visual impacts. Describe approach to evaluate consultations and quantify where possible.	See “Community profiling” page 15, “Community relations” page 15, “Landlord management” page 16	◐
	IO8 Number and percentage of stand-alone sites, shared sites, and sites on existing structures.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
Providing Access			
Access to Telecommunication Products and Services: Bridging the Digital Divide			
	PA1 Policies and practices to enable the deployment of telecommunications infrastructure and access to telecommunications products and services in remote and low population density areas. Include an explanation of business models applied.	See “Rural” page 45	●
	PA2 Policies and practices to overcome barriers for access and use of telecommunication products and services including: language, culture, illiteracy, and lack of education, income, disabilities, and age. Include an explanation of business models applied.	See - “The hearing impaired” page 45 - “Low Income Groups” page 46 - “International customers” page 44 - “The youth market” page 45 - “Foreign expats and labors” page 46	●
	PA3 Policies and practices to ensure availability and reliability of telecommunications products and services and quantify, where possible, for specified time periods and locations of down time.	See - “Enhancing network quality, page 42 - “Securing Business Continuity” page 43	●
	PA4 Quantify the level of availability of telecommunications products and services in areas where the organisation operates. Examples include: customer numbers/market share, addressable market, percentage of population covered, percentage of land covered.	See “Ensuring quality service for all customers” page 42	●
	PA5 Number and types of telecommunication products and services provided to and used by low and no income sectors of the population. Provide definitions selected. Include explanation of approach to pricing, illustrated with examples such as price per minute of dialogue/bit of data transfer in various remote, poor or low population density areas.	See “Low Income Groups” page 46	●
	PA6 Programmes to provide and maintain telecommunication products and services in emergency situations and for disaster relief.	See “Securing Business Continuity” page 43	●
Access to Content			
	PA7 Policies and practices to manage human rights issues relating to access and use of telecommunications products and services. For example: <ul style="list-style-type: none"> • Participation in industry initiatives or individual initiatives related to Freedom of Expression • Legislation in different markets on registration, censorship, limiting access, • Interaction with governments on security issues for surveillance purposes • Interaction with national and local authorities and own initiatives to restrict criminal or potentially unethical content. • Protecting vulnerable groups such as children. Explain how such policies and practices are adapted and applied in different countries.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
Customer Relations			
	PA8 Policies and practices to publicly communicate on EMF related issues. Include information provides at points of sales material.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
	PA9 Total amount invested in programmes and activities in electromagnetic field research. Include description of programmes currently contributed to and funded by the reporting organisation.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information is readily available.	○
	PA10 Initiatives to ensure clarity of charges and tariffs.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information becomes available.	○
	PA11 Initiatives to inform customers about product features and applications that will promote responsible, efficient, cost effective, and environmentally preferable use.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information becomes available.	○
Technology Applications			
Resource Efficiency			
	TA1 Provide examples of the resource efficiency of telecommunication products and services delivered.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information becomes available.	○

Fully Reported ●
 Partially Reported ◐
 Not Reported ○

Indicator	Description	Cross-Reference	Reporting Status
TA2	Provide examples of telecommunication products, services and applications that have the potential to replace physical objects (e.g. a telephone book by a database on the web or travel by video conferencing)	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information becomes available.	○
TA3	Disclose any measures of transport and/or resource changes of customer use of the telecommunication products and services listed above. Provide some indication of scale, market size, or potential savings.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information becomes available.	○
TA4	Disclose any estimates of the rebound effect (indirect consequences) of customer use of the products and services listed above, and lessons learned for future development. This may include social consequences as well as environmental.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information becomes available.	○
TA5	Description of practices relating to intellectual property rights and open source technologies.	Data is not currently available for reporting this year. However, we wish to disclose this once the supporting information becomes available.	○

ดัชนี		ดัชนี		
i	2.7	xxix	LA7	อัตราการบาดเจ็บหรืออุบัติเหตุที่เกิดขึ้นระหว่างชั่วโมงการทำงาน
ii	4.8	xxx	LA7	อัตราการขาดงาน
iii	2.2	xxxii	HR4	ส่งเสริมความหลากหลายด้านแรงงาน
iv	EC1	xxxiii	LA10	การพัฒนาพนักงานตามระดับตำแหน่ง
v	3.1	xxxiv	LA1	การพัฒนาตนเอง
vi	3.6	xxxv	LA11	พัฒนาผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และสอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กร
vii	1.1	xxxvi	PA4	การสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าทุกท่านจะได้รับการบริการที่มีคุณภาพ
viii	4.9	xxxvii	PA3	การยกระดับคุณภาพเครือข่าย
ix	4.15	xxxviii	PA3	การรักษาความต่อเนื่องในการดำเนินงาน
x	4.14	xxxix	PA6	การรักษาความต่อเนื่องในการดำเนินงาน
xi	4.16	xl	PA2	ลูกค้าต่างประเทศ
xii	3.5	xli	PA2	ตลาดวัยรุ่น
		xlii	PA1	พื้นที่ชนบท
xiii	1.2	xliii	PA2	ผู้บกพร่องทางการได้ยิน
xiv	4.17	xliiii	PA2	กลุ่มผู้มีรายได้น้อย
xv	SO5	xliv	PA5	กลุ่มผู้มีรายได้น้อย
		xlv	EC9	กลุ่มผู้มีรายได้น้อย
xvii	O5	xlvi	PA2	ผู้พหุและแรงงานต่างด้าว
		xlvii	PR5	การสร้างความผูกพันกับลูกค้า
xviii	EC8	xlviii	EN6	eStatements
		xlix	EN6	Sealed Statement
xviii	SO10	i	EN6	การเติมเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์
		ii	EN18	เครือข่ายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
xix	IO7	iii	EN6	พัฒนาคุณภาพสูง
xx	IO7	iiii	EN6	พลังงานจากกังหันลม
xxi	IO7	lv	EN6	การใช้พลังงานสะอาดที่
xxii	SO1	lv	EN5	นโยบายการประหยัดพลังงาน
		lvi	EN3	ข้อมูลการใช้พลังงาน
xxiii	LA1	lvii	EN4	ข้อมูลการใช้พลังงาน
xxiv	LA12	lviii	EN16	ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
xxv	LA8	lix	EN22	การทำจิตซาคแบตเตอรี่โทรศัพท์เคลื่อนที่
xxvi	LA3	lx	EN26	การทำจิตซาคแบตเตอรี่โทรศัพท์เคลื่อนที่
xxvii	EC3	lxi	EN26	UPS Batteries
xxviii	LA8	lxii	EN26	การทำจิตแบตเตอรี่โทรศัพท์มือถือ



บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)

สำนักงานใหญ่ : 414 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน
เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์ : (66) 2299 6000

โทรสาร : (66) 2299 5165

www.ais.co.th