

# DIGITAL FOR THAIS




# ความสำเร็จอย่างยั่งยืนของเอไอเอส เกิดจากทุกแรงสนับสนุน ที่จับเคลื่อนไปด้วยกัน



MEMBER OF

**Dow Jones  
Sustainability Indices**

In Collaboration with RobecoSAM 

## ที่สุดแห่งความสำเร็จ

การเป็นองค์กรแห่งความยั่งยืน 2 ปีซ้อน DJSI 2015-2016

เอไอเอสเชื่อว่าความยั่งยืนขององค์กร คือการเปิดโอกาสให้คนไทยทุกคนสามารถเข้าถึงการสื่อสาร และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้คนไทยใช้ชีวิตได้มากกว่าเดิม ขณะเดียวกัน ความเชื่อมั่น และการยอมรับจากทุกฝ่าย จะช่วยให้เรายืนหยัดอย่างมั่นคง ด้วยหัวใจที่พร้อมมอบสิ่งดีๆ เพื่อสร้างรอยยิ้ม และรากฐานอันแข็งแกร่งให้กับประเทศ "เอไอเอส ผู้ให้บริการดิจิทัลสำหรับคนไทยทุกคน"

# สารบัญ

01

สารจาก  
ประธานกรรมการ  
และประธาน  
เจ้าหน้าที่บริหาร

02

ผลการดำเนินงาน  
ที่โดดเด่นใน  
ปี 2559

04

นโยบายและภาพรวม  
การประกอบธุรกิจ

06

วิสัยทัศน์  
และพันธกิจ

07

กลยุทธ์ 5 ด้าน  
เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

10

ชุมชนและสังคม  
ของเรา



28

ลูกค้าของเรา



49

พันธมิตรทางธุรกิจ  
ของเรา



63

พนักงานของเรา



88

สิ่งแวดล้อม  
ของเรา



## ภาคผนวก

101

การนำเสนอเนื้อหา  
ในรายงาน

106

ตารางแสดงข้อมูล  
ตามตัวชี้วัด (GRI)

111

การปฏิบัติตามเกณฑ์  
ขั้นสูงสุดของ  
ข้อตกลงโลก  
แห่งสหประชาชาติ  
(UNGC)

113

การดำเนินงาน  
ตามเป้าหมาย  
การพัฒนา  
อย่างยั่งยืน  
แห่งสหประชาชาติ  
(SDGs)



# สารจากประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร


ปี 2559 ที่ผ่านมานับได้ว่าเป็นปีที่มีความสำคัญกับธุรกิจของเอไอเอส โดยมีการประมวลผลความถี่เพิ่มเติมเพื่อให้บริการ 4G และ 3G ซึ่งช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งเชิงการแข่งขันในระยะยาวให้กับเอไอเอส ทั้งนี้ การจะสร้างให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาวคงความเป็นผู้นำและสร้างผลตอบแทนที่มั่นคงแก่ผู้ถือหุ้น ย่อมต้องคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อม โดยเฉพาะการใช้ชีวิตของผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปตามเทคโนโลยี ก่อให้เกิดโอกาสใหม่และความท้าทายใหม่ไปพร้อมกัน ปี 2559 เป็นปีที่ 2 ที่เอไอเอสดำเนินตามวิสัยทัศน์การเป็นผู้นำด้านดิจิทัลไลฟ์ซึ่งได้ประกาศไว้ และได้เริ่มสร้างการเปลี่ยนแปลงหลายอย่างในองค์กร ทั้งทิศทางการดำเนินงานที่ขยายไปสู่ธุรกิจใหม่คือบริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ความเร็วสูงและดิจิทัลคอนเทนต์ซึ่งต้องอาศัยการสร้างและพัฒนาคน รวมถึงการปรับแนวคิดและแนวทางดำเนินงานกับคู่ค้าให้รองรับการเปลี่ยนแปลง ทั้งยังครอบคลุมการวางบทบาทของเอไอเอสในบริบทสังคมที่กว้างขึ้นกว่าเดิม และการให้ความสำคัญถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในการตัดสินใจลงทุน

ด้วยธุรกิจของเอไอเอสที่มีโครงสร้างพื้นฐานและบริการด้านโทรคมนาคมที่พัฒนาอย่างยาวนาน เราจึงสามารถใช้ศักยภาพที่มีเพื่อช่วยนำพาความก้าวหน้าให้กับสังคมและชุมชน สร้างสังคมไทยที่มีคุณภาพชีวิต ทั้งการส่งเสริมให้การติดต่อสื่อสารของคนไทยสะดวกและมีประสิทธิภาพเพื่อการใช้ทรัพยากรทั้งในสังคมเมืองและชุมชน ช่วยสนับสนุนด้านการศึกษา การดูแลสุขภาพ ด้วยการให้บริการผ่านโครงข่ายเอไอเอส ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญที่จะผลักดันให้เราขับเคลื่อนธุรกิจไปในอนาคต

ปี 2559 นี้ เป็นปีที่ 2 ที่เอไอเอสได้รับคัดเลือกให้รวมอยู่ในดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices หรือ DJSI) และยังเป็นปีที่ 2 ที่ได้รวมอยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืนของกลุ่มบริษัทจดทะเบียนจากการประเมินของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งสร้างความตระหนักถึงสิ่งที่เราได้ทำมาอย่างต่อเนื่องและเป็นเครื่องมือผลักดันให้เรายังคงพัฒนาตนเองต่อไป ยึดมั่นในความโปร่งใส ยึดหลักธรรมาภิบาล ถายทอดจากรุ่นสู่รุ่นเพื่อสร้างการเติบโตของอุตสาหกรรมและประเทศโดยรวม



นายกานต์ ตระกูลอุษ  
ประธานกรรมการ



นายสมชัย เลิศสกุลจรงค์  
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

# ผลการดำเนินงานที่โดดเด่นในปี 2559

มุ่งสู่บริการดิจิทัลเพื่อคนไทย ผสมผสานบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ดิจิทัลคอนเทนต์ และบริการที่เป็นเลิศ



## มุ่งสู่ความเป็นผู้นำ

ธุรกิจบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่



มุ่งเน้นเป็นผู้ให้บริการอันดับ 1 ในประเทศไทย  
ให้บริการลูกค้ากว่า 41 ราย  
และมีส่วนแบ่งรายได้ทางการตลาด  
ประมาณร้อยละ 50

ให้บริการโครงข่ายที่ครอบคลุม

**2G** ครอบคลุม 98%  
**3G** ครอบคลุม 98%  
**4G** ครอบคลุม 98%

## พัฒนาสู่การเติบโต

รายได้จากบริการข้อมูลเพิ่มขึ้น

**20%**

ความต้องการใช้งานค้ำต่ำ เติบโตจาก  
การใช้งานสมาร์ตโฟนเพิ่มขึ้นและ  
บริการค้ำต่ำที่มีอัตราความเร็วสูงขึ้น

**3.6GB** 29%  
การใช้งานค้ำต่ำเฉลี่ย ผู้ใช้บริการ  
สูงขึ้น 1.8 เท่า ที่รองรับ 4G

ธุรกิจบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง



ให้บริการลูกค้า  
**301,500** ราย  
ครอบคลุม  
5.2 ล้าน ครัวเรือน  
ใน 28 จังหวัด

ยกระดับมาตรฐานความเร็วอินเทอร์เน็ต  
บรอดแบนด์ ในประเทศไทย ด้วยโครงข่าย  
เอไอเอส ไฟเบอร์ ออฟติก เป็นแหล่งรายได้ใหม่  
ที่ใช้ประโยชน์จากโครงข่ายไฟเบอร์ ออฟติก  
บนธุรกิจบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

## บริการดิจิทัลแบบเต็มรูปแบบ



**AIS PLAY II & AIS PLAYBOX**

- ศูนย์รวมคอนเทนต์จากพันธมิตร ถ่ายทอดสดรายการ  
ที่สามารถรับชมได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านหลากหลายแพลตฟอร์ม



**AIS Business cloud**

- ให้บริการคลาวด์แบบครบวงจร พร้อมท้าวสู่อายุ 4.0
- ส่งเสริมประสิทธิภาพธุรกิจด้วยความคล่องตัวในการทำงานและลดต้นทุน  
สำหรับลูกค้าองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ไปจนถึงขนาดย่อม



**Mobile Money**

- ร่วมมือกับธนาคารและสถาบันการเงิน มุ่งพัฒนาความสะดวกสบาย  
ในการใช้บริการทางการเงิน

## ส่งมอบผลตอบแทนที่ยั่งยืน

**DJSI 2558 II & 2559**

ผู้ให้บริการรายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพียงรายเดียวในไทย  
ที่ได้รับคัดเลือกให้รวมอยู่ใน DJSI ต่อเนื่องถึงสองปี



ไม่ต่ำกว่า **70%**  
อัตราเงินปันผล

ได้รับการรับรองเป็นสมาชิก ของแนวร่วมปฏิบัติ  
ของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต

## สร้างทุกความเป็นไปได้ให้แก่สังคมไทยด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

ให้คนไทยทุกคนสามารถเข้าถึงเทคโนโลยี 3G และ 4G ของเอไอเอสได้ด้วยมือคือสามารถโทรหาเอไอเอส ลาวา และเพื่อคนที่หลากหลายในราคาที่เข้าถึงได้

ยอดจำหน่ายเอไอเอส ลาวา ปี 2559

**6.7** ล้านเครื่อง

4 ปี 2558  
ล้านเครื่อง



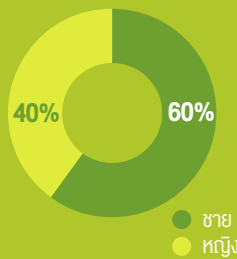
ศูนย์ปฏิบัติการ  
คอลเซ็นเตอร์ผู้พิการ 12 แห่ง

จ้างงานผู้พิการกว่า **117** ราย  
ให้บริการลูกค้าผู้พิการได้กว่า  
**2,947** รุสรรม ในปี 2559

จากความแข็งแกร่งทางธุรกิจ  
และฐานะการเงิน ในปี 2559  
เอไอเอสมีการจ้างงานกว่า

**12,000** ตำแหน่ง

สัดส่วนพนักงาน  
เพศชายและหญิง ในปี 2559



รางวัล  
**สุดยอดนายจ้างดี  
เด่น และนายจ้างดี  
เด่นแห่งประเทศไทย  
ประจำปี 2559**

โดย บริษัท เอออน ฮิววิก  
(ประเทศไทย)

โครงการระบบไอซีทีและพลังงานทดแทน  
ระบบบูรณาการสำหรับชุมชนชายขอบ ตามพระราชดำริ  
สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

มีกรเรียน  
กว่า **100** ราย

ได้ใช้ไฟฟ้า และระบบสื่อสารโทรคมนาคม  
3G เข้าถึงการศึกษา

## โครงการ “เอไอเอส หัวใจอาสา พัฒนาสังคมยั่งยืน”

2558 39 โครงการ 3.0 ล้านบาท

2559 40 โครงการ 3.2 ล้านบาท

## ยืนยันขีดแนวความคิดการเป็นโครงข่ายสีเขียว

สัดส่วนสถานีฐานที่ใช้พัฒนา  
แกนเครื่องปรับอากาศ

2558 2559  
**70%** | **100%**



**LEED PLATINUM**

ศูนย์พัฒนาทักษะ  
คอลเซ็นเตอร์  
จังหวัดนครราชสีมา

บรรลุเป้าหมาย  
ลดความเข้มข้นของ  
คาร์บอนที่ปล่อยออกมา  
เมื่อเทียบกับปริมาณ  
Data Traffic ที่

**28%**

**1.8** เท่า

ค่า PUE ที่เอไอเอส ดาต้า เซ็นเตอร์  
ต่ำกว่าค่ามาตรฐานปกติ  
ซึ่งเท่ากับ 2.0 เท่า

**50.5** ล้านบาท

ต้นทุนการดำเนินงานที่ประหยัดได้  
จากการส่งเสริมให้ผู้ให้บริการ  
รับใบแจ้งค่าบริการผ่านช่องทาง  
อิเล็กทรอนิกส์

# นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ เอไอเอส ก้าวเข้าสู่การเป็น “ผู้ให้บริการด้านดิจิทัลไลฟ์” ด้วยการดำเนินธุรกิจหลัก 3 ธุรกิจ ได้แก่ บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และบริการดิจิทัลคอนเทนต์ ณ สิ้นปี 2559 เอไอเอส ในฐานะผู้นำด้านการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย มีส่วนแบ่งทางการตลาดเชิงรายได้อยู่ที่ประมาณร้อยละ 50 และมีผู้ใช้บริการจำนวน 41 ล้านรายทั่วประเทศ เอไอเอสได้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มาเป็นระยะเวลากว่า 26 ปี โดยรายได้จากบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ยังคงเป็นรายได้ส่วนใหญ่ของบริษัท และด้วยคลื่นความถี่ที่เอไอเอสถือครองในปัจจุบัน จึงสามารถให้บริการโครงข่ายที่มีคุณภาพทั้งเทคโนโลยี 2G 3G และ 4G ตลอดจนบริการคุณภาพอื่นๆ นอกจากนี้ จากการที่เอไอเอสได้รับใบอนุญาตคลื่น 900 เมกะเฮิรตซ์ มาเมื่อเดือนมิถุนายน 2559 และใบอนุญาตจะสิ้นสุดในปี 2574 ทำให้สามารถใช้คลื่นเพื่อให้บริการเทคโนโลยี 2G ควบคู่ไปกับการใช้เพื่อเสริมความแข็งแกร่งให้กับเทคโนโลยี 3G และ 4G ในปัจจุบัน เทคโนโลยี 3G ของเอไอเอสดำเนินงานอยู่ภายใต้ระบบใบอนุญาตคลื่น 2100 เมกะเฮิรตซ์ ซึ่งใบอนุญาตจะสิ้นสุดในปี 2570 โดยเครือข่าย 3G มีความครอบคลุมมากกว่า 98% ของประชากรไทย ส่วนเทคโนโลยี 4G ของเอไอเอส ดำเนินงานอยู่ภายใต้ระบบใบอนุญาตคลื่น 1800 เมกะเฮิรตซ์ และใบอนุญาตจะสิ้นสุดในปี 2576 โดย ณ สิ้นปี 2559 เครือข่าย 4G มีความครอบคลุมแล้วทั่วประเทศโดยคิดเป็น 98% ของประชากรไทย

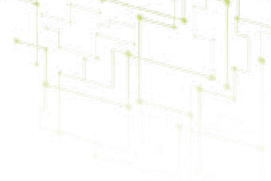


และคาดว่าจะเพิ่มความสามารถในการใช้งานและขยายโครงข่ายต่อไปในปี 2560 นอกจากนี้แล้ว เอไอเอสยังให้บริการอื่นๆ ได้แก่ บริการการโทร อินเทอร์เน็ตผ่านมือถือ ดิจิทัลคอนเทนต์ วิดีโอสตรีมมิ่ง ธุรกิจทางการเงินบนมือถือ บริการโทรศัพท์ทางไกล และบริการข้ามแดนอัตโนมัติ

นอกเหนือจากบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แล้ว ในปี 2558 เอไอเอสได้เริ่มดำเนินธุรกิจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงภายใต้ แปรนด์ ‘เอไอเอส ไฟเบอร์’ ต่อมาในปี 2559 ซึ่งเป็นปีที่สองของการดำเนินธุรกิจ เอไอเอส ไฟเบอร์ ได้เติบโตอย่างรวดเร็วเนื่องมาจากการขยายความครอบคลุมอย่างต่อเนื่องและการมีผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น โดยที่ตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงขยายตัวเช่นกัน เนื่องจากความต้องการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในครัวเรือนที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้เอไอเอส ไฟเบอร์สามารถใช้จุดเด่นด้านความแตกต่างของเทคโนโลยีใยแก้วนำแสง (FTTx) พร้อมด้วยราคาที่เหมาะสมจูงใจให้ผู้ใช้บริการเทคโนโลยี ADSL มาใช้เทคโนโลยีใยแก้วนำแสง ส่งผลให้ปีนี้รายได้จากธุรกิจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพิ่มขึ้น 616% จากเมื่อปีก่อน และจำนวนผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น 6.8 เท่า จากผู้ใช้บริการ 44,000 ราย เมื่อสิ้นปีที่แล้ว เป็น 301,500 ราย และครอบคลุม 5.2 ล้านครัวเรือน ณ สิ้นปีนี้ พร้อมกันนี้ เอไอเอสจะยังคงดำเนินการทยอยลดธุรกิจในปีหน้าและตั้งเป้าหมายที่จะเป็นผู้ให้บริการรายหลักในตลาด ภายใน 3 ปี







ธุรกิจหลักส่วนสุดท้ายของเอไอเอสคือ ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ ซึ่งการก้าวเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงของธุรกิจยุคดิจิทัล ทำให้เอไอเอสในฐานะที่เป็นผู้ให้บริการด้านดิจิทัลไลฟ์ ได้มีการคิดค้นและพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์และบริการต่างๆ ให้แก่ลูกค้า โดยเอไอเอสได้ร่วมมือกับผู้สร้างและให้บริการคอนเทนต์ในการพัฒนาระบบนิเวศของการทำธุรกิจแบบเชื่อมโยงร่วมกับพันธมิตรเพื่อการเติบโตไปพร้อมๆ กัน ทั้งนี้ เอไอเอสได้เน้นการทำดิจิทัลคอนเทนต์ใน 5 ด้าน ได้แก่ วิดีโอ เกม ธุรกิจรวมทาง

การเงินบนมือถือ คลาวด์ และการเชื่อมต่อระหว่างอุปกรณ์ (M2M) โดยตัวอย่างของความสำเร็จในปี 2559 ได้แก่ AIS PLAY ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันบนมือถือที่ให้บริการวิดีโอคอนเทนต์และการเปิดตัวบริการคลาวด์สำหรับองค์กร ทั้งนี้ ในท้ายที่สุด ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ของเอไอเอสจะสามารถยกระดับและขยายธุรกิจในทุกๆ ด้านแบบองค์รวม พร้อมกับการผลักดันให้เอไอเอส สามารถเติบโตอย่างแข็งแกร่งในยุคดิจิทัล

ข้อมูลทั่วไป	
ชื่อบริษัท	บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)
วันที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์	5 พฤศจิกายน 2534
ทุนจดทะเบียน	4,997,459,800
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	2,973,095,330
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 414 อาคารเอไอเอส 1 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย 10400

## ผลการดำเนินงานที่สำคัญในรอบระยะเวลา 3 ปี

หน่วย : ล้านบาท

ข้อมูลทั่วไป	2557	2558	2559
<b>มูลค่าเชิงเศรษฐกิจที่เอไอเอสสร้างขึ้น</b>			
• สินทรัพย์รวม	126,351	181,761	275,670
• รายได้รวม	149,329	155,276	152,150
• รายได้จากการให้บริการ (ไม่รวมค่าเชื่อมโยงโครงข่าย)	117,990	120,621	122,561
<b>มูลค่าเชิงเศรษฐกิจที่กระจายสู่สังคม</b>			
• ดันทุนการดำเนินงาน	74,904	82,618	82,991
• ค่าจ้างและสวัสดิการพนักงาน	7,446	8,078	7,184
• เงินลงทุนเพื่อสนับสนุนการพัฒนาสังคมและชุมชน	188	143	90
• เงินที่จ่ายให้แก่ภาครัฐ	29,506	24,115	15,589
<b>เงินที่ชำระคืนให้แก่เจ้าของเงินทุน</b>			
• เงินปันผล	35,052	37,042	36,509
• ดันทุนทางการเงิน	1,527	1,960	4,236
<b>มูลค่าเชิงเศรษฐกิจสะสม</b>			
• กำไรสุทธิ	36,033	39,152	30,667
• กำไรก่อนหักภาษี ดอกเบี้ยจ่าย และค่าเสื่อมราคา	66,428	70,776	62,949



## พันธกิจ

- เอไอเอสมุ่งมั่นที่จะส่งมอบบริการที่เหนือกว่า และสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งเสริมการดำเนินชีวิตประจำวัน และเพิ่มขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจของผู้ใช้บริการให้ดีขึ้น
- เอไอเอสมุ่งมั่นใส่ใจบริการลูกค้า เพื่อสร้างความผูกพันกับผู้ใช้บริการ
- เอไอเอสมุ่งมั่นที่จะเสริมสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่กระฉับกระเฉงให้บุคลากรมีความเป็นมืออาชีพ และมีแนวคิดในการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ เพื่อการเติบโตขององค์กร
- เอไอเอสมุ่งมั่นสร้างการเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืนกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย

## วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำสร้างสรรค์ตลาดการสื่อสารโทรคมนาคมในประเทศไทย และมุ่งหมายที่จะเป็นผู้ให้บริการเทคโนโลยีดิจิทัลที่ได้รับการยอมรับสูงสุด



# กลยุทธ์ 5 ด้านเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ 5 ด้านเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของเอไอเอส เกิดจากวิสัยทัศน์และพันธกิจซึ่งเป็นเป้าหมายหลักของเอไอเอส ดังนั้น ในปี 2555 ประธานเจ้าหน้าที่บริหารพร้อมด้วยผู้บริหารระดับสูงแต่ละฝ่ายจึงได้ประชุมร่วมกันเพื่อกำหนดกลยุทธ์ตามผู้มีส่วนได้เสีย 5 กลุ่มหลัก ที่เราจะต้องให้ความสำคัญและบริหารจัดการดูแลเป็นพิเศษ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวได้



กลยุทธ์ 5 ด้าน	คำมั่นสัญญาของเรา	ประเด็นที่มีภัยสำคัญ แต่ละด้าน	แนวทาง การบริหาร จัดการ
<p><b>ชุมชนและสังคม ของเรา</b> ประสานสังคมของเรา ให้เป็นหนึ่งเดียว</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ทำความเข้าใจอย่างถึถ้วน และคำนึงถึงความต้องการ ของชุมชนข้างเคียง พร้อมตอบสนองต่ออย่างมีกลยุทธ์ เป็นระบบ และบูรณาการร่วมกันเพื่อให้สังคมยอมรับ ในการดำเนินงานของบริษัท</li> <li>• จากจุดแข็งในฐานะผู้ให้บริการโครงข่ายสู่การตอบสนอง ความต้องการของสังคมโดยรวมและได้รับการยอมรับ ว่าเป็นผู้นำของอุตสาหกรรมที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การได้รับการยอมรับ จากสังคมและชุมชน</li> </ul>	<p>หน้า 10-27</p>
<p><b>ลูกค้าของเรา</b> ส่งมอบประสบการณ์ ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ส่งมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้าพร้อมกับการ ก้าวเข้าสู่ตลาดใหม่ๆ โดยอาศัยการเข้าใจถึงความต้องการ ของลูกค้าด้วยผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย ตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละคนเพื่อสร้าง ความแตกต่างที่เหนือกว่าซึ่งสะท้อนซึ่งคำมั่นสัญญาของ เราที่จะพยายามอย่างสุดความสามารถ เพื่อให้ลูกค้า สามารถใช้ชีวิตได้ดีกว่าเดิมด้วยชีวิตดิจิทัล</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• คุณภาพและ ความน่าเชื่อถือของ โครงข่าย</li> <li>• การปกป้องข้อมูล ส่วนบุคคลของลูกค้า</li> <li>• การรักษาความพึงพอใจ ของลูกค้า</li> <li>• การสร้างสรรค์นวัตกรรม ใหม่ๆ</li> </ul>	<p>หน้า 28-48</p>
<p><b>พันธมิตรของเรา</b> สร้างหุ้นส่วนทางธุรกิจ ที่ยั่งยืน</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• มุ่งมั่นสร้างความรับผิดชอบต่อร่วมกันกับพันธมิตรของเรา</li> <li>• สร้างการเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจที่จะเติบโตไปพร้อมกัน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การสร้างความพึงพอใจ ต่อคู่ค้า</li> <li>• การแข่งขันที่เป็นธรรม</li> </ul>	<p>หน้า 49-62</p>
<p><b>พนักงานของเรา</b> ส่งเสริมบุคลากร ของเราให้เติบโต ในทุกย่างก้าว</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• พัฒนาผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และสอดคล้องกับคุณลักษณะ ของแบรนด์</li> <li>• สร้างโอกาสให้บุคลากรได้เรียนรู้และพัฒนาเพื่อที่จะนำพา เอไอเอสไปสู่เป้าหมายภายใต้กรอบแห่งความยั่งยืน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การสร้างความผูกพัน ระหว่างพนักงาน กับองค์กร</li> <li>• การพัฒนาและ การฝึกอบรมพนักงาน</li> <li>• การต่อต้านการทุจริต และคอร์รัปชัน</li> <li>• ความปลอดภัยและ อาชีวอนามัย ในการทำงาน</li> <li>• สิทธิมนุษยชน</li> </ul>	<p>หน้า 63-87</p>
<p><b>สิ่งแวดล้อมของเรา</b> สร้างสรรค์นวัตกรรม ที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• สร้างสรรค์นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์และบริการที่ใช้ สะดวกและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะเป็นการสร้าง พลังให้ผู้คนและตอบสนองความต้องการของคน ในอนาคต</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การลดมลภาวะและ ของเสียจากการดำเนินงาน</li> <li>• สินค้าและบริการที่เป็น มิตรต่อสิ่งแวดล้อม</li> </ul>	<p>หน้า 88-99</p>

## โครงสร้างการจัดการเพื่อความยั่งยืนของเอไอเอส



ในการบริหารจัดการเรื่องกลยุทธ์และนโยบาย ในการพัฒนาอย่างยั่งยืน เอไอเอสกำหนดให้คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงในการกำหนดนโยบาย กลยุทธ์ และประเด็นที่มีนัยสำคัญทางด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนของเอไอเอส โดยคณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการการพัฒนาสู่ความยั่งยืน ในฐานะกรรมการชุดย่อยที่จะช่วยกำกับดูแลและเป็นที่ปรึกษาแก่ฝ่ายบริหาร ในการนำนโยบายและกลยุทธ์ดังกล่าวไปดำเนินการในองค์กร และกลับมารายงานผลให้คณะกรรมการบริษัททราบในทุกไตรมาส

ทั้งนี้ เนื่องจากการพัฒนาสู่ความยั่งยืน เป็นวิถีการดำเนินงานที่จะต้องผนวกอยู่ในแผนการดำเนินธุรกิจและการปฏิบัติงานของทุกสายงาน ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ซึ่งเป็นหนึ่งในคณะกรรมการการพัฒนาสู่ความยั่งยืน จึงได้แต่งตั้งคณะผู้บริหารด้านการพัฒนาสู่ความยั่งยืน ที่ประกอบด้วยหัวหน้าคณะผู้บริหารจากแต่ละสายงาน เพื่อพัฒนานโยบายด้านการพัฒนา

สู่ความยั่งยืนที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน และทิศทางการดำเนินธุรกิจของกลุ่มเอไอเอส โดยให้รายงานตรงต่อประธานเจ้าหน้าที่บริหาร พร้อมทั้งจัดตั้งคณะทำงานด้านการพัฒนาสู่ความยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วย ตัวแทนผู้บริหารระดับปฏิบัติการจากแต่ละสายงาน จำนวน 14 ท่าน ให้ทำหน้าที่ขับเคลื่อนแผนงานตามกลยุทธ์และนโยบายที่กำหนด และตรวจสอบความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินโครงการต่างๆ

นอกจากนี้ ยังได้จัดตั้งหน่วยงานพัฒนาความยั่งยืนขึ้นมาเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานของคณะทำงานด้านการพัฒนาสู่ความยั่งยืนและคณะกรรมการแต่ละชุด โดยหน่วยงานพัฒนาความยั่งยืนจะคอยสนับสนุนในเรื่องข้อมูลข่าวสารและความรู้ รวมถึงเทรนด์และแนวปฏิบัติในระดับประเทศและระดับสากลในเรื่องการพัฒนาความยั่งยืนให้ทราบผ่านการรายงานในการประชุม และช่องทางต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ

### หมายเหตุ:

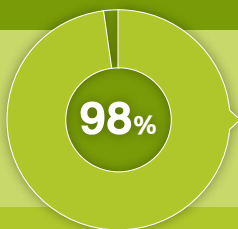
\*รายชื่อและขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการการพัฒนาสู่ความยั่งยืน สามารถศึกษาได้จากรายงานประจำปี 2559 หัวข้อโครงสร้างการจัดการ หน้า 57

# ชุมชน และสังคมของเรา



# ชุมชนและสังคมของเรา

โครงข่าย 2G 3G  
ครอบคลุมประชากรทั่วประเทศ



**ความสำเร็จ**  
ขยายโครงข่าย 4G  
ครอบคลุมประชากร  
98% ของประเทศ ภายใน 1 ปี

## 5.2 ล้านครัวเรือน

สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง  
ด้วยเทคโนโลยีไฟเบอร์ ออฟติก 100%



**AIS  
SUPER  
WiFi**



บริการ AIS WiFi

80,000 จุด ทั่วประเทศ  
สร้างการจ้างงานกว่า  
12,000 ตำแหน่ง

## แนวทางการบริหารจัดการ

- พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีคุณภาพและครอบคลุมเพื่อให้คนไทยทุกคนได้ใช้ชีวิตที่มากกว่า
- สนับสนุนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมตามนโยบายประเทศไทย 4.0 ของภาครัฐ
- พัฒนาศักยภาพคนไทยและสร้างความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยีดิจิทัล
- ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมทางสังคม
- เคารพในสิทธิมนุษยชนและการให้โอกาสอย่างเท่าเทียมกัน

## ความท้าทายและโอกาส

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของประเทศ นวัตกรรมทางเทคโนโลยีสามารถสร้างให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขัน ลดต้นทุนดำเนินงาน และช่วยแก้ไขอุปสรรคในด้านการพัฒนาประเทศได้หลากหลาย ขณะเดียวกันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วก็ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้บริโภค ทำให้สามารถก้าวข้ามข้อจำกัดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องระยะเวลา สถานที่ สถานะทางสังคม ฯลฯ ทำให้คนสามารถใช้ชีวิตได้สะดวกสบายมากขึ้น ช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ทั้งในการเข้าถึงบริการขั้นพื้นฐานต่างๆ และบริการทางการเงิน ดังนั้น จึงถือเป็นความท้าทายและโอกาสสำหรับทั้งภาครัฐและเอกชนของแต่ละประเทศที่จะต้องลงทุนในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีให้มีความพร้อมรวมถึงการให้ความรู้แก่ประชากรให้ก้าวหน้า และสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและได้ประโยชน์สูงสุด

## เป้าหมายความสำเร็จในระยะยาว

เป็นผู้นำสร้างสรรค์ตลาดการสื่อสาร  
โทรคมนาคมในประเทศไทย และมุ่งหมาย  
ที่จะเป็นผู้ให้บริการเทคโนโลยีดิจิทัล  
ที่ได้รับการยอมรับสูงสุด

## ตัวชี้วัด

- ความครอบคลุมและคุณภาพของโครงข่าย
- จำนวนผู้ใช้บริการการสื่อสารโทรคมนาคมและอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง
- จำนวนนวัตกรรมที่สร้างขึ้นในปี 2559
- อัตราความสำเร็จในการต่อสัญญาเช่าพื้นที่ให้บริการโทรคมนาคม
- จำนวนผู้ชมคลิปที่ให้ความรู้เรื่องการใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ
- จำนวนอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ที่เข้าถึงแอปพลิเคชันอสม.



## พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีดิจิทัล ที่มีคุณภาพและครอบคลุมเพื่อคนไทยทุกคน ได้ใช้ชีวิตที่มากกว่า

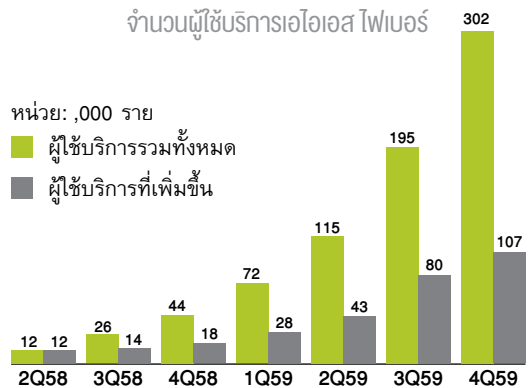
ภายหลังจากการได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ ย่าน 1800 เมกะเฮิรตซ์ และ 900 เมกะเฮิรตซ์ ในปีที่ผ่านมา รวมถึงมีความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ ในการใช้งานคลื่นความถี่เพิ่มเติม ทำให้เอไอเอสมีความแข็งแกร่ง สามารถให้บริการ 3G และ 4G ได้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น เพื่อให้ลูกค้ากว่า 41 ล้านรายในปัจจุบันได้ใช้บริการ เข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านมือถือได้ด้วยเทคโนโลยีที่รวดเร็วและกว้างขวาง โดยโครงข่าย 3G และ 4G ของเอไอเอสครอบคลุมกว่าร้อยละ 98 ประชากรทั้งหมด พร้อมทั้งนำเสนอสินค้าและบริการที่หลากหลาย ในราคาที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ เพื่อให้คนไทยทุกคนสามารถเข้าถึงเทคโนโลยี 3G และ 4G ของเอไอเอส และเลือกในสิ่งที่เหมาะสมกับความต้องการของตนเอง

นอกเหนือจากโครงข่ายมือถือ ซึ่งเป็นเทคโนโลยีไร้สายที่ครอบคลุมแล้ว ในปีที่ผ่านมา เอไอเอสได้เร่งสร้างโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง แบนด์ "เอไอเอสไฟเบอร์" ซึ่งให้บริการด้วยไฟเบอร์ ออฟติก 100% ที่มีคุณสมบัติเร็วกว่าและคุณภาพดีกว่าเทคโนโลยีที่มีอยู่ในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็น ADSL ที่มีปัญหาสายทองแดงเสื่อมคุณภาพ จากสภาวะอากาศร้อนชื้นของประเทศไทย และเทคโนโลยี DOCSIS ซึ่งมีข้อจำกัด

ในเรื่องของระยะทาง โดยการเปิดให้บริการเอไอเอสไฟเบอร์ ดังกล่าวถือเป็นการช่วยยกระดับอุตสาหกรรมอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ในประเทศไทย ผลักดันให้เกิดการแข่งขันและพัฒนาบริการอินเทอร์เน็ตผ่านสายไฟเบอร์ ออฟติก อย่างกว้างขวางมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและได้รับประสบการณ์ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงคุณภาพดี

โดยในปี 2559 เอไอเอสสามารถขยายโครงข่ายเอไอเอสไฟเบอร์ ให้ครอบคลุมเขต 28 จังหวัด สูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ที่ 24 จังหวัด ครอบคลุมประชากรกว่า 5.2 ล้านครัวเรือน และด้วยความที่เอไอเอสไฟเบอร์มีแพ็คเกจที่หลากหลายและราคาที่เหมาะสม ทำให้ปัจจุบัน เอไอเอสไฟเบอร์ มีอัตราการเติบโตของผู้ใช้บริการสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จำนวนผู้ให้บริการเอไอเอสไฟเบอร์







## AIS Maritime

นอกจากการให้บริการโครงข่ายบนพื้นแผ่นดินแล้ว เอไอเอสร่วมมือกับบริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน) (ไทยคม) ผู้ให้บริการดาวเทียมสื่อสาร เปิดให้บริการ “AIS Maritime” การใช้งานโทรศัพท์มือถือทั้งบริการเสียงและบริการอินเทอร์เน็ตด้วยความเร็วสูงสุดถึง 2.7 เมกะบิตต่อวินาที ด้วยระบบสื่อสารผ่านดาวเทียมเป็นครั้งแรกกลางทะเลอ่าวไทย โดยพื้นที่ให้บริการครอบคลุมทุกพื้นที่ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่กลางทะเล เช่น เจ้าหน้าที่ขุดเจาะน้ำมัน เจ้าหน้าที่ประจำเรือขนส่งสินค้า ฯลฯ สามารถติดต่อกับครอบครัวและบุคคลใกล้ชิดได้ โดยเอไอเอสถือเป็นผู้ให้บริการรายแรกในประเทศไทยที่มีการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคมมาทำงานร่วมกับระบบดาวเทียมสื่อสาร หลังจากเมื่อปี 2556 เอไอเอสและไทยคมได้ร่วมกันทดลองให้บริการเครือข่ายมือถือบนเรือหลวงกระบี่

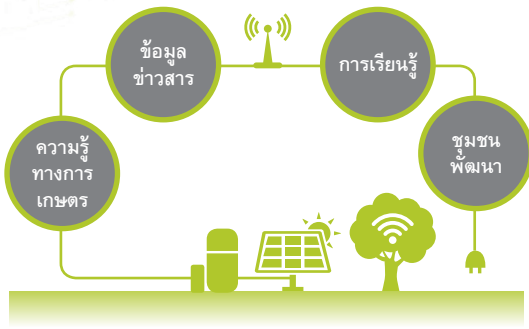
AIS Maritime นอกจากจะช่วยลดต้นทุนในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ปฏิบัติงานกลางทะเลกับสำนักงานใหญ่จากแพคเกจที่มีราคาประหยัดแล้ว ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินธุรกิจ ด้วยบริการเสริมต่างๆ เช่น บริการบันทึกวีดิโอทางโทรศัพท์ (Mobile Digital Video Recording: mDVR) เพื่อให้เจ้าหน้าที่ที่สำนักงานใหญ่สามารถดูแลความปลอดภัยของผู้ปฏิบัติงานกลางทะเลได้ และช่วยตรวจตราความเรียบร้อยของการปฏิบัติงานได้ผ่านโทรศัพท์มือถือหรือจภาพจากที่สำนักงานใหญ่ได้ทันที

## โครงการระบบไอซีที และพลังงานทดแทนแบบบูรณาการ สำหรับชุมชนชายขอบ ตามพระราชดำริ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

จากข้อจำกัดเรื่องการเข้าถึงพลังงานไฟฟ้าและระบบสื่อสารโทรคมนาคมของชุมชนห่างไกล และชุมชนในเขตชายแดน ทำให้ส่งผลกระทบต่อเนื่องไปถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิตและการศึกษาของเด็กและเยาวชน โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน บ้านคีรีล้อม จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดย พระราชดำริ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ต้องทำหน้าที่ในฐานะศูนย์กลางความรู้เดียว รองรับนักเรียนจำนวนกว่า 100 คน โดยปรารถนาจากอุปกรณ์การเรียนการสอนอิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย

เอไอเอส จึงได้ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ มูลนิธิเทคโนโลยีสารสนเทศ ตามพระราชดำริสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี, กองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน, ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า จัดทำ “โครงการระบบไอซีที และพลังงานทดแทนแบบบูรณาการ สำหรับชุมชนชายขอบ ตามพระราชดำริ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี” เพื่อร่วมกันออกแบบและพัฒนาระบบผลิตไฟฟ้าด้วยพลังงานทดแทนจากน้ำและแสงอาทิตย์ ซึ่งถือว่าเป็นพลังงานสะอาดที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อจ่ายไฟฟ้าให้แก่โรงเรียน และได้ติดตั้งสถานีเก็บประจุกระแสไฟฟ้าเพื่อให้นักเรียนสามารถนำตะเกียงไฟฟ้ามาชาร์จไฟกลับไปใช้ที่บ้านได้





ระบบตรวจสอบข้อมูลสังเกตการณ์ระยะไกลเป็นอีกนวัตกรรมหนึ่งที่เราสร้างเพิ่มเติมเข้ามาเพื่อช่วยให้เจ้าหน้าที่สามารถตรวจสอบการทำงานและความผิดปกติของอุปกรณ์ซึ่งอยู่ห่างไกลได้ นอกจากนี้ ทีมวิศวกรของเอไอเอสได้ลงพื้นที่เข้าไปให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้พลังงานอย่างยั่งยืนให้คุณครู นักเรียน และชาวบ้านในชุมชนชายขอบทราบ เพื่อให้ทุกคนสามารถมีพลังงานใช้ไปได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาว และร่วมกันอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดพลังงาน

สำหรับการติดตั้งระบบสื่อสารไร้สายเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์ในการจัดสร้างห้องเรียนต้นแบบด้านการเรียนรู้สำหรับโรงเรียนในถิ่นทุรกันดารที่วิศวกรของเราคิดค้นวิธีการติดตั้งอุปกรณ์กระจายสัญญาณบนต้นไม้ ทำให้สามารถเชื่อมต่อสัญญาณจากภาคพื้น ไปสู่อยอดดอยได้ โดยมีความกลมกลืนกับภูมิทัศน์และไม่จำเป็นต้องตัดต้นไม้

สำหรับห้องเรียนต้นแบบด้านการเรียนรู้สำหรับโรงเรียนในถิ่นทุรกันดารดังกล่าว เอไอเอสยังได้ติดตั้งอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สาย และอุปกรณ์สื่อสารในระบบ 3G เพื่อให้คุณครูนักเรียนและชาวบ้านในชุมชนซึ่งตั้งอยู่รอบบริเวณโรงเรียน สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสาร ความรู้ทางการเกษตร และความรู้ใหม่ๆ ได้ การสนับสนุนให้มีการเรียนการสอนวิชาคอมพิวเตอร์ การศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม การใช้ eDLTV (eLearning-on-demand) หรือการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมอิเล็กทรอนิกส์ เป็นระบบที่ครูผู้สอนสามารถทำการบันทึกวิชาที่ต้องการสอนไว้ได้ก่อน โดยไม่จำเป็นต้อง

ให้นักเรียนมารอการถ่ายทอดสดตามตารางสอนจากห้องเรียนต้นทาง ช่วยอำนวยความสะดวกในการจัดตารางเวลาสำหรับการเรียนการสอนให้กับทั้งคุณครูและนักเรียน สิ่งเหล่านี้ นับว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและคุณภาพการศึกษาให้ดียิ่งขึ้น

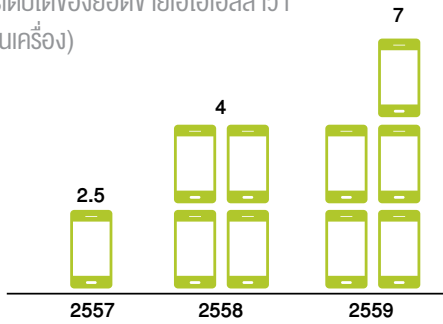
โดยโครงการระบบไอซีทีที่ และพลังงานทดแทนแบบบูรณาการสำหรับชุมชนชายขอบ ตามพระราชดำริได้นำร่องที่ศูนย์การเรียนรู้ตำรวจตระเวนชายแดนบ้านศิริล้อม จ.ประจวบคีรีขันธ์ เป็นแห่งแรก ปัจจุบันโรงเรียนดังกล่าวได้ทำการเรียนการสอนตั้งแต่ระดับก่อนประถมจนถึงชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 มีนักเรียนทั้งสิ้น 105 คน และภายในปี 2560 เอไอเอสตั้งเป้าที่จะขยายโครงการนี้ให้ครอบคลุมโรงเรียนในชุมชนชายขอบอื่นๆ อีกจำนวน 6 แห่ง เพื่อสร้างให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ เปิดโอกาสทางการศึกษา และลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงพลังงานไฟฟ้าของชุมชน

### เอไอเอส ลาวา สมาร์ทโฟนราคาประหยัด

นอกจากการสร้างโครงข่ายคุณภาพให้ครอบคลุมมากที่สุดแล้ว เอไอเอสยังได้ร่วมกับผู้ผลิตโทรศัพท์มือถือแบรนด์ลาวา ประเทศอินเดีย ผลิตสมาร์ทโฟนภายใต้ชื่อ “เอไอเอส ลาวา” ที่มีการนำเทคโนโลยี 3G และ 4G ที่มีคุณภาพทั้งการใช้งานเสียงสูงกว่าและมีความเร็วในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าเทคโนโลยี 2G เดิม มาจำหน่ายให้แก่กลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยในราคาเริ่มต้นเพียงหลักพัน ซึ่งถือเป็นทั้งการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงสมาร์ทโฟนและเทคโนโลยี 3G และ 4G ของเอไอเอสได้ และเป็นการเปิดโอกาสทางธุรกิจใหม่ให้แก่เอไอเอสในการทำการตลาดกับกลุ่มคนผู้มีรายได้น้อยซึ่งเป็นคนกลุ่มหลักในประเทศ และด้วยรูปปลั๊กอินที่สวยงามของเอไอเอส ลาวา ฟังก์ชันการใช้งานที่ครบครัน และคุณภาพที่สามารถเทียบเท่ากับมือถือสมาร์ทโฟนระดับหมื่น ทำให้เอไอเอสลาวาได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในกลุ่มผู้บริโภคชาวไทย โดยปัจจุบันมียอดจำหน่ายมากกว่า 7 ล้านเครื่อง และช่วยให้อัตรา

การเข้าถึงสมาร์ทโฟนเติบโตขึ้นเป็น 70% ในปี 2559 เมื่อเทียบกับ 63% ในปีที่ผ่านมา

การเติบโตของยอดขายไอเอสแอลวา (ล้านเครื่อง)



แพคเกจพิเศษสำหรับผู้ประกอบการได้อินและผู้ประกอบการสายตา

“  
คุณทุกคนมีสิทธิทำเทียมทุก  
ในการเข้าถึงบริการขั้นพื้นฐาน  
ในประเทศของตน”

(ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน)

แพคเกจพิเศษสำหรับผู้ประกอบการได้อินและผู้ประกอบการสายตา จึงถูกออกแบบโดยเน้นที่ตามความต้องการใช้งานที่แตกต่างกัน โดยสำหรับผู้ประกอบการได้อิน แพคเกจจะเน้นไปที่การใช้งานอินเทอร์เน็ต การส่งข้อความ SMS และการส่งรูปภาพ MMS ในขณะที่ผู้ประกอบการสายตาแพคเกจจะเน้นไปที่การใช้บริการเสียงแบบบุฟเฟต์ ซึ่งมีให้เลือกทั้งบุฟเฟต์กลางวันและกลางคืน โดยผู้ประกอบการทั้งสองกลุ่มสามารถเข้าถึงสิทธิประโยชน์นี้ได้ด้วยราคาพิเศษสำหรับข้อมูลเพิ่มเติมสามารถศึกษาได้ที่ <http://www.ais.co.th>

## สนับสนุนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมตามนโยบายประเทศไทย 4.0 ของภาครัฐ

ประเทศไทย 4.0 คือ นโยบายของรัฐบาลที่ต้องการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม” เพื่อสร้างเศรษฐกิจที่เน้นมูลค่าเป็นหลัก (Value-Based Economy) โดยปรับเปลี่ยนใน 3 มิติสำคัญ คือ

1. เปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม”
  2. เปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้า ไปสู่การเน้น “ภาคบริการ” มากขึ้น
  3. เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศไทยด้วยภาคอุตสาหกรรม ไปสู่การขับเคลื่อนด้วย “เทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม”
- โดยในการปรับเปลี่ยนนั้นจะกระทำใน 4 องค์ประกอบ คือ

1. เปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิม (Traditional Farming) ในปัจจุบัน ไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยี (Smart Farming) โดยเกษตรกรต้องร่ำรวยขึ้น และเป็นเกษตรกรแบบเป็นผู้ประกอบการ
2. เปลี่ยนจากการเป็นผู้ประกอบการ SMEs แบบดั้งเดิม (Traditional SMEs) ที่รัฐต้องให้ความช่วยเหลือตลอดเวลา ไปสู่การเป็นผู้ประกอบการที่แข็งแกร่งและสตาร์ทอัพที่มีศักยภาพสูง
3. เปลี่ยนจากการให้บริการแบบดั้งเดิม (Traditional Services) ซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำ ไปสู่การให้บริการที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น (High Value Services)
4. เปลี่ยนจากแรงงานทักษะต่ำไปสู่แรงงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะสูง

ที่มา: เว็บไซต์กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ดังนั้น เมื่อพิจารณาความสอดคล้องของธุรกิจและองค์ประกอบของการปรับเปลี่ยนตามนโยบายประเทศไทย 4.0 แล้ว เอไอเอสจึงมีความพร้อมที่จะสนับสนุนทั้งด้านการพัฒนาเทคโนโลยีซึ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานและการยกระดับคนไทยให้มีความรู้ความเข้าใจและสามารถปรับตัวได้ทันต่อการพัฒนาประเทศดังกล่าว ดังนี้

### แอปพลิเคชัน “Farmhug” จุดเริ่มต้นของโครงการพัฒนาแพลตฟอร์มการทำการเกษตรดิจิทัล

จากความตั้งใจที่จะนำเทคโนโลยีดิจิทัลไปช่วยยกระดับภาคการเกษตรและพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรเพื่อให้เข้าสู่การทำการเกษตรสมัยใหม่ที่สร้างมูลค่าเพิ่มมากยิ่งขึ้น เอไอเอสจึงริเริ่มโครงการ “Digital Agriculture Platform” โดยการลงไปสำรวจปัญหาทางด้านการเกษตรกรรมของชาวบ้าน เพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ จนในปี 2559 เมื่อเกิดปัญหา

ราคาข้าวตกต่ำ แอปพลิเคชัน “Farmhug” จึงได้ถูกพัฒนาขึ้นเป็นต้นแบบของการทำเกษตรกรรมสมัยใหม่ที่จะช่วยแก้ไขปัญหาของเกษตรกร โดยเริ่มจากการทดลองกับพนักงานภายในองค์กรให้พนักงานสามารถสั่งซื้อข้าวจากกลุ่มชาวนาที่ปลูกข้าวออร์แกนิกเพื่อมาบริโภคหรือเป็นของขวัญในช่วงเทศกาลปีใหม่ โดยมีความหลากหลายของประเภทข้าว ที่มีให้เลือกถึง 10 ประเภท ได้แก่ ข้าวหอมนิล ข้าวกล้องหอมลิ้นหนา ข้าวกล้องหอมมะลิ ข้าวกล้องหอมมณีนานาพันธุ์ ข้าวหอมทับทิมชุมแพ ข้าวหอมพะงั่ว ข้าวกล้องลิ้มผิว ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวกล้องหอมมะลิแดง และข้าวกล้องงอกกาบาไรซ์ พร้อมทั้งบริการชำระเงินด้วยแอปพลิเคชัน mPAY ซึ่งมีความสะดวกรวดเร็ว ทำให้ยอดการสั่งซื้อข้าวผ่านแอปพลิเคชัน Farmhug ได้รับความนิยม โดยมีปริมาณข้าวที่ถูกสั่งซื้อทั้งหมดจำนวน 1,454 กิโลกรัม





- ได้เงินทุนล่วงหน้าจากคนเมืองที่สั่งจอง
- กำหนดราคาขายผลผลิตตัวเอง
- ได้รับข่าวสารทางเกษตรกรรม
- แข็งแรงทนทาน เช่น โรคระบาด อากาศ

- สามารถเลือกผู้ปลูก ไร่ที่คุ้นวางใจ
- ราคาถูกจากผู้ปลูกโดยตรง
- ได้รับผลผลิตออกนิคมสดๆจากไร่
- สุขภาพดี ชีวิตดี

**โครงการต้นแบบ “จากเมืองสู่ฟาร์ม” (City-to-Farm Agriculture Assisting (CFAA))**

โครงการต้นแบบ “จากเมืองสู่ฟาร์ม” เป็นแอปพลิเคชันแพลตฟอร์ม ที่ช่วยเชื่อมต่อความต้องการระหว่างเกษตรกร กับผู้บริโภคในเมือง ซึ่งมีเป้าหมายในการช่วยให้เกษตรกรสามารถจำหน่ายสินค้าให้ได้ราคาดีพอที่จะสามารถเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้ โดยไม่ต้องเผชิญกับการรับซื้อ ในราคาต่ำของพ่อค้าคนกลาง และช่วยให้เข้าถึงผู้บริโภคในเมืองที่ต้องการบริโภคสินค้าทางการเกษตรที่มีคุณภาพดีในราคาที่เหมาะสม และนิยมการสั่งสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ โครงการต้นแบบจากเมืองสู่ฟาร์ม จึงเป็นเสมือนทางออกของกลุ่มคนทั้งสองกลุ่ม (win-win solution) โดยมีเอไอเอสทำหน้าที่เป็นแพลตฟอร์มตัวกลาง

โดยโครงการต้นแบบ “จากเมืองสู่ฟาร์ม” ได้รับรางวัล Champion of WSIS Prize 2016 สาขา ICT Application : e-Agriculture ในงานประชุม WSIS Forum ณ กรุงเจนีวา ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ทั้งนี้ ผู้สนใจสามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ <https://www.youtube.com/watch?v=LMOPCmDD2o4>

**ความร่วมมือกับตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ เพื่อส่งเสริมการเติบโตของสตาร์ทอัพ**

โลกของอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดผู้ประกอบการและธุรกิจใหม่ๆ จำนวนมาก แต่เอไอเอสในฐานะองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ มองว่าจุดอ่อนของธุรกิจเหล่านี้คือการขาดประสบการณ์และความรู้เชิงการตลาด ดังนั้น นอกจากโครงการสนับสนุนสตาร์ทอัพที่ เอไอเอสริเริ่มมาตั้งแต่ปี 2554 ในแต่ละปี เอไอเอสยังได้ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและองค์กรต่างๆ เพื่อเข้าไปให้ความรู้และจุดประกายความคิดของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ อย่างกลุ่มสตาร์ทอัพ โดยในปี 2559 เอไอเอสร่วมกับตลาดหลักทรัพย์ เอ็มเอไอ (MAI) จัดงานเสวนาชื่อ “เตรียมพร้อมสู่โลกธุรกิจ สานฝันสู่ตลาดทุน” โดยมีหัวข้อหลักคือส่งเสริมให้สตาร์ทอัพเติบโตผ่านความร่วมมือของหน่วยงานต่างๆ และมุ่งเป้าให้เติบโตใหญ่จนสามารถเข้ามาเสนอขายหุ้นใหม่ (IPO) ในตลาดหลักทรัพย์ MAI ได้ เนื่องจากตลาดทุนไทยถือว่าแข็งแกร่งเมื่อเทียบกับในภูมิภาค และยังมีโอกาสอีกมากสำหรับบริษัทเอกชนที่อยู่นอกตลาด โดยภายในงานมีการแบ่งปันประสบการณ์จากรุ่นพี่สตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จ ตัวแทนจากกลุ่มนักลงทุน และผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์ MAI

## พัฒนาศักยภาพคนไทยและสร้างความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยีดิจิทัล

### “เอไอเอส รู้สักริด เพื่อชีวิต Digital”

ปัจจุบัน โทรศัพท์มือถือกลายเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำรงชีวิตของคนไทย เนื่องจากสามารถอำนวยความสะดวกและเชื่อมต่อการสื่อสารได้รวดเร็วและตอบโต้ภัยการใช้ชีวิตมากขึ้น นอกจากการใช้โทรศัพท์ในการพูดคุยและส่งข้อความถึงผู้อื่นแล้ว ผู้บริโภคยังมีพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมือเก็บรักษาและจัดบันทึกข้อมูลสำคัญ เช่น รูปถ่าย เลขบัญชีธนาคาร สำเนาบัตรประชาชน และรหัสผ่านต่างๆ ดังนั้น หากผู้ใช้งานขาดความตระหนักถึงการใช้อย่างถูกวิธีหรือภัยที่อาจเกิดขึ้นหากโทรศัพท์มือถือสูญหาย อาจนำมาซึ่งความเสี่ยงต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินได้ โครงการ “เอไอเอส รู้สักริด เพื่อชีวิต ดิจิทัล” เป็นโครงการที่เน้นการให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้โทรศัพท์มือถืออย่างถูกวิธีการตระหนักถึงเรื่องอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้โทรศัพท์มือถืออย่างไม่ถูกต้องหรือโทรศัพท์มือถือเกิดสูญหาย และเคล็ดลับทางเทคโนโลยีที่มีประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน เช่น การสร้างวินัยการล็อกโทรศัพท์มือถือโดยการตั้งรหัสผ่านหรือใช้ลายนิ้วมือ การอัปเดตซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชันต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ หรือการติดตั้งซอฟต์แวร์ป้องกันไวรัส เป็นต้น โดยมีการเผยแพร่ผ่านช่องทางเว็บไซต์สานรัก และสื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ นอกจากนี้ ในปีที่ผ่านมา เอไอเอสได้ให้การสนับสนุนโครงการ CBS Academy ปีที่ 2 กับทาง Far East DDB โดยรูปแบบโครงการเป็นการเปิดโอกาสให้นักศึกษาชั้นปีที่ 3-4 ที่มีความคิดสร้างสรรค์ผลงานเข้าประกวดภายใต้หัวข้อ “เดินไม่แซท” และ “Digital Diet for Healthy Relationship” ซึ่งทุนการศึกษารวม 1 แสนบาท (3 รางวัล) นอกจากนี้ ผลงานที่ได้รับการคัดเลือกจะนำไปผลิตเป็นคลิปวิดีโอเพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะเพื่อส่งเสริมการใช้ชีวิตในยุคดิจิทัลที่เหมาะสมต่อไป โดยเอไอเอสจะให้การสนับสนุนงบประมาณ ในการจัดทำด้วยผู้ที่สนใจสามารถเข้ารับชมผลงานได้ที่ <https://youtu.be/67j5vi3lbM>



### เสวนาให้ความรู้เรื่องคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าจากเสาส่งสัญญาณไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ

เอไอเอสจัดให้มีงานเสวนาให้ความรู้เรื่องประโยชน์และอันตรายจากคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องต่อประชาชน สื่อมวลชนและเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น โดยมีวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าเป็นผู้ให้ความรู้ ในปีที่ผ่านมาได้มีการจัดงานตามภาคต่างๆ ทั้งภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันตก ภาคใต้และภาคกลาง รวมทั้งหมด 9 ครั้ง โดยร่วมกับหน่วยงานราชการและสมาคมผู้สื่อข่าว และในปี 2560 ได้วางแผนจัดเสวนาให้ความรู้เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 15 ครั้ง เพื่อสร้างความเข้าใจให้ครอบคลุมประชาชนในวงกว้างมากขึ้น ซึ่งคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าจากเสาส่งสัญญาณโทรศัพท์มือถือของเอไอเอสที่ประชาชนวิตกกังวลว่าอาจมีผลกระทบต่อสุขภาพ มีกำลังส่งที่ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่สำนักงานคณะกรรมการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) กำหนด นอกจากนี้ การตั้งเสาส่งสัญญาณโทรศัพท์มือถือของเอไอเอส ได้มีการปฏิบัติตามข้อกำหนดของ กสทช.อย่างเคร่งครัดและคำนึงถึงความปลอดภัยของประชาชน โดยในด้านความแข็งแรงมั่นคงของเสา สามารถรับสภาวะของพายุที่มีขนาดลมแรง 130 กม. ต่อชั่วโมง สามารถรับแรงสั่นสะเทือนของแผ่นดินไหวได้ และในการเลือกบริเวณที่ตั้งเอไอเอสได้ให้ความสำคัญต่อการไม่ทำลายหรือบดบังทัศนียภาพของชุมชน รวมทั้งต้องมีการทำความเข้าใจกับประชาชนในพื้นที่และมีการทำประชาพิจารณ์ก่อนตั้งเสาส่งสัญญาณทุกครั้ง

## C.A.M.P. AIS (Creative and Meeting Place)

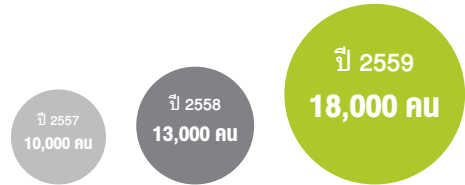
คาเฟ่ห้องสมุดที่ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง แห่งแรกในประเทศไทย โดยการสนับสนุนงบประมาณจากเอไอเอส ปีละ 3 ล้านบาทและการสนับสนุนพื้นที่จากห้างเมญ่า เชียงใหม่ เพื่อเปิดพื้นที่ให้คนรุ่นใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีแรงบันดาลใจ และรักการเรียนรู้ มาใช้เวลาต่อยอดความคิดของตนหรือพบปะกัน

จากไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ที่ยินชอบการใช้ชีวิตอิสระ ไม่ยึดติดกรอบทั้งเรื่องของเวลาและสถานที่ ทั้งยังมีความกระตือรือร้นที่จะแสดงตัวตนและความคิดของตนผ่านสื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดียมากขึ้น ชอบการใช้ชีวิตอยู่นอกบ้านมากขึ้น โดยปัจจุบันพบว่าคนรุ่นใหม่มีการใช้ชีวิตอยู่นอกบ้านมากกว่า 13 ชั่วโมงต่อวัน

C.A.M.P. AIS จึงถือเป็นการตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกและเปิดพื้นที่พัฒนาศักยภาพให้คนรุ่นใหม่ มีพื้นที่สร้างสรรค์แนวคิดและพบปะกัน รวมทั้งอาจต่อยอดไปสู่การคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อประเทศ โดย C.A.M.P. AIS เปิดให้บริการด้วยผลงานแนวคิดระหว่าง Open office ห้องสมุด และคาเฟ่ โดยติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงถึง 1 กิกะบิตต่อวินาที ซึ่งเป็นมาตรฐานความเร็วระดับโลก และบริการ AIS WiFi ด้วยความเร็ว 300 เมกะบิตต่อวินาที การจัดให้มีโซนห้องประชุม และบริการห้องสมุดออนไลน์ (Digital library) ด้วยหนังสือมากกว่าพันเล่ม และการนำบริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (AIS digital money) เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการซื้ออาหารและเครื่องดื่มภายใน C.A.M.P.

นอกจากการจัดโซนและบริการต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกภายในแล้ว C.A.M.P. ยังมีการจัดกิจกรรมสร้างแรงบันดาลใจโดยเชิญผู้ที่ถือเป็นไอดอลของคนรุ่นใหม่มาร่วมแชร์ประสบการณ์และถ่ายทอดไอเดียโดยมีการถ่ายทอดสดผ่าน AIS LINE และ AIS PLAY เพื่อให้คนไทยทุกคนสามารถรับชมและรับฟังได้ โดยผู้สนใจสามารถเข้าใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง

จำนวนผู้ใช้งาน C.A.M.P. AIS เฉลี่ยต่อเดือนในแต่ละปี



## ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมทางสังคม

แอปพลิเคชัน “อสม.ออนไลน์” นวัตกรรมจากโครงข่ายคุณภาพเพื่อการทำงานภาคสังคม

จากจุดแข็งของการเป็นผู้ให้บริการที่มีโครงข่ายครอบคลุมจำนวนประชากรมากที่สุด และการลงใจทำความเข้าใจกับชาวบ้านในทุกครั้งที่เอไอเอสเข้าไปติดตั้งเสาสัญญาณ ทำให้เราได้รับทราบถึงความยากลำบากในการทำงานร่วมกันระหว่างโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.) และเครือข่ายอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) อันเกิดจากพื้นที่ที่อยู่ในความดูแลรับผิดชอบของ รพ.สต. นั้นมีบริเวณกว้างและห่างไกล ทำให้การสื่อสารและการทำงานระหว่างเจ้าหน้าที่ รพ.สต. และอสม. รวมถึงผู้ป่วยในพื้นที่นั้นเป็นไปได้ยาก ส่งผลต่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพและสาธารณสุข ทำให้เมื่อเกิดเหตุการณ์ร้ายแรง เช่น การเกิดโรคระบาด การควบคุมป้องกันโรคจะเป็นไปในเชิงรับมากกว่าเชิงรุก

แอปพลิเคชัน “อสม.ออนไลน์” จึงเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์สำหรับการสื่อสารเพื่องานสาธารณสุขชุมชนระหว่าง 2 หน่วยงานดังกล่าว ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้เป็นไปในเชิงรุกมากขึ้น โดยเริ่มมีการใช้งานแห่งแรกที่ รพ.สต. หลักร้อย อ.เมือง จ.นครราชสีมา เมื่อปี 2558 และปัจจุบันนี้ มี รพ.สต. และ อสม. ในเครือข่าย อยู่กว่า 88 แห่ง ทั่วประเทศเพิ่มขึ้นจาก 70 แห่งในปีที่ผ่านมา

โดยเอไอเอสได้พัฒนาฟังก์ชันการทำงานของแอปพลิเคชันอย่างต่อเนื่องและเปิดกว้างให้ อสม. ทุกคนสามารถใช้งานได้ โดยไม่จำกัดอยู่ภายใต้เงื่อนไขการ



ผู้ใช้บริการเครือข่ายเอไอเอสเท่านั้น ทั้งนี้ก็เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่องานสาธารณสุขชุมชนอย่างแท้จริง และในขณะที่ ทีมงานชุมชนสัมพันธ์ของเอไอเอสลงพื้นที่เพื่อแนะนำการใช้งานแอปพลิเคชันอสม.ออนไลน์นั้น ทีมงานชุมชนสัมพันธ์ยังได้ให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของเทคโนโลยีดิจิทัล และสอนวิธีการใช้งานสมาร์ทโฟนที่ถูกต้องและปลอดภัยให้กับกลุ่ม อสม.ควบคู่ไปด้วย

ปัจจุบัน เอไอเอสอยู่ระหว่างทำการศึกษาและพัฒนาการใช้งานแอปพลิเคชันอสม.ออนไลน์ให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มผู้ใช้งานในพื้นที่ต่างๆ และการใช้งานเฉพาะกลุ่มมากขึ้น รวมถึงศึกษาวิธีการขยายกลุ่มผู้ใช้งานให้ครอบคลุมผู้ให้บริการงานสาธารณสุขชุมชนในระดับอื่นๆ เพิ่มเติม

### แอปพลิเคชัน AIS Safe & Care

เป็นนวัตกรรมด้านบริการที่ถูกพัฒนาขึ้นในปี 2559 จากความกังวลของคนไทยเรื่องความปลอดภัยและการสูญหายของบุคคลในครอบครัว โดย AIS Safe & Care จะทำให้ผู้ใช้บริการใช้ชีวิตได้อย่างสบายใจมากขึ้น เพราะสามารถมั่นใจในความปลอดภัยของบุคคลในครอบครัว จากฟังก์ชันการใช้งานที่

- สามารถระบุตำแหน่งของคนในครอบครัวได้ทุกที่ทุกเวลา สามารถกำหนดพื้นที่ความปลอดภัย (Safe Zone) โดยจะได้รับการแจ้งเตือนผ่านมือถือ ทุกครั้งเมื่อบุคคลในครอบครัวเข้าหรือออกจาก พื้นที่ความปลอดภัย

ที่กำหนด สามารถส่งสัญญาณขอความช่วยเหลือฉุกเฉิน (SOS) พร้อมกับตำแหน่งปัจจุบันไปยังบุคคลในครอบครัว เมื่อประสบกับเหตุการณ์ฉุกเฉินหรือเสี่ยงต่อความปลอดภัยได้

- สามารถสืบค้นและป้องกันโทรศัพท์สูญหาย และส่งล้างข้อมูลในโทรศัพท์กรณีที่เครื่องสูญหายหรือถูกขโมยเพื่อป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลได้
  - สามารถควบคุมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของลูกค้าได้
- ปัจจุบัน มีผู้สมัครใช้บริการ AIS Safe & Care แล้วมากกว่า 7,000 ราย สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ AIS Safe & Care สามารถศึกษาได้ที่ <http://www.ais.co.th/SafeCare/>



### อุ้งใจไฟริมทาง แสงสว่างใกล้ชิดชุมชน

โดยเริ่มการติดตั้งเสาไฟฟ้าและเชื่อมต่อกระแสไฟจากเสาส่งสัญญาณโทรศัพท์ของเอไอเอสเพื่อให้แสงสว่างแก่ชุมชนที่มีไฟฟ้าส่องสว่างไม่เพียงพอหรือเป็นพื้นที่เปลี่ยว ซึ่งมีความเสี่ยงต่อการเกิดอาชญากรรมและอุบัติเหตุมาตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2558 โดยในปี 2559 อุ้งใจไฟริมทางมีการขยายเพิ่ม 180 แห่ง ทำให้ปัจจุบัน มีอุ้งใจไฟริมทางทั้งหมด 230 แห่งทั่วประเทศ



## เคารพในสิทธิมนุษยชนและการให้ออกาสอย่างเท่าเทียมกัน



### โครงการเอไอเอสสร้างอาชีพคอลเซ็นเตอร์แต่ผู้พิการ

“เอไอเอสสร้างอาชีพ คอลเซ็นเตอร์แต่ผู้พิการ” ดำเนินงานมาแล้วเป็นระยะเวลากว่า 9 ปี โดยเริ่มจากการร่วมมือกับมูลนิธิช่วยคนตาบอดแห่งประเทศไทยในพระบรมราชินูปถัมภ์ เปิดรับผู้พิการทางสายตาเข้ามาทำงานเป็นพนักงานคอลเซ็นเตอร์เอไอเอส และให้การสนับสนุนเครื่องมือในการปฏิบัติงานด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย อาทิ การนำเทคโนโลยีที่สามารถดักจับความเคลื่อนไหวที่คีย์บอร์ดและหน้าจอแสดงผล เพื่อเปลี่ยนเป็นเสียงพูดให้พนักงานผู้พิการทางสายตาสามารถทราบถึงข้อความที่พิมพ์ได้ตลอดกับลูกค้ำได้ การพัฒนาศักยภาพในการทำงาน และการจัดสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม โดยพนักงานผู้พิการจะได้รับค่าตอบแทนและสวัสดิการต่างๆ ตามมาตรฐานขององค์กรเช่นเดียวกับพนักงานทั่วไป ซึ่งถือเป็นก้าวแรกของการเปิดโอกาสให้ผู้พิการทางสายตาได้สามารถก้าวข้ามข้อจำกัดทางสังคม มีอาชีพที่มั่นคง และใช้ความรู้ความสามารถเพื่อสร้างรายได้ให้กับตนเองและครอบครัว เกิดความภาคภูมิใจในการดำรงตนอยู่ในสังคมได้อย่างมีคุณภาพและได้รับการยอมรับ ในขณะที่เอไอเอสก็ได้พนักงานคอลเซ็นเตอร์ที่มีความมุ่งมั่น

ตั้งใจในการทำงาน และมีความจงรักภักดีต่อองค์กรมาร่วมงาน ต่อมาในปี 2554 เอไอเอสได้ขยายโอกาสด้านการทำงานไปสู่ผู้พิการในด้านอื่นๆ ได้แก่ผู้พิการทางร่างกายและผู้พิการทางการได้ยิน โดยกลุ่มผู้พิการทางสายตาและทางร่างกายจะได้รับมอบหมายให้บริการลูกค้าเพื่อแจ้งสิทธิพิเศษ รวมไปถึงการนำเสนอบริการและแคมเปญต่างๆ การให้บริการรับ-ส่งและยกเลิก SMS แทนลูกค้ำ เป็นต้น สำหรับกลุ่มผู้พิการทางการได้ยินจะได้รับมอบหมายให้บริการคอลเซ็นเตอร์ภาษามือผ่านเว็บแคม ที่เรียกว่าบริการ AIS iSign เพื่อให้บริการแก่ลูกค้ำผู้มีความบกพร่องทางการได้ยินเหมือนกัน โดยบริการ AIS iSign นี้ ถือว่าช่วยสร้างให้บริการเอไอเอสคอลเซ็นเตอร์ มีความแตกต่างกับคู่แข่งในด้านการบริการลูกค้ำ

ปัจจุบันเอไอเอสมีพนักงานคอลเซ็นเตอร์ผู้พิการจำนวน 117 คน เป็นผู้พิการทางสายตา 45 คน เป็นผู้พิการทางการได้ยิน 8 คนและผู้พิการทางร่างกาย 64 คน โดยมีศูนย์ปฏิบัติการ เอไอเอส คอลเซ็นเตอร์ แต่ผู้พิการจำนวน 12 แห่งทั่วประเทศ และตั้งเป้าหมายที่จะขยายศูนย์ปฏิบัติการ เอไอเอส คอลเซ็นเตอร์ผู้พิการให้ครอบคลุมทั่วประเทศ

## พัฒนาการของศูนย์ปฏิบัติการ คอลเซ็นเตอร์เพื่อผู้พิการ

ปี 2559

เปิดศูนย์ปฏิบัติการ  
คอลเซ็นเตอร์ แห่งที่ 9-12  
จำนวนพนักงาน 38 คน

ปี 2558

เปิดศูนย์ปฏิบัติการ  
คอลเซ็นเตอร์ แห่งที่ 6-8  
จำนวนพนักงาน 29 คน

ปี 2557

เปิดศูนย์ปฏิบัติการ  
คอลเซ็นเตอร์ แห่งที่ 5  
จำนวนพนักงาน 9 คน

ปี 2554

เปิดศูนย์ปฏิบัติการ  
คอลเซ็นเตอร์ แห่งที่ 4  
จำนวนพนักงาน 8 คน

ปี 2551

เปิดศูนย์ปฏิบัติการ  
คอลเซ็นเตอร์ แห่งที่ 3  
จำนวนพนักงาน 8 คน

ปี 2550

เปิดศูนย์ปฏิบัติการ  
คอลเซ็นเตอร์ แห่งที่ 1 และ 2  
จำนวนพนักงาน 25 คน

## ประกาศเจตนารมณ์และให้คำมั่นสัญญาในการเคารพ สิทธิเด็ก

เอไอเอสตระหนักถึงความสำคัญของสิทธิเด็กที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่าการดำเนินธุรกิจ โดยได้ประกาศเจตนารมณ์ต่อสาธารณะในการสนับสนุนสิทธิเด็กด้วยการเข้าร่วมโครงการ “การดำเนินธุรกิจโดยเคารพและสนับสนุนสิทธิเด็ก” (Children’s Right and Business Principles - CRBP) มาตั้งแต่ปี 2558 โครงการดังกล่าวเป็นโครงการที่สถาบันไทยพัฒนา ร่วมกับองค์กรทุนเพื่อเด็กแห่งสหประชาชาติ (UNICEF) เพื่อสนับสนุนให้ธุรกิจมีหลักปฏิบัติในการดำเนินงานที่เคารพสิทธิเด็กและป้องกันความเสี่ยงจากการกระทำอันก่อให้เกิดการล่วงละเมิดในสิทธิเด็ก โดยครอบคลุมทั้งบทบาทในสถานประกอบการ (Workplace) บทบาทในตลาด (Marketplace) และ บทบาทในชุมชนและสิ่งแวดล้อม (Community and Environment) อันเป็นปัจจัยที่เจ้าหน้าที่รัฐให้เข้าสู่วิถีการดำเนินธุรกิจโดยมีความรับผิดชอบต่อตามปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ ภายใต้คำมั่นสัญญาว่า “เอไอเอสจะลงไปทำความเข้าใจและประเมินผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่าของเอไอเอส ทั้งผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบต่อสิทธิและความเป็นอยู่ที่มีคุณภาพของเด็กตามกรอบแนวทางของ CRBP เพื่อให้สามารถรับรู้ เข้าใจและตอบสนองผ่านนโยบายและหลักการดำเนินธุรกิจของเอไอเอสได้อย่างเหมาะสม”

จากการประเมินในปี 2559 เอไอเอสพบว่าตลอดทั้งกระบวนการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เอไอเอสได้มีการปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานและสิทธิมนุษยชนของประเทศไทยอย่างครบถ้วน และเราได้มีการส่งเสริมให้พันธมิตรทางธุรกิจปฏิบัติตามกฎหมายดังกล่าว ทั้งในระดับนโยบายและมาตรการ ได้แก่ การบรรจุเรื่องการเคารพสิทธิมนุษยชนและการไม่ใช้แรงงานเด็ก แรงงานผิดกฎหมายไว้ในประมวลจริยธรรมธุรกิจ นโยบายและระเบียบปฏิบัติการจัดซื้อ



และจรรยาบรรณคู่ธุรกิจ การกำหนดหลักเกณฑ์คัดเลือกพันธมิตรร้านค้าตัวแทนจำหน่ายให้ต้องมีการว่าจ้างแรงงานที่ถูกต้องกฎหมายและไม่ใช้แรงงานที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี

นอกจากนี้ ในปี 2559 เอไอเอสได้จัดกิจกรรมฝึกอบรมและการประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในการดำเนินธุรกิจโดยเคารพและสนับสนุนสิทธิเด็ก และสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของพนักงาน โดยพนักงานที่เข้าร่วมมาจากสายงานต่างๆ ทั้ง สายงานปฏิบัติการ สายงานการเงิน สายงานจัดซื้อ สายงานประชาสัมพันธ์ ฯลฯ ซึ่งในการทำกิจกรรมฝึกอบรมและ

การประชุมเชิงปฏิบัติการ พนักงานได้มีส่วนร่วมในการประเมินหาผลกระทบ ความเสี่ยงและโอกาส ในเรื่องสิทธิเด็ก จากกระบวนการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันของเอไอเอสตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ การช่วยกันเสนอแนวคิดเพื่อให้เอไอเอสพัฒนานโยบายและโครงการที่จะช่วยสนับสนุนสิทธิเด็กมาก โดยขอสรุปรายละเอียดของกิจกรรมที่เกิดขึ้น ดังนี้

- 1) **กิจกรรมถ่ายทอดความรู้ (Training Session)** เพื่อการประเมินผลกระทบ และการหาแนวเพื่อการเคารพและสนับสนุนสิทธิเด็ก
- 2) **กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Exercise Session)** เพื่อการประเมินผลกระทบประเด็นสิทธิเด็ก ในกิจกรรมหลักในการดำเนินธุรกิจ
- 3) **กิจกรรมระดมสมอง (Workshop Session)** เพื่อแนวทางการปฏิบัติงานที่องค์กรสามารถนำสิทธิเด็กไปผสมผสานเข้ากับนโยบายทางธุรกิจ และกระบวนการบริหารจัดการองค์กร

คุณเพชรรัตน์ ไสพรหม (นุ้ย)  
เจ้าหน้าที่หน่วยงาน  
ชุมชนสัมพันธ์



จากประสบการณ์ทำงานในหน่วยงานชุมชนสัมพันธ์ที่นุ้ยได้รับมอบหมายให้ลงพื้นที่ปฏิบัติงานเกี่ยวกับงานชุมชนสัมพันธ์ ทำให้มีโอกาสได้เห็นวิถีชุมชนความเป็นอยู่ของชาวบ้านใกล้สถานีฐานของเราในแต่ละภูมิภาคอย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะชาวบ้านบางพื้นที่ที่ยังขาดเทคโนโลยีเข้ามาช่วยสร้างคุณภาพชีวิตในชุมชนให้ดีขึ้น แม้กระทั่งการลงพื้นที่เพื่อไปสร้างขวัญและกำลังใจให้กับชาวชุมชนในการช่วยเหลือสนับสนุนกิจกรรมหรือโครงการด้านต่างๆ ให้กับชุมชนใกล้สถานีฐาน เช่น โครงการ แอป อสม.ออนไลน์ โครงการอุ่นใจไฟริมทาง หรือการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลของดีชุมชนลงวารสารมิตรชุมชนมาช่วยประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ซึ่งบางครั้งที่ลงพื้นที่จะพบว่าผลิตภัณฑ์ชุมชนบางประเภทที่ทำสีบอดกันมาตั้งแต่สมัยคุณปู่ คุณย่า คุณตา คุณยาย

กำลังลดน้อยและอาจเลือนหายไปจากวิถีชุมชนท้องถิ่น การลงพื้นที่เพื่อพบปะชาวบ้าน เพื่อนำข้อมูลช่วยประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์หรือแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนใกล้สถานีฐาน ทำให้ชาวบ้านเกิดรายได้เพิ่มขึ้น และผลิตภัณฑ์ชุมชนไม่หายไป ยังเป็นการช่วยอนุรักษ์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและวัฒนธรรมของชาติอีกทางหนึ่ง ในส่วนของโครงการ “อุ่นใจ ไฟริมทาง” นับเป็นปีที่ 2 ที่ทางหน่วยงานชุมชนสัมพันธ์เอไอเอส ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและได้ขยายพื้นที่ติดตั้งโคมไฟส่องสว่างแบบ เปิด-ปิด ได้โดย อัตโนมัติ สูชุมชนใกล้สถานีฐานโดยใช้กระแสไฟฟ้าของสถานีฐานเอไอเอส ของเราเอง นับว่ามีส่วนช่วยเหลือชุมชนได้ในกรณีที่ไฟฟ้าหลักของชุมชนมีปัญหา ก็ยังคงมีแสงสว่างจากสถานีฐานของเราที่ยังให้บริการความปลอดภัยแก่ชุมชนได้อีกทางหนึ่งด้วย

เราไม่ใช่เป็นแค่เพียงพนักงานเอไอเอส แต่ชาวบ้านยังเห็นเราเป็นลูกเป็นหลานอีกด้วย ซึ่งนับได้ว่าเป็นความภาคภูมิใจที่ได้ปฏิบัติงานด้านชุมชนสัมพันธ์ของเอไอเอสมากค่ะ

หนูเป็นเด็กไทยใหญ่ เกิดที่พม่า พอพอกับแม่เล็กกัน แม่ก็พาหนูกับพี่อีก 2 คนเข้ามาอยู่ที่เมืองไทย พี่ๆ กับแม่รับจ้างรายวันไปเรื่อยๆ แล้วแต่ว่าใครจะมาจ้าง ก็เลยต้องย้ายที่อยู่ไปเรื่อยๆ จนสุดท้ายแม่ก็เอาหนูมาฝากไว้กับตาและยาย ที่ อ.เชียงดาว จ.เชียงใหม่ หนูก็เลยได้เรียนหนังสือ นานๆแม่ก็จะส่งเงินมาให้ แต่มันก็น้อยมาก หนูเลยไปรับจ้างทำงานในไร่ส้มช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และช่วยปัดเทอม จะได้มีเงินเก็บไว้จ่ายค่าเทอม ตอนจะจบ ม.3 ครูเอารายการ คนเก่ง หัวใจแกร่ง มาฉายให้ดู และให้นักเรียนสมัครโดยเขียนเรียงความมาส่ง แต่ไม่มีใครกล้าสมัคร มีแค่หนูที่เขียนไป ตอนนั้นคิดว่าอาจจะไม่ผ่าน แต่ก็รออย่างมีความหวัง จนจดหมายได้รับการพิจารณาและได้รับโอกาสจากโครงการ สานรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง จนได้เรียนต่อ ม.ปลาย แล้วก็สอบเข้าหมอได้ มาจนถึงตอนนี้เรียนอยู่ชั้นปีที่ 4 รู้สึกดีใจและภูมิใจมากค่ะ ชอบคุณโครงการดีจากเอไอเอสมากเลยคะที่มอบอนาคตและชีวิตที่ดีให้กับหนู



นส.แสงเดือน ลุงติ๊ะ (ฝ้าย)  
เข้าร่วมโครงการเมื่อปี 2551  
ขณะนั้นเรียนอยู่ชั้น ม.2  
โรงเรียนบ้านเมืองนะ อ.เชียงดาว จ.เชียงใหม่  
ปัจจุบันศึกษาอยู่ชั้นปี 4  
คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

# การดำเนินงานโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม ในฐานะพลเมืองไทยภายใต้ “สานรัก”



## สานรัก สนับสนุนสถาบันครอบครัว

สนับสนุนให้คนไทยตระหนักถึงความสำคัญของครอบครัว และร่วมใจกันสานสายใยแห่งความรัก ความผูกพันของครอบครัวให้มีความแน่นแฟ้น ผ่านกิจกรรมหลากหลายรูปแบบ เช่น AIS Family Rally เพื่อสายใจไทย” และ “AIS Family Walk Rally สมทบทุนมูลนิธิอานันทมหิดล” ที่ทำให้สมาชิกครอบครัวมาใช้เวลาร่วมกัน ซึ่งได้มีการจัดกิจกรรมมาตั้งแต่ปี 2536 ต่อเนื่องถึงปัจจุบันเป็นระยะเวลากว่า 20 ปี



## สานรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง

โครงการที่จัดตั้งขึ้นมาตั้งแต่ปี 2544 เพื่อมอบทุนช่วยเหลือครอบครัวและทุนการศึกษาให้กับเยาวชนที่ได้รับคัดเลือกเข้าโครงการฯ จนจบในระดับปริญญาตรี รวมทั้งมีการเผยแพร่เรื่องราวของเยาวชนในโครงการผ่านสื่อออนไลน์ และโซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น YouTube และ Facebook เพื่อให้เยาวชนสานรักเป็นตัวอย่างและแรงบันดาลใจให้แก่เยาวชนคนอื่นๆ ในสังคม

ตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการสานรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง มีเยาวชนที่รับทุนการศึกษาเป็นจำนวนกว่า 700 คน และมีผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีกว่า 140 คน โดยเอไอเอสได้มอบทุนการศึกษาไปแล้วรวมเป็นเงินกว่า 36,700,000 บาท





## สานรัก สานสังคมไทย

เป็นการดำเนินงานโดยมุ่งหวังเพื่อตอบแทนสังคมวงกว้างด้วยการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมและพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยให้ดีขึ้นในทุกช่วงวัย เช่น

- “ความร่วมมือกับสถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ (สพฉ.) ผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน 1669 สายด่วนแห่งชีวิต” ให้ลูกค้าเอไอเอสสามารถเรียกรถพยาบาลเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินผ่านแอปพลิเคชัน EMS 1669 ระบบจะแจ้งพิกัดที่เกิดเหตุไปยังสถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติโดยอัตโนมัติ เพื่อส่งทีมกู้ชีพออกปฏิบัติการช่วยเหลือผู้ป่วยฉุกเฉินได้อย่างทัน่วงที
- “ลานสุขภาพเอไอเอส” โดยร่วมกับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในพื้นที่ชุมชนต่างๆ รอบสถานีฐานที่ขาดแคลนเครื่องมือในการส่งเสริมการออกกำลังกาย โดยจัดสร้างลานสุขภาพ



ชุมชน พร้อมเครื่องออกกำลังกายประเภทต่างๆ และคู่มือการใช้งาน ตลอดจนแบบบันทึกการออกกำลังกาย เพื่อติดตามสุขภาพของคนในชุมชนได้อย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง ทั้งยังเป็นตัวอย่างให้คนในชุมชนหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพด้วยการออกกำลังกาย โดยปัจจุบัน มีสุขภาพเอไอเอสทั้งหมด 10 จังหวัด 12 แห่ง



## สานรัก หัวใจอาสา

“เอไอเอส หัวใจอาสา พัฒนาสังคมยั่งยืน” เป็นการเปิดโอกาสให้พนักงานรวมตัวกันเพื่อนำเสนอโครงการและกิจกรรมเพื่อสังคม โดยเอไอเอสเป็นผู้สนับสนุนเงินที่ใช้ดำเนินงานสำหรับโครงการที่ถูกคัดเลือกในแต่ละปี ซึ่งในปี 2559 นี้ มีพนักงานที่เข้าร่วมโครงการทั้งหมด 800 คน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา ที่มีผู้เข้าร่วมทั้งหมด 634 คน และเอไอเอสได้ให้สนับสนุนเงินเป็นจำนวนกว่า 3.15 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2015 ที่บริษัทให้การสนับสนุนอยู่ที่ 3 ล้านบาท



ตารางแสดงผลการดำเนินงานทางด้านสังคมและชุมชน

	หน่วย	2557	2558	2559
<b>การลงทุนเพื่อสนับสนุนชุมชนและสังคม</b>				
เงินบริจาคให้องค์กรสาธารณกุศลและมูลนิธิต่างๆ	ล้านบาท	45	34	29
เงินที่ใช้สำหรับกิจกรรมหรือสาธารณประโยชน์เพื่อชุมชน	ล้านบาท	2	19	12
เงินที่ใช้สำหรับกิจกรรมทางการตลาด การเป็นสปอนเซอร์ และการดำเนินโครงการต่างๆเชิงการตลาด เพื่อเป้าหมายทางสังคม	ล้านบาท	142	91	153
<b>รวม</b>	<b>ล้านบาท</b>	<b>189</b>	<b>144</b>	<b>194</b>
<b>การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนและสังคม</b>				
ระดับความสัมพันธ์ของชุมชนที่มีต่อเอไอเอส <sup>1)</sup>	%	N/A	98	98.6
จำนวนกิจกรรมทั้งหมดภายใต้โครงการเอไอเอส หัวใจอาสา พัฒนาสังคมยั่งยืน <sup>2)</sup>	โครงการ	N/A	39	40
จำนวนพนักงานทั้งหมดที่เข้าร่วมโครงการเอไอเอส หัวใจอาสา พัฒนาสังคมยั่งยืน <sup>2)</sup>	ราย	N/A	634	800
จำนวนชั่วโมงทำงานทั้งหมดที่ใช้ในการทำกิจกรรม ภายใต้โครงการเอไอเอส หัวใจอาสา พัฒนาสังคมยั่งยืน <sup>2)</sup>	ชั่วโมง	N/A	15,216	19,200
<b>การปฏิบัติตามกฎหมาย</b>				
จำนวนเงินชดเชยหรือถูกปรับจากการติดตั้งสถานีฐาน ที่ผิดกฎหมาย	ล้านบาท	0	0	0
จำนวนข้อพิพาทเรื่องการละเมิดสิทธิมนุษยชน ของคนในชุมชน	กรณี	0	0	0

หมายเหตุ

- 1) ในปี 2558 มีการปรับวิธีการคำนวณระดับความสัมพันธ์ของชุมชนที่มีต่อเอไอเอสใหม่ ทำให้ข้อมูลในปี 2557 จึงไม่สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้ (G4-22)
- 2) โครงการเอไอเอส หัวใจอาสา พัฒนาสังคมยั่งยืน เริ่มดำเนินการในปี 2558

# ลูกค้าของเรา





# ลูกค้าของเรา



## ความท้าทายและโอกาส

ปัจจุบันเทคโนโลยีและบริการโทรคมนาคมได้พัฒนาเข้าสู่ยุคที่การเชื่อมต่อสื่อสารเป็นมากกว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลหนึ่งสู่อีกบุคคลหนึ่ง โดยได้ขยายไปสู่ “ยุคโซเชียล” ที่สร้างการเชื่อมต่อในวงกว้างจากบุคคลสู่สาธารณะ จากกลุ่มสู่กลุ่ม ส่งผลให้การรับรู้ข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงมีความรวดเร็วในการเข้าถึงอย่างมาก ผลที่เกิดขึ้นอย่างเด่นชัดคือ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เน้นความครอบคลุมและความรวดเร็วของโครงข่ายโทรคมนาคมในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตตลอดเวลา และมีความต้องการใช้งานและความคาดหวังที่หลากหลายจากแต่ละกลุ่มมากยิ่งขึ้น รวมถึงมีข้อกังวลใหม่ๆ เกิดขึ้น เช่น ความปลอดภัยจากโลกไซเบอร์ และการปกป้องรักษาข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่ง

## แนวทางการบริหารจัดการ

- สร้างเครือข่ายที่ครอบคลุมและมีคุณภาพ
- ส่งมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดด้วย “ที่สุดจากใจ ที่ 1 การให้บริการ”
- มุ่งสู่การเป็นผู้ให้บริการด้านดิจิทัลไลฟ์อย่างเต็มรูปแบบ
- ยกระดับการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

ในอนาคตอีก 5-10 ปี ปัจจัยเหล่านี้จะยิ่งทวีความสำคัญยิ่งขึ้นเมื่อโลกเข้าสู่ยุค 5G ซึ่งเทคโนโลยีจะช่วยสร้างให้เกิดการเชื่อมต่อในอีกรูปแบบที่เป็นอุปกรณ์เชื่อมต่อสื่อสารกับอุปกรณ์ สร้างสรรค์ให้เกิดบริการแปลกใหม่ที่ตอบสนองวิถีความเป็นอยู่ที่เรียกว่าดิจิทัลอย่างกว้างขวาง เช่น แนวคิดเรื่องระบบบ้านอัจฉริยะที่มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกและความปลอดภัยที่เชื่อมต่อกับผู้อาศัยได้ทุกที่ทุกเวลา (smart home) ระบบรถยนต์ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลอัจฉริยะ (smart car) หรือแม้กระทั่งรูปแบบเมืองที่มีการใช้เทคโนโลยีมาช่วยให้บริการสาธารณะมีความสะดวกปลอดภัยยิ่งขึ้น (smart city)

การพัฒนาเหล่านี้ก่อให้เกิดความต้องการโครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคมและบริการทางด้านดิจิทัลที่ครบวงจรมากขึ้น จึงนับว่าเป็นทั้งโอกาสและความท้าทายของผู้ให้บริการในการสร้างธุรกิจและแหล่งรายได้ใหม่เพื่อตอบโจทย์สังคมและผู้คนที่ใช้ชีวิตที่ดีขึ้นและช่วยสร้างโอกาสใหม่ๆ และศักยภาพใหม่ๆ ในการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมต่างๆ มากยิ่งขึ้น เอไอเอสได้ปรับแนวทางการดำเนินธุรกิจให้มุ่งสู่การเป็น “ผู้ให้บริการดิจิทัลไลฟ์” ภายใต้อำนาจสัญญาทางด้านบริการคือ “ที่สุดจากใจ ที่ 1 การให้บริการ” เพื่อคงความเป็นผู้นำในธุรกิจรวมถึงสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ แนวทางการบริหารจัดการ

## เป้าหมายความสำเร็จในระยะยาว

เป็นผู้นำด้านการให้บริการดิจิทัลไลฟ์  
ที่ได้รับการยอมรับสูงสุด

## ตัวชี้วัด

- ความครอบคลุมของโครงข่าย
- คุณภาพของโครงข่าย
- ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ
- จำนวนการใช้ช่องทางดิจิทัลที่เพิ่มขึ้น

## สร้างเครือข่ายที่ครอบคลุมและมีคุณภาพ

	2557	2558	2559
ความครอบคลุมของ 2G ต่อจำนวนประชากร	98%	98%	98%
ความครอบคลุมของ 3G ต่อจำนวนประชากร	97.7%	98%	98%
ความครอบคลุมของ 4G ต่อจำนวนประชากร*	-	-	98%
จำนวนจุดให้บริการเอไอเอส ไวไฟ	28,000	54,000	78,000
ความครอบคลุมของเอไอเอส ไฟเบอร์ (จำนวนครัวเรือนที่ครอบคลุม)	420,000	1,900,000	5,200,000

\* เอไอเอสเปิดให้บริการ 4G ในปี 2559

เอไอเอสเป็นผู้นำในธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคมของประเทศไทย ด้วยโครงข่ายคุณภาพทั้งแบบไร้สายบนเทคโนโลยี 2G 3G 4G บนคลื่นความถี่ 900/1800/2100 เมกะเฮิรตซ์ บริการ AIS WiFi และบริการอินเทอร์เน็ตบ้านความเร็วสูง เอไอเอส ไฟเบอร์ โดยณ สิ้นปี 2559 เอไอเอสมีจำนวนผู้ใช้บริการกว่า 41 ล้านเลขหมาย ครอบคลุมแบ่งการตลาดอันดับ 1 ในประเทศไทย

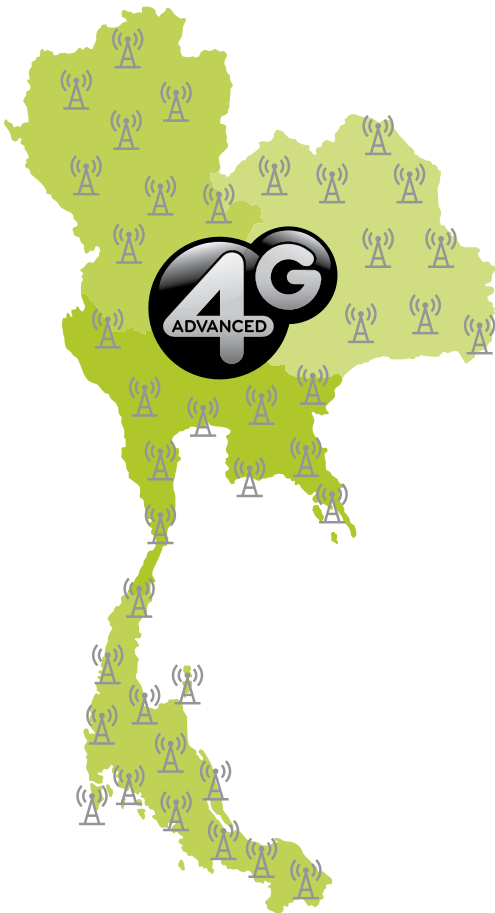
จากการเป็นผู้นำในอุตสาหกรรม ทำให้ตลอดระยะเวลา 26 ปีที่ผ่านมา เอไอเอสมุ่งมั่นพัฒนาเครือข่ายให้ครอบคลุม แข็งแกร่ง และมีคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้งานบริการเสียงและบริการข้อมูลได้อย่าง

ต่อเนื่อง โดยปัจจุบันเอไอเอสมีโครงข่าย 2G 3G และ 4G ครอบคลุม 98% ของจำนวนประชากร และมีจุดบริการ AIS WiFi กว่า 80,000 จุดทั่วประเทศ และด้วยความต้องการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นจากการเติบโตของการใช้งานมือถือสมาร์ทโฟน ประกอบกับการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคแห่งเทคโนโลยีดิจิทัลที่ต้องใช้ทั้งคลื่นความถี่ในปริมาณที่มากขึ้นและเทคโนโลยีที่รองรับอย่างเหมาะสม ทำให้วันนี้ เอไอเอสก้าวเข้าสู่การเป็นผู้ให้บริการดิจิทัลไลฟ์ ด้วย 3 ธุรกิจหลักคือ ธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ธุรกิจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์

เอไอเอสขยายโครงข่าย 4G ต่อเนื่อง ครอบคลุม 98% ของประชากรภายใน 1 ปี นับจากวันที่ได้รับใบอนุญาต



นับตั้งแต่เอไอเอส เป็นผู้ชนะการประมูลและได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่โทรคมนาคมย่าน 1800 เมกะเฮิรตซ์ ไปเมื่อเดือนธันวาคม 2558 และสามารถเปิดให้บริการ 4G ได้ตั้งแต่ต้นปี 2559 เอไอเอสได้เร่งพัฒนาเครือข่ายจนสามารถครอบคลุมประชากรได้ 98% ของจำนวนประชากรทั้งหมดได้ภายในระยะเวลา 1 ปี



นอกจากการขยายเครือข่าย 4G แล้ว เอไอเอสยังคงมุ่งมั่นขยายเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G ไปยังพื้นที่ห่างไกล เพื่อตอบสนองความต้องการใช้งานทั้งบริการเสียงและบริการข้อมูลของประชากรในพื้นที่ดังกล่าว ส่งผลให้คนไทยได้มีโอกาสเข้าถึงโลกดิจิทัลได้ในทุกพื้นที่

และจากความสำเร็จในการวางเครือข่ายให้ครอบคลุมอย่างรวดเร็วนั้น ในปีที่ผ่านมาเอไอเอสได้นำเทคโนโลยี 4x4 MIMO มาเปิดให้บริการ รวมทั้งการให้บริการเทคโนโลยี LTE Advance (Carrier Aggregation) ในเขตพื้นที่ตัวเมืองสำคัญๆ เพื่อเป็นประสิทธิภาพการรับส่งข้อมูลด้วยความเร็วที่สูงขึ้นสำหรับลูกค้าในกลุ่มที่มีการใช้งานสูงที่มีโทรศัพท์รองรับทั้ง 2CA (1800/2100) และ 3CA (900/1800/2100) และเอไอเอสได้ตั้งเป้าที่จะขยายการใช้งานเทคโนโลยีนี้เพิ่มขึ้นในปี 2560 เพื่อให้รองรับการใช้งานของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นได้



### เสริมความแข็งแกร่งของโครงข่ายด้วยบริการ

#### AIS Super WiFi

เพื่อให้การใช้งานอินเทอร์เน็ตมีประสิทธิภาพสูงขึ้นในพื้นที่อาคารและร้านค้าเพิ่มเติมจากโครงข่าย 3G และ 4G เอไอเอสเปิดให้บริการ “เอไอเอส ซุปเปอร์ ไวไฟ” ด้วยเทคโนโลยี Wireless AC ตามมาตรฐาน IEEE802.11ac ที่มีประสิทธิภาพของการรับส่งข้อมูลด้วยความเร็วสูงสุดถึง 650 เมกะบิตต่อวินาที โดยเมื่อรวมกับบริการ “เอไอเอส ไวไฟ” เดิม ทำให้จุดบริการไวไฟของเอไอเอส ณ สิ้นปี 2559 มีทั้งหมด 80,000 จุด ทั่วประเทศ รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถศึกษาได้ที่

<http://www.ais.co.th/superwifi/>

	ความเร็วสูงสุดของแพ็คเกจ	
	AIS SUPER WiFi	AIS WiFi
AIS SUPER WiFi	650 Mbps	10-100 Mbps
AIS WiFi	225	10-100 Mbps
เครือข่ายที่รองรับ	@AIS SUPER WiFi, @AIS WiFi	@AIS WiFi

### ยกระดับชีวิตยุคดิจิทัลด้วยบริการที่ครอบคลุม อินเทอร์เน็ตบ้าน “เอไอเอส ไฟเบอร์”

เนื่องจากอินเทอร์เน็ตบ้านในประเทศไทยยังมีอัตราการเข้าถึงค่อนข้างต่ำ ประกอบกับปัญหาคุณภาพและความไม่เสถียรภาพของเทคโนโลยี ADSL ซึ่งเป็นบริการหลักที่มีในปัจจุบันโดยเทคโนโลยีเป็นสายทองแดงที่ไม่เหมาะกับอากาศร้อนชื้นของประเทศไทย ทำให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ด้วยความเร็วที่ไม่เพียงพอต่อการใช้งานที่เปลี่ยนไปและเพิ่มสูงขึ้น การเปิดให้บริการเอไอเอส ไฟเบอร์ ตั้งแต่เมื่อปี 2558 ด้วยเทคโนโลยีใยแก้วนำแสง 100% จึงถือเป็นทาง

เลือกให้กับผู้บริโภคในประเทศสามารถเข้าถึงบริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่มีคุณภาพได้ และเป็นการยกระดับการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในประเทศไทย โดยแพคเกจของเอไอเอส ไฟเบอร์ ได้ออกแบบให้เหมาะสมกับปริมาณการใช้งานที่หลากหลาย เริ่มตั้งแต่ความเร็วสูงสุดถึง 20 เมกะบิตต่อวินาที ไปจนถึง ความเร็วสูงสุดถึง 1 กิกะบิตต่อวินาที และสามารถตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของคนในยุคดิจิทัลได้ ในปีที่ผ่านมาเอไอเอสไฟเบอร์ได้เปิดให้บริการ “เน็ตหอ” บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงรูปแบบเติมเงินเป็นรายแรกในประเทศไทย เพื่อตอบสนองความต้องการใช้งานและเปิดโอกาสให้กลุ่มนิสิต นักศึกษา ที่พักอาศัยอยู่ตามหอพักของมหาวิทยาลัยสามารถเข้าถึงบริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้ โดยเอไอเอสไม่คิดค่าบริการติดตั้ง ไม่มีค่ามัดจำอุปกรณ์ Router และไม่ต้องทำสัญญารายปี และเมื่อมีการใช้งานหมดลูกค้าสามารถเติมเงินผ่านซิมเติมเงิน วัน-ทู-คอล! ของเอไอเอสได้

### ร่วมมือกับพันธมิตรผู้ให้บริการระดับโลกเพื่อให้บริการดิจิทัลโรมมิ่ง

#### พัฒนาการที่สำคัญของบริการเอไอเอส โรมมิ่ง

#### 2556

เปิดให้บริการ 3G roaming และขยายจำนวนประเทศที่ให้บริการโรมมิ่งราคาประหยัดเป็น 50 ประเทศ

#### 2557

- เปิดให้บริการ Roaming fair บริการคืนค่าโรมมิ่งให้แก่ลูกค้าที่เปิดแพ็คเกจแต่ไม่ได้ใช้งาน
- เอไอเอส 3G2100 เปิดให้บริการดาด้าโรมมิ่งในพม่าเป็นรายแรกของโลก
- จำนวนประเทศที่ให้บริการโรมมิ่งราคาประหยัดเพิ่มเป็น 102 ประเทศ

#### 2558

- จับมือกับทุนประกันภัยเพื่อประกันความคุ้มครองอุบัติเหตุให้ลูกค้าที่สมัครและใช้บริการโรมมิ่งฟรี
- ขยายจำนวนประเทศที่ให้บริการโรมมิ่งราคาประหยัดเป็น 110 ประเทศ

#### 2559

- เปิดตัว SIM2FLY ซิมโรมมิ่งราคาประหยัด เริ่มต้น 399 บาท ครอบคลุม 30 ประเทศ ทั้งเอเชีย ยุโรป และอเมริกา
- ออกแพคเกจ Roam Like Home ในราคาเพียง 350 บาท ต่อวัน ครอบคลุม 40 ประเทศ
- ขยายจำนวนประเทศที่ให้บริการโรมมิ่งราคาประหยัดเป็น 128 ประเทศ
- เปิดให้บริการ 4G roaming ครอบคลุม 74 ประเทศ 121 เครือข่ายทั่วโลก

นอกเหนือจากการให้บริการเครือข่ายคุณภาพในประเทศแล้ว เอไอเอสยังได้จับมือกับพันธมิตรเครือข่ายนอกประเทศ เพื่อขยายเครือข่าย 4G Roaming ครอบคลุมกว่า 74 ประเทศ 121 เครือข่าย ทั่วโลกในปัจจุบัน โดยถือว่ามากที่สุดเป็นอันดับ 1 ในเอเชีย และณ สิ้นปี 2559 เอไอเอสมีลูกค้าโรมมิ่งอยู่ที่ 2-3 แสนรายต่อเดือน หรือประมาณ 3-5 ล้านรายต่อปี ซึ่งจากสถิติพบว่า มีผู้เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในปีที่ผ่านมาประมาณ 7 ล้านคน และมีคนไทยที่เดินทางไปต่างประเทศประมาณปีละ 2 ล้านคน



ในปี 2559 เอไอเอสได้เปิดตัว “SIM2FLY” ซิมโรมมิ่ง ราคาประหยัดเริ่มต้นเพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีมากขึ้นและต้องการสินค้าราคาประหยัดในการโรมมิ่ง โดยออกซิมราคาเริ่มต้น 399 บาท ครอบคลุมกว่า 30 ประเทศทั่วโลก

เอไอเอสยังดูแลลูกค้าให้สบายใจตลอดการเดินทางด้วยบริการ Pre-Roaming Alert บริการฟรีที่จะส่ง SMS เตือนให้ลูกค้าเลือกสมัครแพ็คเกจ หรือปิดการใช้งานโรมมิ่ง ตั้งแต่ผ่านจุดตรวจขาออกที่สนามบิน เพื่อไม่ให้ลูกค้ามีค่าใช้จ่ายเกินกว่าที่คาดไว้ โดยจะมีการทำเครดิตจำกัดวงเงินไว้ที่ 2,000 บาท และบริการ AIS No Worry Data Roaming ที่แจ้งเตือนเมื่อแพ็คเกจใกล้หมด หรือเมื่อใช้งานในเครือข่ายที่ไม่ถูกต้อง รวมทั้งให้ลูกค้าตรวจสอบยอดใช้งานคงเหลือ และวันที่หมดอายุของแพ็คเกจได้ด้วยตนเองแบบเรียลไทม์ และบริการให้ความช่วยเหลือลูกค้า ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน อาทิ มือถือหาย สามารถออกซิมใหม่ เบอร์เดิมได้อย่างรวดเร็ว เพียงโทรไปที่หมายเลข +662-271-9000

สร้างจุดแข็งด้วยการเป็นเครือข่ายคุณภาพที่น่าเชื่อถือถึงคุณภาพ ความน่าเชื่อถือ และความครอบคลุมของโครงข่าย ถือเป็นยุทธศาสตร์แรกที่เอไอเอสให้ความสำคัญ มีการกำหนดมาตรฐานและตัวชี้วัดในมิติต่างๆ ของประสบการณ์การใช้งานเครือข่ายจากมุมมองของลูกค้า อาทิ ความครอบคลุมของโครงข่าย อัตราการเรียกสำเร็จ อัตราสายหลุด ความเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล เป็นต้น

โดยในเรื่องของบริหารจัดการและการกำกับดูแลเรื่องคุณภาพของเครือข่ายนั้น เอไอเอสได้ดำเนินการตรวจสอบและดูแลคุณภาพการให้บริการทั้งบริการเสียงและบริการข้อมูลเป็นประจำ เพื่อให้ได้มาตรฐานตามที่กสทช.กำหนด โดยผลการตรวจสอบ พบว่าคุณภาพทั้งบริการเสียงและบริการข้อมูลของเอไอเอสดีกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำของกสทช.ในทุกมิติ ยกตัวอย่างเช่น

- อัตราส่วนการเรียกสำเร็จ (Successful call rate) กรณีที่เป็นการโทรศัพท์ทำกินภายในเครือข่ายของผู้ประกอบการเดียวกัน จะต้องมียอดไม่น้อยกว่า 90% สำหรับกรณีที่เป็นการโทรศัพท์ข้ามเครือข่ายจะต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 85% ในช่วงเวลา 20:00 - 21:00 น.
- อัตราส่วนของกรณีที่สายหลุด (Drop call rate) กรณีที่เป็นภายในโครงข่ายเดียวกัน จะต้องน้อยกว่า 2% ในช่วงเวลา 20:00 - 21:00 น.

ซึ่งท่านสามารถศึกษาได้จากรายงานคุณภาพการให้บริการที่ <http://www.ais.co.th/corporateinfo/th/regulatory.html>

นอกจากนี้ เอไอเอสได้กำหนดให้มีหน่วยงานตรวจสอบคุณภาพภายใน (Network Quality Management: NQM) ทำหน้าที่ตรวจสอบในมิติอื่นๆ เพิ่มเติมยกตัวอย่างเช่น

- การวัด Network Reliability Index (NRI) ซึ่งจะมีการวัดความเสถียรของเครือข่ายในการให้บริการ ปัจจุบัน NRI ถูกบรรจุเป็นตัวชี้วัดผลการดำเนินงานในระดับองค์กร (Corporate

Balanced Scorecard) และมีการรายงานผลการวัดคุณภาพให้ฝ่ายบริหารทราบเป็นประจำทุกเดือน

- การวัด Network Quality Gap (NQG) ซึ่งเป็นการวัดคุณภาพของเครือข่ายเอไอเอสเทียบกับคู่แข่ง เช่น อัตราความเร็วในการเปิดเฟชบุ๊ก อัตราความเร็วในการดาวน์โหลดรูปภาพ เป็นต้น โดยมีการวัดทั้งจากระบบ (Statistics) และการวัดจากประสบการณ์จริงขณะเคลื่อนที่ (Drive/walk test)

เอไอเอสได้ว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญภายนอกให้ทำการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้งานเครือข่ายเอไอเอสอีกช่องทางหนึ่ง ทำให้เอไอเอสมีมุมมองของลูกค้าทั้งในเชิงปริมาณ (quantitative) และเชิงคุณภาพ (qualitative) รวมทั้งได้ทราบความคิดเห็นแบบคำต่อคำ (Verbatim) จากลูกค้าด้วย

### ให้ความมั่นใจว่าเครือข่ายเอไอเอสจะสามารถใช้งานได้แม้อยู่ในสถานการณ์ฉุกเฉิน

เอไอเอสกำหนดกรอบบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจเพื่อป้องกันการหยุดชะงักของการดำเนินงานในสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น อัคคีภัย หรืออุทกภัย โดยกรอบการดำเนินงานดังกล่าวถูกกำกับดูแลและควบคุมโดยส่วนงานบริหารความเสี่ยงขององค์กร และมีการซักซ้อมกันเป็นประจำอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง โดยรายละเอียดของกรอบบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจของเอไอเอส สามารถศึกษาเพิ่มเติมได้จากรายงานประจำปี 2559 หัวข้อ “การบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายใน และการตรวจสอบภายใน”

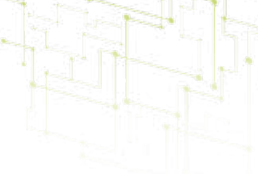
### กรอบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจของเอไอเอส



### ส่งมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดด้วย “ที่สุดจากใจ ที่ 1 การให้บริการ”

เพื่อตอบโจทยความต้องการของลูกค้าและสร้างให้เกิดภาพความผูกพันอย่างยั่งยืน ตลอดระยะเวลากว่า 26 ปีที่ เอไอเอสมุ่งมั่นสร้างสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและหลากหลาย ต่อยอดด้วยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าผ่านโปรแกรมสิทธิพิเศษ ที่เราเป็นผู้นำมาโดยตลอด และการนำเสนอนวัตกรรมใหม่ๆ ให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

ในปีที่ผ่านมา เอไอเอสได้ยกระดับบริการในรูปแบบดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยมาใช้ในการให้บริการลูกค้า (Advanced technology) ผสมผสานกับความเข้าใจในการดูแลลูกค้ามาเป็นระยะเวลานาน (Customer Insight) จึงได้พัฒนาเป็นบริการในรูปแบบดิจิทัลที่ทำให้ลูกค้าใช้บริการได้สะดวกขึ้น รวดเร็วขึ้น และตอบโจทยความต้องการที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคลได้อย่างสูงสุด (Personalization) ยิ่งไปกว่านั้น เอไอเอสให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อออกแบบประสบการณ์ที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer Experience) อย่างละเอียดทุกขั้นตอน เพื่อให้ลูกค้าสัมผัสได้ถึงบริการที่เหนือกว่า และเป็นสิ่งที่สร้างให้เกิดความแตกต่างระหว่างเทคโนโลยีของเราจากคู่แข่ง และคงความเป็นที่ 1 ด้านการให้บริการอย่างยั่งยืน



โดยเอไอเอสมีการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าอย่างลึกซึ้ง และทำความเข้าใจความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าผ่านระบบที่นำข้อมูลสินค้าและบริการที่ลูกค้าสนใจจากทั้งช่องทางออนไลน์และช่องทางที่เป็นร้านค้ามารวมกัน (Online and Offline) และนำมาประมวลผลนำเสนอสินค้าและบริการเฉพาะบุคคลขึ้นมา (Personalized offering) และมีการนำเสนอสินค้าบริการแบบรวดเร็วทันที่ (Near Real-time) โดยมีการสร้างระบบเก็บข้อมูลความต้องการของลูกค้า (Insight) เชื่อมต่อกับระบบการดูแลลูกค้า (Customer Relationship Management) และเริ่มมีการทดลองขึ้นมาแล้วในปีที่ผ่านมา และได้รับผลตอบรับจากลูกค้าที่ดีเยี่ยมโดยมีค่าเฉลี่ยของการตอบรับจากลูกค้าสูงกว่าถึง 8 เท่า ของค่าเฉลี่ยที่เคยได้จากการใช้ Facebook และ Google ในการขายสินค้าบริการที่ผ่านมา

**ส่งมอบบริการผ่านช่องทางทำให้บริการที่หลากหลาย**  
**เอไอเอส ช้อป และตัวแทนจำหน่าย**



เอไอเอสได้ขยายจุดให้บริการเอไอเอส ช้อป เพิ่มขึ้นเป็น 91 แห่ง ร้าน เอไอเอส ช้อป บาย พาร์ทเนอร์ 22 แห่ง และร้านค้าเทเลวิซที่ได้รับการยกระดับขึ้นมาภายใต้แบรนด์เอไอเอสอีก 21 แห่ง พร้อมเดินหน้านำยกระดับการให้บริการเอไอเอส ช้อป ทั่วประเทศด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล อาทิเช่น การใช้แท็บเล็ตเข้ามาช่วยในการให้บริการ ทำให้พนักงานสามารถให้บริการลูกค้าได้ ณ จุดที่นั้น โดยลูกค้าไม่ต้องมาติดต่อหน้าเคาน์เตอร์ การใช้บริการที่ตู้อัจฉริยะ การให้ลูกค้าได้ทดลองอุปกรณ์ในยูคอินเตอร์เน็ตออฟฟริง

ทั้งนี้ ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา พฤติกรรมของลูกค้าในยุคดิจิทัลเริ่มเปลี่ยนไป มีการทำธุรกรรมด้วยตนเองผ่านช่องทาง Self-service มากขึ้น เริ่มจากปี 2557 เอไอเอส ได้พัฒนาตู้บริการและตู้รับชำระเงินอัจฉริยะ เพื่อให้ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมด้วยตนเอง และลดระยะเวลาการรอติดต่อหน้าเคาน์เตอร์ โดยในปี 2559 มีสัดส่วนลูกค้าที่ใช้บริการผ่านตู้อัจฉริยะ เทียบกับการรับบริการหน้าเคาน์เตอร์อยู่ที่ร้อยละ 49 และช่วยให้เอไอเอสสามารถปรับเปลี่ยนพนักงานหน้าเคาน์เตอร์บางส่วนไปเป็นผู้แนะนำให้คำปรึกษา ทั้งด้านงานขายและบริการ (Digital Solution Advisor) ทำให้เกิดคุณค่าต่อพนักงานและเอไอเอสมากขึ้น

**เอไอเอส คอนแทคเซ็นเตอร์**

เอไอเอส คอนแทคเซ็นเตอร์ มีช่องทางพร้อมให้บริการอย่างครบถ้วนเพื่อรองรับการติดต่อลูกค้าทุกรูปแบบ และทุกธุรกิจ

1. ช่องทางการให้บริการทางเสียง  
1175, 1148, 1149, 1185, \*1175, \*1185
2. ช่องทางการให้บริการผ่านสื่อสังคมมีเดีย  
อีเมล เว็บไซต์ iSign Ask Aunjai
3. ช่องทางการให้บริการผ่านโซเชียลมีเดีย  
เฟซบุ๊ก เว็บบอร์ดพันทิพ ทวิตเตอร์ ฯลฯ

**พัฒนารูปแบบการขายและการบริการแบบดิจิทัล**

1. การให้บริการลูกค้าในทุกช่องทางที่เข้าถึง (Omni-Channel) ทั้งช่องทางออนไลน์และร้านค้า (Online and offline) เอไอเอสได้เริ่มมีการสร้างรอยต่อเชื่อมระหว่างช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ผ่านการขายบนมือถือ เว็บไซต์ และช่องทางของแอปพลิเคชันไลน์ โดยลูกค้าสามารถเลือกให้จัดส่งถึงบ้าน หรือจะเลือกไปรับของที่เอไอเอส ช้อป สาขาใกล้บ้านเพื่อสอบถาม สอนการใช้งานและซื้อสินค้าอื่นๆเพิ่มเติมได้

2. พัฒนาช่องทาง Digitized Self-service อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2557 โดยยึดแนวทางการเปลี่ยนเข้าสู่การเป็นผู้ให้บริการดิจิทัลไลฟ์ ผ่านการพัฒนาดิจิทัล คอนเทนต์ และแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์มือถือ เพื่อให้เหมาะสมกับพฤติกรรมลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป และเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ยกตัวอย่างเช่น

2.1 บริการ My AIS App ที่รวมทุกบริการของเอไอเอสไว้ในแอปพลิเคชันเดียวเพื่อให้ลูกค้าสามารถรับทราบข้อมูลการสมัครแพ็คเกจการใช้บริการ ข้อมูลสิทธิพิเศษต่างๆ การเปิดบริการโรมมิ่งเมื่อต้องเดินทางไปต่างประเทศได้ด้วยตนเอง หรือการสมัครบริการเอไอเอสไฟเบอร์ ได้ทุกที่ ทุกเวลา



2.2 เปิดให้บริการ “เลือกซื้อแพ็คเกจตามใจคุณ” บริการซื้อและเปลี่ยนแพ็คเกจโทรศัพท์มือถือผ่านช่องทางเว็บไซต์ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกแพ็คเกจการใช้บริการเสียงและบริการข้อมูลหรือเลือกราคาแพ็คเกจตามความต้องการใช้งานได้



2.3 พัฒนาการช่องทางการให้บริการทางเสียง ตั้งแต่ปี 2557-ปัจจุบัน ยกตัวอย่างเช่น บริการ IVR \*1175

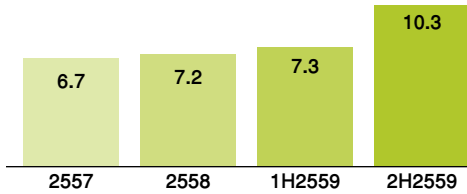
เอไอเอส คอนแทคเซ็นเตอร์ ได้พัฒนาหมายเลขบริการ “IVR \*1175 บริการทำเองได้ง่ายจัง” เป็นศูนย์รวมบริการด้วยตนเองผ่าน โดยรวบรวมบริการที่ลูกค้ามีการใช้งานสูงสุดนำมาพัฒนาเป็นบริการ IVR Self-service ทำให้เอไอเอสสามารถบริหารกำลังคนโดยลดจำนวนสายที่ไม่จำเป็นไปยังพนักงาน

โดยลูกค้ายังคงได้รับบริการที่ต้องการและรักษาความพึงพอใจในการใช้บริการ ด้วยเทคโนโลยี Dynamic IVR เมนู ซึ่งสามารถนำเสนอเมนูบริการที่เหมาะสมกับลูกค้าตามข้อมูลการเข้ามาใช้บริการของลูกค้า (Customer profile) การพัฒนาความสามารถของ \*1175 อย่างต่อเนื่องดังกล่าวส่งผลให้ช่องทาง \*1175 เป็นที่นิยมและมีจำนวนการใช้งานและระดับความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

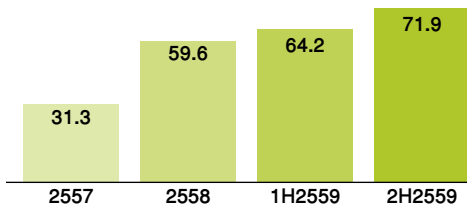
ในปี 2559 บริษัท แอดวานซ์ คอนแทคเซ็นเตอร์ จำกัด บริษัทย่อยที่ให้บริการเอไอเอสคอลเซ็นเตอร์ ได้รับรางวัล “Best Customer Self Service Innovation Award 2016” จาก Avaya Technology Forum ประเทศสหรัฐอเมริกา และจากผลการสำรวจ Global customer experience benchmarking ที่จัดทำโดยบริษัทเคพีเอ็มจี พบว่าการให้บริการของพนักงานคอลเซ็นเตอร์ และการให้บริการผ่านระบบ IVR ของเอไอเอส ได้รับการจัดให้อยู่ในระดับที่สูงกว่าคะแนนประเมินของ 10 บริษัทชั้นนำของโลก จากการสำรวจทั้งหมด 29 ประเทศ 124 Service provider



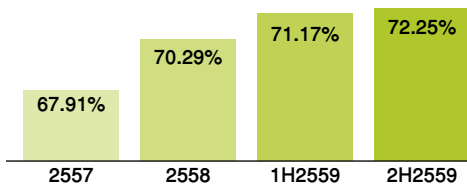
IVR Productivity (Mil.Call)



IVR Revenue (Mil.Baht)



%IVR CSI



2.4 พัฒนาการช่องทางการให้บริการผ่านสื่อ  
มัลติมีเดียและโซเชียล มีเดีย อย่างต่อเนื่อง  
ยกตัวอย่างเช่น

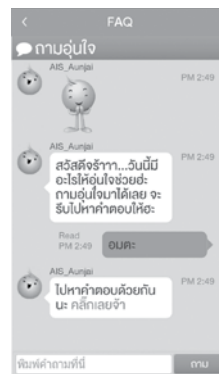
การบริหารความต้องการลูกค้าโดยใช้ช่องทาง  
โซเชียลมีเดีย

ระบบ Social Manager Tool ถูกพัฒนามาเพื่อ  
บริหารจัดการประสิทธิภาพของลูกค้าที่มีการ  
ติดต่อผ่านสื่อมัลติมีเดียและโซเชียล มีเดีย ต่างๆ  
โดยเมื่อลูกค้าพบปัญหาหรือไม่พึงพอใจในบริการ  
ของเอไอเอสและมีการโพสข้อความ ผ่านสื่อโซเชียล  
มีเดีย ต่างๆ ระบบจะทำการตรวจจับข้อความของ  
ลูกค้าแบบ Real time และส่งต่อข้อมูลดังกล่าวไป  
ยังพนักงานโดยอัตโนมัติ ทำให้พนักงานสามารถ  
รับเรื่องและตอบสนองได้ทันที



### เปิดตัวบริการถามน้องอู๋ใจ

บริการถามน้องอู๋ใจ หรือ Ask Aunjai เป็น  
บริการใหม่เปิดตัวในปี 2559 ด้วยการใช้  
Technology Intelligent Chatbot ทำหน้าที่เป็น  
พนักงานเสมือนจริงเพื่อให้บริการลูกค้าตลอด 24  
ชั่วโมง ผ่านช่องทางเว็บไซต์เอไอเอส โดยใช้  
รูปลักษณะของน้องอู๋ใจมาทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการ  
โดยลูกค้าสามารถพิมพ์ข้อความเพื่อค้นหาข้อมูล  
หรือสอบถามปัญหาเกี่ยวกับน้องอู๋ใจเสมือนกับการ  
สอบถามจากพนักงานจริง



### แนวคิดและคาแรกเตอร์ ของ Ask Aunjai

- ✓ ต้องสื่อสารโต้ตอบด้วย  
ภาษาที่เข้าใจง่าย
- ✓ ต้องเป็นระบบที่ฉลาด  
และอัจฉริยะ
- ✓ ต้องมีประโยชน์ต่อ  
ลูกค้าและเอไอเอส

ด้วยแนวคิดและความตั้งใจที่ต้องการให้น้องอุ๋นใจที่ทำหน้าที่เป็นพนักงานเสมือน (Ask Aunjai Virtual Agent) มีความใกล้เคียงกับการติดต่อกับพนักงานจริง ทำให้การวางโครงสร้างข้อมูลและการพัฒนาระบบจึงไม่ใช่เป็นแต่เพียงการให้ความรู้เรื่องสินค้าและบริการของเอไอเอสเท่านั้น แต่ยังสามารถโต้ตอบลูกค้าในมิติต่างๆ ได้ อาทิ เช่น การพูดคุยเล่นกับลูกค้า การให้ข้อมูลเรื่องเทรนด์และสิ่งที่อยู่ในความสนใจของสังคมปัจจุบัน และการให้ความรู้เรื่องเทคโนโลยีใหม่ๆ แก่ลูกค้า เป็นต้น

โดยปัจจุบันมีจำนวนการติดต่อรับบริการผ่าน Ask Aunjai Virtual Agent มากกว่า 50,000 ครั้งต่อเดือน และมีอัตราความสำเร็จที่ Ask Aunjai สามารถจบการให้บริการกับลูกค้าได้มากกว่า 35,000 ครั้งต่อเดือน หรือ คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 72 ของจำนวนการติดต่อทั้งหมด

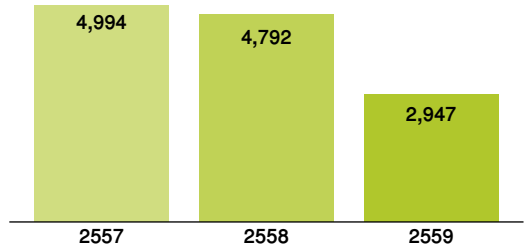
### AIS Contact Center Web Site

เอไอเอสได้เปิดบริการเว็บไซต์เอไอเอสคอนแทคเซ็นเตอร์ ควบคู่กับ บริการ Ask Aunjai Virtual Agent โดยให้บริการหลัก ในเรื่อง

- บริการตนเองผ่านช่องทางออนไลน์
- บริการข้อมูลผ่านสื่อดิจิทัลรูปแบบต่างๆ

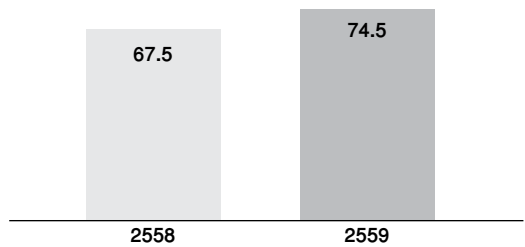
โดยเน้นไปที่การแก้ไขปัญหาที่มีความซับซ้อนด้วยตนเอง (Self-service) ซึ่งการใช้บริการผ่านเว็บไซต์เอไอเอส คอนแทคเซ็นเตอร์ สามารถช่วยลดขั้นตอนที่ซับซ้อน และเพิ่มความสะดวกแก่ลูกค้ามากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการเปิดซิมใหม่ การเปลี่ยนจากระบบเติมเงินเป็นระบบรายเดือน ฯลฯ นอกจากนี้ ลูกค้าผู้มีความบกพร่องทางการได้ยิน ยังสามารถติดต่อสื่อสารกับคอลเซ็นเตอร์ทางภาษามือได้ผ่านบริการ AIS iSign ซึ่งเป็นรูปแบบของเว็บแคม (Web cam)

จำนวนผู้บกพร่องทางการได้ยินที่ใช้บริการ AIS iSign (ราย)



เว็บไซต์เอไอเอส คอนแทคเซ็นเตอร์ ยังเป็นศูนย์รวมของข้อมูลและวิธีการแก้ไขปัญหาเบื้องต้นด้วยตนเองของลูกค้า โดยจัดทำเป็นรูปแบบของสื่อดิจิทัลที่สวยงามและเข้าใจง่าย พร้อมบริการให้ความรู้เรื่องเทคโนโลยีใหม่ๆ ในตลาด โดยปัจจุบันมีจำนวนการใช้งานประมาณ 120,000 ต่อเดือน และยังคงมีแนวโน้มการใช้งานที่สูงขึ้น โดยท่านสามารถใช้บริการได้ที่ [https://ais.callcenter.ais.co.th/th/online\\_service/empowering](https://ais.callcenter.ais.co.th/th/online_service/empowering)

ภาพรวมการใช้งานผ่านช่องทางดิจิทัลเพิ่มขึ้น (จำนวนธุรกรรม)



### ส่งมอบบริการผ่านบุคลากรคุณภาพ

บุคลากร คือ พลังขับเคลื่อนที่สำคัญและมีคุณค่า ในการที่จะนำพาเอไอเอสไปสู่เป้าหมายความสำเร็จเอไอเอสให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านเทคโนโลยี โดยเรามีบุคลากรในระดับที่เรียกว่า “ดิจิทัล กูรู” ที่มีความรู้ความสามารถในแพลตฟอร์ม



ต่างๆ เช่น IOS, Android, IOT, แอปพลิเคชัน ตลอดจนอุปกรณ์สื่อสารคอยให้ความรู้และแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า โดยในการประเมินความสำเร็จของเรื่องคุณภาพของบุคลากร เอไอเอสจะดำเนินการผ่านการวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้า ใน 3 ลักษณะ ดังต่อไปนี้

- 1) การสำรวจระดับความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อเอไอเอส (Customer Engagement: CE) จัดทำร่วมกับบริษัท Gallup ผู้เชี่ยวชาญอิสระเป็นประจำทุกไตรมาส โดยจะวัดใน 5 ด้าน คือ ความผูกพันในแบรนด์ ความเชื่อมั่นในแบรนด์ ความรู้สึกว่าเอไอเอสปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความเป็นธรรม ความภูมิใจในแบรนด์ ความรักในแบรนด์จากการสำรวจระดับความผูกพันข้างต้น ทางบริษัท Gallup ยังมีการวัดระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ (Service Quality: SQ) ทั้งของเอไอเอส ซ็อบ และคอลเซ็นเตอร์ เป็นการวัดคุณภาพงานบริการ เช่น ความใส่ใจ ความสุภาพเป็นมิตร ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเป็นต้น
- 2) การวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าทางด้านบริการ (Customer Satisfaction Index: CSI) เอไอเอสทำการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าทุกครั้งที่มาใช้บริการผ่านเอไอเอส ซ็อบ และคอลเซ็นเตอร์ พนักงานสามารถเห็นผลการสำรวจของแต่ละซ็อบได้ทันทีจากจอ Dashboard หรือกรณีที่ลูกค้าโทรติดต่อคอลเซ็นเตอร์ ก็จะมีการติดต่อกลับเพื่อสำรวจความพึงพอใจหลังได้รับบริการ ผลจากการสำรวจความพึงพอใจนี้ เอไอเอสสามารถนำมาปรับปรุงการบริการและแก้ไขปัญหาได้ในทันที

- 3) การสำรวจความรู้สึกร่วมของการเป็นผู้สนับสนุนของลูกค้า (Net Promoter Score: NPS) โดยตัวชี้วัดนี้เป็นการสำรวจความพึงพอใจที่มีความลึกกว่าการวัดความพึงพอใจ (CSI) โดยวัดถึงระดับความรู้สึกร่วมของการเป็นผู้สนับสนุนของเอไอเอสว่าลูกค้าจะสนับสนุนเราต่อไปหรือไม่และในระดับใด ผ่านคำถามหนึ่งคำถามที่ทำควบคู่ไปกับการสำรวจความพึงพอใจ คือ “จากคะแนน 0 ถึง 10 คุณจะแนะนำองค์กรเราแก่ผู้อื่นอยู่ในระดับใด”

ผลประเมิน CSI ของคอลเซ็นเตอร์		
	ผลสำรวจจริง	เป้าหมาย
2558	87%	87%
2559	88%	88%

ผลประเมิน SQ ของเอไอเอส ซ็อบ (คะแนนเต็ม 5 คะแนน)		
	ผลสำรวจจริง	เป้าหมาย
2558	4.41	4.26
2559	4.44	4.41

ผลประเมิน NPS		
	ผลสำรวจจริง	เป้าหมาย
2558	28%	9%
2559	35%	28%

นอกจากการวัดผลในเชิงตัวเลขแล้ว เอไอเอสยังมี การติดตามความพึงพอใจของลูกค้าในเชิงคุณภาพด้วย กระบวนการติดตามข้อร้องเรียนของลูกค้า (Voice of Customers) อย่างต่อเนื่อง ดังนี้

1. ติดตามและสรุปข้อร้องเรียนของลูกค้า 10 อันดับสูงสุด เป็นประจำทุกเดือน เพื่อศึกษา แนวโน้มของสิ่งที่เบียดเบียนลูกค้าและทำให้ลูกค้า เกิดความไม่พึงพอใจ พร้อมประสานงานกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการหาสาเหตุที่แท้จริง เพื่อทำการแก้ไข โดยจัดทำในรูปแบบของ นโยบายหรือมาตรการ หรือออกเครื่องมือและ บริการใหม่ ๆ เพื่อเปลี่ยนข้อร้องเรียนดังกล่าว ให้เป็นประสบการณ์เชิงบวกสำหรับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
2. ติดตามเสียงสะท้อนของลูกค้าบนสื่อโซเชียล เน็ตเวิร์ค และช่องทางออนไลน์ต่างๆ เช่น เว็บไซต์ของเว็บไซต์พันทิป เฟซบุ๊กของ คอนแทค เซ็นเตอร์ และของเอไอเอส ฯลฯ เพื่อนำเสียงสะท้อนเหล่านั้น มาปรับปรุงและพัฒนาบริการให้เกิดประสบการณ์ที่ดีที่สุด สำหรับลูกค้า
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะทำการรายงานให้ ผู้บริหารระดับสูงทราบเกี่ยวกับข้อร้องเรียน และข้อกังวลใจของลูกค้าเป็นประจำทุกเดือน ปัจจุบัน เอไอเอส คอนแทคเซ็นเตอร์ ได้ยกระดับ อุตสาหกรรมงานบริการดูแลลูกค้าในหลากหลายด้าน โดยได้เริ่มก่อสร้างศูนย์ฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร คอนแทคเซ็นเตอร์ แห่งใหม่ที่ จ.นครราชสีมา มูลค่าโครงการ กว่าพันล้านบาท คาดว่าจะแล้วเสร็จไตรมาสที่ 3 ปี 2560 เพื่อเป็นศูนย์พัฒนาคอนแทคเซ็นเตอร์อีกแห่ง หนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตามแผนการการ กระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและแผนการบริหารความต่อเนื่อง ทางธุรกิจ โดยหากก่อสร้างแล้วเสร็จจะสามารถสร้าง การจ้างงานได้กว่า 1,000 ตำแหน่ง และช่วยบริหาร

ทรัพยากรการติดต่อของลูกค้า ได้ถึงร้อยละ 50 ของ จำนวนสายทั้งหมด

### การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

1. สานต่อการดูแลลูกค้าให้ครอบคลุมทุกด้านของ ความต้องการทั้ง 360 องศาของการใช้ชีวิต ของคนยุคใหม่อย่างต่อเนื่อง
2. ขยายความร่วมมือกับพันธมิตรร้านค้าสิทธิ พิเศษจาก 12,000 ในปี 2558 เป็น 15,000 ในปี 2559 เพื่อให้มีสิทธิพิเศษสำหรับลูกค้า เอไอเอสมีความครอบคลุมความต้องการของ ลูกค้าครบในทุกมิติมากขึ้น และพัฒนาระบบ การเข้าถึงและรับสิทธิพิเศษของลูกค้า ใน รูปแบบ QR Code เพื่อให้ลูกค้าสามารถสแกน รับสิทธิ์ได้ทันที
3. ยกระดับโปรแกรม เอไอเอส เซเรเนด โดย ขยายความพิเศษครอบคลุมความคุ้มค่าในด้าน การเงินและการลงทุน การมอบแพคเกจเบอร์ สุดพิเศษ และลุ้นรับของขวัญที่คัดสรรเพื่อให้ลูกค้าได้รับความประทับใจตลอดทั้งปี โดย ตลอด 12 ปีที่ผ่านมา เอไอเอสเป็นผู้ให้บริการ รายแรกๆ ที่เริ่มโครงการส่งมอบบริการและ สิทธิพิเศษเหนือระดับให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ผ่านแนวคิด “Always Exclusive Always On Top” โดยลูกค้าเซเรเนดจะได้รับสิทธิพิเศษที่เพิ่มเติม จากลูกค้าปกติ เช่น สิทธิพิเศษในการใช้พื้นที่ จอดรถสำหรับลูกค้าเซเรเนดในห้างสรรพสินค้า ชั้นนำ สิทธิพิเศษในการเข้าใช้บริการบิซิเนส เลาจัน ของสายการบินบางกอก แอร์เวย์ ที่สนามบิน ปัจจุบันลูกค้าเซเรเนดประกอบด้วย กลุ่มเซเรเนด แพลตินั่ม กลุ่มเซเรเนด โกลด์ และกลุ่มเซเรเนด เอ็มเมอรัลด์ รวมทั้งสิ้น จำนวน 2.99 ล้านราย โดยสำหรับกลุ่มเซเรเนด เอ็มเมอรัลด์ เป็นกลุ่มที่เกิดขึ้นใหม่ในปี 2558 เพื่อขยายให้ครอบคลุมลูกค้าอย่างกว้างขวาง มากขึ้นและเปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถรวม

กลุ่มกันเพื่อรวบรวมค่าใช้จ่ายบริการภายในกลุ่ม ให้ครบตามมูลค่าการใช้งานของเซเรเนด และ รับสิทธิพิเศษของเซเรเนดได้



ในการจะตอบโจทย์ลูกค้าได้อย่างตรงใจนั้น เอไอเอส จำเป็นที่จะต้องเข้าใจพฤติกรรมการใช้งาน และไลฟ์สไตล์ ของลูกค้า ผ่านการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าในเชิงลึก เพื่อนำมาออกแบบเป็นบริการที่เหมาะสมกับลูกค้า แต่ละกลุ่ม (Segmentation) จากนั้นพัฒนาไปสู่การดูแล ลูกค้าที่ตอบโจทย์เป็นรายบุคคล (Personalized) ทำให้ ทุกวันนี้ เอไอเอส เซเรเนด ได้รับการยอมรับว่าเป็นที่ 1 ของโปรแกรมการดูแลลูกค้าที่ดีที่สุดในประเทศไทย ทั้งด้านการให้บริการ การส่งมอบประสบการณ์ผ่าน เอไอเอส ช้อป และเอไอเอส คอลเซ็นเตอร์ ด้วยตัวเลข ความพึงพอใจของลูกค้าเซเรเนดที่สูงถึงร้อยละ 89 และมี NPS เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 37 ในปี 2558 เป็นร้อยละ 46 ในปี 2559 สามารถพิสูจน์ ถึงความสำเร็จของการดูแลลูกค้า คนพิเศษโปรแกรม เอไอเอส เซเรเนด ถือได้ว่าเอไอเอส เป็นผู้วางมาตรฐานงานบริการด้านการดูแลลูกค้าและ สิทธิพิเศษให้กับวงการโทรคมนาคมไทย

	2557	2558	2559
ผลสำรวจความพึงพอใจ ของลูกค้าเซเรเนด	87%	87%	87%
ผลสำรวจความรู้สึกร่วม ของการเป็นผู้สนับสนุนของลูกค้า ของลูกค้าเซเรเนด	15%	37%	46%

สำหรับปีนี้ เอไอเอส เซเรเนด ครบรอบ 12 ปี จึงก้าว ต่อไปอีกขั้น เพื่อส่งมอบความพิเศษที่มากยิ่งขึ้นในทุก องค์การใช้ชีวิตให้กับลูกค้า ด้วยการจัดแคมเปญ “The Ultimate Pride” ภายใต้แนวคิด “ยิ่งกว่าที่สุด คือความ ประทับใจไม่รู้จบ” โดยยกระดับการมอบความพิเศษที่ มากยิ่งขึ้นให้ลูกค้าครอบคลุมทั้ง 360 องศา ซึ่งประกอบ ไปด้วย

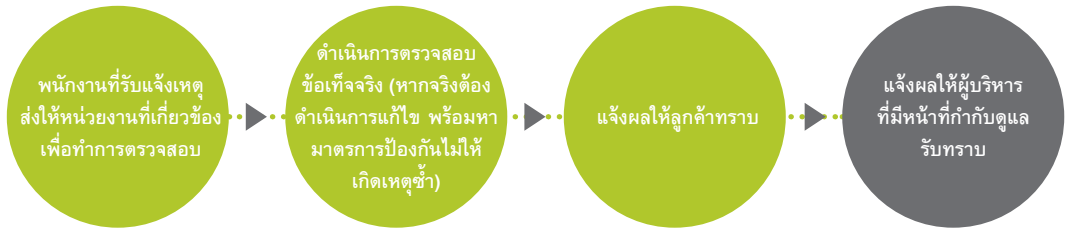
- **Ultimate Digital Life** สิทธิพิเศษหลากหลายและ ส่วนลดเพื่อตอบใจวิถีชีวิตดิจิทัล
- **Ultimate Pretty and Lucky Number** ด้วยแพ็คเกจ เบอร์สุดพิเศษ
- **Ultimate Wealth & Investment** สิทธิพิเศษสุดคุ้ม ด้านการเงิน การลงทุน และประกันภัย โดยร่วมมือ กับสถาบันการเงินชั้นนำ
- **Ultimate Surprises** ให้ลูกค้าลุ้นรับของขวัญ สุดพิเศษที่บรรจงคัดสรรเพื่อให้ลูกค้าได้รับ ประสบการณ์พิเศษที่ประทับใจทุกเดือนตลอดทั้งปี
- **Ultimate Life Style Privileges** ส่วนลดที่จ่อตรง และเครื่องดื่มที่สนามบิน
- **Ultimate Dining** ส่วนลดหลากหลายจากร้าน อาหารชื่อดัง

**Churn rate** หมายถึง การย้ายค่าย (Port out) การยกเลิกบริการ (Disconnect) และลูกค้าที่ถูกตัด สัญญาณ(Terminate) เนื่องจากค้างชำระหนี้ หรือถูกรัด

การดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่องของเอไอเอส ทำให้อัตราการย้ายออก (Churn rate) ของลูกค้าเซเรเนดอยู่ใน ระดับต่ำกว่าร้อยละ 1 มาโดยตลอด ซึ่งต่ำกว่าอัตรา การย้ายของลูกค้าในกลุ่มปกติที่ร้อยละ 2.6 ทำให้พิสูจน์ถึง ความสำเร็จของการทำโครงการเซเรเนดของเอไอเอส

## การบริหารจัดการข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียนของลูกค้า

กระบวนการจัดการกับข้อร้องเรียนเมื่อลูกค้าเกิดความสงสัยว่าจะมีการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล



ด้วยแนวคิด “Complaint as a gift” หรือ ข้อร้องเรียน จากลูกค้าถือเป็นสิ่งที่มีค่าต่อเอไอเอส เพราะสามารถ นำมาปรับปรุงการให้บริการได้ เอไอเอสจะมีการติดต่อ กลับลูกค้าทุกครั้งเพื่อแจ้งความคืบหน้าในการแก้ไข ปัญหาทั้งนี้เพื่อเปลี่ยนจากประสบการณ์ที่ไม่ดีกับปัญหา ที่ลูกค้าพบให้เป็นประสบการณ์ที่ดีขึ้น

โดยช่องทางในการแจ้งเรื่องของลูกค้า ได้จัดให้ มีช่องทางที่หลากหลายเพื่ออำนวยความสะดวกทั้ง ต่อลูกค้าและต่อการบริหารจัดการของเอไอเอส อาทิ การแจ้งเรื่องผ่านเอไอเอส ช้อป ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย คอลเซ็นเตอร์ อีเมล โซเชียลมีเดีย จดหมาย เว็บไซต์ ตลอดจนผ่านการสำรวจความพึงพอใจเมื่อมาติดต่อ ใช้บริการต่างๆ นอกจากนี้ ยังได้ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ และองค์กรอิสระ เช่น สำนักงานคณะกรรมการกิจการ กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม แห่งชาติ (กสทช.) ในการเป็นอีกช่องทางหนึ่งเพื่อ รับเรื่องจากลูกค้าและร่วมกันแก้ไขปัญหา

ในปีที่ผ่านมา เอไอเอสได้นำข้อเสนอแนะจากลูกค้าที่ ได้แจ้งให้ทราบผ่านช่องทางบริการต่างๆ รวมถึง

จากผลสำรวจวิจัย นำมาปรับปรุงบริการ อาทิ เช่น กรณี ลูกค้าติดต่อเข้ามาใช้บริการที่คอลเซ็นเตอร์ โดย ได้ออกแบบระบบตอบรับอัตโนมัติเพื่อให้สามารถใช้งาน ได้ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น ปรับปรุงขั้นตอนการทำรายการ ต่างๆ (เมนู) ให้สอดคล้องกับประวัติการติดต่อของลูกค้า เพื่อความรวดเร็วในการรับบริการ นอกจากนี้ การให้ คำแนะนำด้านโปรโมชั่นถือเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับ ลูกค้าในการขอรับบริการ เอไอเอสได้พัฒนาเทคโนโลยี เพื่อช่วยสนับสนุนให้พนักงานสามารถให้บริการลูกค้า ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการออกแบบหน้าจอการ ให้บริการให้หน้าเดียว (Super Screen) ที่ทำได้ทั้ง การวิเคราะห์ข้อมูลการใช้งานของลูกค้า คัดเลือกโปรโมชั่น ที่เหมาะสม พร้อมทำรายการสมัครหรือเปลี่ยนแปลง โปรโมชั่นได้พร้อมกันในหน้าเดียว ซึ่งการจัดทำระบบ ดังกล่าวช่วยให้ข้อผิดพลาดต่างๆจากการทำรายการ ลดลง รวมถึง ระบบยังช่วยค้นหาโปรโมชั่น ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้อย่างมี ประสิทธิภาพและรวดเร็วยิ่งขึ้น เป็นผลมาจากการ นำข้อเสนอแนะของลูกค้ามาปรับใช้อย่างเหมาะสม

## ยกระดับการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าให้บริการ

พัฒนาการที่สำคัญของเอไอเอสในการปกป้องความปลอดภัยของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า



การใช้งานอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดียที่เพิ่มขึ้น ทั้งในการติดต่อสื่อสาร การซื้อของออนไลน์ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และบางครั้งเป็นแหล่งในการเก็บบันทึกข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ทำให้ความเป็นส่วนตัวของบุคคลถูกเปิดออกทั้งด้วยความสมัครใจและไม่ได้เจตนา ค่านิยมในการแชร์สถานที่ที่ตนเองอยู่หรือแชร์รูปภาพ มีความแพร่หลายกันทั้งในหมู่วัยรุ่นและคนเจนเนอร์ชันวาย ทำให้การควบคุมเรื่องการละเมิดความเป็นส่วนตัวมีความยากมากขึ้นและเสี่ยงต่อการเกิดอาชญากรรมไซเบอร์ บางครั้งข้อมูลถูกเก็บไปอัตโนมัติโดยคนใช้งาน อาจไม่ได้รับทราบว่าถูกเก็บข้อมูลอยู่ เช่น การใช้งานเว็บไซต์ต่างๆ จะมีการเก็บข้อมูลการเข้าชม หรือข้อมูลการใช้งานโทรศัพท์มือถือ เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ หรืออย่างการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันและการเข้าใช้งาน ในบางครั้งผู้ใช้งานจะถูกบังคับให้ต้องกดยอมรับการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลบนเฟซบุ๊ก เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การเก็บรวบรวมข้อมูลของลูกค้านั้น มีความสำคัญต่อการนำมาพัฒนาบริการและให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องตรงใจ รวมทั้งมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ เช่น การรวบรวมข้อมูลเพื่อปรับปรุงการบริการและรูปแบบสินค้าให้หลากหลายและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น การวิเคราะห์ข้อมูลการใช้งานเพื่อปรับปรุงโครงข่ายให้มีคุณภาพเหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งาน หรือเพื่อนำเสนอบริการที่ไร้ประโยชน์ต่อลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ดังนั้น การเข้าถึงข้อมูลของลูกค้าอย่างถูกต้องจึงมีประโยชน์ต่อทั้งผู้ให้บริการและตัวลูกค้าเอง โดยเอไอเอสให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาและการทำงานข้อมูลลูกค้าอย่างระมัดระวัง เอไอเอสได้จัดทำขึ้นนโยบายการคุ้มครองสิทธิและการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ โดยเผยแพร่ไว้บนเว็บไซต์ที่ [http://www.ais.co.th/aboutais/files/dataprivacyprotectionpolicy\\_th.pdf](http://www.ais.co.th/aboutais/files/dataprivacyprotectionpolicy_th.pdf)



วางมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าอย่างเป็นระบบ

ในการทำให้มั่นใจว่ามาตรการและแนวทางในการปกป้องความปลอดภัยของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าจะถูกนำไปใช้ได้จริงและมีประสิทธิภาพเพียงพอที่จะทำให้เอไอเอสและลูกค้าไม่ต้องกังวลถึงความเสี่ยงที่อาจจะเกิดจากการรั่วไหลของข้อมูล เอไอเอสจึงได้ผนวกเรื่องความปลอดภัยของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าเข้าเป็นส่วนหนึ่งในแผนการบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk management) ในระดับองค์กรและระดับสายงาน และจัดทำแผนงานเพื่อป้องกันความเสี่ยงและ/หรือ ลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้น โดยเพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าจะถูกเก็บรักษาไว้เป็นความลับ เอไอเอสได้กำหนดให้มีมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของเอไอเอส ตลอดจนการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ตั้งแต่ระดับนโยบาย การวางโครงสร้างการกำกับดูแล และการกำหนดแนวทางการดำเนินงานตามกระบวนการ P-D-C-I (Prevention, Detection, Correction, and Improvement) โดยเป็นการประยุกต์กระบวนการการรักษาความปลอดภัยเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ากับกระบวนการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง



## 1. Prevention

### ป้องกันการบุกรุกทางไซเบอร์ โดย

- กำหนดสิทธิการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าตามหน้าที่ความรับผิดชอบ ทำให้พนักงานไม่สามารถเห็นข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าได้ทั้งหมด
- ป้องกันการส่งข้อมูลออกนอกองค์กรจากนั้นเพื่อป้องกันความเสี่ยงในการละเมิดและการนำข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าไปใช้อย่างไม่เหมาะสม
- ฝึกอบรมพนักงานและการทำความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ซึ่งจะดำเนินการตั้งแต่วันปฐมฤกษ์
- สร้างความตระหนักให้กับพนักงานเรื่องการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า และการให้ความรู้อย่างต่อเนื่องผ่านช่องทางอินทราเน็ตของเอไอเอสและสื่อต่างๆ ในองค์กร รวมทั้งมีการกำหนดให้พนักงานทุกคนจะต้องทำแบบทดสอบเรื่องการปกป้องข้อมูลและการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าเป็นประจำทุกปี โดยผลการทดสอบในปีที่ผ่านมา พบว่าพนักงานเข้าทำแบบทดสอบครบ 100% และผ่านการทดสอบทุกราย



## 2. Detection

เฝ้าระวังเพื่อตรวจจับความผิดปกติ โดย

- จัดลำดับความสำคัญตามผลกระทบและโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง ซึ่งเป็นการตรวจจับความผิดปกติจากระบบโดยหัวหน้างานเป็นระดับแรก และให้บุคลากรจากหน่วยงานตรวจสอบภายในเข้ามาดำเนินการตรวจสอบเป็นประจำปีอีกทางหนึ่ง
- วางแผนในการจัดหาผู้ตรวจสอบอิสระจากภายนอกเข้ามาตรวจสอบความรัดกุมและประสิทธิภาพของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของเอไอเอสในการดำเนินงานระยะถัดไป

## 3. Correction

แก้ไขเหตุการณ์ผิดปกติให้ถูกต้องอย่างรวดเร็ว โดยมีการกำหนดระยะเวลาในการแก้ไขตามระดับความยากและผลกระทบของเหตุการณ์

## 4. Improvement

ปรับปรุงกระบวนการที่มีจุดบกพร่อง

เพื่อป้องกันการเกิดซ้ำทั้งในแง่ของบุคลากรและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

คณะกรรมการความปลอดภัยข้อมูล

และระบบสารสนเทศของเอไอเอส (IITSC)

แผนการดำเนินการเหล่านี้ขึ้นอยู่กับดูแลของคณะกรรมการความปลอดภัยข้อมูลและระบบสารสนเทศของเอไอเอส ซึ่งประกอบไปด้วยผู้บริหารสูงสุดขององค์กร และคณะผู้บริหารของทุกสายงานการดำเนินการ โดยคณะกรรมการความปลอดภัยข้อมูลและระบบสารสนเทศมีหน้าที่โดยสรุป ดังต่อไปนี้

- กำหนดนโยบายว่าด้วยการรักษาความปลอดภัยข้อมูล และระบบสารสนเทศ มาตรการ มาตรฐาน และวิธีการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง
- กำกับดูแลให้มีหน่วยงานดูแลความปลอดภัยข้อมูล และระบบสารสนเทศของบริษัท

- กำกับดูแลให้มีเทคโนโลยี อุปกรณ์ หรือโปรแกรมที่ทันสมัย เพื่อนำมาใช้งานด้านการรักษาความปลอดภัยข้อมูล และระบบสารสนเทศของบริษัท
- กำกับดูแลให้มีการฝึกอบรมที่จำเป็น ประชาสัมพันธ์ในเรื่องความปลอดภัยข้อมูล และระบบสารสนเทศแก่พนักงานทุกระดับอย่างทั่วถึง และต่อเนื่อง
- กำกับดูแลให้มีการ ตรวจสอบการบุกรุกการละเมิด ระบบรักษาความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง
- ประสานงานเรื่องการรักษาความปลอดภัยข้อมูล และระบบสารสนเทศกับหน่วยงานภายนอกบริษัท

ในปี 2559 เอไอเอสได้มีการแบ่งปันความรู้ มาตรฐานการดำเนินงาน และเทคโนโลยี กับพันธมิตรกลุ่มสิงคโปร์ ได้แก่ บริษัท Singtel และ Optus ผู้ให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมระดับโลกจากประเทศสิงคโปร์ และออสเตรเลีย เนื่องจากเล็งเห็นว่า ทั้งสองบริษัท ประกอบธุรกิจอยู่ในประเทศที่มีกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้านำมาตั้งแต่ปี 2555 และ 2531 ตามลำดับ ดังนั้น นอกจากเอไอเอสจะได้รับทราบแนวทางอันเป็นประโยชน์แล้วเพื่อให้สามารถนำมายกระดับการปกป้องระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้านำมาแล้วยังได้รับความรู้เพื่อมาปรับปรุงนโยบายการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้านำมาของเอไอเอสเพื่อเตรียมพร้อมล่วงหน้าในการรองรับกฎหมายด้านการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของประเทศไทย ซึ่งคาดว่าจะออกมามีบังคับใช้ในปี 2560 นี้ด้วย

ทั้งนี้ จากการได้รับสนับสนุนทางด้านความรู้จากพันธมิตรกลุ่มสิงคโปร์ เอไอเอสจึงได้นำกรอบการดำเนินงานด้านการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้านำมาของเอไอเอส ซึ่งจัดทำขึ้นโดยนำแนวทาง P-D-C-I มาพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อเสริมความแข็งแกร่งให้การดำเนินงานของเอไอเอส ดังต่อไปนี้

## กรอบการดำเนินงานด้านการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล ของลูกค้าของเอไอเอส

### การบริหารจัดการเหตุละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล

มาตรการการ  
ปกป้องข้อมูล  
ส่วนบุคคล

บทบาท  
การปฏิบัติงาน  
ของระบบและ  
บุคลากร

บริหารจัดการ  
บุคลากร

1. การปฏิบัติตามนโยบายกฎหมายข้อบังคับและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง มีการติดตามข้อกำหนด, กฎหมาย และแนวปฏิบัติสากลเพื่อนำมา กำหนดนโยบายการดูแลข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า มีหน่วยงานที่ดูแลเรื่องข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า (Customer Privacy) โดยตรง
2. การกำหนดมาตรการเพื่อป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า โดยจำกัดผู้เข้าถึงและเนื้อหาที่ผู้เข้าถึงสามารถดูได้ และควบคุมการใช้งานข้อมูล
3. บทบาทการปฏิบัติงานของระบบและบุคลากร มีการตรวจสอบการปฏิบัติงานของผู้ใช้ข้อมูล โดยหัวหน้างาน และหน่วยงานอิสระทั้งภายในและภายนอก นอกเหนือจากนี้มีการสอบทานความถูกต้องสมบูรณ์ของระบบตามมาตรฐานสากล โดยผู้ตรวจสอบจากภายนอกองค์กร
4. การบริหารจัดการบุคคล สำหรับพนักงานที่จำเป็นต้องเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า บริษัทถือเป็นพนักงานกลุ่มที่ให้ความสำคัญเป็นพิเศษ โดยจัดให้มีความรู้ ความเข้าใจ ในแนวทางการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า มีการวัดผลความเข้าใจ และพนักงานเหล่านี้จะต้องปฏิบัติงานในพื้นที่ทำงานเฉพาะ แยกจากพื้นที่สำนักงานทั่วไป

5. การบริหารจัดการเหตุละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล โดยที่บริษัทได้ให้ความสำคัญกับข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าเป็นสูงสุด จึงได้จัดให้มีกระบวนการแจ้งเหตุเฉพาะ ในกรณีที่มีการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า เพื่อให้การแก้ไขเยียวยา เป็นไปอย่างรวดเร็วที่สุดโดยมีผู้บริหารระดับสูงรับผิดชอบโดยตรง

### ดึงดูดเชิงของเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เพื่อประโยชน์ ในการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

ปัจจุบัน ลูกค้ามีความนิยมในการทำธุรกรรมต่างๆ ผ่านช่องทางออนไลน์และแอปพลิเคชันเป็นจำนวนมาก ทำให้การนำเสนอสินค้าและบริการต่างๆ ของเอไอเอส มุ่งเน้นไปที่การเสนอผ่านช่องทางดังกล่าวเพื่อให้สามารถตอบสนองไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าได้ ดังนั้น เพื่อเป็นการปกป้องความเป็นส่วนตัวของลูกค้าและลดความเสี่ยงในการที่ลูกค้าอาจจะเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลหรือถูกนำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้อย่างไม่เหมาะสม เอไอเอสจึงได้พัฒนาเทคโนโลยีและกระบวนการดิจิทัลเพื่อรักษาความปลอดภัยในการทำธุรกรรมของลูกค้าผ่านเครือข่ายเอไอเอส ดังตัวอย่างต่อไปนี้

1. การกำหนดให้ลูกค้าต้องมีการยืนยันตัวตนในการเข้าถึงระบบและแอปพลิเคชันที่จะแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าทุกครั้ง (Multi-Factor Authentication) เช่น การกำหนดให้มี one-time password ในการเข้าแอปพลิเคชัน My AIS หรือ eService เพื่อหยุดยั้งการใช้งานแพ็คเก็ตที่สมัคร หรือชำระค่าบริการ เป็นต้น
2. การให้ความรู้เรื่องการใช้เทคโนโลยีอย่างถูกต้องและได้ประโยชน์สูงสุด การตระหนักถึงความสำคัญของการคิดก่อนแชร์อะไรไปโซเชียล เน็ตเวิร์ค และการตระหนักถึงความเสี่ยงต่อการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล



โดยเผยแพร่ไว้บนเว็บไซต์เอไอเอส Facebook fan page และ Youtube เป็นต้น

(G4-50) อย่างไรก็ตาม ในปีที่ผ่านมาเอไอเอสได้รับข้อร้องเรียน เรื่องการรั่วไหลของข้อมูล 1 กรณี โดยเกิดจากการละเมิดจริยธรรมในการดำเนินงานของพนักงาน 1 คน ซึ่งเมื่อทราบเรื่องดังกล่าว เอไอเอสได้ดำเนินการตรวจสอบตามกระบวนการสอบสวนภายใต้นโยบายการให้ข้อมูลการกระทำผิดและการทุจริต การสอบสวนและการคุ้มครองผู้ให้ข้อมูลทันที จนสามารถพิสูจน์ทราบและได้ดำเนินการลงโทษพนักงานให้ออกจากงานทันที พร้อมกับดำเนินการตามกฎหมายอย่างสูงสุด ขณะเดียวกันก็ได้ติดตามดูแลความเสียหายที่เกิดกับลูกค้าและมีการสื่อสารกับลูกค้าอย่างใกล้ชิดรวมถึงการชดเชยความเสียหายให้แก่ลูกค้า

เอไอเอสได้เปิดโอกาสให้หน่วยงานกำกับดูแล กสทช.เข้ามาตรวจสอบระบบการดำเนินงาน และการเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า 2 ครั้ง ในเดือนตุลาคมและพฤศจิกายน 2559 รวมถึงมีการทำหนังสือชี้แจงกรณีที่เกิดขึ้นและมาตรการของเอไอเอสเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้เกิดความมั่นใจต่อระบบการรักษาดูแลข้อมูลลูกค้า ซึ่งภายหลังจากกสทช.ได้มีการเผยแพร่ผลการตรวจสอบสู่สาธารณะ โดยยืนยันว่าเอไอเอสไม่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานดังกล่าว

นอกจากนี้ เอไอเอสได้เพิ่มความรัดกุมในกระบวนการทำงานและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทันที โดย

1. เพิ่มความเข้มงวดในพื้นที่ทำงานเฉพาะสำหรับบุคลากรที่มีความจำเป็นต้องเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

2. กำหนดมาตรการห้ามนำเครื่องมือสื่อสารและอุปกรณ์บันทึกข้อมูล เช่น USB เข้าไปในบริเวณพื้นที่ทำงาน
3. เพิ่มระบบควบคุมการเข้าถึงข้อมูลโดยกำหนดให้การเข้าถึงข้อมูลแต่ละครั้งจะต้องให้พนักงานผู้ได้รับสิทธิตามบทบาทหน้าที่ 2 คน กรอกรหัสผ่านในการเข้าสู่ระบบ (Double password) จากเดิมที่พนักงานผู้ได้รับสิทธิสามารถใช้รหัสส่วนตัวเข้าสู่ระบบได้บุคลากรที่มีความจำเป็นต้องเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า
4. ปรับปรุงเครื่องคอมพิวเตอร์และระบบอีเมลให้ไม่สามารถส่งข้อมูลออกนอกบริษัทหรือทำสำเนาข้อมูลได้
5. กำหนดให้มีการแบ่งแยกหน้าที่การทำงานเพื่อป้องกันความเสี่ยง และให้หัวหน้างานจะต้องรับผิดชอบในการตรวจสอบการทำงานของผู้ใต้บังคับบัญชา สำหรับการกำหนดสิทธิของพนักงานในการเข้าถึงข้อมูลตามวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจและการให้บริการนั้น ได้มีการกระทำไว้เดิมอยู่แล้ว
6. ปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศภายในให้ไม่แสดงข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า และกำหนดให้ระบบงานที่พิมพ์ข้อมูลการใช้งานข้อมูลลูกค้าเป็นระบบรวมศูนย์ โดยการปรับปรุงดังกล่าวได้รับการสอบทานโดยผู้เชี่ยวชาญจาก กสทช. ด้วย

ปี	จำนวนข้อกังวลของลูกค้าเกี่ยวกับการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลที่แจ้งเข้ามาผ่านช่องทางของเอไอเอส	จำนวนข้อกังวลของลูกค้าเกี่ยวกับการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลที่แจ้งเข้ามาผ่านหน่วยงานกำกับดูแล	กรณีการรั่วไหลของข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2557	412	9	-
2558	271	13	-
2559	321	11	1

## มุ่งสู่การเป็นผู้ให้บริการด้านดิจิทัลไลฟ์อย่างเต็มรูปแบบ

เอไอเอสต้องการมุ่งสู่การเป็นผู้ให้บริการด้านดิจิทัลไลฟ์อย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งเป็นการขยายการให้บริการที่มากกว่าเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อสร้างบริการที่ครบวงจรตามความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน เอไอเอสได้เริ่มเปิดให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบรนด์เอไอเอส ไฟเบอร์ มาตั้งแต่ปี 2558 ด้วยเทคโนโลยีไฟเบอร์ 100% ครั้งแรกในประเทศไทย และได้รับการยอมรับจากลูกค้าอย่างรวดเร็วจากการเติบโตของจำนวนลูกค้าถึง 3 เท่าในปี 2559 เมื่อเทียบกับไตรมาส 2 ของปี 2558 ที่เริ่มเปิดให้บริการ อันเนื่องมาจากการขยายความครอบคลุมอย่างต่อเนื่อง คุณภาพของบริการราคาที่เหมาะสมจูงใจ และความต้องการการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในครัวเรือนที่เพิ่มสูงขึ้น โดยตั้งเป้าจะเป็นผู้ให้บริการรายหลักในตลาดภายใน 3 ปี

นอกจากบริการเอไอเอส ไฟเบอร์ แล้วเอไอเอสมุ่งเน้นการให้บริการดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น โดยร่วมมือกับ

พันธมิตรทางธุรกิจเปิดให้บริการดิจิทัลในรูปแบบต่างๆ เช่น บริการวิดีโอ เซอร์วิส และไลฟ์ทีวี ผ่านอุปกรณ์มือถือและ AIS PLAYBOX บริการดิจิทัลมันนี่ ผ่านแอปพลิเคชัน mPAY บริการคลาวด์สำหรับลูกค้าองค์กร เป็นต้น

### 5 แกนหลักของธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์

1. วีดีโอ
2. เกม
3. ธุรกิจทางการเงินผ่านมือถือ
4. คลาวด์
5. การเชื่อมต่อระหว่างอุปกรณ์ Machine-to-Machine หรือ M2M)

ท่านสามารถศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ และข้อมูลการประกอบธุรกิจของเอไอเอสเพิ่มเติมได้จากรายงานประจำปี หัวข้อ “ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ”

# พันธมิตรทางธุรกิจของเรา



# พันธมิตรทางธุรกิจของเรา



“ปัจจุบันธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคมได้พัฒนาก้าวไปอีกระดับ เป็นยุคที่ การสื่อสารเข้ามามีบทบาทในการเชื่อมโยงชีวิตและสิ่งต่างๆ รอบตัวให้เข้าถึง กันมากขึ้น เอไอเอสให้ความสำคัญในการพัฒนาระบบสื่อสารอย่างต่อเนื่อง โดยร่วมมือกับพันธมิตรระดับสากลอย่างกลุ่มสิงคโปร์ที่มีประสบการณ์และ มาตรฐานการดำเนินงานที่ดี ช่วยให้เอไอเอสพัฒนาศักยภาพและความ พร้อมต่อการดำเนินธุรกิจในยุค Internet of Things และการเป็นผู้นำในการ ให้บริการดิจิทัลอันดับ 1 ของประเทศไทย ซึ่งสำหรับพันธมิตรของ เอไอเอสถือเป็นโอกาสที่ดีในการพัฒนาธุรกิจให้เติบโตและยั่งยืนไปพร้อมกัน เอไอเอสขอขอบคุณสำหรับความไว้วางใจและความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่น ของท่านตลอดมา”

คุณสุชัย เวง ชอง  
กรรมการผู้อำนวยการ

## ความท้าทายและโอกาส

“การส่งมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า” ยังคงเป็นหัวใจหลักที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของ เอไอเอส จากการเปิดให้บริการ 2G 3G และ 4G ครบ เต็มรูปแบบและครอบคลุมทั้ง 77 จังหวัดทั่วประเทศ ในปีที่ผ่านมา รวมทั้งบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ที่ครอบคลุมกว่า 28 จังหวัดทั่วประเทศ การรักษาความ เป็นผู้นำที่แข็งแกร่งในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมและ การก้าวขึ้นเป็นผู้ให้บริการดิจิทัลอันดับ 1 เอไอเอส มุ่งมั่นที่จะสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจที่แข็งแกร่ง และครอบคลุม ที่พร้อมสรรสร้างบริการด้วยหัวใจ ให้แก่ลูกค้าทุกคน

แนวโน้มของการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีที่ส่งผล ให้มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคที่นิยมการ ใช้สินค้าและบริการที่เป็นดิจิทัล ซึ่งมีความสะดวกและ รวดเร็ว ทำให้สินค้าและบริการที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี โทรคมนาคม มัลติมีเดีย และสินค้าไอที มีการ เปลี่ยนแปลงและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจึงถือเป็น โอกาสและความท้าทายใหม่ที่เอไอเอสจะต้องเร่ง พัฒนาและเตรียมความพร้อมในการนำเสนอสินค้า และบริการที่หลากหลาย สร้างนวัตกรรมด้านสินค้าและ บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรอบด้าน ด้วยความร่วมมือ กับพันธมิตรทางธุรกิจที่มีศักยภาพ รวมทั้งเสริม ทักษะ ความสามารถและความแข็งแกร่งให้กับพันธมิตรของ เอไอเอสทุกราย

นอกจากนี้ ความนิยมในการท่องโลกออนไลน์ เพื่อ ซื้อขายสินค้าและบริการ เล่นเกม ดูหนัง ฟังเพลง และทำธุรกรรมต่างๆ ได้ก่อให้เกิดกลุ่มผู้ผลิตคอนเทนต์ และแอปพลิเคชันหน้าใหม่ๆ ในตลาดที่เรียกว่า “สตาร์ทอัพ” (Startup) โดยใช้ช่องทางทำการตลาดในรูปแบบใหม่ ผ่านคอนเทนต์และแอปพลิเคชันออนไลน์ ซึ่งมีต้นทุน ดำเนินงานไม่สูงและสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้หลากหลายและเป็นจำนวนมากกว่า ดังนั้นการจับมือกับ พันธมิตรกลุ่มสตาร์ทอัพ รวมถึงกลุ่มผู้ผลิตคอนเทนต์ และแอปพลิเคชันที่มีอยู่ในปัจจุบัน จึงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะนอกจากจะทำให้เอไอเอสได้พันธมิตรที่มีความ คิดสร้างสรรค์และมีศักยภาพ แล้วยังช่วยให้เอไอเอส สามารถพัฒนาตนเองให้เป็นแพลตฟอร์มขนาดใหญ่ เพื่อเชื่อมต่อความต้องการของลูกค้าเอไอเอส และกลุ่ม สตาร์ทอัพเข้าหากัน เรียกได้ว่าเป็นการสร้างระบบนิเวศ ในการดำเนินธุรกิจ (Ecosystem) ที่แข็งแกร่ง ตอบโจทย์ ความต้องการของทั้งเอไอเอส พันธมิตร และลูกค้า

## แนวทางการบริหารจัดการ

- สร้างมาตรฐานใหม่ในการทำธุรกิจร่วมกัน
- สร้างสมดุลในการทำธุรกิจร่วมกัน
- เปิดรับพันธมิตรใหม่ๆ เพื่อต่อยอดการดำเนินธุรกิจ และขยายความสามารถในการแข่งขัน

ในปีที่ผ่านมา ที่ประชุมคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้มีการพิจารณาถึงความเสี่ยงทางด้านบริหารจัดการ พันธมิตรทางธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่าการดำเนินงานของเอไอเอส โดยพิจารณาถึงความเสี่ยงทางด้านบริหารจัดการพันธมิตรทางธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่าการดำเนินงานของเอไอเอส ครอบคลุมทั้งมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมซึ่งอาจมี

ความเสี่ยงต่อชื่อเสียงและการหยุดชะงักทางธุรกิจของ เอไอเอส ตัวอย่างเช่น ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการพึ่งพิงพันธมิตรรายใดรายหนึ่ง ความปลอดภัยของอุปกรณ์มือถือที่ผลิตโดยพันธมิตร การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า การให้สินบนและคอร์รัปชัน เป็นต้น โดยมีการเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน และผู้บริหารที่รับผิดชอบในการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กรเข้าให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ผลการประชุมได้สรุปประเด็นที่มีนัยสำคัญและให้สายงานที่เกี่ยวข้องเป็นผู้รับไปบริหารจัดการ ควบคุมดูแล และประเมินประสิทธิผล โดยระดับความเสี่ยงและโอกาสที่จะเกิดขึ้นยังอยู่ในระดับที่องค์กรสามารถบริหารจัดการได้

กลุ่มธุรกิจหลักของเอไอเอส	กลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจ	ประเด็นที่เกี่ยวข้องและอาจมีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนของเอไอเอสและพันธมิตร
ธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่	ผู้รับเหมาช่วงก่อสร้างโครงข่าย เจ้าของพื้นที่ให้เช่าติดตั้งเสาส ผู้ผลิตอุปกรณ์มือถือ ผู้ให้บริการโรมมิ่ง ตัวแทนจำหน่าย ร้านค้าสิทธิพิเศษ	3 8 9 10 7 10 2 3 4 5 8 9 10 1 2 4 7 9 1 2 4 5 1 2 9 10
ธุรกิจอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์	ผู้รับเหมาช่วงติดตั้งเอไอเอส ไฟเบอร์	1 2 3 4 9 10
ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์	ผู้ผลิตคอนเทนต์ เกม และแอปพลิเคชัน สตาร์ทอัพ ผู้ให้บริการคลาวด์	1 2 4 6 10 1 2 4 6 10 1 2 3 4 5 6 9 10

- |  |   |
|--|---|
| 1 ความพึงพอใจของลูกค้า                 | 6 นวัตกรรม  |
| 2 คุณภาพของสินค้าและบริการ             | 7 การแข่งขันอย่างเป็นธรรม                             |
| 3 ความปลอดภัยของสินค้าและบริการ        | 8 สิทธิมนุษยชน  |
| 4 การรักษาข้อมูลความลับของลูกค้า       | 9 การบริหารจัดการแรงงานและความรู้ของพนักงาน           |
| 5 การเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอ | 10 ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมจากการดำเนินงาน |

## เป้าหมายความสำเร็จในระยะยาว

สร้างหุ้นส่วนทางธุรกิจที่ยั่งยืนเพื่อก้าวขึ้นสู่การเป็นผู้ให้บริการดิจิทัลไลฟ์ไอนด์ับ 1 ของประเทศไทย

### ตัวชี้วัด

- จำนวนร้านค้าตัวแทนจำหน่ายที่เข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับเอไอเอส
- จำนวนพนักงานของตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะ
- ระดับความพึงพอใจของพันธมิตรต่อเอไอเอส
- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อเทเลวิซ
- จำนวนสตาร์ทอัพที่เข้าร่วมโครงการ AIS theStartUp

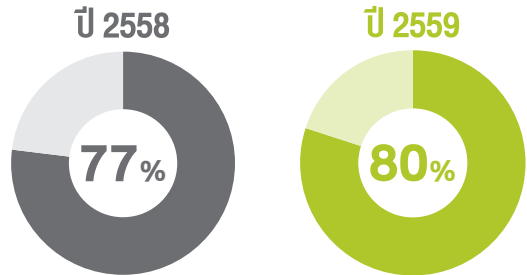
## สร้างมาตรฐานใหม่ในการทำธุรกิจร่วมกัน

### กลุ่มพันธมิตรธุรกิจมือถือ

ปัจจุบัน เอไอเอสมีพันธมิตรร้านค้าตัวแทนจำหน่ายกระจายอยู่ตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศไทย โดยมีร้านเอไอเอส ซ้อป บาย พาร์ทเนอร์ จำนวน 43 สาขา ร้านค้าเทเลวิซกว่า 431 สาขา ตัวแทนจำหน่ายเอไอเอสบัดดี้มากกว่า 1,100 สาขา ร้านค้าส่งและค้าปลีกมากกว่า 22,000 ร้าน และตัวแทนจำหน่ายขนาดใหญ่รวมกันกว่า 50 ราย

- ยกระดับคุณภาพและพัฒนาขีดความสามารถของพันธมิตร

ผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้าต่อร้านค้าเทเลวิซ



### 1. AIS Channel Conference

ในแต่ละปี เอไอเอสจะมีการจัดประชุมเพื่อแถลงทิศทางและนโยบายหลักทางการตลาดสำหรับตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศให้กับกลุ่มเจ้าของกิจการหรือทีมผู้บริหารของตัวแทนจำหน่ายได้รับทราบ นอกจากนี้ผู้บริหารของเอไอเอสเป็นผู้แถลงถึงเป้าหมายและกลยุทธ์สำหรับตัวแทนจำหน่ายที่จะมุ่งไปสู่ในแต่ละปี รวมทั้งแนวทางการร่วมมือระหว่างกันในฐานะพันธมิตรทางธุรกิจที่สำคัญ

### 2. โครงการ “Telewiz Uplift”

จากการแข่งขันในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมในประเทศ ความซับซ้อนและหลากหลายของความต้องการของลูกค้า ค่านิยมที่ขอความเร็วและสะดวกสบายส่งผลให้เอไอเอสต้องปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินธุรกิจภายในองค์กร ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้ามากที่สุด และพัฒนาศักยภาพของช่องทางการจัดจำหน่ายให้สามารถแข่งขันและอยู่รอดในตลาดได้

โดยในปี 2558 โครงการ “Telewiz Uplift” ได้มีการนำเสนอเข้าหารือในการประชุมร่วมกับร้านค้าเทเลวิซ ซึ่งเป็นเอ็กซ์คลูซีฟ พาร์ทเนอร์ เป็นกลุ่มแรก โดยเอไอเอสมีการเชิญร้านค้าเทเลวิซที่มีศักยภาพและมีที่ตั้งอยู่ในพื้นที่สำคัญของแต่ละจังหวัด เข้ามารับทราบแนวทางการเข้าร่วมโครงการดังกล่าว หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือก และการตั้งเป้าหมายความสำเร็จร่วมกัน ร้านค้าเทเลวิซที่เข้าร่วมจะถูกพัฒนาทั้งโครงสร้าง



การดำเนินธุรกิจจากการเป็นร้านค้าตัวแทนจำหน่ายในรูปแบบเดิม ให้ยกระดับเป็น “เอไอเอส ซ็อบบาย พาร์ทเนอร์” ซึ่งมีรูปลักษณ์และมาตรฐานด้านการขายและการบริการต่างๆ เทียบเท่ากับเอไอเอส ซ็อบบาย การพัฒนาศักยภาพและความรู้ของพนักงานพันธมิตร และการวางแผนธุรกิจร่วมกัน โดย ณ สิ้นปี 2559 มีร้านเอไอเอส ซ็อบบาย พาร์ทเนอร์ ทั้งสิ้น จำนวน 43 ร้าน

### 3. โครงการเอไอเอส บัดดี้

เป็นการพัฒนาตัวแทนค้าปลีกจากแต่ละอำเภอที่มีศักยภาพการขาย ให้ยกระดับมาเป็นเอไอเอส บัดดี้ ด้วยการจัดหาอุปกรณ์ที่ทันสมัยซึ่งจะช่วยส่งเสริมการขายและการบริการ การจัดหาเครื่องมืออำนวยความสะดวกต่างๆ และการฝึกอบรมพนักงานของเอไอเอส บัดดี้ ให้มีความรู้เทียบเท่ากับพนักงานเอไอเอส โดยปัจจุบันเอไอเอสบัดดี้มีจำนวนทั้งหมด 1,130 ร้านค้า เพิ่มขึ้นจาก 1,000 ร้านค้าในปี 2558



#### ประโยชน์ที่ร้านค้าเทเลวิซได้รับ

- มีการปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์ของร้านค้าให้เหมือนเอไอเอส ซ็อบบาย ทำให้ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าที่มาใช้บริการมากขึ้น
- พนักงานมีความรู้และความสามารถในการขายและการบริการมากขึ้น

#### ประโยชน์ที่เอไอเอสได้รับ

- พันธมิตรที่มีมาตรฐานการขายและการบริการเทียบเท่ากับเอไอเอส
- ลูกค้าได้สินค้าและบริการที่มีคุณภาพมากขึ้น



#### ประโยชน์ที่ร้านค้าเอไอเอสบัดดี้ได้รับ

- สร้างยอดขายและจงใจลูกค้าได้มากขึ้น
- ได้รับคำตอบแทนจากหลายบริการที่ทำได้มากขึ้น

#### ประโยชน์ที่เอไอเอสได้รับ

- ช่วยกระจายสินค้าและบริการให้เข้าถึงลูกค้าในพื้นที่ย่อยของแต่ละอำเภอได้ดียิ่งขึ้น
- สร้างการรับรู้ของแบรนด์เอไอเอสได้ทั่วถึงมากขึ้น

#### 4. การพัฒนารูปแบบการขายและบริการด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

แอปพลิเคชัน “AISEasy App” ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานของพันธมิตร จากการทำงานผ่านหน้าจอมือถือ มาเป็นการทำงานผ่านโทรศัพท์มือถือถือ อุปกรณ์แท็บเล็ต และเครื่องอ่านบัตรสมาร์ตการ์ด ที่ช่วยเพิ่มความคล่องตัวและประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น โดย “AIS Easy App” รองรับงานบริการและงานขายในธุรกรรมหลักๆ เช่น การจดทะเบียนรายเดือน การลงทะเบียนซิมเติมเงิน บริการย้ายค่าย และการขายแพคเกจมือถือ เป็นต้น และในอนาคตอันใกล้ “AIS Easy App” จะเป็นแอปพลิเคชันหลักที่ทำหน้าที่สนับสนุนการทำงานร่วมกันระหว่างตัวแทนจำหน่ายและทีมงานฝ่ายขายของเอไอเอสให้สะดวกและครอบคลุมในทุกมิติยิ่งขึ้น

ระยะเวลาที่ใช้จดทะเบียนรายเดือนรูปแบบเดิม



15 นาที

ระยะเวลาที่ใช้จดทะเบียนรายเดือนผ่าน AIS Easy App



2-3 นาที

ในส่วนหนึ่งของช่องทางการสื่อสารกับตัวแทนจำหน่าย นอกจากการสื่อสารผ่านทีมงานฝ่ายขายแล้ว เอไอเอสยังได้สื่อสารผ่าน SMS MMS และสื่อออนไลน์ โดยก้าวที่สำคัญในปีที่ผ่านมา คือการพัฒนา AIS Channel Magazine จากรูปแบบของสิ่งพิมพ์ มาเป็นรูปแบบแอปพลิเคชันบนมือถือที่มีความสะดวกสบายและเข้าถึงกลุ่มตัวแทนจำหน่ายได้ง่ายยิ่งขึ้น โดย AIS Channel Magazine เป็นอีกหนึ่งช่องเพื่อสื่อสารโปรโมชั่นและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ทั้งด้านการขาย การบริหาร ค่าตอบแทน และข้อมูลที่เป็นเกร็ดความรู้ในเรื่องสุขภาพ

และการใช้ชีวิตประจำวัน สามารถตอบสนองได้ครบ 360 องศาความต้องการของตัวแทนจำหน่าย และการสื่อสารผ่าน AIS channel talk โดยสร้างเป็นคลิปวิดีโอบนเว็บไซต์ Youtube ซึ่งมีการจัดทำเป็นรายเดือน

#### ประโยชน์ที่พันธมิตรได้รับ

- เพิ่มโอกาสในการขายสินค้า เนื่องจากมีบริการที่หลากหลายและสะดวกต่อการขาย
- ช่วยลดระยะเวลาในการทำรายการแต่ละประเภท

#### ประโยชน์ที่เอไอเอสได้รับ

- ลดขั้นตอนการดำเนินงานในเรื่องของเอกสาร
- เพิ่มความสะดวกสบายทั้งต่อลูกค้าและพันธมิตร

#### 5. พัฒนาทักษะและเสริมสร้างองค์ความรู้ให้แก่พนักงานของพันธมิตร

จำนวนพนักงานของตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะ



ปี 2558

9,289 ราย

ปี 2559

14,577 ราย

เอไอเอสให้การสนับสนุนเรื่องพัฒนาทักษะและความสามารถให้แก่พนักงานของตัวแทนจำหน่าย โดยจะเน้นการฝึกอบรมแบบจำลองสถานการณ์จริง รวมถึงส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านระบบ E-Learning และเว็บไซต์ที่จัดทำขึ้นโดยเฉพาะ นอกจากนี้ ได้จัดให้มีกิจกรรมออกเยี่ยมเยียนร้านค้าเพื่อให้คำแนะนำและทำการสอนแบบตัวต่อตัว เป็นประจำทุกเดือน

สำหรับปี 2559 เอไอเอสได้มีการจัดหลักสูตรให้แก่ตัวแทนจำหน่าย ดังต่อไปนี้

- Strategic Change Formulation จัดขึ้นให้กับตัวแทนจำหน่ายที่เป็นเจ้าของร้านค้าเทเลวิซ โดยเน้นที่การพัฒนาความสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ทางการ

ตลาด การจัดการกับกระบวนการคิดและการวางแผน เพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

- Moving Forward Building Team Dynamics สำหรับพนักงานระดับผู้จัดการร้านของร้านค้า เทเลวิซ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของหัวหน้างานที่จะช่วยให้ทีมประสบความสำเร็จ และการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ
- Digital Life Guru & New Device Setting สำหรับระดับพนักงานขายและงานบริการ ซึ่งเป็นความรู้เบื้องต้นในการให้บริการและฟังก์ชันการใช้งานพื้นฐานและการตั้งค่าต่างๆ ในอุปกรณ์สื่อสาร

## 6. การกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการประเมินคุณภาพและการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนจำหน่าย

เพราะคุณภาพของงานขายและงานบริการของตัวแทนจำหน่ายเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นเพื่อให้มั่นใจว่าตัวแทนจำหน่ายแต่ละรายมีการปฏิบัติตามข้อตกลงและแนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจภายใต้เงื่อนไขของตามสัญญาที่ทำระหว่างกันและสามารถบรรลุเป้าหมายความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้ เอไอเอสจึงกำหนดให้มีเครื่องมือในการประเมินจำแนกตามกลุ่มของตัวแทนจำหน่าย โดยมีการประเมินผลรายเดือน ดังนี้

- ร้านค้าเทเลวิซ ใช้เครื่องมือที่เรียกว่า “Service Quality for Telewiz” (SQT) ซึ่งมีการกำหนดหลักเกณฑ์และเป้าหมายที่ตัวแทนจำหน่ายร้านค้า เทเลวิซจะต้องบรรลุ
- ร้านเอไอเอส ซ้อป บาย พาร์ทเนอร์ อยู่ระหว่างการจัดทำ “Service Quality Assurance for AIS Shop by partner” (SQAA) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาและควบคุมคุณภาพงานบริการให้ได้ตามมาตรฐานของเอไอเอส โดยมีตัวชี้วัด 3 แกน คือ ความพึงพอใจของลูกค้า ความสำเร็จในการนำเสนอ บริการต่างๆ และทักษะความรู้ของพนักงาน

- ผู้รับเหมาช่วงติดตั้งเอไอเอส ไฟเบอร์ ใช้ระดับความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเครื่องมือในการประเมิน โดยจะมีเจ้าหน้าที่คอลเซ็นเตอร์ของเอไอเอส โทรสอบถามลูกค้าทันทีภายหลังจากที่ผู้รับเหมาได้เข้าไปติดตั้งเอไอเอสไฟเบอร์ เรียบร้อย และลูกค้าสามารถประเมินผลได้ทันทีเมื่อมีการมาติดต่อใช้บริการที่หน้าเคาน์เตอร์

ในส่วนของ การกำหนดผลตอบแทนของพันธมิตรแต่ละประเภท เอไอเอสมีการเปรียบเทียบกับอัตราผลตอบแทนของผู้ให้บริการรายอื่นในตลาดควบคุมสถานการณ์แข่งขันในตลาดปัจจุบัน เพื่อให้ค่าตอบแทนมีความจูงใจและเพียงพอที่จะรักษาพันธมิตรที่มีความศักยภาพให้อยู่กับเอไอเอสได้ นอกจากนี้ยังมีการกำหนดค่าตอบแทนพิเศษสำหรับพันธมิตรที่สามารถดำเนินการสำเร็จตามเป้าหมายและการนำผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณาผลตอบแทน

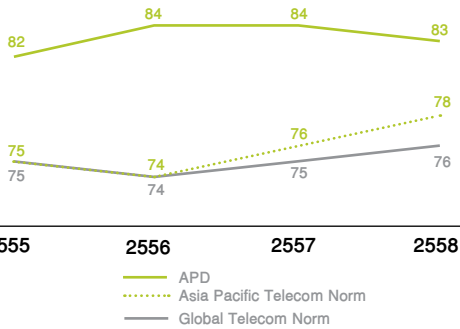
## 7. การจัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายและช่องทางการรับข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียน

เอไอเอสร่วมกับ The Nielsen Company ผู้ประเมินอิสระจัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของพันธมิตร (Dealer Satisfaction Survey หรือ DSI) ประกอบด้วยผู้รับเหมาช่วงติดตั้งเอไอเอสไฟเบอร์ร้านค้า เทเลวิซ ตัวแทนจำหน่ายค้าส่ง เอไอเอสบดตี้ ตัวแทนแอดวานซ์ค้าปลีกและตัวแทนจำหน่ายขนาดใหญ่ เช่น ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ตัวแทนจำหน่ายไอที และกลุ่มร้านค้าที่มีสาขาของตนเองเป็นประจำทุกปี โดยครอบคลุมทุกมิติของการทำงานร่วมกัน เพื่อนำผลการประเมินไปพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการเพื่อให้พันธมิตรได้รับความพึงพอใจสูงสุด อันจะนำไปสู่ความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่แข็งแกร่งและยั่งยืนในระยะยาว โดยเอไอเอสได้รับการประเมินความพึงพอใจในระดับสูงเมื่อเทียบกับ

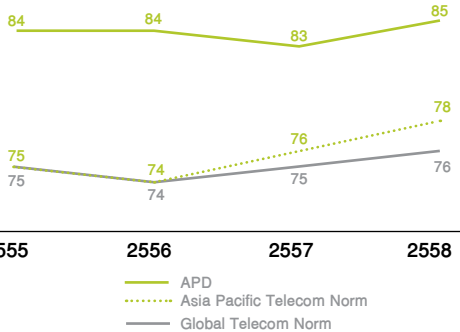
ค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรมโทรคมนาคม ทั้งในระดับเอเชียแปซิฟิก และระดับโลก

ผลประเมินความพึงพอใจของพันธมิตร  
กลุ่มตัวแทนจำหน่าย

### DSI-ADP



### DSI-ARS



โดยเอไอเอสได้จัดให้มี Channel Contact Center เพื่อเป็นศูนย์รับเรื่องร้องเรียนหรือข้อเสนอแนะจากพันธมิตร และประสานงานต่อไปยังหน่วยงานที่รับผิดชอบเพื่อให้แก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วน นอกจากนี้พันธมิตรยังสามารถแจ้งเรื่องผ่านทีมงานฝ่ายขายของเอไอเอสที่รับผิดชอบดูแลในแต่ละพื้นที่

เอไอเอสยังได้มีการออกเยี่ยมร้านค้าตัวแทนจำหน่ายเป็นประจำทุกสัปดาห์เพื่อสอบถามปัญหาหรือสิ่งที่ต้องการให้ เอไอเอสปรับปรุงและเข้ามาช่วยพัฒนาการทำงานร่วมกัน รวมทั้งการสำรวจตลาดภาพรวมเพื่อนำมาพัฒนาสินค้าและบริการต่อไป

### กลุ่มพันธมิตรธุรกิจอินเทอร์เน็ต บรอดแบนด์

เอไอเอสได้เริ่มธุรกิจอินเทอร์เน็ต บรอดแบนด์ด้วยเทคโนโลยีไฟเบอร์ ภายใต้ชื่อ “เอไอเอส ไฟเบอร์” ตั้งแต่กลางปี 2558 โดยในช่วงต้น เอไอเอสดำเนินกลยุทธ์การขายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายของเอไอเอส คือ คอลเซ็นเตอร์ ศูนย์บริการเอไอเอส และร้านค้าเทเลวิซ ทั้งนี้ ตั้งแต่ไตรมาสที่ 4 ปี 2559 เอไอเอสได้จับมือกับ เจมาร์ท และ ไอเอสดีโอ เป็นพันธมิตรเพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมมากขึ้น นอกจากนี้เอไอเอสมียังมีพันธมิตรที่เป็นทั้งตัวแทนจำหน่ายและช่างติดตั้งเอไอเอส ไฟเบอร์กว่า 50 ราย ซึ่งพัฒนามาจากผู้ให้บริการติดตั้งดาวเทียมและผู้ให้บริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตเดิมนับตั้งแต่ในปี 2560 นี้ เอไอเอสมียุทธศาสตร์ที่จะขยายจำนวนพันธมิตรเพิ่มขึ้นเป็น 100 ราย เพื่อรองรับการขยายตัวของลูกค้าเอไอเอส ไฟเบอร์

ความท้าทายในการร่วมมือกับพันธมิตรของเอไอเอส ไฟเบอร์ คือ การพัฒนาความรู้ด้านไฟเบอร์ บรอดแบนด์ให้กับตัวแทนจำหน่าย และการควบคุมคุณภาพของงานติดตั้งภายในบ้านเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและบอกต่อ

โดยในการบริหารจัดการกับความท้าทายดังกล่าว เอไอเอสได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

1. จัดอบรมให้ความรู้กับช่างติดตั้ง และสอขวดผลก่อนที่จะอนุญาตให้ไปทำงานติดตั้งที่บ้านลูกค้าทุกราย
2. จัดตั้งทีมซูเปอร์ไวเซอร์ให้การสนับสนุน และสุ่มตรวจสอบงานติดตั้งของช่าง
3. โทรสอบถามความพึงพอใจกับลูกค้าทุกรายภายใน 1 สัปดาห์หลังจากติดตั้ง

ความสำเร็จในปีที่ผ่านมาจากการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านพันธมิตรทางธุรกิจดังกล่าว คือการที่มีสัดส่วนของยอดขายที่มาจากพันธมิตรสูงถึงร้อยละ 50 ของยอดขายทั้งหมด และสามารถเพิ่มยอดขายในแต่ละเดือนจากเดือนละ 7,500 รายในต้นปี 2559 ขึ้นเป็นกว่าเดือนละ 35,000 รายในช่วงปลายปี 2559

ทั้งนี้ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าจากบริการติดตั้งของผู้รับเหมา เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นร้อยละ 94.29 และความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้งานเอไอเอสไฟเบอร์ เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 89.36

### • สร้างมาตรฐานการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใส

หลังจากที่ได้ประกาศเจตนารมณ์ต่อสาธารณะในการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความโปร่งใส การต่อต้านการให้สินบนและการคอร์รัปชัน และการส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรมเมื่อปี 2556 และได้ใช้ระยะเวลาตลอดทั้งปี 2577 ในการประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการทุจริตและคอร์รัปชันทั้งจากภายในองค์กรและภายนอกองค์กรตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่าการดำเนินธุรกิจ ต่อมา เอไอเอสประกาศนโยบายนโยบายต่อต้านการให้หรือรับสินบนและการคอร์รัปชัน และได้บรรจุเรื่องดังกล่าวเข้าเป็นส่วนหนึ่งในประมวลจริยธรรมธุรกิจและจรรยาบรรณคู่ธุรกิจเพื่อให้พันธมิตรทุกรายรับทราบและปฏิบัติตาม โดยมีการกำหนดออกเป็นเงื่อนไขในการคัดเลือก การทำสัญญา และการต่อสัญญาทางธุรกิจระหว่างกัน ปี 2558 เอไอเอสได้จัดให้มีการทดสอบความรู้ความเข้าใจในเรื่องมาตรฐานการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใสโดยได้ออกเป็นหนังสือให้พันธมิตรทุกรายต้องเข้าร่วมการทดสอบความรู้ดังกล่าว โดยมีการตั้งเป้าหมายความสำเร็จ และการนำผลทดสอบมาประเมินประสิทธิภาพของการสื่อสารนโยบายและพัฒนาเป็นชุดความรู้เพื่อใช้สร้างความเข้าใจ รวมถึงจัดให้มีช่องทางให้พันธมิตรสามารถแจ้งต่อคณะกรรมการบริษัทได้เมื่อพบเห็นการกระทำที่อาจเป็นการละเมิดนโยบายดังกล่าว

ในปี 2559 เอไอเอสยังคงมุ่งมั่นดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยประธานเจ้าหน้าที่บริหารได้ออกจดหมายเพื่อสื่อสารให้พันธมิตรทุกรายรับทราบแนวทางการดำเนินงานของเอไอเอส และมุ่งหมายที่จะให้พันธมิตรทุกรายเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างมาตรฐานการประกอบธุรกิจที่ใสสะอาด บททดสอบความรู้เรื่อง

จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจได้ถูกตั้งเป้าหมายที่เข้มข้นมากขึ้นเช่นเดียวกับบทลงโทษที่กำหนดไว้ว่าหากพบเห็นการกระทำผิด เอไอเอสอาจพิจารณายกเลิกการทำธุรกิจกับคู่ค้าได้

ผลการทดสอบความรู้  
ความเข้าใจในจริยธรรม  
ทางธุรกิจของคู่ค้า

2558 เป้าหมาย 70%  
ผลคะแนนที่ออกมาจริง = 80%

2559 เป้าหมาย 68%  
ผลคะแนนที่ออกมาจริง = 89%

นอกจากนี้ นโยบายและระเบียบปฏิบัติการจัดซื้อของเอไอเอส ได้กำหนดให้ในการคัดเลือกพันธมิตรทางธุรกิจจะต้องมีความเป็นธรรมกับพันธมิตรทุกราย และระมัดระวังเรื่องความขัดแย้งทางผลประโยชน์

เอไอเอส ยังจัดให้มีการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบภายในและมีการวางจ้างผู้ตรวจสอบอิสระภายนอกในเรื่องของการบันทึกยอดขาย การบันทึกบัญชี และการดำเนินงานของพันธมิตร โดยผู้ตรวจสอบภายในจะมีการวางแผนงานประจำปี และใช้วิธีการสุ่มตรวจสอบ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการดำเนินงานของพันธมิตรมีความถูกต้อง โปร่งใส

### • พัฒนาความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมในการดำเนินธุรกิจให้กับพันธมิตร

ภายใต้เงื่อนไขของจรรยาบรรณคู่ธุรกิจ พันธมิตรของเอไอเอสทุกราย จะต้องดำเนินงานด้วยการคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม การเคารพสิทธิมนุษยชน และการไม่ใช้แรงงานที่ผิดกฎหมาย โดยการนำจรรยาบรรณดังกล่าวมาทำให้เป็นรูปธรรม ดังนี้

1. กำหนดหลักเกณฑ์ระดับคู่ค้าภายใต้โครงการ "Telewiz Uplift" ซึ่งกำหนดให้ร้านค้าเทเลวิซที่ประสงค์จะเข้าร่วมโครงการและเปลี่ยนเป็นเอไอเอส ซุป บาย พาร์ทเนอร์ จะต้องมีการจ้างงานบุคลากรที่อายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี ตามที่กฎหมายกำหนด มีการกำหนดโครงสร้าง

ค่าตอบแทนและจำนวนชั่วโมงการทำงานที่เป็นธรรม รวมทั้งจัดให้มีสวัสดิการที่เหมาะสมให้กับพนักงาน เช่นเดียวกับในปีนี้

2. จัดทำแบบประเมินเบื้องต้นสำหรับการคัดเลือกพันธมิตรรายใหม่ทุกรายโดยบรรจุเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้าเป็นหนึ่งในเงื่อนไขที่พันธมิตรจะต้องดำเนินการก่อนเข้ามาร่วมธุรกิจกับเอไอเอส และขยายผลให้ครอบคลุมเงื่อนไขการต่อสัญญาทางธุรกิจโดยเอไอเอสยินดีที่จะลงไปช่วยสื่อสารและฝึกอบรมพนักงานของพันธมิตรให้มีความเข้าใจและแนวปฏิบัติที่ตรงกัน
3. กำหนดแนวปฏิบัติสำหรับร้านค้าตัวแทนจำหน่ายทุกรายในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ ทั้งเรื่องคุณภาพและความปลอดภัย การเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าและการเปิดเผยข้อมูลของสินค้าและบริการต่อลูกค้าอย่างครบถ้วน ถูกต้อง และการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม ครอบคลุมทั้งเรื่องของคุณภาพของข้อมูล การจัดวางป้ายและแผ่นพับแสดงข้อมูลในร้านเพื่อให้ลูกค้าเห็นได้ชัดเจน ขนาดตัวอักษร และการให้ข้อมูลของพนักงานร้านค้าตัวแทนจำหน่าย ชลย และในเรื่องของการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า นอกจากนี้การออกเป็นนโยบายให้คู่ค้าปฏิบัติตามแล้วยังมีการกำหนดสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลและตรวจสอบการดำเนินงานเป็นระยะ

## สร้างสมดุลในการทำธุรกิจร่วมกับ

ด้วยความหลากหลายของตัวแทนและช่องทางจัดจำหน่าย ทำให้การบริหารจัดการแต่ละกลุ่มจำเป็นต้องมีวิธีการดำเนินงานและกลยุทธ์ที่เหมาะสมและสามารถสร้างความสมดุลเพื่อให้พันธมิตรทุกรายดำเนินธุรกิจร่วมกันได้ เอไอเอสมีแนวทางการดำเนินงานดังต่อไปนี้

1. ในการพิจารณาคัดเลือกพันธมิตรและความเหมาะสมในการสร้างธุรกิจใหม่ จะคำนึงถึงองค์ประกอบขั้นพื้นฐานของธุรกิจของพันธมิตรแต่ละราย อาทิ รูปแบบการทำธุรกิจ ศักยภาพ ทำเลที่ตั้ง ประเภทของสินค้าและบริการที่เหมาะสมจะจัดจำหน่าย และกลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการ เป็นต้น

2. กำหนดกติกาการทำงานร่วมกันและกำหนดพื้นที่ให้บริการของพันธมิตรแต่ละราย การกระจายสินค้าและการสร้างความแตกต่าง เพื่อป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

3. กำหนดการประเมินผลการดำเนินที่ชัดเจนและสม่ำเสมอ เพื่อพิจารณาค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ทางธุรกิจที่เป็นธรรมต่อทุกราย

4. สื่อสารถึงทิศทางและนโยบายของบริษัทให้พันธมิตรรับทราบเป็นประจำ รวมทั้งมีการออกเยี่ยมเยียนประจำจากทั้งทีมงานและผู้บริหาร เพื่อสนับสนุนการทำงาน แก้ไขปัญหา และรับฟังข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน

# เปิดรับพันธมิตรใหม่ๆ เพื่อต่อยอดการค้าเป็นธุรกิจและขยายความสามารถในการแข่งขัน

เส้นทางการร่วมงานกับกลุ่มสตาร์ทอัพของเอไอเอส



การขับเคลื่อนประเทศด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม เป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างก้าวกระโดดตามโมเดลประเทศไทย 4.0 ของรัฐบาล เช่นเดียวกันกับการทำธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคมที่ปัจจุบันก้าวสู่การเป็นผู้ให้บริการด้านดิจิทัลไลฟ์ของเอไอเอส การจับมือกับพันธมิตรกลุ่มสตาร์ทอัพสามารถต่อยอดให้เอไอเอสในการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ เพื่อตอบโจทย์การใช้ชีวิตยุคดิจิทัลของผู้ใช้บริการได้

โดยความร่วมมือระหว่างเอไอเอสกับกลุ่มสตาร์ทอัพเริ่มดำเนินงานมาตั้งแต่ปี 2554 เนื่องจากเล็งเห็นศักยภาพของกลุ่มสตาร์ทอัพต่อการขยายโอกาสทางธุรกิจ การดำเนินงานดังกล่าวจัดขึ้นภายใต้โครงการ "AIS StartUp Weekend" ซึ่งเป็นรูปแบบของการให้สตาร์ทอัพส่งแผนธุรกิจเข้ามาประกวดและทำการคัดเลือกกลุ่มสตาร์ทอัพที่มีศักยภาพและมีแนวทางการดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับแผนธุรกิจของเอไอเอส การ

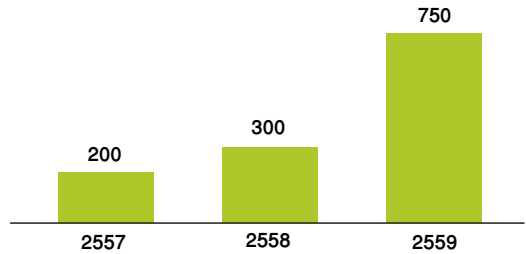
ดำเนินงานตามแนวคิดนี้ ถือเสมือนว่าเอไอเอสคือจุดหมายปลายทางที่ช่วยเชื่อมต่อธุรกิจของสตาร์ทอัพกับธุรกิจหลักของเอไอเอส รวมถึงมีช่องทางโซเชียลมีเดียเพื่อให้สตาร์ทอัพสามารถติดตามข้อมูลข่าวสารได้

ปัจจุบัน ด้วยข้อจำกัดในการดำเนินโครงการในรูปแบบของการประกวด ที่ทำได้เพียงแค่ปีละ 1-2 ครั้ง ซึ่งไม่สอดคล้องกับการเติบโตของความต้องการใช้งานของผู้บริโภคและการขยายตัวของธุรกิจ เอไอเอสจึงได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงาน ให้มาอยู่ในรูปแบบของการเปิดโอกาสให้กลุ่มสตาร์ทอัพสามารถเสนอแผนธุรกิจมาให้เอไอเอสพิจารณาได้ตลอดทั้งปี ภายใต้โครงการ "AIS the StartUp Connect" ซึ่งไม่ต้องแข่งขันกับผู้ร่วมธุรกิจรายอื่น และเปลี่ยนรูปแบบการส่งแผนธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์ที่ครอบคลุมทั้งการส่งแผนงาน การถามตอบ การนัดหมายเพื่อเข้ามาพูดคุยเพิ่มเติม และการเปิดให้สามารถนำเสนอแผนธุรกิจผ่าน

การประชุมทางวิดีโอได้ โดยระบบออนไลน์ดังกล่าว ถูกพัฒนาให้มี Dashboard ส่วนตัวสำหรับแต่ละสตาร์ทอัพ เพื่อใช้ติดตามความคืบหน้าของการนำเสนอแผนงานมายังเอไอเอสได้

และจากการก้าวเข้าสู่การเป็นผู้ให้บริการด้านดิจิทัลไลฟ์อย่างเต็มรูปแบบของเอไอเอส ทำให้ในปลายปี 2559 นี้ แนวคิดการดำเนินงานกับกลุ่มสตาร์ทอัพในรูปแบบเดิมได้ถูกพัฒนาขึ้นด้วยแนวคิดใหม่ คือ “เอไอเอสจะก้าวออกจากการเป็นแค่จุดหมายปลายทาง เพื่อมุ่งสู่การเป็นผู้สนับสนุนสตาร์ทอัพตลอดทุกการเดินทางในยุคดิจิทัลที่อย่างสร้างสรรค์และดีที่สุดในประเทศไทย” โดยให้การสนับสนุนสตาร์ทอัพตั้งแต่เริ่มต้นคิดแผนธุรกิจ การพัฒนาสินค้าและบริการ การทำแผนการตลาด การเข้าถึงฐานลูกค้าใหม่หรือตลาดใหม่ๆ

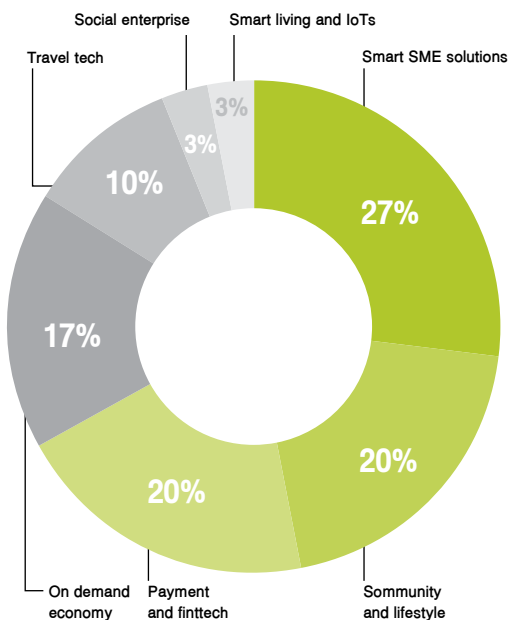
จำนวนสตาร์ทอัพที่เข้าร่วมโครงการ (ทีม)



## 29 โครงการจาก 19 สตาร์ทอัพ

ที่มาช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้กับสินค้าและบริการของเอไอเอสในปี 2559 เช่น iTAX, Golfdig, Infographic Thailand

สัดส่วนของสตาร์ทอัพที่เป็นพันธมิตรกับเอไอเอส ในปัจจุบัน จำแนกตามรูปแบบการดำเนินธุรกิจ



การสนับสนุนกลุ่มสตาร์ทอัพดังกล่าว เอไอเอสไม่ได้จำกัดอยู่แค่เพียงความร่วมมือในเชิงธุรกิจกับเอไอเอสเท่านั้น แต่ยังขยายความร่วมมือไปสู่ระดับประเทศ โดยให้การสนับสนุนและมีส่วนร่วมในการวางนโยบายของภาครัฐซึ่งต้องการให้สตาร์ทอัพเป็นหนึ่งในเครื่องมือขับเคลื่อนเศรษฐกิจและความยั่งยืนของประเทศ โดยในการจัดงานสตาร์ทอัพไทยแลนด์ เป็นครั้งแรกในประเทศไทยและการเดินสายประชาสัมพันธ์ตามภาคต่างๆ ของรัฐบาล เอไอเอสได้ร่วมเป็นผู้สนับสนุนและออกนิทรรศการ รวมทั้งเป็นผู้บรรยายเพื่อกระตุ้นให้สตาร์ทอัพที่มีศักยภาพกล้าที่จะเริ่มต้นพัฒนาแผนธุรกิจของตนเองและใช้ความสามารถในการพัฒนาประเทศ



## ส่งต่อคุณค่าที่มากกว่าการให้บริการเทคโนโลยี



### สร้างคน

ตลอดระยะเวลาที่เอไอเอสจัดทำโครงการเกี่ยวกับสตาร์ทอัพ นอกจากก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อทั้งสตาร์ทอัพและเอไอเอสแล้ว ยังช่วยส่งผลกระทบเชิงบวกในรูปแบบใดมิโนไปยั้งไปยั้งภาคสังคมและภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกันด้วย

โดยตั้งแต่เปิดโครงการเมื่อปี 2554 ถึงปัจจุบัน มีสตาร์ทอัพส่งแผนธุรกิจเข้ามานำเสนอต่อเอไอเอสรวมจำนวนมากกว่า 2,000 ชิ้น ซึ่งเมื่อคิดเป็นจำนวนสตาร์ทอัพที่ส่งแผนธุรกิจ เท่ากับว่าเอไอเอสได้มีส่วนร่วมพัฒนาศักยภาพและต่อยอดแนวคิดให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการหน้าใหม่มากกว่า 10,000 ราย

### สร้างงาน

จุดเริ่มต้นของโครงการสตาร์ทอัพคือการต่อยอดแนวคิดและกระตุ้นให้ผู้ประกอบการหน้าใหม่ที่มีศักยภาพกล้าที่จะลงมือทำ และในวันหนึ่งเมื่อสตาร์ทอัพเหล่านี้เติบโตและยืนอยู่ได้นั้นหมายถึงการมีผู้ประกอบการรายใหม่เกิดขึ้นในตลาดและการจ้างงานที่เพิ่มขึ้น ยกตัวอย่างเช่น บริษัท อินโฟกราฟฟิคไทยแลนด์ ที่ก่อตั้งขึ้นโดยคนไม่กี่คน ปัจจุบันมีพนักงานที่ทำงานถึงจำนวน 30-40 คน หรือบริษัท อู๋คิบิ ผู้ให้บริการหนังสือและแมกกาซีนดิจิทัล ปัจจุบันมีการจ้างงานกว่า 300 คน

### สร้างเครื่องมือทางดิจิทัลให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs

ถึงแม้กลุ่มสตาร์ทอัพที่เป็นพันธมิตรกับเอไอเอสจะเป็นกลุ่มผู้ประกอบการทางด้านเทคโนโลยีเป็นส่วนใหญ่ แต่จากการพัฒนาคอนเทนต์และแอปพลิเคชันที่หลากหลายของกลุ่มสตาร์ทอัพ ด้วยแนวคิดการนำเทคโนโลยีมาลดข้อจำกัดในการใช้ชีวิต ทำให้คอนเทนต์และแอปพลิเคชันต่างๆ เหล่านี้สามารถเป็นเครื่องมือของกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง (SMEs) เพราะด้วยราคาที่เข้าถึงได้และความสามารถตอบสนองทุกรูปแบบการทำงาน จึงทำให้เรามีผู้ประกอบการ SMEs ในรูปแบบของ

SmartSMEs มากขึ้นถึงร้อยละ 27 เช่น FlowAccount โปรแกรมบัญชีออนไลน์สำหรับธุรกิจที่เพิ่งเริ่มต้น ซึ่งใช้งานง่ายและมีระบบที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการธุรกิจและภาษีได้อย่างมีระบบ ในราคาเริ่มต้นเพียง 83 บาทต่อเดือน หรือ 990 บาท ต่อปี

ตารางแสดงผลการดำเนินงานด้านพันธกิจทางธุรกิจ

	หน่วย	2557	2558	2559
<b>การลงทุนเพื่อสนับสนุนและพัฒนาพันธมิตร</b>				
เงินลงทุนเพื่อฝึกอบรมและพัฒนาความรู้พันธมิตร	ล้านบาท	1.7	3.7	2.1
จำนวนพนักงานของพันธมิตรที่ได้รับการพัฒนาความรู้	คน	9,289	13,174	14,577
เงินลงทุนเพื่อปรับปรุงหน้าร้านให้พันธมิตร <sup>1)</sup>	ล้านบาท	16.3	137.8	162.2
<b>การสร้างความสัมพันธ์กับพันธมิตร</b>				
ระดับความพึงพอใจของพันธมิตรต่อเอไอเอส (ตัวแทนค้าส่ง)	%	84	83	82
ระดับความพึงพอใจของพันธมิตรต่อเอไอเอส (ตัวแทนรายย่อย)	%	83	85	85
<b>การปฏิบัติตามกฎหมาย</b>				
จำนวนเงินชดเชยหรือถูกปรับจากการกีดกันทางการค้า หรือพฤติกรรมการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรม	ล้านบาท	0	0	0
<b>การส่งเสริมจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ</b>				
พันธมิตรทั้งหมดที่ได้รับแจ้งและขอความร่วมมือในการปฏิบัติตามประมวลจริยธรรมธุรกิจ นโยบายต่อต้านการให้หรือรับสินบนและการคอร์รัปชัน ซึ่งรวมทั้งการเคารพสิทธิมนุษยชน	%	100	100	100
พันธมิตรทั้งหมดที่ได้รับการประเมินและทดสอบเรื่อง การปฏิบัติตามประมวลจริยธรรมธุรกิจ นโยบายต่อต้านการให้หรือรับสินบนและการคอร์รัปชัน ซึ่งรวมทั้งการเคารพสิทธิมนุษยชน <sup>2)</sup>	%	N/A	100	100
ผลประเมินความเข้าใจเรื่องจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจของพันธมิตร <sup>2)</sup>	คะแนน / เป้าหมาย	N/A	80.6/70	89/68

หมายเหตุ :

- ในปี 2557 เงินลงทุนเพื่อปรับปรุงหน้าร้านให้พันธมิตรครอบคลุมเฉพาะร้านเทเลวิชั่นเท่านั้น ทั้งนี้ เอไอเอสได้ขยายให้ครอบคลุมพันธมิตรร้านค้าตัวแทนจำหน่ายรายย่อยและไอเอส บัดดี้ ตั้งแต่นั้นปี 2558
- การกำหนดให้พันธมิตรต้องทำแบบทดสอบความเข้าใจเรื่องจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ เริ่มตั้งแต่ปี 2558



# พนักงานของเรา

“พนักงานเอไอเอสคือหัวใจสำคัญของความสำเร็จขององค์กรซึ่งความสำเร็จไม่ได้วัดกันที่ความพึงพอใจของพนักงานแบบในอดีต ทว่าต้องดูเรื่องการพัฒนาของพนักงานเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และในขณะที่ เอไอเอสเติบโตขึ้นพนักงานของเอไอเอสต้องถูกเตรียมความพร้อมให้เติบโตพร้อมกันไปด้วย”

คุณกานติมา เลอเลิศยุติธรรม  
หัวหน้าคณะผู้บริหารด้านทรัพยากรบุคคล



## ความท้าทายและโอกาส

พัฒนาการจากการเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถืออันดับ 1 ของประเทศไทย สู่อันดับ 1 ของประเทศไทย ด้านดิจิทัลไลฟ์ และการเป็นองค์กรยุคใหม่ที่ต้องขับเคลื่อนไปด้วยความรวดเร็วให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและเทคโนโลยี “คน” คือองค์ประกอบสำคัญที่สุด ที่จะทำให้อีสเปลี่ยนผ่านไปสู่การเป็นองค์กรที่ประสบความสำเร็จ มีผลประกอบการที่แข็งแกร่ง และเป็นองค์กรที่มีธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ ความหลากหลายของคนเอไอเอส โดยเฉพาะกลุ่มเจนเนอเรชันวาย กลุ่มเด็กจบใหม่ที่มียุติธรรมมากกว่าร้อยละ 70 ในองค์กร ซึ่งมีมุมมองใหม่ๆของโลกยุคปัจจุบัน เริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในองค์กร ดังนั้น โจทย์สำคัญของการขับเคลื่อนเรื่องคนของเอไอเอส นอกจากการสร้างคนให้พร้อมรับต่อความเปลี่ยนแปลงแล้วนั้น ทำอย่างไรที่จะลดความแตกต่างและให้พนักงานทุกเจนเนอเรชันสามารถทำงานร่วมกันได้ และเห็นเป้าหมายขององค์กรในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้ทุกคนพร้อมที่จะก้าวและนำพาเอไอเอสไปสู่การเป็น “องค์กรแห่งความยั่งยืน”

## แนวทางการบริหารจัดการ

- นโยบายและแนวทางการบริหารทรัพยากรบุคคล จากสายงานสนับสนุน เป็น “คู่คิดทางธุรกิจ”
- สร้างวัฒนธรรมองค์กรเพื่อเตรียมพร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล
- การดูแลพนักงานแบบองค์รวม
- เอไอเอส อะคาเดมี่-พัฒนาความเป็นผู้นำและฝึกอบรมพนักงาน
- ดูแลสุขภาพอนามัย ความปลอดภัย และความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน
- สร้างความผูกพันกับองค์กร
- ส่งมอบผลิตผลการเป็นคนดีให้แก่สังคม

## เป้าหมายความสำเร็จในระยะยาว

การเป็นองค์กรแห่งความยั่งยืน

## ตัวชี้วัด

- ผลประเมินความผูกพันต่อองค์กร
- ผลประเมินด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน

## แนวการบริหารทรัพยากรบุคคลจากสายงานสนับสนุน เป็น คู่คิดทางธุรกิจ

การให้ความสำคัญกับคนเป็นการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่ระดับนโยบายด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล การปรับเปลี่ยนโครงสร้างและบทบาทของสายงานบริหารบุคคลจากสายงานสนับสนุนที่เน้นงานด้านปฏิบัติการ (HR Operations) ตามรูปแบบเดิม ปรับเป็นการบริหารเชิงกลยุทธ์ในฐานะ คู่คิดทางธุรกิจ (Business Partner) ทำให้งานบริหารทรัพยากรบุคคลเป็นเสมือนกุญแจสำคัญในการพัฒนาองค์กร พนักงานในสายงานบริหารทรัพยากรบุคคล จำเป็นต้องเข้าใจธุรกิจและทิศทางการดำเนินงานของเอไอเอสทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยเอไอเอสได้เปลี่ยนผ่านสู่การเป็นผู้ให้บริการดิจิทัลไลฟ์ เข้าใจบทบาทของตนเองในฐานะ คู่คิดทางธุรกิจ และเริ่มต้นช่วยกันพัฒนาคนภายในของเอไอเอส พร้อมกับการหาบุคลากรใหม่ๆ เข้ามาเสริม โดยการจะเป็นคู่คิดทางธุรกิจที่ประสบความสำเร็จได้ เอไอเอสมุ่งเน้นกลยุทธ์ที่ยึดหลักการ “การให้ความสำคัญกับทรัพยากรบุคคล” (Put the people first with 6Ps’ strategies) ด้วย 6Ps ซึ่งประกอบไปด้วย



1 มาตรฐานที่ถูกต้อง (Put basic right) คือ นโยบายงานด้านบริหารทรัพยากรบุคคลมีความชัดเจนทันสมัยและสนับสนุนขั้นตอนการดำเนินงานที่ โปร่งใส ถูกต้อง และครบถ้วน

2 การจัดสรรบุคลากรให้ถูกที่ (Place the right people) คือ มีการจัดวางแผนให้บุคคลากรที่มีความรู้ความสามารถได้สามารถปฏิบัติงาน ในตำแหน่งที่เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุดตามโครงสร้างที่กำหนดไว้

3 การเตรียมความพร้อมของบุคลากรเพื่อรองรับการเติบโต (Prepare our people for success) คือ ด้วยบุคลากรเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จขององค์กร ทั้งในเรื่องการพัฒนาศักยภาพของพนักงานเป็นสิ่งที่ต้องทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานสามารถเติบโตไปพร้อมกับการเติบโตขององค์กร

4 เป็นคู่คิดกับธุรกิจ (Partner to business) คือ สายงานทรัพยากรบุคคลมีความรู้ความเข้าใจทิศทางของธุรกิจ รวมทั้งร่วมวางกลยุทธ์ ในการเตรียมความพร้อมด้วยการบริหารทรัพยากรให้กับองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพรวมถึงให้คำแนะนำด้านงานบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างมืออาชีพให้กับหน่วยงานต่างๆ

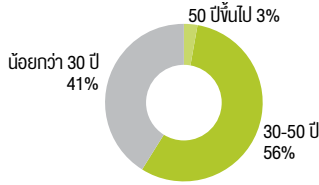
5 ความเป็นมืออาชีพในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Professional in HCM) คือ ศักยภาพของพนักงานภายในสายงานบริหารทรัพยากรบุคคล สนับสนุนแผนธุรกิจของเอไอเอส รวมทั้งยกระดับองค์ความรู้ด้านการบริหารทุนมนุษย์ (Human Capital) อย่างมีประสิทธิภาพและทันสมัยเสมอ

6 การบริหารผลการปฏิบัติงานอย่างมีระบบ (Performance driven) คือ การจัดระบบและกระบวนการของการประเมินผลปฏิบัติงานของพนักงานในการขับเคลื่อนผลประกอบการขององค์กร รวมถึงการจ่ายค่าตอบแทนให้สอดคล้องกับบทบาทที่พนักงานได้รับมอบหมาย

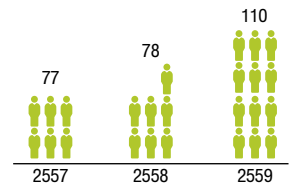
สัดส่วนพนักงานจำแนกตามเพศ (ไม่รวมพนักงานรายวัน)



สัดส่วนพนักงานจำแนกตามอายุ (ไม่รวมพนักงานรายวัน)



พนักงานคอลเซ็นเตอร์ผู้พิการ



นอกจากกลยุทธ์ที่กล่าวข้างต้นนั้น ทีมผู้บริหารเชื่อมั่นว่าพนักงานของเอไอเอสทุกคน ถือเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและเป็นหัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนความสำเร็จของยุคดิจิทัล ซึ่งเป็นผู้สรรสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ เสมอมา ด้วยเหตุนี้ สายงานบริหารทรัพยากรมีแผนงานที่จะบริหารดูแลพนักงานของเอไอเอสซึ่งมีความหลากหลายแตกต่างกันในทุกๆ เจเนอเรชั่น เพื่อสร้างฐานกำลังบุคลากรที่แข็งแกร่งสำหรับการขับเคลื่อนองค์กรในอนาคต

## สร้างวัฒนธรรมองค์กรเพื่อเตรียมพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล

ณ สิ้นปี 2559 เอไอเอสมีพนักงานกว่า 12,000 คน ที่มีความหลากหลาย โดยเฉพาะในเรื่องของเจเนอเรชั่น อาทิเช่น Baby Boom, Gen X และ Gen Y โดยเอไอเอสมีความเชื่อในการอยู่ร่วมกันแบบ Generation Connected โดยมีพฤติกรรมการทำงานไปในทิศทางเดียวกัน มีชีวิตที่เชื่อมโยงกับระบบ ดิจิทัล และการอยู่ร่วมกันด้วยการส่งมอบประสบการณ์พร้อมกับความแข็งแกร่งของคนหลากหลายรุ่น จากรุ่นสู่รุ่น

### ตารางแสดงจำนวนพนักงานจำแนกตามเจเนอเรชั่น ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2559 (ไม่รวมพนักงานรายวัน)

เจเนอเรชั่น	ชาย	หญิง	รวม	%
BB	147	92	239	2%
Gen X	1,652	1,750	3,402	28%
Gen Y	3,145	5,421	8,566	70%
<b>Total</b>	<b>4,994</b>	<b>7,263</b>	<b>12,207</b>	<b>100%</b>

หมายเหตุ : BB = อายุ 59-62 ปี, X = อายุ 36-51 ปี, Y = 20-35 ปี

นอกจากหลากหลายในเรื่องเจเนอเรชั่นดังกล่าวแล้ว ยังมีความหลากหลายในเรื่องเพศ ค่านิยม ภาษา เชื้อชาติ และค่านิยมตามถิ่นที่อยู่อาศัย ฯลฯ หนึ่งในภารกิจสำคัญของการบริหารทรัพยากรบุคคลคือ การบริหารความแตกต่างโดยไม่แบ่งแยก เพื่อให้ทุกคนสามารถอยู่ร่วมกันได้ภายใต้วัฒนธรรมองค์กรเดียวกันและเป้าหมายเดียวกัน โดยการบริหารงาน เริ่มตั้งแต่ระดับความสอดคล้องของนโยบายระเบียบบริหารงาน บุคลากรที่จัดทำขึ้นให้ตามกฎหมายแรงงานและกฎหมายสิทธิมนุษยชนของประเทศ และได้มีการทบทวนนโยบายอีกครั้งในปีที่ผ่านมา โดยพิจารณาถึงการยกระดับแผนงานให้สามารถสอดคล้องต่อหลักปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact Human Rights) ตั้งแต่เรื่องความเท่าเทียมกันในกระบวนการสรรหาบุคลากร การกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการ การประเมินผลการปฏิบัติงาน และการพัฒนาบุคลากร ฯลฯ การเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีความบกพร่องทางร่างกายเข้ามาร่วมงานกับเอไอเอสและเน้นการจ้างงานท้องถิ่น

เมื่อเอไอเอสมีการขยายสถานที่ปฏิบัติงานไปในภูมิภาคต่างๆ รวมถึงการให้พนักงานที่ประจำในส่วนกลางสามารถแจ้งความจำนงค์ขอโอนย้ายกลับไปปฏิบัติงานในภูมิลำเนาของตนเมื่อมีตำแหน่งว่าง เพื่อให้พนักงานสามารถกลับไปดูแลครอบครัวและพัฒนาบ้านเกิดของตนเองได้ โดยในปี 2559 ที่ผ่านมามีพนักงานโอนย้ายจำนวน 30 ราย

## ความรู้สึกรองพนักงานจากประสบการณ์ การโอนย้ายกลับไปภูมิลำเนาเดิม



คุณวารุณี ศรีคำ  
พนักงานฝ่ายขายและบริการ (อายุงาน 6 ปี)

“เนื่องจากคุณแม่ไม่สบาย เลยอยากที่จะกลับไปดูแลคุณแม่อย่างใกล้ชิด จึงได้ทำเรื่องขอโอนย้ายจาก เอไอเอส ซ้อป สาขาฟิวเจอร์ปาร์ค รังสิต ไปขอประจำที่สาขาพิษณุโลก ภายหลังส่งเรื่องขอโอนย้าย ขอบคุณองค์กรมากที่ไม่ได้เพิกเฉยและทำเรื่องโอนย้ายให้เสร็จเรียบร้อยภายในระยะเวลาเพียง 2 สัปดาห์ ทำให้ดิฉันรู้สึกซาบซึ้งใจ ว่าองค์กรแห่งนี้มีความความเข้าใจและใส่ใจพนักงานและครอบครัวของพนักงาน สุดท้ายเมื่อคุณแม่ทราบข่าวเรื่องนี้คุณแม่ดีใจมากค่ะ และรู้สึกภูมิใจที่ดิฉันได้กลับมาดูแลอย่างใกล้ชิด ต้องขอขอบคุณเอไอเอสที่เปิดโอกาสให้ดิฉันได้ร่วมงานและขอขอบคุณเอไอเอสที่เข้าใจความรู้สึกพนักงานเป็นอย่างดี”

### วัฒนธรรมองค์กรของเอไอเอส

เพราะความเชื่อมั่นว่าการสร้างความเป็นเลิศไม่ใช่เรื่องที่จะสามารถทำได้สำเร็จเพียงชั่วข้ามคืน เอไอเอสจึงยืนหยัดว่าภาระกระตุ้น ให้ความรู้ ต่อยอด และบริหารวัฒนธรรมองค์กร คือ “Triple I” ซึ่งประกอบไปด้วย 1) Individual Talents (เอไอเอสส่งเสริมคนเก่งและคนดี), 2) Idea Generations (เอไอเอสเป็นองค์กรแห่งการสร้างสรรค์และนวัตกรรม) และ 3) Infinite Changes (เอไอเอสพร้อมรับและสร้างการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ) อย่างมีทิศทางที่ชัดเจนและต่อเนื่องนั้นสามารถนำพาให้องค์กรมุ่งสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ได้แบบ

ก้าวกระโดด ไม่ว่าจะเป็นในเชิงของบุคลากรและธุรกิจภาพรวม นั่นคือ การเป็นผู้ให้บริการด้านดิจิทัลไลฟ์ “Digital Life Service Provider”

วัฒนธรรมองค์กร (Corporate Culture) ของเอไอเอสได้ออกแบบออกมาให้สอดคล้องกับวิถีของธุรกิจและพฤติกรรมที่ต้องการอย่างตรงจุดและสอดคล้องต่อการทำงานที่ยั่งยืนที่สุด เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการสร้างกรอบแนวคิดของการบริหารงานทรัพยากรบุคคล รวมถึงช่วยให้การวางแผนทุกส่วนภายในองค์กรไปในทิศทางเดียวกัน เช่นเดียวกันกับการเพิ่มความเด่นชัดและการ ตอกย้ำถึงวัฒนธรรมของชาวเอไอเอส



“FIND-U” (Corporate Culture Theme) ที่ประยุกต์มาจากค่านิยม “FASTMOVING” 10 ตัว (Core Values) เข้าไปอยู่ใน DNA ของพนักงานทุกคนผ่านกลยุทธ์เชิงรุกต่างๆ เช่น การบรรจุเข้าไปเป็นส่วนสำคัญในกระบวนการสรรหาบุคลากร (Recruitment process) โดยเริ่มจากการปลูกฝังวัฒนธรรมนี้ให้กับพนักงานเอไอเอสตั้งแต่วันแรกที่เข้ามาสู่ครอบครัวแห่งนี้ในการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ (Onboarding Programme) ด้วยการทำ Workshop และสื่อการสอนต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อความหมายและพฤติกรรมของวัฒนธรรมเอไอเอส พร้อมทั้งเน้นย้ำว่าหากเรามีวัฒนธรรมที่แข็งแกร่งร่วมกัน เราก็จะสามารถปฏิบัติหน้าที่ของตนเองได้อย่างเต็มที่ สอดคล้องกับการทำงานร่วมกับผู้อื่นทั้งในและนอกหน่วยงานที่ตนทำงานอยู่เกิดการประสานกันในเชิงบวก พนักงานมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน นำมาสู่ความผูกพันและความสุขภายในองค์กรท้ายที่สุด จะส่งผลทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายตามที่มุ่งหมายไว้ได้ รวมถึงการพัฒนาและปลูกฝังให้กับพนักงานทุกระดับชั้น ผ่านช่องทางการเรียนรู้ในรูปแบบต่างๆ



คุณสมชัย เลิศสุทธิวงค์  
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

สิ่งที่ต้องทำคือการเปลี่ยน วัฒนธรรมภายในองค์กร ภายใต้แนวคิด 'Find U' ที่ประกอบด้วย Fighting Spirits พนักงานต้องมีหัวใจนักสู้ เพื่อรับกับการแข่งขันที่จะรุนแรงขึ้น ถัดมาคือ Innovation ในการมีความคิดสร้างสรรค์ ทั้งวิธีการทำงาน และวิธีการให้บริการมีอินโนเวทิฟ ตามด้วย New ability ที่ต้องมีความรู้ใหม่ๆที่ไม่เคยมีมาก่อน อย่างพนักงานในศูนย์บริการ ที่ต้องมีความรู้ให้ครอบคลุมมากขึ้น รวมถึงการเพิ่มความรู้ในแง่การให้บริการฟิสิกซ์ บรอดแบนด์ จากเดิมที่ให้บริการเฉพาะโมบายล์ และเพื่อให้ปรับตัวรับกับ Digital Service พนักงานต้องเข้าใจถึงบริการที่เอไอเอสให้แก่ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการลองใช้บริการต่างๆ สุดท้ายคือ Sense of Urgency ให้พนักงานมีความรวดเร็วในการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล ตอบสนองความต้องการของลูกค้าแบบทันทีทันใด

## การสร้างองค์กรแห่งนวัตกรรม เพราะความคิดสร้างสรรค์ คือหัวใจของพวกเราทุกคน



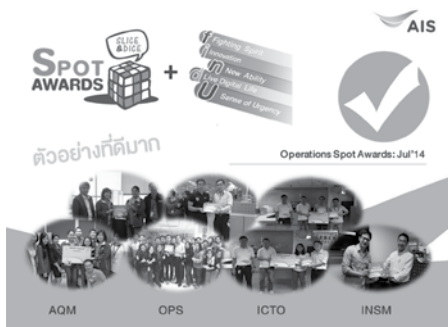
**AIS INNOLYMPICS FESTIVAL** นิทรรศการแสดงผลงานและประลองไอเดียความคิดสร้างสรรค์ ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากการต้องการสร้างวัฒนธรรมองค์กรทางด้านนวัตกรรม หรือตัว I ที่สอง (Idea Generations) ให้แข็งแกร่ง AIS INNOLYMPICS FESTIVAL จัดโดยศูนย์นวัตกรรมและการวิจัยพัฒนา (Innovation Center) ของเอไอเอส เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานจากทุกสายงาน ทุกแผนก ทุกภาคส่วนนำผลงานนวัตกรรมจากความคิดสร้างสรรค์ของตนภายใต้บริบทของ "Internet of Things" ที่เน้นการสร้าง ความแตกต่าง มาจัดแสดง แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์เชิงนวัตกรรม พร้อมทั้งสร้างแรงบันดาลใจให้แก่พนักงานคนอื่นๆ อันจะนำไปสู่การสร้างสรรค์ สินค้าและบริการ การปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงาน การนำเสนอแนวความคิดใหม่ๆ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนองค์กร ด้วยทิศทางที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจากการปรับเปลี่ยนกระบวนการภายใน (process innovation) และการนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ (product innovation) ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการใช้ชีวิตดิจิทัลมากขึ้น



นอกจาก AIS INNOLYMPICS FESTIVAL ยังมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยตลอดทั้งปี 2559 มีการจัดกิจกรรมดังนี้

- InspireTalk งานสัมมนาเชิงสร้างสรรค์ภายใต้หัวข้อและประเด็นที่ได้รับความนิยมจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเชิญวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกมาให้ผู้ให้ความรู้
- InSpire OutSpace ในรูปแบบทัวร์นอกสถานที่ครึ่งวัน โดยได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนจากพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น Index Creative Village
- โครงการ “EUREKA Awards” ซึ่งดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2553 ให้เป็นพื้นที่สำหรับพนักงานเอไอเอสที่ต้องการแสดงศักยภาพในการแก้ไขปัญหากระบวนการทำงานขององค์กรภายในแนวคิด การสร้างประสิทธิภาพในองค์กรด้วยการลดขั้นตอนการทำงาน การเพิ่มรายได้ การสร้างรายได้ใหม่และการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ

โดยในปีนี้มีจำนวนโครงการที่ส่งเข้าร่วมถึง 96 โครงการ เพิ่มขึ้นจากปี 2558 ที่มีจำนวน 81 โครงการ



- Spot Awards โครงการมอบรางวัล ให้กับพนักงานที่มีความมุ่งมั่นทุ่มเทในหน้าที่และงานที่ได้รับผิดชอบ รวมทั้งส่งเสริมการทำงานเป็นกลุ่ม โดยเป็นเครื่องมือที่ช่วยกระตุ้นให้พนักงานรวม

กลุ่มกันเพื่อค้นหาวิธีการทำงานใหม่ๆ ซึ่งจะช่วยพัฒนาระบบการทำงานภายในหน่วยงานของตน

## การดูแลพนักงานแบบองค์รวม

การให้ความสำคัญกับทรัพยากรบุคคล (Put the people first with 6Ps' strategies) ด้วย 6Ps นั้นได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องโดยมีกรอบแนวคิด “ดูแลพนักงานแบบองค์รวม” อาทิเช่นการดูแลด้านการส่งเสริมความรู้และทักษะสำหรับการปฏิบัติงานด้านความก้าวหน้าทางสายอาชีพด้านการพัฒนาผู้นำความพร้อมทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจสำหรับการปฏิบัติงานด้านสัมพันธภาพที่ดีระหว่างหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน และด้านสิ่งแวดล้อมในการทำงาน อาทิเช่น การสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสมส่งเสริมแรงจูงใจในการทำงานโดยพนักงานเอไอเอสอยู่ร่วมกันอย่างครอบครัว และให้คำแนะนำซึ่งกันและกัน อีกทั้งผู้บริหารในทุกระดับได้ทำงานใกล้ชิดกับพนักงานเพื่อเปิดรับฟังเสียงของพนักงานสำหรับการพัฒนาองค์กรให้ดียิ่งขึ้น และเพื่อให้มั่นใจว่านโยบายและเป้าหมายขององค์กรนั้นได้สื่อสารให้พนักงานทุกคนทราบอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ

## คำตอบแทนที่เป็นธรรมและจูงใจ

เอไอเอสเล็งเห็นถึงการให้ความสำคัญต่อการดูแลพนักงานทุกคนในองค์กรด้วยการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมนอกจากจากเรื่องการพัฒนาพนักงานให้สามารถเติบโตในสายอาชีพแล้ว การกำหนดคำตอบแทนที่เป็นธรรมและจูงใจเพียงพอที่เป็นหนึ่งในกลยุทธ์จะสามารถรักษาพนักงานคนสำคัญให้อยู่กับเอไอเอสเป็นเรื่องที่สายบริหารให้ความสำคัญและทบทวนเป็นประจำทุกปี โดยมีการเปรียบเทียบคำตอบแทนในอุตสาหกรรมเดียวกันและยึดหลักความเท่าเทียมกัน ความสอดคล้องกับผลประโยชน์ขององค์กรและเชื่อมโยงกับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน เอไอเอสได้มีการว่าจ้างที่ปรึกษาอิสระภายนอกเพื่อเข้าทำการสำรวจค่าจ้าง

และสวัสดิการในตลาดแรงงานเพื่อนำมาประเมินเทียบกับหลักเกณฑ์และอัตราการจ่ายค่าตอบแทนของเอไอเอสในปัจจุบัน รวมทั้งมีการติดตามวิธีบริหารค่าตอบแทนและรูปแบบของการจ่ายค่าตอบแทนในองค์กรชั้นนำต่างๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์และพัฒนา รูปแบบการจ่ายค่าตอบแทนพนักงานเอไอเอสให้มีความเหมาะสมและรักษาความสามารถในการจูงใจทั้งพนักงานปัจจุบันและกลุ่มผู้ที่สนใจร่วมงานกับเอไอเอสในอนาคต



หลัก 3P ในการกำหนดนโยบายการบริหารค่าตอบแทนของเอไอเอสมีดังนี้

**Pay for Performance**

จ่ายตามผลงาน พฤติกรรมที่สอดคล้องกับผลงาน และศักยภาพของพนักงาน

**Pay for Position**

จ่ายตามหน้าที่และความรับผิดชอบ

**Pay for People**

จ่ายตามทักษะเฉพาะซึ่งเป็นที่ต้องการขององค์กร

**สวัสดิการที่เพียงพอและจูงใจพนักงาน**

นอกเหนือจากการให้สวัสดิการขั้นต่ำตามที่กฎหมายแรงงานกำหนดแล้ว เอไอเอสได้ออกแบบและกำหนดสวัสดิการส่วนเพิ่ม โดยมีการสำรวจความคิดเห็นและรับฟังข้อเสนอแนะของพนักงานผ่านช่องทางของคณะกรรมการสวัสดิการ รวมทั้งการสำรวจจากแนวปฏิบัติของบริษัทชั้นนำอื่นๆ ทั้งในและต่างประเทศ อาทิเช่น

- โบนัส เบี้ยเลี้ยง และค่าตอบแทนส่วนเพิ่มจากการปฏิบัติได้ตามเป้าหมาย
- โปรแกรมตรวจสุขภาพประจำปี ที่ถูกออกแบบให้เหมาะสมตามอายุและลักษณะการทำงานของพนักงานแต่ละคน

- การประกันสุขภาพที่มีโปรแกรมหลากหลาย ให้พนักงานสามารถเลือกรูปแบบประกันสุขภาพที่เหมาะสมกับความต้องการของตนเอง
- ประกันชีวิตและประกันอุบัติเหตุ
- ห้องพยาบาลพร้อมทีมแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ และนักกายภาพบำบัด
- เอไอเอส ซิลด์ เอาร์ท โซน ซึ่งประกอบด้วย ศูนย์ออกกำลังกายพร้อมเทรนเนอร์ผู้เชี่ยวชาญ ห้องปิงปอง ห้องเอบีบี และห้องคาราโอเกะ
- ห้องสมุด
- เงินพิเศษในโอกาสต่างๆ เช่น เงินช่วยเหลืองานสมรสเงินช่วยเหลืองานมรดกกรรมสำหรับพนักงานและครอบครัว
- อุปกรณ์ และเครื่องป้องกันอันตรายสำหรับบางลักษณะงานที่มีความเสี่ยง
- เงินสมทบเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ
- เงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคมและกองทุนเงินทดแทน
- สหกรณ์ออมทรัพย์เอไอเอส
- ทุนการศึกษาแก่พนักงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ และทุนการศึกษาสำหรับบุตรของพนักงาน
- ของที่ระลึกเกษียณอายุงาน





## การสื่อสารกับพนักงานและการเปิดรับฟังเสียงของพนักงาน

เนรมิตชีวิตยุคดิจิทัลกับกลไกสื่อสารภายในองค์กร จากภาคส่วนในองค์กรต้องมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ทันต่อการขับเคลื่อนองค์กรไปข้างหน้า เช่นเดียวกับกับวิธีการและรูปแบบของการสื่อสารกับพนักงานจะต้องมีความรวดเร็ว ถูกต้อง ครบถ้วน ทันต่อสถานการณ์ และมั่นใจได้ว่าพนักงานทุกคนได้รับทราบอย่างทั่วถึง ในปี 2559 เอไอเอสมีการปรับ กลยุทธ์ของการสื่อสารภายในองค์กร จำแนกตามวัตถุประสงค์ ดังนี้



โดยการดำเนินงานจะพิจารณาใช้รูปแบบการสื่อสาร (Tactic) และสื่อ (Media) ที่สอดคล้องกับคุณลักษณะเฉพาะของกลุ่มพนักงานในแต่ละเจนเนอเรชั่น และวิถีทัศน์ขององค์กร นอกจากนี้ ยังได้ปรับรูปแบบของการสื่อสารจากรูปแบบเดิม เช่น อีเมล SMS และ อินทราเน็ต ให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของพนักงานมากขึ้น อาทิ

- **Social Intranet** นวัตกรรมอินทราเน็ตรูปแบบใหม่บนระบบคลาวด์ที่มีการพัฒนาโดยผสมผสานระหว่างรูปแบบของโซเชียลมีเดียในยุคปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ และกูเกิล ให้พนักงานสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารภายในได้ตลอดเวลาทั้งในรูปแบบเว็บไซต์และแอปพลิเคชันบนมือถือ Social intranet เป็นการสื่อสารในรูปแบบ 2 ทาง กล่าวคือ

พนักงานสามารถเลือกที่จะกดไลค์ แชร์ หรือ แสดงความคิดเห็น ในเรื่องต่างๆ ของเอไอเอสได้ เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่พนักงานสามารถใช้สิทธิ ออกเสียงต่อองค์กรซึ่งผู้บริหารสามารถเข้ามา ติดตามได้ตลอดเวลา แต่ทั้งนี้การแชร์ข้อมูล ข่าวสารจะต้องอยู่ในขอบเขต ของการรับรู้ภายใน องค์กรเท่านั้น เพื่อป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล สำคัญของบริษัท Social intranet ยังเปิดโอกาส ให้พนักงานสามารถสร้างกลุ่มแชทของตนเอง เป็นเสมือนห้องทำงานและห้องพูดคุยรูปแบบ กลุ่มที่ช่วยเชื่อมพนักงานเข้าหากันทำให้การทำงานมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น เพราะพนักงานสามารถพูดคุยกันได้ตลอดเวลา นอกจากนี้ พนักงานยังสามารถรวมกลุ่มกันเพื่อ ตั้งชมรมหรือเพื่อรวบรวมคนที่มีความคิดเดียวกัน เข้ามาอยู่ด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็น ชมรมจริยธรรม ชมรมกอล์ฟ ชมรมปั่นจักรยาน ทำให้พนักงาน สามารถกระชับความสัมพันธ์ระหว่างกันมากขึ้น

- **Cisco Jabber** แอปพลิเคชันใหม่ที่รวบรวม ทุกระบบการติดต่อสื่อสารเข้าไว้ด้วยกันเพื่อ อำนวยความสะดวกให้แก่พนักงานลด ต้นทุนการเดินทางและต้นทุนทางด้าน สิ่งแวดล้อม Cisco Jabber สามารถทำงานได้ บนแพลตฟอร์มที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นบน เครื่องพีซี โน้ตบุ๊ก อุปกรณ์แท็บเล็ตและมือถือ สมาร์ทโฟน สามารถใช้งานเป็นโทรศัพท์ผ่าน คอมพิวเตอร์ การประชุมทางวิดีโอและการประชุม ทางโทรศัพท์ได้



- **Town Hall** เป็นรูปแบบการสื่อสารในโอกาสพิเศษ กรณีที่เอไอเอสมีข่าวสำคัญที่ต้องการสื่อสารและ ทำความเข้าใจกับพนักงานโดยประธานเจ้าหน้าที่ บริหารจะเป็นผู้ส่งสารออกไปให้พนักงาน มารวมตัวกัน และภายหลังจากการสื่อสารข้อมูล ข่าวสารเรียบร้อยแล้ว จะมีการเปิดโอกาสให้ พนักงานสามารถสอบถามและเสนอความคิดเห็นได้ โดยสำหรับพนักงานส่วนภูมิภาคการจัด Town Hall จะใช้เทคโนโลยีการประชุมวิดีโอทางไกล เข้ามาช่วย เพื่อให้พนักงานทุกคนสามารถเข้าถึง ข้อมูลได้อย่างเท่าเทียมกัน



- **CEO Talk Weekly 5 Minutes** เป็นโครงการที่เกิด จากความตั้งใจของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ที่ต้องการจะสื่อสารกับพนักงานเป็นประจำ ทุกสัปดาห์ เพื่อให้พนักงานรับทราบ พัฒนาการที่สำคัญของเอไอเอส รวมไปถึง ชี้แจงข่าวต่างๆ ที่เกิดขึ้น โดยใช้เวลาเพียง 5 นาที เพื่อไม่ให้เป็นการรบกวนการทำงานของพนักงาน และจะมีการเชิญแขกพิเศษมาร่วมพูดคุยในวาระ ต่างๆ CEO Talk Weekly มีการออกอากาศ ทุกเช้าวันศุกร์ เวลา 10.00 น.และเช่นเดียว

กับช่องทางอื่นๆ พนักงานสามารถส่งข้อซักถามหรือแสดงความคิดเห็นได้ผ่านช่องทางพูดคุยสดในระหว่างที่ดำเนินรายการ

นอกจากรูปแบบการสื่อสารข้างต้นแล้วพนักงานเอไอเอสยังสามารถสื่อสารหรือแสดงความคิดเห็นผ่านตัวแทนหน่วยงาน หัวหน้างาน ช่องทางโทรศัพท์ อีเมล เว็บบอร์ด และการสื่อสารผ่านทีมบริหารทรัพยากรบุคคล



### การสื่อสารผ่าน People champion

แม้ในยุคสมัยของเทคโนโลยีดิจิทัลจะมีเครื่องมือที่ช่วยให้การสื่อสารสามารถทำได้อย่างรวดเร็วแต่คงปฏิเสธไม่ได้ว่าเทคโนโลยีก็มีข้อจำกัดเช่นกันโครงการ “People Champion” ถูกจัดทำขึ้นเป็นครั้งแรกในปี 2558 โดยคัดเลือกตัวแทนพนักงานจากแต่ละหน่วยงานทั่วทั้งองค์กรซึ่งเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์และมีความคิดสร้างสรรค์ ให้เข้ามาทำหน้าที่เป็นศูนย์รวมของเพื่อนพนักงานในการรวบรวมข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของแต่ละสายงานเพื่อถ่ายทอดต่อไปยังสายงานบริหารทรัพยากรบุคคลและฝ่ายจัดการ รวมทั้งเป็นช่องทางในการสื่อสารและเป็นผู้เชื่อมความสัมพันธ์ของพนักงานในหน่วยงานของตนเองและเชื่อมต่อกันระหว่างพนักงานกับองค์กร จนสามารถเรียกว่า People Champion เป็นผู้ดำเนินการสร้างการเปลี่ยนแปลง เป็นผู้สร้างให้เกิดความผูกพันของพนักงานกับองค์กร และเป็นผู้สร้างเสียงหัวเราะและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานผ่านกิจกรรมต่างๆ

### ช่องทางกรรองเรียนเมื่อพบเห็นการกระทำที่เข้าข่ายเป็นการละเมิดจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

“นโยบายการให้ข้อมูลการกระทำผิดและการทุจริต การสอบสวนและการคุ้มครองผู้ให้ข้อมูล” (Whistle Blower Policy) ซึ่งถูกเผยแพร่ไว้บนช่องทางอินทราเน็ต Social Intranet และเว็บไซต์ของเอไอเอส ได้กำหนดให้มีช่องทางสำหรับพนักงานที่พบเห็นการกระทำที่เข้าข่ายเป็นการละเมิดจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ ให้สามารถแจ้งต่อคณะกรรมการบริษัท ผ่านช่องทางต่างๆ ซึ่งเป็นความลับได้ และกำหนดให้ต้องมีมาตรการคุ้มครองพนักงานผู้ให้ข้อมูล และกระบวนการสอบสวนข้อเท็จจริง

ผู้สนใจสามารถศึกษานโยบายการให้ข้อมูลการกระทำผิดและการทุจริต การสอบสวนและการคุ้มครองผู้ให้ข้อมูล ได้ที่ <http://www.ais.co.th>

### ภาพกระบวนการทำงานของเอไอเอสเมื่อได้รับแจ้งเหตุจากพนักงาน

1

พนักงานแจ้งเรื่องร้องเรียนผ่านช่องทางที่เป็นความลับ ซึ่งบริษัทจัดไว้ให้ หรือแจ้งผ่านผู้บังคับบัญชา

2

- กรณีเรื่องร้องทุกข์ทั่วไปผู้บังคับบัญชาจัดการแก้ไขปัญหาให้พนักงาน
- กรณีเรื่องเรียนอื่นๆ หน่วยงานอิสระที่บริษัทแต่งตั้งรับเรื่องไปดำเนินการ

3

แจ้งผลการพิจารณา/การดำเนินการกลับไปยังพนักงานให้รับทราบ

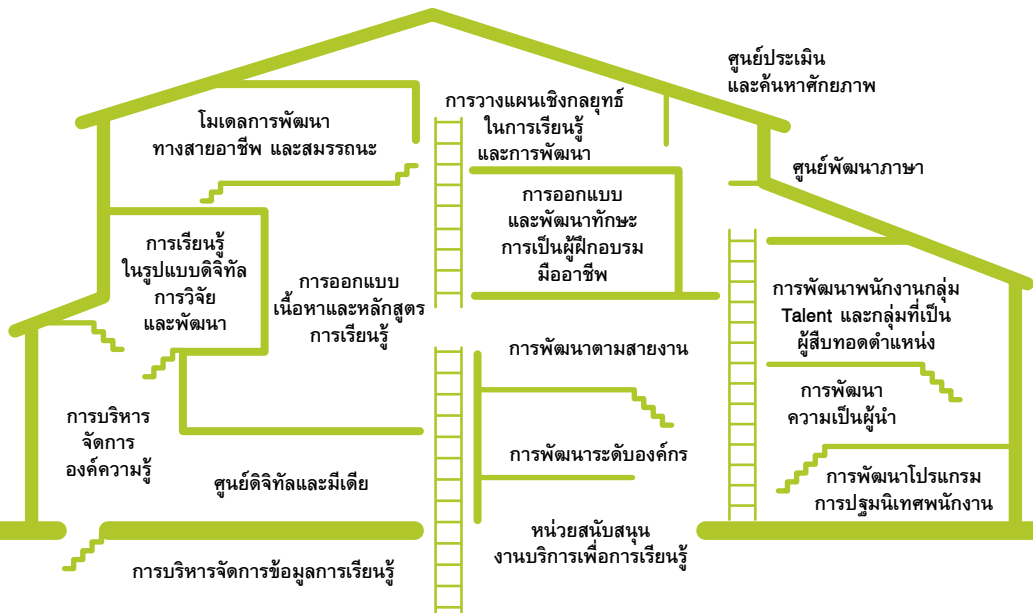
## เอไอเอส อะคาเดมี่ - พัฒนาความเป็นผู้นำและฝึกอบรมพนักงาน

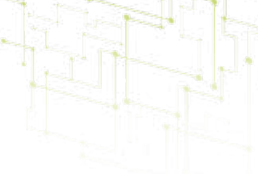
ตามที่เอไอเอสมีการปรับเปลี่ยนองค์กรจากผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือสู่การเป็นผู้ให้บริการด้านดิจิทัลไลฟ์โดยสายบริหารทรัพยากรบุคคลจึงได้มีการปรับโครงสร้างการทำงานจากหน่วยงานพัฒนาทรัพยากรบุคคล มาเป็นเอไอเอส อะคาเดมี่ ซึ่งเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้และพัฒนาบุคลากรเพื่อให้สอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวและเพื่อเตรียมความพร้อมให้คนเอไอเอสสามารถพัฒนาตนเองให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนผ่านทิศทางการดำเนินธุรกิจขององค์กร โดยเอไอเอสมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากร โดยเอไอเอสมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรในแบบองค์รวมภายใต้แนวคิดการเตรียมความพร้อมสู่ความสำเร็จ

แผนการพัฒนาบุคลากร จึงได้ถูกจัดทำขึ้นให้สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินธุรกิจและเป้าหมายความสำเร็จที่เอไอเอสต้องการ โดยมีการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาช่วยสนับสนุนกระบวนการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ อินทราเน็ต และได้เริ่มจัดทำแผนที่จะนำแอปพลิเคชัน

สำหรับการเรียนรู้โดยผ่านอุปกรณ์มือถือของพนักงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากรให้ต่อจากนี้ไป บุคลากรสามารถเข้าถึงข้อมูลความรู้ได้ทุกที่และตลอดเวลา ภายใต้ระบบความปลอดภัยของการเข้าถึงข้อมูลของบริษัท รูปแบบการพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานจะถูกพัฒนาให้มีความหลากหลายและเหมาะสมกับรูปแบบการเรียนรู้ของพนักงานแต่ละคน สำหรับการเรียนรู้ในห้องเรียนนั้น ได้ถูกนำมาใช้กับการฝึกอบรมในรูปแบบปฏิบัติการและการสร้างการมีส่วนร่วม รวมถึง การทำงานแบบกลุ่ม นอกจากนี้ ยังได้จัดให้มีศูนย์ประเมินและค้นหาศักยภาพภาพของพนักงานผ่านกระบวนการ (AIS Assessment center) เพื่อนำผลที่ได้มาวิเคราะห์เบื้องต้นประกอบกับผลประเมินการปฏิบัติงานประจำปี สำหรับการวางแผนการเติบโตทางสายอาชีพ และพัฒนาพนักงานรายบุคคล (Individual Development Plan) เนื่องจากการเติบโตของพนักงานในอนาคต ถือเป็นความรับผิดชอบของทั้งองค์กร และตัวพนักงานเอง

ภาพแสดงโครงสร้างพื้นฐานของการพัฒนาและส่งเสริมการเรียนรู้ของพนักงานภายใต้ “เอไอเอส อะคาเดมี่”





ตามที่สภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งในด้านเทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภคการแข่งขันที่สูงขึ้นรวมถึงการเติบโตอย่างรวดเร็วของสังคมออนไลน์และสื่อสังคมมีเดียต่างๆ ในหลายรูปแบบ ทำให้สินค้าและบริการต้องมีรูปแบบใหม่ๆ ที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม และแต่ละรูปแบบการใช้ชีวิต

เพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าว อย่างมีคุณภาพ พนักงานจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาความรู้ และทักษะ รวมถึงความเป็นผู้นำองค์กร อย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง ดังนั้น ศูนย์กลางการเรียนรู้และพัฒนาบุคลากรภายในของเอไอเอส จึงถูกจัดตั้งขึ้นในปี 2559 โดยมีเป้าหมายเพื่อเป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้ และพัฒนาบุคลากรของเอไอเอส รวมถึงหุ้นส่วนของเอไอเอส เพื่อให้มีความรู้ ทักษะ และทัศนคติที่ถูกต้อง พร้อมนำความรู้นั้นไปใช้ประโยชน์ในบทบาทหน้าที่ที่ตนรับผิดชอบ และสามารถส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ และสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า (Best Customer Experience)

เอไอเอส อดีมาฯ ยังทำหน้าที่ในการพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ระบบดิจิทัล (Digital Learning) ที่เหมาะสมกับรูปแบบการเรียนรู้ของพนักงานแต่ละคนและต่อยอดการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม โดยการเรียนรู้ภายใต้รูปแบบดิจิทัลนี้ ถูกออกแบบให้เหมาะสมกับรูปแบบการเรียนรู้ของพนักงานแต่ละคนโดยใช้หลักของวงจรชีวิตการเป็นพนักงานใน (Employee's life cycle) ตั้งแต่วันแรกที่เข้ามาทำงานไปจนถึงการเตรียมความพร้อมสำหรับวัยเกษียณ เอไอเอสได้มีการเตรียมการเพื่อการพัฒนาโมเดลในด้านสมรรถนะของพนักงาน (Competency Model) ซึ่งเป็นการวางแผนพัฒนาและวิเคราะห์พร้อมกันระหว่างพนักงาน หัวหน้างาน และทีมงานบริหารทรัพยากรบุคคล เพื่อวางรากฐานสำหรับทักษะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานและการเติบโตในสายอาชีพ (Career Development) ซึ่งสามารถเข้าถึงพนักงานและกระตุ้นการเรียนรู้ได้ดีกว่าการเรียนในห้องเรียนแบบเดิม



**43 ชั่วโมง/เฉลี่ยต่อคน**  
การฝึกอบรมในเอไอเอส อดีมาฯ ในปี 2559 (สำหรับพนักงานประจำ)



**77 ล้านบาท**  
เงินลงทุนในเอไอเอส อดีมาฯ ในปี 2559

### ผลตอบแทนจากการลงทุน

- ได้คนมาร่วมงานที่เหมาะสมมากและตรงกับความต้องการ
- สามารถอํารงรักษาพนักงานที่มีความสามารถไว้ได้
- สร้างขวัญกำลังใจให้แก่พนักงาน จากการให้ผลตอบแทนที่ตรงตามความสามารถ และเป็นรูปธรรมมากขึ้น
- ช่วยให้พนักงานบรรลุวัตถุประสงค์การทำงานจากรูปแบบการพัฒนาที่ตรงจุด

### แผนพัฒนาบุคลากรตามวงจรชีวิตการเป็นพนักงาน

- แผนพัฒนาพนักงานเข้าทำงานใหม่

เอไอเอส มีการจัดเตรียมความพร้อมในการเริ่มทำงานให้กับพนักงานใหม่ โดยผสมผสานการเรียนรู้ในหลากหลายรูปแบบ ทั้งการเรียนรู้ภายในห้องเรียนและการเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยมุ่งเน้นให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจองค์กรและบริบททางด้านการดำเนินธุรกิจขั้นพื้นฐาน การปลูกฝังวัฒนธรรมและค่านิยมของเอไอเอส รวมไปถึงการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของตนเองโดยมีพนักงานรุ่นพี่ ทำหน้าที่เป็นที่เลี้ยงคอยให้คำแนะนำ สอนงาน และดูแลให้พนักงานใหม่สามารถปฏิบัติหน้าที่และอยู่ร่วมในองค์กรได้อย่างมีความสุข



- **แผนพัฒนาผู้จัดการ ผู้ชำนาญการ และผู้บริหาร ตามบทบาทหน้าที่**

แผนพัฒนาบุคลากรเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับพนักงานที่ได้รับการเลื่อนระดับเข้าสู่ตำแหน่งผู้จัดการหรือผู้ชำนาญการให้ตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ที่เปลี่ยนแปลงไปในฐานะของผู้รับนโยบายของฝ่ายไปดำเนินการปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยมุ่งเน้นหลักสูตรที่ช่วยส่งเสริมความเป็นผู้นำที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง หลักสูตรสร้างเสริมความเป็นโค้ช เพื่อให้สามารถให้คำแนะนำปรึกษาให้แก่ผู้ใต้บังคับบัญชาได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากนี้ เอไอเอส ได้ร่วมมือกับกลุ่มพันธมิตรในเครือ Singapore Telecommunication (SingTel) สำหรับโปรแกรมการพัฒนาผู้บริหาร หลักสูตร Game for Global Growth (GGG) และหลักสูตร Regional Leadership in Action (RLA) ซึ่งเป็นแผนการพัฒนาเพื่อเตรียมความพร้อมของผู้บริหารให้สอดคล้องกับทิศทางธุรกิจที่จะขับเคลื่อนองค์กรไปสู่การเป็นผู้ให้บริการดิจิทัลไลฟ์ ส่งเสริมภาวะผู้นำ และการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์และแชร์ความรู้ระหว่างบริษัทในกลุ่มที่มาจกหลากหลายภูมิภาค เพื่อร่วมกันยกระดับมาตรฐานสู่ระดับโลก

- **แผนพัฒนาเส้นทางความก้าวหน้าทางสายอาชีพ**

เอไอเอส เริ่มดำเนินการจัดทำแผนเส้นทางความก้าวหน้าทางสายอาชีพให้แก่พนักงาน ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ช่วยกำหนดเป้าหมายการทำงานร่วมกันระหว่างเอไอเอสและพนักงาน ปูพื้นฐานการวางแผนการทำงานทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และหนทางสู่ความเติบโตอย่างต่อเนื่อง พนักงานจะได้เห็นถึงจุดอ่อนและจุดแข็งของตนเอง และวิธีการเพื่อพัฒนาทักษะความจำเป็นที่สอดคล้องกับทิศทางการทำงานด้านธุรกิจ ดังนั้นการจัดทำแผนเส้นทางความก้าวหน้าทางสายอาชีพดังกล่าว จึงมีประโยชน์ทางอ้อมอีกรูปแบบหนึ่งในการจูงใจพนักงานที่มีความสามารถให้อยู่กับองค์กร

- **แผนสืบทอดตำแหน่งและพัฒนาความผู้นำ**

เอไอเอสได้กำหนดกลยุทธ์และแผนงานเพื่อบริหารความเสี่ยงและการสร้างผู้นำในตำแหน่งที่สำคัญขององค์กรผ่านแผนงาน “New Way of Succession Plan” เพื่อรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน ทั้งนี้ได้กำหนดตัวชี้วัดไว้อย่างชัดเจน และมีกระบวนการคัดเลือกผู้บริหารที่มีผลการปฏิบัติงานและคุณสมบัติที่เหมาะสมเข้าร่วมโครงการ โดยพิจารณาผลการปฏิบัติงานย้อนหลัง 3 ปี ร่วมกับการทำแบบทดสอบค้นหาศักยภาพ เพื่อจัดทำแผนพัฒนาผู้บริหารเป็นรายบุคคล โดยเอไอเอส อคาเดมี่ได้นำเสนอหลักสูตรตามแผนการพัฒนาที่จัดทำขึ้นและแผนงานในขั้นถัดไป

ภาพแสดงขั้นตอนการจัดทำแผนพัฒนาตนเอง



กำหนดขอบเขตและแนวทางของแผนพัฒนาตนเอง เพื่อสนับสนุนเป้าหมายองค์กรและงานที่ตนรับผิดชอบ



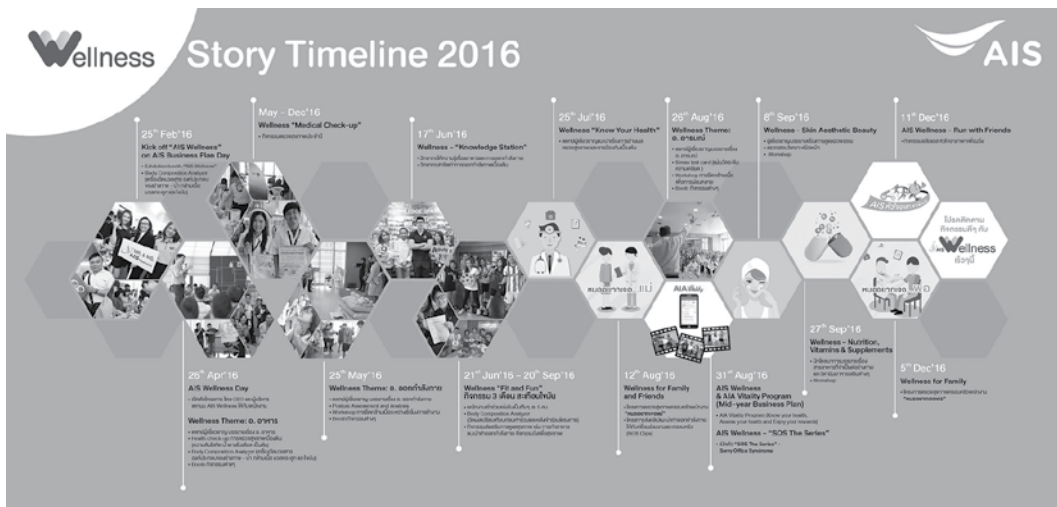
เขียนแผนพัฒนาตนเอง พร้อมทั้งตั้งเป้าหมาย



พัฒนาตามแผนที่กำหนดไว้ และติดตามผล



## ดูแลสุขภาพอนามัย ความปลอดภัย และความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน



จากแนวคิดการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมทำให้การให้ความสำคัญต่อเรื่องของสุขภาพทางด้านร่างกายและจิตใจและความเป็นอยู่ของพนักงานตั้งแต่การเริ่มเข้ามาเป็นสมาชิกของเอไอเอส จนถึงการสิ้นสุดการเป็นพนักงานนั้น ถือว่าเป็นรากฐานของการสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงาน การสร้างความผูกพันและจงรักภักดีของพนักงาน และเป็นกลไกในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่การบรรลุวิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้

ในปี 2559 เอไอเอสยกระดับการดูแลสุขภาพพนักงานในด้านสุขภาพให้มีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยเอไอเอสได้จัดตั้งโครงการ "AIS Wellness Program" และปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การดูแลสุขภาพของพนักงาน จากเชิงรับให้เป็นเชิงป้องกันมากขึ้น มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยในการออกแบบโปรแกรมต่างๆที่พนักงานจะได้ทราบถึงสถานะสุขภาพของตนเองและวิธีการดูแล และการป้องกันการพัฒนาแอปพลิเคชันร่วมกับพันธมิตรผู้เชี่ยวชาญที่ช่วยกระตุ้นให้พนักงานให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาสุขภาพและการนำเสนอวิธีการออกกำลังกายมากขึ้น โดยมีการกำหนดเป้าหมายที่ต้องบรรลุและมีการมอบของรางวัลเพื่อจูงใจเมื่อพนักงานสามารถทำได้ตามเป้าหมายในแต่ละระดับ

ส่วนหนึ่งของแนวคิดโครงการ AIS wellness program เอไอเอสได้นำข้อมูลจากสถิติประชากรในประเทศไทยประกอบกับงานวิจัยต่างประเทศด้านงานบริหารทรัพยากรบุคคลที่กล่าวถึงโรคภัยไข้เจ็บที่เกิดขึ้นกับพนักงานประเภทกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs-Non-Communicable diseases) โดยจากข้อมูลของสำนักงานสนับสนุนการ สร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) พบว่าล่าสุดมีคนไทยถึง 14 ล้านคน ประสบปัญหาสุขภาพ อาทิเช่น โรคเบาหวาน โรคหลอดเลือดและหัวใจ โรคความดันโลหิตสูง โรคเลือดลงพุง และอื่นๆ กลุ่มโรค NCDs เหล่านี้มิใช่สาเหตุมาจากวิธีการใช้ชีวิตที่มีพฤติกรรมเสี่ยง เช่น การดื่มสุรา การสูบบุหรี่ การไม่ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกาย การรับประทานอาหารที่ไม่ถูกต้องหรือภาวะการบริหารจัดการความเครียด โรค NCDs ยังเป็นสาเหตุหลักของการเสียชีวิตของประชากรทั้งประเทศไทย มาตั้งแต่ปี 2552 ด้วยเหตุนี้เอง เอไอเอสจึงริเริ่มโครงการและกิจกรรมรณรงค์การปรับเปลี่ยนไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตของพนักงานเพื่อหาวิธีป้องกันและลดพฤติกรรมเสี่ยงของโรค NCDs

## ปัจจัยของการเกิดโรค NCDs



การดื่มเครื่องดื่ม  
แอลกอฮอล์



การสูบบุหรี่



ขาดการ  
ออกกำลังกาย



รับประทานอาหาร  
หวานมันเค็มจัด



ความเครียด



AIS Wellness Program ดำเนินการโดยเริ่มจากการวิเคราะห์สถิติอัตราการบาดเจ็บและเจ็บป่วยของพนักงานเอไอเอสในปีที่ผ่านมา จากนั้นนำผลการวิเคราะห์มาเพื่อจัดทำกิจกรรมต่างๆ ที่จะช่วยส่งเสริมให้พนักงานมีสุขภาพที่ดีขึ้นทั้งร่างกายและจิตใจแบบยั่งยืน โดยเน้นในเรื่องของการปรับเปลี่ยนวิถีการดำเนินชีวิตของพนักงาน

AIS Wellness Program ได้รับการสนับสนุนจากทีมผู้บริหารและได้ถูกบรรจุให้เป็น KPI หรือเป้าหมายขององค์กรในการประชุมแผนธุรกิจของระดับฝ่ายบริหาร โดยผลการดำเนินงานสำหรับโครงการนี้ได้ถูกกำหนดให้เป็นส่วนหนึ่งของเป้าหมายองค์กร มีการกำหนดตัวชี้วัด (Corporate KPIs) โดยในปี 2559 ที่ผ่านมามีพนักงานเข้าร่วมโครงการ AIS Wellness สูงกว่าเป้าหมาย

ที่กำหนดไว้ ตัวอย่างของการดำเนินโครงการในปีที่ผ่านมา เช่น การเชิญผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์มาให้ความรู้แก่พนักงานในเรื่องของการวิเคราะห์เกี่ยวกับสุขภาพของตนเอง การดูแลป้องกัน รวมถึงในเรื่องของวิธีปรุงอาหารและทานอาหารที่มีประโยชน์ การบริหารภาวะทางอารมณ์ การออกกำลังกายและยืดกล้ามเนื้อที่ถูกต้อง นอกจากนี้ได้ขยายขอบเขตของโครงการไปสู่ครอบครัวของพนักงาน โดยจัดให้มีโครงการ “หมอยากพบพ่อ หมอยากพบแม่” ให้พนักงานนำพ่อและแม่มาตรวจสุขภาพโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญจากโรงพยาบาลที่เอไอเอสจัดมาให้ อีกทั้งพนักงานได้นำความรู้ที่ได้รับจากเอไอเอสแนะนำให้กับสมาชิกในครอบครัว เช่น การยืดกล้ามเนื้อและการออกกำลังกาย เป็นต้น

## ขั้นตอนการดำเนินงานภายใต้โครงการ AIS Wellness Program แบ่งออกเป็น



### ขั้นตอนที่ 1

**“รู้จักสุขภาพ” (Know your health)** พนักงานจะต้องเข้ารับการตรวจสุขภาพประจำปีและทำแบบประเมินเบื้องต้นเกี่ยวกับวิธีการดำเนินชีวิต เช่น การรับประทานอาหาร การออกกำลังกาย ระดับความเครียดและความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานหรือผู้บังคับบัญชา การนำเครื่องวัดมวลกายมาให้พนักงานได้วัดความสมดุลระหว่าง น้ำ กล้ามเนื้อ มวลกระดูกและปริมาณไขมันสะสมในร่างกาย ส่งผลให้พนักงานได้ทราบถึงอายุของสุขภาพเพื่อให้เกิดความตระหนักในการดูแลตนเองเบื้องต้น

**3,000** คน

จำนวนพนักงานที่เข้าร่วมโครงการ AIS Wellness

**ร้อยละ 72**

ระดับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรในการสำรวจเรื่องความใส่ใจสุขภาพของพนักงานของเอไอเอส

\*ข้อมูล ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2559



### ขั้นตอนที่ 2

**“ดูแลสุขภาพ” (Improve your health)** เอไอเอสได้จัดให้แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ มาบรรยายให้ความรู้พนักงานเกี่ยวกับการสาเหตุ การดูแลตนเองเบื้องต้นและการปรับเปลี่ยนไลฟ์สไตล์ให้สุขภาพกายและสุขภาพใจที่ดีขึ้น อาทิเช่น อาหารและสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกาย สาเหตุและการป้องกันอาการออฟฟิศซินโดรม และการบริหารความเครียดในที่ทำงาน ดังที่กล่าวข้างต้น นอกจากกิจกรรมให้ความรู้แล้วนั้นยังมีกิจกรรมภาคปฏิบัติ โดยให้นักกายภาพแนะนำและสอนการบริหารกล้ามเนื้อส่วนต่างๆที่เกิดอาการตึงจากการเล่นหรือยืนปฏิบัติงานต่อเนื่องเป็นเวลานาน ให้คำแนะนำการปรับโต๊ะและที่นั่งเพื่อป้องกันการอาการปวดกล้ามเนื้อ และการจัดทำวีดิโอสื่อความรู้เรื่องการดูแลสุขภาพต่างๆ การจัดทำป้ายบ่งบอกจำนวนแคลอรีสำหรับอาหารว่างระหว่างการฝึกอบรม และการแนะนำแนวทางพัฒนาสุขภาพกายหลังได้รับผลตรวจสุขภาพเป็นต้น



### ขั้นตอนที่ 3

“รางวัลแห่งความสำเร็จ” (Enjoy your rewards) กิจกรรม Fit and Fun เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้พนักงานมีสุขภาพร่างกายแข็งแรงด้วยการออกกำลังกายเพิ่มมวลกล้ามเนื้อและลดปริมาณไขมันในร่างกายที่เป็นสาเหตุของการก่อเกิดโรคประจำตัว และกลุ่มการเสี่ยงของโรค NCSs กิจกรรม Fit and Fun เป็นการแข่งขันในรูปแบบทีมและมีระยะเวลาดำเนินกิจกรรม 3 เดือน รูปแบบของการดำเนินกิจกรรมแบ่งเป็น การให้ความรู้ การสร้างแรงกระตุ้นด้วยรางวัลต่างๆ และการตรวจสุขภาพ โดยมีพนักงานเข้าร่วมโครงการ มากกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้เกินกว่า 5 เท่า

ความสำเร็จของโครงการ AIS Wellness Program กล่าวคือ การที่พนักงานผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้ความเข้าใจในการดูแลสุขภาพตนเองในเชิงป้องกัน และสามารถส่งต่อความรู้เหล่านี้ไปสู่ครอบครัวและผู้คนรอบข้างได้ ซึ่งการประเมินความสำเร็จนี้เกินกว่าที่จะตีมูลค่าได้ ทั้งนี้ ในช่วงกลางปีที่ผ่านมา AIS Wellness Program ได้ขยายให้ครอบคลุมและให้การดูแลถึงครอบครัวของพนักงาน โดยจัดโปรแกรมตรวจสุขภาพให้กับคุณพ่อคุณแม่ของพนักงาน และมีการร่วมกับพันธมิตรในเครือโรงพยาบาลชั้นนำ มอบอัตราค่ารักษาพยาบาลและค่าตรวจสุขภาพสำหรับโปรแกรมเพิ่มเติมให้แก่ครอบครัวพนักงานในราคาพิเศษ

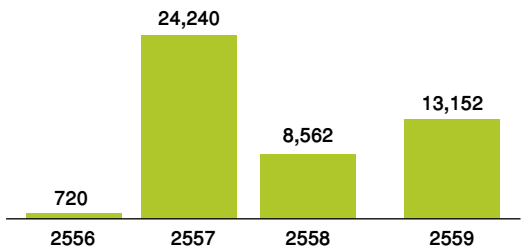


เอไอเอสยังได้ดำเนินการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ภายใต้พระราชบัญญัติความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน พ.ศ.2554 โดยมีคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (คปอ.) ที่ได้รับการเลือกตั้งจากตัวแทนของฝ่ายบริหารและพนักงาน เพื่อร่วมกันทำหน้าที่วางแผน บริหารจัดการดูแลและส่งเสริมกิจกรรมเพื่อให้พนักงานเกิดความตระหนัก และเกิดความปลอดภัยในการทำงาน พร้อมกำหนดกฎระเบียบ และวิธีการทำงานที่ปลอดภัยรวมทั้งจัดหาอุปกรณ์ ป้องกันอันตรายต่างๆ ตลอดจนการฝึกอบรม และให้ความรู้พนักงานในเรื่องความปลอดภัยในการทำงาน โดยคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีการตรวจสอบติดตาม และทบทวนผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง โดยผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมา คือการเสนอให้มีการพัฒนาแอปพลิเคชันซ้อมอพยพหนีไฟ การปรับปรุงการบำรุงรักษาลิฟต์โดยสาร และกำหนดมาตรการป้องกันและลดอาชญากรรมโดยรอบอาคารสำนักงาน

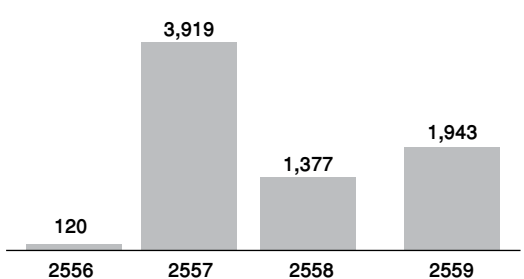
นอกจากนี้ เอไอเอสยังจัดให้มีการฝึกอบรมในเรื่องความปลอดภัยในการทำงาน ได้แก่ การอบรมเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานทุกระดับการอบรมความปลอดภัยสำหรับพนักงานใหม่ การอบรมความปลอดภัยในงานไฟฟ้า การอบรมดับเพลิงขั้นต้นและการซ้อมอพยพหนีไฟ ฯลฯ รวมถึงการจัดทำคู่มือความปลอดภัย และระเบียบปฏิบัติงาน การวางแผนดำเนินการให้มีการปฏิบัติงานที่ปลอดภัย และการจัดให้มีเครื่องมือและอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคลอย่างเหมาะสม โดยตั้งเป้าหมายว่า สถิติอุบัติเหตุในกลุ่มเอไอเอสจะต้องเป็นศูนย์ (Zero Accident)



กราฟแสดงจำนวนชั่วโมงที่พนักงานเข้าร่วมอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวกับความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน



กราฟแสดงจำนวนพนักงานที่เข้าร่วมอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวกับความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน(ราย)

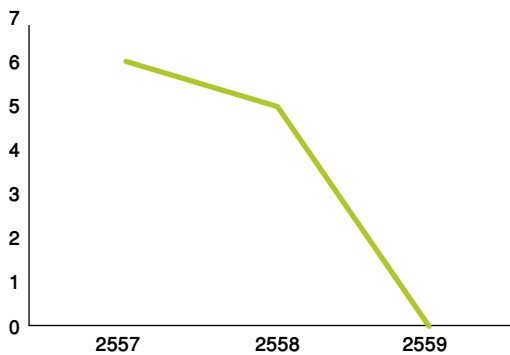


จำนวนพนักงานเสียชีวิต  
ขณะทำงาน 2559



0 คน

จำนวนพนักงานบาดเจ็บระหว่างการทำงาน(ราย)



### การคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน

นอกจากการสร้างวัฒนธรรมองค์กรเพื่อให้อยู่ร่วมกันอย่างหนึ่งเดียวและการตระหนักถึงสิทธิของพนักงานของเอไอเอสเองแล้ว การสร้างให้พนักงานเคารพในสิทธิของกันและกันและไม่ละเมิดสิทธิตามกฎหมายก็เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่ถูกบรรจุเป็นระเบียบบริหารงานและจริยธรรมการดำเนินธุรกิจ พนักงานทุกคนจะต้องได้รับการอบรมและการทำแบบทดสอบเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องดังกล่าว รวมทั้งจะต้องรับทราบถึงมาตรการลงโทษและช่องทางการร้องเรียนกรณีถูกละเมิดหรือพบเห็นการละเมิด

ในปี 2559 เรื่องสิทธิมนุษยชนได้ถูกยกระดับขึ้นอีกครั้งหนึ่งไปสู่การคำนึงถึงสิทธิเด็กที่อาจมีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการดำเนินธุรกิจขององค์กรจากการที่เอไอเอสได้ประกาศเจตนารมณ์และเข้าร่วมโครงการ “การดำเนินธุรกิจโดยเคารพและสนับสนุนสิทธิเด็ก”

ซึ่งสถาบันไทยพัฒนา ร่วมกับองค์กรทุนเพื่อเด็กแห่งสหประชาชาติ มาตั้งแต่เมื่อปี 2558 โดยภายใต้คำมั่นสัญญาที่เอไอเอสให้ไว้ในการเข้าร่วมโครงการดังกล่าว เอไอเอสจึงร่วมมือกับสถาบันไทยพัฒนาจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ ในรูปแบบของการให้ความรู้และสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานในการชี้จุดที่อาจมีความเสี่ยงต่อการละเมิดสิทธิเด็กและการนำเสนอมาตรการเพื่อส่งเสริมการเคารพสิทธิเด็กในองค์กร โดยผลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการดังกล่าวได้ถูกรวบรวมและนำเสนอต่อผู้บริหารระดับสูงเพื่อพิจารณาดำเนินการต่อไป

### สร้างความผูกพันกับองค์กร

การสร้างระดับความผูกพันระหว่างพนักงานกับองค์กร ถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการรักษาพนักงานที่มีศักยภาพซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขันได้ ความผูกพันในนิยามของเอไอเอส ไม่ใช่แค่การทำให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจในการทำงานแต่ละวัน แต่สิ่งที่เป็นเครื่องบ่งบอกความสำเร็จคือ เมื่อพนักงานเกิดความภาคภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวเอไอเอสและบอกต่อสิ่งที่ดี ๆ ที่เกิดขึ้นในองค์กรให้กับครอบครัวของตนและคนรอบข้าง พร้อมทั้งชักชวนให้บุคคลเหล่านั้นเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จนี้

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรจึงเป็นเครื่องมือที่ช่วยดึงดูดผู้สมัครงานที่มีศักยภาพให้อยากเข้าร่วมงานกับเอไอเอสอีกทางหนึ่ง ท่ามกลางสภาวะ





น.ส.มิตตา บุญเลิศ  
เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ (อายุ 23 ปี)  
แผนกกิจกรรมสัมพันธ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์  
(อายุงาน 1 ปี)

“การได้ทำงานที่เอไอเอสทำให้ได้เรียนรู้ทักษะการทำงานในหลายๆด้าน ได้พบปะติดต่อกับผู้คนรวมถึงได้ทำกิจกรรมต่างๆที่เป็นประโยชน์กับสังคมที่เอไอเอส มีระบบการทำงานที่สะดวก รวดเร็ว เป็นมืออาชีพผ่านการใช้เครื่องมือสื่อสาร ต่างๆที่ทำให้สามารถติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน ทั้งในและนอกแผนกได้อย่างรวดเร็ว เมื่อเราเจออุปสรรคในการทำงาน การสื่อสารที่รวดเร็วนั้น ก็สามารถติดต่อกับพี่ๆในหน่วยงานได้ทันเวลา ซึ่งพี่ๆทุกคนยินดีให้คำแนะนำ จึงทำให้งานออกมาดี มีประสิทธิภาพที่สุดทำให้ตัวเรารู้สึกว่า นอกจากจะได้ประสบการณ์ที่ดีในการทำงานที่นี่แล้ว ยังได้มิตรภาพที่อบอุ่นจากเพื่อนจริงๆ ที่ได้ร่วมงานกันอีกด้วย รู้สึกดีใจและภูมิใจ ที่ได้มีโอกาสเป็นส่วนหนึ่งในบริษัทชั้นนำอย่าง เอไอเอส ค่ะ”



การแข่งขันที่รุนแรงของตลาดแรงงานและการขาดแคลนบุคลากรในสายเทคโนโลยีดิจิทัล

โดยผลสำรวจระดับความผูกพันของพนักงานในปีที่ผ่านมา ยังคงมีคะแนนอยู่ในระดับที่เกิน ร้อยละ 80 ซึ่งอยู่ในค่าสูง

ทั้งนี้ ในปี 2559 การวัดระดับความผูกพันดังกล่าว ยังได้มีการปรับแนวทางการวัด โดยเน้นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับบทบาทความเป็นผู้นำของหัวหน้างานมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรที่ต้องการจะให้ผู้นำมีบทบาทในการขับเคลื่อนความผูกพันของพนักงานภายใต้การดูแลของตน และเป็นตัวอย่างที่ดีต่อผู้ใต้บังคับบัญชา ทำให้การตั้งเป้าหมายเรื่องระดับความผูกพันของพนักงานในปีที่ผ่านมาจึงเป็นการวัดเรื่องบทบาทความเป็นผู้นำของหัวหน้างานมากกว่าการวัดระดับความพึงพอใจของพนักงานแบบองค์รวมในรูปแบบเดิม ซึ่งในปีที่ผ่านมา พบว่า ผลสำรวจระดับความผูกพันของพนักงานในเรื่องบทบาทความเป็นผู้นำของหัวหน้างานอยู่ที่ร้อยละ 76.14 เมื่อเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ที่ร้อยละ 77 อย่างไรก็ตาม เอไอเอสได้นำผลการวัดระดับความผูกพันในแต่ละปีมาร่วมวิเคราะห์เชิงลึก ร่วมกับมุมมองด้านประชากรศาสตร์ อาทิ เพศ อายุ อายุงาน ระดับพนักงานในองค์กร เพื่อหาแนวทางปรับปรุง ทบทวน และพัฒนา ตั้งแต่ระดับบุคคล แผนก องค์กร ไปจนถึงระดับนโยบายสำหรับในปีถัดๆ ไป โดยสายงานบริหารทรัพยากรบุคคลของเอไอเอสได้วางแผนพัฒนาบทบาทผู้นำ ร่วมกับตัวแทนพนักงาน People Champions ผ่านทางกิจกรรมต่างๆ



## ส่งมอบผลิตผลการเป็นคนดีให้แก่สังคม

### เอไอเอสหัวใจอาสา พัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

“คนเอไอเอสต้องเป็นคนเก่งและเป็นคนดี” คือ ที่มาของโครงการหลายๆโครงการในองค์กร จากจุดเริ่มต้นของการสนับสนุนให้พนักงานมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันภายใต้โครงการ “เพื่อนช่วยเพื่อน” ซึ่งเป็นเสมือนศูนย์รวมแห่งน้ำใจของพนักงาน เอไอเอสที่อยากจะมีส่วนช่วยเหลือเมื่อพบว่าเพื่อนร่วมองค์กรอีกคนเดือดร้อนทั้งในรูปแบบของสิ่งของและเงินช่วยเหลือต่างๆ นอกเหนือจากสวัสดิการที่เอไอเอสมีให้ ได้ขยายขยายไปสู่การส่งมอบตอบแทนคืนสู่สังคมส่วนรวมตั้งแต่ปี 2558 ภายใต้ชื่อโครงการ “เอไอเอสหัวใจอาสา พัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน” โดยเอไอเอสสนับสนุนให้พนักงานนำเสนอแนวคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาหรือช่วยแก้ปัญหาที่พบเจอทั้งในระดับชุมชนและสังคม ตามแผนยุทธศาสตร์

การขับเคลื่อนงานพนักงานหัวใจอาสาเพื่อการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืนพ.ศ. 2558-2560 เพื่อสร้างคนดีคนเก่งให้แก่สังคม สร้างความผูกพันระหว่างพนักงานกับองค์กร และสร้างการยอมรับของชุมชนต่อการดำเนินธุรกิจของเอไอเอสในฐานะองค์กรที่มีธรรมาภิบาลและดำเนินกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อ

โครงการ “เอไอเอสหัวใจอาสา พัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน” ดำเนินงานโดยนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมเข้าสู่กระบวนการทำงานในแต่ละวันของพนักงาน การถ่ายทอดความรู้ การปลูกฝังจิตสำนึกให้แก่พนักงาน และการสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคม

รูปแบบการดำเนินโครงการ เน้นการเปิดโอกาสให้พนักงานเสนอโครงการที่จะช่วยพัฒนาบ้านเกิดหรือพื้นที่ที่พนักงานมีความสัมพันธ์อยู่เดิม โดยเอไอเอสเป็นผู้สนับสนุนเงินทุนเพื่อดำเนินโครงการดังกล่าว โครงการละ 100,000 บาท และสนับสนุนให้วันที่พนักงานลงไปทำกิจกรรมไม่ถือเป็นวันลา

การดำเนินงานในแต่ละปี มีพนักงานเข้าร่วมเป็นจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยเมื่อปี 2559 มีพนักงานเข้าร่วมโครงการจำนวน 800 และมีโครงการที่ถูกนำเสนอเข้ามามากถึง 40 โครงการ จากพนักงานทั่วประเทศ ภายใต้งบประมาณสนับสนุนกว่า 3 ล้านบาท

ข้อมูลการดำเนินงาน	หน่วย	2558	2559
การสนับสนุนพนักงานให้มีจิตอาสา			
• จำนวนโครงการ	โครงการ	39	40
• จำนวนพนักงานที่เข้าร่วม	คน	634	800
• จำนวนชั่วโมงการทำงานที่พนักงานจิตอาสา ใช้ไปทำประโยชน์ให้กับสังคมและชุมชน	ชั่วโมง	15,216	19,200
• เงินสนับสนุนของบริษัทที่จัดสรรให้แก่โครงการ หรือกิจกรรมจิตอาสา	บาท	3,000,000	3,154,454
• จำนวนโรงเรียนที่ได้รับการพัฒนาภายใต้โครงการ	โรงเรียน	33	35
• จำนวนชุมชนที่ได้รับการช่วยเหลือ	ชุมชน	39	40





สิ่งที่น่ายินดี คือ “เอไอเอสหัวใจอาสา พัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน” ได้จัดประกายให้พนักงานรวมกลุ่มกันเอง และเรียกชื่อแทนตัวเองเป็น “อุ๋นใจอาสา” เพื่อร่วมกันบอกต่อข่าวสารและเรื่องราวดีๆ ที่เกิดขึ้น มีการทำกิจกรรมร่วมกัน และมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เมื่อยามเดือดร้อนหรือประสบปัญหา



## รางวัลสุดยอดนายจ้างดีเด่น 2559

สืบเนื่องจากนโยบาย กลยุทธ์ และส่วนงานบริหาร พัฒนาทรัพยากรบุคคลที่กล่าวข้างต้นนั้น ทำให้ เอไอเอส ได้รับการยอมรับทั้งจากพนักงานและองค์กรภายนอก อาทิเช่น บริษัท เอออน ฮีววิท (ประเทศไทย) และบริษัท จีอ็อปดีบี

กลุ่มบริษัทเอไอเอสได้รับรางวัลความสำเร็จขององค์กร คือ รางวัลสุดยอดนายจ้างดีเด่นแห่งประเทศไทย ในปี 2559 มอบให้โดยสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยร่วมกับบริษัทเอออน ฮีววิท (ประเทศไทย) ต่อเนื่อง

- รางวัล “สุดยอดนายจ้างดีเด่น” ประจำปี 2559
- รางวัล “นายจ้างดีเด่น” ประจำปี 2558
- รางวัล “นายจ้างดีเด่น” ประจำปี 2556
- รางวัล “นายจ้างดีเด่น” ประจำปี 2554

โดยเกณฑ์การตัดสินจะพิจารณาจากความโดดเด่นในเรื่องความสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีให้พนักงาน เช่น สร้างสิ่งแวดล้อมการทำงานที่ดี มีแผนพัฒนาความก้าวหน้าของพนักงาน วัฒนธรรมองค์กรที่ดี องค์กรนั้นสามารถสร้างแบรนด์ขององค์กรให้ดึงดูดผู้สมัครที่อยากเข้ามาร่วมงาน ผลการดำเนินงานอยู่ในเกณฑ์ดีมาก ผู้นำองค์กรสามารถนำพนักงานให้ร่วมวิสัยทัศน์ และพันธกิจ และสร้างความผูกพันภายในองค์กร เป็นต้น





นอกจากรางวัลที่กล่าวข้างต้นนี้ เอไอเอส ยังได้รับรางวัล “สุดยอดองค์กรชั้นนำที่พนักงานไทยอยากร่วมงานมากที่สุดประจำปี 2559” มอบให้โดย จีอบดีบี จากการได้รับการยอมรับว่าเป็นองค์กรที่มีการดูแลพนักงานในเรื่องสิทธิประโยชน์ที่ดี มีชื่อเสียงดี และเป็นองค์กรที่มีสภาพแวดล้อม จริยธรรม และสังคมที่ดี

### ตารางแสดงผลการดำเนินงานด้านพนักงานของเรา

	หน่วย	2557	2558	2559
<b>การจ้างงาน</b>				
จำนวนพนักงานทั้งหมด	ราย	11,058	11,885	12,207
จำแนกตามเพศ				
• ชาย	ราย	4,456	4,748	4,944
• หญิง	ราย	6,602	7,137	7,263
จำแนกตามอายุ				
• 50 ปี ขึ้นไป	ราย	232	254	375
• 30-50 ปี ขึ้นไป	ราย	5,335	6,741	6,800
• น้อยกว่า 30 ปี	ราย	5,491	4,890	5,032
สัดส่วนของพนักงานประจำต่อจำนวนพนักงาน ทั้งหมด	%	68	69	70
จำนวนพนักงานที่ถูกรับเข้ามาใหม่	ราย	1,123	1,123	844
สัดส่วนของพนักงานที่ถูกรับเข้ามาใหม่ต่อจำนวนพนักงานทั้งหมด	%	15.5	14.0	9.9
จำนวนพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ	ราย	400	363	591
สัดส่วนของพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจต่อจำนวนพนักงานทั้งหมด	%	5.5	4.5	7.1
จำนวนพนักงานที่บริษัทเลิกจ้าง	ราย	0	0	0
ร้อยละของพนักงานที่ได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงาน	%	100	100	100

ตารางแสดงผลการดำเนินงานด้านพนักงานของเรา

	หน่วย	2557	2558	2559
<b>การพัฒนาบุคลากร</b>				
จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรม	ชั่วโมง	1,257,864	588,810	1,064,922
ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม	ล้านบาท	111	112	111
<b>ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย</b>				
จำนวนพนักงานที่เสียชีวิต	ราย	0	0	0
จำนวนพนักงานที่ได้ประสบอุบัติเหตุขณะปฏิบัติงาน	ราย	6	5	0
จำนวนพนักงานที่เจ็บป่วยด้วยโรคจากการทำงาน	ราย	0	0	0
<b>การปฏิบัติตามกฎหมาย</b>				
จำนวนข้อพิพาทจากการละเมิดกฎหมายแรงงาน	กรณี	0	0	0
จำนวนเงินชดเชยหรือค่าปรับจากการละเมิดกฎหมายแรงงาน	ล้านบาท	0	0	0
จำนวนข้อร้องเรียนในเรื่องการละเมิดสิทธิมนุษยชนภายในองค์กร	กรณี	0	0	0
พนักงานที่ได้รับการฝึกอบรมเรื่องการเคารพสิทธิมนุษยชนตามประมวลจริยธรรมการดำเนินธุรกิจ	%	100	100	100
พนักงานที่ถูกวัดระดับความรู้และความเข้าใจเรื่องการเคารพสิทธิมนุษยชนตามประมวลจริยธรรมการดำเนินธุรกิจ	%	N/A	100	100

หมายเหตุ : 1. ข้อมูลจำนวนพนักงานข้างต้นรวมพนักงานประจำและสัญญาจ้างรายเดือน ไม่นับรวมพนักงานรายวัน  
 2. การวัดระดับความรู้และความเข้าใจเรื่องการเคารพสิทธิมนุษยชนตามประมวลจริยธรรมการดำเนินธุรกิจ เริ่มดำเนินการในปี 2558

# สิ่งแวดล้อมของเรา



# สิ่งแวดล้อมของเรา

## 28%

ค่าความเข้มข้นของคาร์บอนที่ลดได้  
เมื่อเทียบกับปริมาณคาร์บอนที่ปล่อย

สูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้  
4% ต่อปี



รับรองมาตรฐาน  
อาคารสีเขียวระดับ  
“แพลตตินัม”

ศูนย์ปฏิบัติการคอลเซ็นเตอร์  
จังหวัดโคราช



## 100%

สถานีฐานสีเขียว  
ด้วยพัฒนาคุณภาพสูง  
แทนเครื่องปรับอากาศ

## 185 ล้านบาท

ต้นทุนการใช้ไฟฟ้าสถานีฐานที่  
สามารถประหยัดได้ต่อปี  
จากการเป็นสถานีฐานสีเขียว



## ความท้าทายและโอกาส

ขณะที่เอไอเอสต้องดำเนินการขยายโครงข่ายให้มากที่สุดเพื่อรองรับการใช้งานที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของลูกค้าทำให้การใช้พลังงานมีปริมาณที่เพิ่มขึ้น ความท้าทายของการสร้างความสมดุลระหว่างความครอบคลุมของโครงข่ายกับปริมาณการใช้พลังงานจึงเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับเอไอเอสอย่างยิ่ง โดยเฉพาะเมื่อเอไอเอสได้ประกาศคำมั่นสัญญาว่าเอไอเอสจะ “สร้างสรรค์นวัตกรรมสินค้าและบริการที่ใช้สะดวกและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะสร้างพลังให้ผู้คนและตอบสนองความต้องการของคนในอนาคต” และกำหนดเป้าหมายในการลดค่าความเข้มข้นของคาร์บอนที่ปลดปล่อยออกมาเมื่อเทียบกับปริมาณคาร์บอนที่ปล่อย (Carbon intensity) ให้ได้ร้อยละ 4 ต่อปี เพื่อสอดคล้องกับแผนแม่บทของประเทศไทยที่พัฒนามาจากการประชุมรัฐภาคีกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สมัยที่ 21(COP21)

## แนวทางการบริหารจัดการ

- เติบโตอย่างยั่งยืนด้วยการเป็นเครือข่ายสีเขียว
- ผลสนนวัตกรรมการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับการให้บริการในชีวิตยุคดิจิทัล
- สนับสนุนให้พนักงานใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
- การปฏิบัติตามกฎหมายทางด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศ และกำหนดให้เรื่องความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นข้อพึงปฏิบัติในนโยบายต่างๆ

## ตัวชี้วัด

- ค่าความเข้มข้นของคาร์บอนที่ปลดปล่อยออกมา ทั้งทางตรงและทางอ้อมเมื่อเทียบกับปริมาณคาร์บอนที่ปล่อย
- ต้นทุนการดำเนินงานที่สามารถประหยัดได้จากการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยประหยัดพลังงาน
- จำนวนลูกค้าที่รับใบแจ้งค่าบริการอิเล็กทรอนิกส์
- ปริมาณการบริโภคพลังงานที่สามารถประหยัดได้จากการทำกิจกรรมร่วมกับพนักงาน
- การปฏิบัติตามกฎหมายทางด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศ

## เป้าหมายความสำเร็จในระยะยาว

ผู้นำในการสรรสร้างนวัตกรรม  
ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

## เติบโตอย่างยั่งยืนด้วยการเป็นเครือข่ายสีเขียว

### เครือข่ายสีเขียว

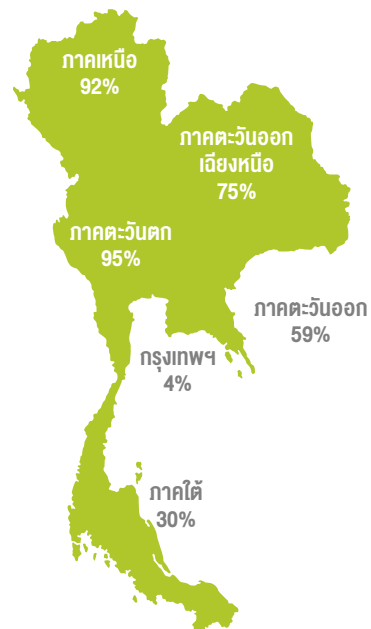
- ✓ เครือข่ายที่ใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ
- ✓ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกควบคู่กับบริหารต้นทุน โดยเปลี่ยนการใช้เครื่องปรับอากาศมาเป็นพัดลมระบายอากาศ

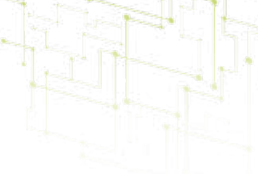


### ผสมผสานเทคโนโลยีและพลังงานทางเลือกเพื่อใช้ในการทำงานด้านเครือข่าย

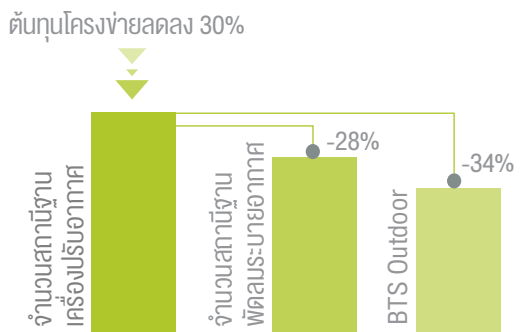
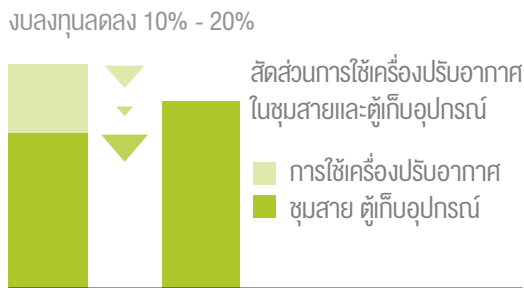
ตั้งแต่ปี 2551 เอไอเอสได้ศึกษาถึงความเป็นไปได้และการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ในการดำเนินกิจการ โดยเกิดจากแนวคิดที่จะนำพลังงานทดแทนเข้ามาใช้ผลิตไฟฟ้าให้กับสถานีฐานและชุมสายในพื้นที่ห่างไกล เพื่อให้คนไทยสามารถเข้าถึงการติดต่อสื่อสารกันได้อย่างทั่วถึง ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม และก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังพื้นที่ห่างไกล แนวคิด “การเป็นเครือข่ายสีเขียว” หรือ Green network จึงไม่ได้เพิ่งเกิดขึ้นเมื่อเร็ววันนี้แต่ได้มีการประกาศตัวไปตั้งแต่ปี 2551 ว่า “เอไอเอสจะเป็นผู้ให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมในประเทศไทยที่มุ่งสู่การสร้างเครือข่ายสีเขียวที่ใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่าและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและพลังงานทางเลือกเข้ามาใช้ในการทำงานด้านเครือข่ายซึ่งช่วยให้มีการลดการใช้พลังงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้เครื่องปรับอากาศโดยมีการดำเนินการดังต่อไปนี้

- การสร้างสถานีฐานโดยเปลี่ยนมาใช้พัดลมระบายอากาศคุณภาพสูง ตามมาตรฐานการก่อสร้างตู้เก็บอุปกรณ์สถานีฐานซึ่งกำหนดค่ามาจากการวัดอุณหภูมิโดยเฉลี่ยของประเทศไทย ค่าอุณหภูมิภายในอาคารจะต้องสูงกว่าอุณหภูมิภายนอกอาคารไม่เกิน 5 องศา เพื่อรักษาการทำงานของอุปกรณ์ต่างๆ ทำให้





ในอดีตที่ผ่านมา ตู้อุปกรณ์ 1 ตู้ จะต้องมีการใช้เครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ 1-2 เครื่อง ทำให้มีการบริโภคพลังงานในปริมาณที่ค่อนข้างสูง ดังนั้น เมื่อปี 2551 เอไอเอส จึงได้เริ่มนำพัดลมระบายอากาศเข้ามาทดลองใช้กับ สถานีฐานที่จังหวัดหนองคายเพื่อทดสอบประสิทธิภาพของการรักษาอุณหภูมิภายในให้อุปกรณ์ต่างๆ สามารถทำงานได้ปกติ โดยพบว่าพัดลมระบายอากาศที่มีคุณภาพสูงสามารถระบายความร้อนและรักษาการทำงานของอุปกรณ์เครือข่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เทียบเท่ากับการใช้เครื่องปรับอากาศ เอไอเอสจึงได้ทยอยดำเนินการเปลี่ยนเครื่องปรับอากาศในทุกสถานีฐานมาเป็นพัดลมระบายอากาศคุณภาพสูงจนครบทั้งหมด ซึ่งจากการนำเปลี่ยนเครื่องปรับอากาศมาเป็นพัดลมระบายอากาศคุณภาพสูง พบว่ามีการใช้ขงบลงทุนลดลงร้อยละ 10 ถึงร้อยละ 20 ต่อปี และมีการใช้ต้นทุนโครงข่ายลดลงประมาณร้อยละ 30 ต่อเดือน ขณะเดียวกันก็ไม่เป็นการทำลายสิ่งแวดล้อมของชุมชน



- การติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ ในสถานีฐานกว่า 30 แห่ง เพื่อผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์มาใช้ในสถานีฐาน โดยเน้นใช้กับสถานีฐานที่อยู่พื้นที่ห่างไกล ซึ่งไม่มีระบบไฟฟ้าและสาธารณูปโภคเข้าถึง ทำให้คนไทยในพื้นที่ดังกล่าว สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคมได้ ขณะเดียวกันก็ไม่เป็นการทำลายสิ่งแวดล้อมของชุมชน เนื่องจากแสงอาทิตย์ถือว่าเป็นพลังงานสะอาด



- การใช้พลังงานทางเลือกเพื่อเป็นเชื้อเพลิงสำหรับเครื่องกำเนิดไฟฟ้า (Generator) ในบริเวณพื้นที่ที่ไม่อนุญาตให้กระทำการใดๆ ซึ่งจะทำให้เกิดมลพิษทางเสียงและส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การเปิดให้บริการ เครือข่ายเอไอเอสบนเกาะพะยาม จังหวัดระนอง ซึ่งเอไอเอสได้นำพลังงานสะอาดจากไบโอดีเซลมาใช้ผลิตไฟฟ้าให้แก่สถานีฐานทำให้เอไอเอสถือเป็นผู้ให้บริการโทรคมนาคมรายแรกในประเทศไทยที่สามารถเปิดให้บริการเครือข่ายบนเกาะพะยามได้

- การสร้างชุมสายและดาต้า เซ็นเตอร์ ที่ใช้พลังงานไฟฟ้าต่ำ โดยติดตั้งผนังประหยัดพลังงาน (Insulated wall) เพื่อให้สามารถรักษาอุณหภูมิในชุมสายและดาต้า เซ็นเตอร์ ได้นานขึ้น โดยไม่จำเป็นต้องใช้เครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ ซึ่งปัจจุบันได้เริ่มดำเนินการในชุมสายจำนวน 1 แห่ง และดาต้า เซ็นเตอร์อีกจำนวน 2 แห่ง

### เปลี่ยนการใช้ตู้คอนเทนเนอร์และตู้ Enclosure สำหรับติดตั้งอุปกรณ์สถานีฐานที่อยู่ภายนอกอาคาร

โดยการลดขนาดของตู้เก็บอุปกรณ์สถานีฐาน จากตู้คอนเทนเนอร์มาเป็นตู้ Enclosure ขนาดเล็กที่ใช้เพียงพัดลมในการระบายความร้อน (Fan-cooled) โดยดำเนินการไปแล้วกว่า 80% ของสถานีฐานทั้งหมดที่เป็นชนิดตู้คอนเทนเนอร์ ทำให้สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและประหยัดทั้งเงินลงทุนและค่าพลังงานไฟฟ้า โดยพบว่าตลอดโครงการที่ผ่านมา เราได้เปลี่ยนตู้แบบเดิมที่ใช้เครื่องปรับอากาศมาเป็นตู้เล็กแบบใช้พัดลมเป็นจำนวน 4,590 สถานีฐาน คิดเป็นค่าไฟที่ประหยัดได้ประมาณ 165 ล้านบาทต่อปี โดยใช้เวลานิตทุนเฉลี่ยเพียงแค่ 1.3 ปี และยังทำให้ลดการปลดปล่อยคาร์บอนไปได้ถึง 24,890 tCO<sub>2</sub> ต่อปี สำหรับสถานีฐานใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นจะถูกออกแบบให้เป็นตู้ที่ใช้พัดลมระบายความร้อนทั้งหมด



**ค่าประสิทธิภาพ** หมายถึง ค่าที่บ่งบอกว่าอุปกรณ์ไฟฟ้าหรืออิเล็กทรอนิกส์นั้น มีประสิทธิภาพในการลดการสูญเสียไฟฟ้าเท่าใด ยิ่งค่าประสิทธิภาพสูง อัตราการสูญเสียไฟฟ้าจะยิ่งน้อย

การออกข้อกำหนดการใช้อุปกรณ์เครือข่ายที่มีประสิทธิภาพสูง แต่มีอัตราการบริโภคพลังงานต่ำ

ภายใต้ข้อกำหนดการใช้อุปกรณ์ เอไอเอสได้เพิ่มตัวเลขเปอร์เซ็นต์ของค่าประสิทธิภาพของอุปกรณ์เพื่อให้อัตราความสูญเสียทางไฟฟ้าลดลง เช่น อุปกรณ์จ่ายกระแสไฟฟ้าให้แก่สถานีฐาน (Rectifier) จะต้องมียุทธศาสตร์เพิ่มจาก 92.5% ในปี 2558 เป็น 95.5% ในปี 2559 การติดตั้งอุปกรณ์จ่ายกระแสไฟฟ้า (Rectifier) ที่มีค่าประสิทธิภาพสูงถึง 95.5% สามารถช่วยให้เอไอเอสประหยัดต้นทุนค่าไฟได้ทั้งหมดถึงประมาณ 20 ล้านบาทต่อปี ลดการปล่อยคาร์บอนลงได้ 3,017 tCO<sub>2</sub> ต่อปี

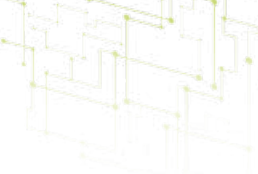
### เอไอเอส ดาต้า เซ็นเตอร์

ถูกออกแบบด้วยมาตรฐานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่สามารถประหยัดพลังงานไฟฟ้าได้ถึง 3,750,000 กิโลวัตต์-ชั่วโมง ลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ได้ถึง 2,103.75 ton CO<sub>2</sub>e และลดต้นทุนพลังงานได้ถึง 12.75 ล้านบาทต่อปี

สร้างมาตรฐานดาต้า เซ็นเตอร์ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

เอไอเอส ดาต้า เซ็นเตอร์ ถูกออกแบบให้มีการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการใช้ระบบน้ำเย็นเพื่อระบายความร้อน (Water chiller) ให้กับอุปกรณ์และเครื่องเซิร์ฟเวอร์ในดาต้า เซ็นเตอร์ ซึ่งให้ค่าประสิทธิภาพการใช้พลังงาน (Power Usage Effectiveness: PUE) อยู่ที่เพียง 1.8 นั้นหมายความว่าทุกหนึ่งหน่วยของการใช้พลังงานไฟฟ้าที่ป้อนให้อุปกรณ์และเครื่องเซิร์ฟเวอร์ เอไอเอสใช้พลังงานไฟฟ้าในการทำความเย็นให้กับอุปกรณ์เพียง 0.8 หน่วยเท่านั้น โดยค่า PUE ที่ 1.8 นี้ เป็นเครื่องสะท้อนถึงการออกแบบ





ระบบการใช้พลังงานในดาต้า เซ็นเตอร์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพเมื่อพิจารณาถึงลักษณะทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทยที่เป็นเขตร้อน ซึ่งปกติ ค่า PUE โดยเฉลี่ยจะอยู่ที่ 2.0

นอกจากนี้ เอไอเอสได้เริ่มดำเนินการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ขนาด 160 kWp ไว้บนหลังคาของดาต้า เซ็นเตอร์ 1 แห่ง เพื่อใช้ในการผลิต พลังงานไฟฟ้า และจ่ายให้แก่ดาต้า เซ็นเตอร์ โดยจากประมาณการคาดว่าหากดำเนินการแล้วเสร็จ จะสามารถช่วยลดการปล่อยคาร์บอนลงได้ 146 tCO<sub>2</sub> ต่อปี และลดต้นทุนค่าใช้ไฟฟ้าต่อปีได้ถึง 1 ล้านบาท โดยมีระยะเวลาในการคืนทุนประมาณ 10 ปี

โดยปัจจุบัน นอกจากดาต้า เซ็นเตอร์ ได้ถูกนำมาใช้สำหรับรองรับการให้บริการธุรกิจสื่อสารแล้ว จากการเปิดให้บริการคลาวด์เพื่อธุรกิจ (AIS Business Cloud) ในปี 2559 นอกจากนี้จะทำให้ผู้ใช้บริการซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกค้าองค์กรไม่จำเป็นต้องสร้างดาต้า เซ็นเตอร์ของตนเองใหม่ ซึ่งต้องใช้งบประมาณในการลงทุนที่สูงสามารถมาเช่าพื้นที่คลาวด์เพื่อเก็บอุปกรณ์เซิร์ฟเวอร์ (Server) และหน่วยเก็บข้อมูล (Storage) รวมถึงบริการอำนวยความสะดวกต่างๆ ได้ ยิ่งถือเป็นการช่วยลดการใช้พลังงานของประเทศที่ต้องสูญเสียไปหากต้องมีการสร้างดาต้า เซ็นเตอร์ ขึ้นใหม่ ด้วย

### ศูนย์พัฒนาทักษะคอลเซ็นเตอร์ มาตรฐาน LEED ระดับแพลตตินั่ม

การก่อสร้างศูนย์พัฒนาทักษะคอลเซ็นเตอร์ที่จังหวัดโคราช เพื่อรองรับการขยายตัวงานด้านบริการลูกค้าไปยังท้องถิ่น โดยคาดว่าจะมีการจ้างงานเพิ่มขึ้นมากกว่า 1,000 อัตรา และเพื่อรองรับการปรับเปลี่ยนสถานที่ทำงานในสถานการณ์ฉุกเฉิน โดยตั้งเป้าการก่อสร้างแล้วเสร็จภายในกลางปี 2560 ศูนย์พัฒนาทักษะคอลเซ็นเตอร์แห่งนี้ถูกออกแบบการก่อสร้างตามมาตรฐานอาคารสีเขียว ของประเทศสหรัฐอเมริกา (Leadership in Energy and Environmental Design

หรือ LEED) ซึ่งมีหลักการประเมินที่ชัดเจนและเป็นที่ยอมรับ ทั้งนี้ศูนย์พัฒนาทักษะคอลเซ็นเตอร์ตามมาตรฐาน LEED สามารถช่วยประหยัดการบริโภคพลังงานได้ถึงร้อยละ 60 โดยหลักการของการออกแบบที่ทำให้เราบรรลุมาตรฐานดังกล่าวคือ การจัดการให้มีพื้นที่สีเขียวในโครงการร้อยละ 50 ของพื้นที่ทั้งหมด มีการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรน้ำโดยการนำน้ำฝนมาใช้ในโครงการ การนำน้ำใช้แล้วไปบำบัดเพื่อนำมาใช้ในห้องน้ำหรือเพื่อรดน้ำต้นไม้เป็นต้น การออกแบบอาคารให้มีการใช้แสงสว่างจากภายนอกให้มากที่สุด ในขณะที่เดียวกันก็ลดความร้อนจากแสงอาทิตย์ให้มากที่สุด มีการใช้หลอดแอลอีดี สำหรับแสงสว่างภายใน และใช้เทคนิคการทำความเย็นภายในอาคารที่มีประสิทธิภาพ ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า รวมถึงการติดตั้ง โซลาร์เซลล์บนหลังคาเพื่อช่วยในการผลิตไฟฟ้าใช้ภายในอาคาร

**มาตรฐานอาคารเขียว** หมายถึง อาคารที่มีความรับผิดชอบต่อในการรักษาสิ่งแวดล้อม และใช้ทรัพยากรต่างๆอย่างมีประสิทธิภาพตลอดอายุของอาคาร ตั้งแต่การออกแบบ การก่อสร้าง การใช้งาน การบำรุงรักษา และการทำลายเมื่อเลิกใช้งาน

จัดให้มีการเก็บ วิเคราะห์ และประเมินข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงาน

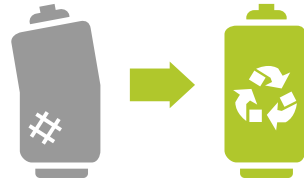
เอไอเอสมุ่งมั่นที่จะปรับปรุงประสิทธิภาพภายนอกเพื่อจัดเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจกแนวทางของWorld Resource Institute (WRI)และการคำนวณค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามมาตรฐาน ISO-14064 ตลอดทุกระบวนการดำเนินธุรกิจมาตั้งแต่ปี 2555 และเริ่มดำเนินการเองในปี 2559 นี้ เป็นปีแรก โดยข้อมูลที่ถูกจัดเก็บมาตลอด 3 ปี จะใช้เป็นฐานในการประเมินความเสี่ยงและโอกาสที่จะเกิดผลกระทบจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงานต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมทั้ง

ความเสี่ยงและโอกาสที่จะเกิดขึ้นต่อการหยุดชะงักทางธุรกิจจากการสภาวะโลกร้อน และจากข้อมูลดังกล่าว เอไอเอสได้ตั้งเป้าหมายลดความเข้มข้นของคาร์บอนที่ปลดปล่อยออกมาเมื่อเทียบกับปริมาณดาต้าแทรฟฟิค ให้ได้ร้อยละ 4 ต่อปี โดยมีการดำเนินตั้งแต่ระดับนโยบายไปจนถึงกิจกรรม ทั้งการกำหนดเรื่องความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นหนึ่งในนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและนโยบายและระเบียบปฏิบัติการจัดซื้อ การสนับสนุนให้พนักงานใช้ไฟฟ้าอย่างประหยัดและปิดไฟทุกครั้งเมื่อออกจากห้องทำงาน การกำหนดให้มีการแข่งขันประหยัดพลังงาน การส่งเสริมให้จัดประชุมทางไกลผ่านวิดีโอและโทรศัพท์แทนการเดินทาง การสร้างนวัตกรรมทางเทคโนโลยีสำหรับตรวจสอบแบตเตอรี่และการทำงานของอุปกรณ์สถานีฐานจากสำนักงานใหญ่โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางลงพื้นที่ไปตรวจสอบ เป็นต้น

โดยผลการดำเนินงานในปี 2559 พบว่าเราประสบความสำเร็จในการลดความเข้มข้นของคาร์บอนที่ปลดปล่อยออกมาเมื่อเทียบกับปริมาณดาต้าแทรฟฟิคได้ถึงร้อยละ 28 ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่วางไว้

### การรีไซเคิลอุปกรณ์เครือข่ายและกำจัดของเสียอย่างถูกวิธี (G4-EN3)

1. ชยะอิเล็กทรอนิกส์สำหรับการให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมโดยปกติจะสามารถนำไปจำหน่าย รีไซเคิล และกลับมาใช้งานใหม่ได้ ไม่ว่าจะเป็น แบตเตอรี่ที่ใช้เป็นที่เก็บพลังงานไฟฟ้าสำรองให้กับทั้งสถานีฐานและชุมสาย อุปกรณ์ชุมสาย เครื่องโทรศัพท์มือถือรุ่นเก่า สายไฟเบอร์ ออฟติก และจากการที่เอไอเอสต้องการจะเป็นผู้นำในการสรรสร้างนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้ในปี 2559 เอไอเอสได้มีกระบวนการกำจัดขยะอิเล็กทรอนิกส์ดังนี้



- แบตเตอรี่ที่ใช้เป็นที่เก็บพลังงานไฟฟ้าสำรองให้กับทั้งสถานีฐานและชุมสาย ซึ่งเมื่อหมดอายุการใช้งานแล้วจะถูกนำมาจำหน่ายให้แก่บริษัทผู้เชี่ยวชาญและมีใบอนุญาตจากหน่วยงานรัฐเพื่อนำไปดำเนินการรีไซเคิล แยกส่วนประกอบที่มีประโยชน์ต่างๆ และนำกลับมาใช้ใหม่อย่างถูกวิธี โดยไม่ก่อให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม



- สายเคเบิล เมื่อหมดอายุการใช้งาน จะถูกนำไปรีไซเคิลโดยบริษัทที่มีใบอนุญาตจากหน่วยงานรัฐเช่นกัน โดยกระบวนการรีไซเคิลจะมีการแยกองค์ประกอบสำคัญคือทองแดงและโลหะต่างๆ ออกมา และนำส่วนที่เป็นทองแดงนี้กลับมาใช้ใหม่เป็นส่วนประกอบสำหรับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ต่อไป



- สำหรับโทรศัพท์มือถือในระบบ 2G และ 3G รุ่นเก่า ที่ถูกค่านำมาเปลี่ยนเป็นโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน ภายใต้โครงการ “เอไอเอสจัดให้” และเครื่องโทรศัพท์มือถือที่ถูกค่านำมาหย่อน

ใส่กล่องรับอุปกรณ์ที่หมดอายุการใช้งานซึ่งไว้ที่ เอไอเอส ซีโอป ทั่วประเทศ จะถูกส่งไปจัดการที่ บริษัท ระยองมาบียงพรกรุ๊ป ซึ่งเป็นบริษัทที่ ประมูลรับซื้อซากโทรศัพท์มือถือและแบตเตอรี่ เพื่อนำไปรีไซเคิล และส่งออกไปกำจัดที่ต่างประเทศ ที่ได้รับการรับรองจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม ให้เป็นผู้กำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุไม่ใช่แล้ว ได้ประกอบกิจการขนส่ง จัดเก็บ คัดแยก วัสดุ ไม่ใช่แล้วเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่หรือกำจัด ทำให้ การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด เป็นไป อย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด โดยคำนึง ถึงความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม

2. การนำ IPTN router กลับมาใช้ใหม่สำหรับ EDS business จากการอัปเดตเครือข่ายในปีที่ผ่านมา จาก 10G เป็น 100G ทำให้อุปกรณ์ IPTN router รุ่น MX960 ที่ใช้ในปัจจุบันไม่สามารถใช้งานได้ เนื่องจากเทคโนโลยีของอุปกรณ์ไม่เหมาะสมกับการ ใช้งานเครือข่ายที่ถูกอัปเดตใหม่ ในทางตรงกันข้าม EDS network ที่ใช้ IPN router รุ่น MX80 ในปัจจุบัน มีขนาดเล็กทำให้ไม่สามารถรองรับปริมาณการใช้งาน ที่เพิ่มขึ้นได้ ซึ่งหากมีการเปลี่ยนอุปกรณ์ใหม่จะต้องใช้ งบประมาณเป็นมูลค่า 21 ล้านบาท ทำให้เอไอเอส มีการพิจารณาถึงการนำอุปกรณ์ IPTN router รุ่น MX960 ที่ไม่ได้มีการใช้งานนั้น มาใช้แทน IPN router รุ่น MX80 เนื่องจากคุณสมบัติของIPTN router รุ่น MX960 สามารถรองรับปริมาณการใช้งานที่เพิ่มขึ้นได้ ดังนั้นการดำเนินการในลักษณะนี้ นอกจากจะเป็นการ ช่วยลดปริมาณขยะอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ยังช่วยให้ เอไอเอสสามารถลดต้นทุนการดำเนินงานได้ถึง

## ผสานนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กับการให้บริการในชีวิตยุคดิจิทัล



### บริการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ผ่าน แอปพลิเคชัน mPAY

แอปพลิเคชัน mPAY เป็นบริการธุรกรรมทางด้านการเงินผ่านมือถือ ทั้งรับชำระค่าบริการสาธารณูปโภค เดิมเงินโทรศัพท์มือถือ ชำระค่าสินค้าและบริการกับ ร้านค้าในกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจของเอไอเอสได้ ฯลฯ ซึ่งลูกค้าสามารถทำธุรกรรมได้ตลอด 24 ชั่วโมง เป็น แอปพลิเคชันมีความปลอดภัยสูงตามมาตรฐานความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของธนาคาร แห่งประเทศไทย รวมถึงมาตรฐานระดับสากล เช่น PCI-DSS (Payment Card Industry-Data Security Standard) และสามารถช่วยลดต้นทุนการเดินทางของ ลูกค้าที่ต้องมาติดต่อศูนย์บริการหน่วยงานภาครัฐ และ ธนาคารได้ลดข้อจำกัดในการเข้าถึงธุรกรรมทางการเงิน เนื่องจากลูกค้าสามารถใช้บริการดิจิทัลแบงก์กิ้งรูปแบบใหม่ ด้วยความร่วมมือกับธนาคารชั้นนำในประเทศ ทั้งบริการ ผักเงิน ถอนเงิน โอนเงิน ได้ทุกที่ทุกเวลา ตลอด 24 ชั่วโมง

การทำธุรกรรมผ่านช่องทางออนไลน์ดังกล่าว ยังสามารถช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการ เดินทางและลดการใช้กระดาษตลอดวงจรดำเนินงาน ได้ด้วย



หมายเหตุ:

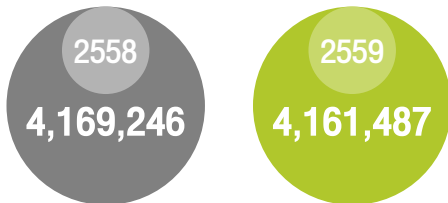
ในปี 2559 ปรบนิยามผู้ใช้งานใหม่เป็นผู้ที่ติดตั้งและใช้งาน mPAY จริง รวมกับ จำนวนผู้มาติดต่อใช้งานผ่านตัวแทน mPAY ของเอไอเอส

## เพิ่มทางเลือกที่หลากหลายให้กับลูกค้าในการรับใบแจ้งค่าใช้บริการ

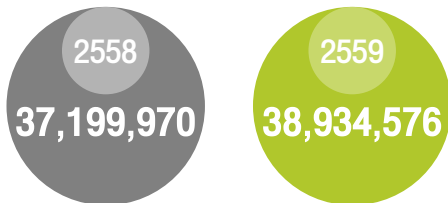
เอไอเอสได้มีการพัฒนารูปแบบการรับใบแจ้งค่าใช้บริการที่มีความหลากหลายเพื่อให้ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน เช่น บริการใบแจ้งค่าใช้บริการผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ของเอไอเอส ซึ่งประกอบด้วยการแจ้งยอดค่าใช้บริการผ่านอีเมล SMS แอปพลิเคชัน AIS App และช่องทาง eService เป็นบริการที่เพิ่มความสะดวก ปลอดภัย และรักษาความเป็นส่วนตัวของลูกค้า หรือการรับใบแจ้งค่าบริการในรูปแบบซีดีรอมสำหรับลูกค้าองค์กร ซึ่งจะรวบรวมค่าใช้บริการเป็น PDF Statements โดยการดำเนินการดังกล่าว นอกจากจะช่วยลดปริมาณการใช้กระดาษในการออกใบแจ้งค่าใช้บริการแล้ว ยังช่วยประหยัดต้นทุนการดำเนินการของเอไอเอสและช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลและตรวจสอบรายละเอียดได้ตลอด 24 ชั่วโมง

### ผลการดำเนินงาน

#### AIS eStatement จำนวนผู้ใช้บริการ (ราย)



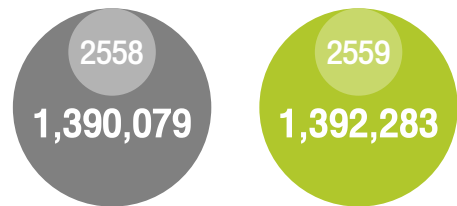
#### AIS sealed statement จำนวนผู้ใช้บริการ (ราย)



#### AIS PDF statement จำนวนผู้ใช้บริการ (ราย)



#### AIS eService จำนวนผู้ใช้บริการ (ราย)



ต้นทุนการดำเนินงานที่สามารถประหยัดได้จากช่องทางดังกล่าวทั้งหมด (ล้านบาท)

2558 46,504,800.23

2559 50,522,981.74

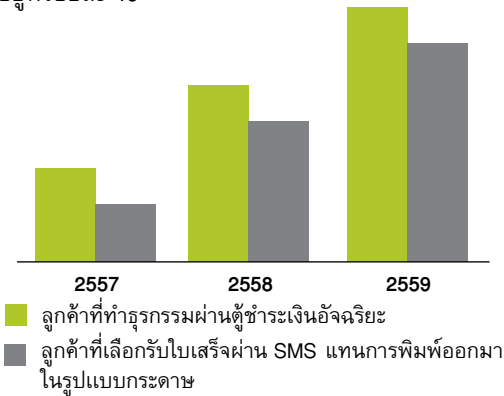
ปริมาณการใช้กระดาษที่ลดได้/คิดเป็นต้นไม้

2558 316 ตัน/5,372 ตัน

2559 316 ตัน/5,372 ตัน

## ตู้ชำระเงินอัจฉริยะ

เป็นช่องทางการรับชำระค่าบริการเอไอเอส ค่าสาธารณูปโภค และค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตต่างๆ และช่องทางการทำธุรกรรมรูปแบบใหม่ ซึ่งช่วยลดปริมาณลูกค้าที่ต้องไปติดต่อหน้าเคาน์เตอร์ ทำให้เอไอเอสสามารถย้ายพนักงานไปให้บริการในเรื่องอื่นๆ ที่ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาทักษะของพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นในขณะที่ลูกค้าก็ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการทำธุรกรรม โดยการชำระค่าบริการผ่านตู้อัจฉริยะ เอไอเอสได้เพิ่มเครื่องมือในการให้ลูกค้าสามารถมีส่วนช่วยลดการตัดต้นไม้ได้ โดยการเลือกรับใบเสร็จผ่าน SMS แทนการพิมพ์ออกมาในรูปแบบกระดาษ โดยในปี 2559 มีสัดส่วนลูกค้าที่ใช้บริการผ่านตู้อัจฉริยะ เทียบกับการรับบริการหน้าเคาน์เตอร์อยู่ที่ร้อยละ 49



## สนับสนุนให้พนักงานใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

ขับเคลื่อนกิจกรรมผ่านพนักงานตัวอย่างเพื่อสร้างจิตสำนึกให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า

จากการที่เอไอเอสมีโครงการคัดเลือกตัวแทนของแต่ละหน่วยงาน หรือ People champion เพื่อมาช่วยกันขับเคลื่อนองค์กรและสื่อสารทิศทางการดำเนินงานไปยังสายงานของตนนั้น เอไอเอสได้มีการเชิญตัวแทนของแต่ละหน่วยงานมาร่วมกันคิดกิจกรรมต่างๆ เพื่อรณรงค์ให้พนักงานใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า โดยตัวอย่างในปีที่ผ่านมา เช่น กิจกรรมแข่งขันการประหยัดไฟแต่ละชั้น กิจกรรมแข่งขันการประหยัดกระดาษ การรณรงค์และให้ความรู้เรื่องการใช้น้ำอย่างประหยัดในองค์กร

นอกจากการสนับสนุนให้พนักงานใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่า ในปีที่ผ่านมา เอไอเอสได้จัดกิจกรรม “รวมพลังทำความดี ปลูกป่า 9 แห่งทั่วประเทศ” เพื่อถวายเป็นพระราชกุศลแด่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช โดยมีพนักงานจิตอาสาให้การตอบรับเข้าร่วมกิจกรรมกันเป็นจำนวนมากและมีจำนวนต้นกล้าที่ถูกปลูกไปทั้งหมดจำนวน 12,828 ต้น



## รณรงค์ให้ใช้กระดาษและอุปกรณ์สำนักงานอย่างประหยัด

เอไอเอสได้มีการดำเนินโครงการรณรงค์ให้พนักงานใช้กระดาษอย่างประหยัด เพื่อลดการตัดไม้ทำลายป่า โดยเน้นที่การใช้งานกระดาษทั้ง 2 หน้า การนำเสนอข้อมูลสำหรับการประชุมและการดำเนินงานต่างๆ ผ่านช่องทางอีเมล Social intranet หรือ board portal แทนการพิมพ์ออกมาเป็นรูปเล่มสำหรับอุปกรณ์สำนักงาน จะกำหนดแผนการบำรุงรักษาอุปกรณ์ การหมุนเวียนการใช้งาน และการสร้างความตระหนักให้มีการใช้อุปกรณ์สำนักงานอย่างรู้คุณค่า เพื่อยืดอายุการใช้งานของอุปกรณ์ให้ยาวนานขึ้น ส่วนเครื่องคอมพิวเตอร์รุ่นเก่าที่ไม่เหมาะสมสำหรับลักษณะการทำงานในองค์กรแล้ว ก็จะนำไปบริจาคให้แก่โรงเรียนหรือศูนย์ส่งเสริมการศึกษาต่างๆ ในจังหวัดห่างไกล

## SAVE Project

การจัดกิจกรรมรณรงค์ประหยัดพลังงานไฟฟ้าภายในอาคารสำนักงานใหญ่และสำนักงานย่อยบริเวณถนนพหลโยธิน ภายใต้ชื่อโครงการ “SAVE Project” เพื่อสร้างจิตสำนึกและการตระหนักรู้ให้กับพนักงานในการใช้ไฟฟ้าภายในสำนักงานอย่างประหยัด โดยได้เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ต้นปี 2555

ลักษณะการดำเนินการของโครงการ เริ่มต้นด้วยการมอบหมายแต่งตั้ง SAVE Agent เป็นตัวแทนประจำชั้นในการรณรงค์และสื่อสารความเข้าใจในการประหยัดพลังงานไฟฟ้าในสำนักงานประจำแต่ละชั้น รวมทั้งได้มีการจัดทำป้ายโปสเตอร์เพื่อติดตามบอร์ดประชาสัมพันธ์ของแต่ละอาคารและสื่อดิจิทัลในรูปแบบต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการและแนะนำวิธีการประหยัดไฟฟ้า นอกจากนี้ ยังได้มีการจัดกิจกรรมประกวดแข่งขันการประหยัดงานไฟฟ้าของแต่ละชั้นภายในอาคารสำนักงานเดียวกัน เพื่อรณรงค์และต่อย้ำให้พนักงานรู้สึกมีส่วนร่วมในการประหยัดการใช้ไฟฟ้าของบริษัท และลดภาวะโลกร้อน

ผลจากการดำเนินการในระยะ 3 ปีแรก พบว่า ในขณะที่จำนวนพนักงานเพิ่มขึ้น แต่เอไอเอสสามารถประหยัดการใช้ไฟฟ้าภายในสำนักงานได้ถึงปีละร้อยละ 5.55 ต่อปี เมื่อคำนวณเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อนหน้าที่จะเริ่มโครงการ

## การปฏิบัติตามกฎหมายทางด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศ และกำหนดให้เรื่องความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นข้อพึงปฏิบัติในนโยบายต่างๆ

จากการที่เอไอเอสเป็นบริษัทซึ่งดำเนินธุรกิจในประเทศไทย ทำให้มีหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายเพื่อแสดงถึงการเป็นพลเมืองดีและเพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการถูกปรับหรือฟ้องร้องจากหน่วยงานและองค์กรต่างๆ โดยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา เอไอเอสมีการดำเนินนโยบายและปฏิบัติตามกฎหมายซึ่งมีข้อกำหนดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมอย่างครบถ้วนและมาเคยถูกลงโทษหรือฟ้องร้องในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายดังกล่าว

เอไอเอสยังได้ยกระดับแนวปฏิบัติเรื่องความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมให้บรรจุอยู่ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการ ประมวลจริยธรรมธุรกิจและนโยบายและระเบียบปฏิบัติการจัดซื้อ ซึ่งใช้บังคับกับทั้งกรรมการ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานในกลุ่ม เอไอเอส รวมถึงได้บรรจุเป็นแนวปฏิบัติในจรรยาบรรณคู่ธุรกิจ ซึ่งใช้บังคับกับพันธมิตรทางธุรกิจทุกราย

และในปีที่ผ่านมา เอไอเอสได้จัดให้มีการให้ความรู้พนักงานเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยผนวกเรื่องการค้าเงินถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นต่อชื่อเสียงและฐานะการเงินของบริษัทเข้าไปด้วย โดยได้เริ่มดำเนินการที่ศูนย์ปฏิบัติการภาคเหนือเป็นแห่งแรก และได้วางแผนให้ครอบคลุมสำนักงานใหญ่และภาคต่างๆ ภายในปี 2560

ตารางแสดงผลการดำเนินงานทางด้านสิ่งแวดล้อม

	หน่วย	2557	2558	2559
<b>พลังงาน</b>				
ปริมาณการบริโภคพลังงานทั้งหมด	เทระจูล	2,156	2,364	2,903
• การบริโภคพลังงานทางตรง	เทระจูล	99	100	143
- การบริโภคน้ำมันดีเซล	ลิตร	1,872,603	1,765,601	2,824,990
- การบริโภคน้ำมันเบนซิน	ลิตร	1,000,949	1,144,857	1,316,778
• การบริโภคพลังงานทางอ้อม	เทระจูล	2,057	3,263	2,760
- การบริโภคพลังงานไฟฟ้า	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	571,650,929	628,840,463	766,685,946
ปริมาณของเสียที่เกิดจากการปฏิบัติงาน				
• อัตราการกำจัดซากและรีไซเคิลแบตเตอรี่ UPS ที่ใช้ในสถานีฐาน	หน่วย	5,043	5,307	3,555
<b>การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ</b>				
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง				
• ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1)	ตัน CO <sub>2</sub> เทียบเท่า	7,239.39	7,280.68	11,438.06
- Fixed fuels	ตัน CO <sub>2</sub> เทียบเท่า	554.17	324.44	953.96
- Mobile fuels	ตัน CO <sub>2</sub> เทียบเท่า	6,685.22	6,956.24	10,484.10
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม				
• การบริโภคพลังงานทางอ้อม (Scope 2)	ตัน CO <sub>2</sub> เทียบเท่า	292,285.12	321,559.71	392,276.77
- ไฟฟ้า				



# တာဝန်



# การนำเสนอเนื้อหาในรายงาน

## วัตถุประสงค์

รายงานพัฒนาความยั่งยืนฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอข้อมูลเชิงนโยบาย กลยุทธ์ และการดำเนินงานใน 3 ด้าน คือเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเฉพาะในประเด็นที่มีสาระสำคัญ ซึ่งจะกระทบต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจ การดำรงอยู่ การพัฒนา และเติบโตอย่างต่อเนื่องในระยะยาวของเอไอเอสและกลุ่มเอไอเอส โดยแบ่งการนำเสนอออกตามผู้มีส่วนได้เสียหลัก 5 กลุ่ม คือ ชุมชนและสังคม ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน และสิ่งแวดล้อม

## ขอบเขตการรายงาน (G4-18)

เอไอเอสจัดทำรายงานพัฒนาความยั่งยืน ตามแนวทางของ Global Reporting Initiative (GRI) เป็นปีที่ 5 โดยใช้กรอบการรายงาน เวอร์ชัน 4 (GRI G4) และเนื้อหา มีความสอดคล้องตามแนวทาง GRI G4 ระดับเบื้องต้น (Core)<sup>(G4-32)</sup> รวมถึงได้มีการนำเสนอการปฏิบัติตามเกณฑ์ขั้นสูงสุดของข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (The UN Global Compact: UNGC) และการยกระดับวิถีการดำเนินงานตามเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) โดยท่านสามารถดูได้จากหน้า 106-114

ข้อมูลที่นำเสนอในรายงานประกอบด้วยข้อมูลของเอไอเอส บริษัทย่อยในกลุ่มเอไอเอสทั้งหมด ตามรายชื่อที่ได้เปิดเผยไว้ในรายงานประจำปี 2559 หัวข้อ “ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น” หน้า 259 และรวมถึงข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสอบถามผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งเป็นข้อมูลประจำปี 2559 (1 มกราคม 2559-31 ธันวาคม 2559) เว้นแต่จะได้กำหนดเฉพาะไว้เป็นอย่างอื่นซึ่งจะมีการระบุเป็นหมายเหตุให้ท่านทราบ โดยข้อมูลเชิงตัวเลขที่เกี่ยวข้องกับผลประกอบการได้ใช้ข้อมูลเดียวกันกับที่เปิดเผยในงบการเงินประจำปี 2559 ซึ่งผ่านการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีแล้ว<sup>(G4-33)</sup>

สำหรับ ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับลักษณะการประกอบธุรกิจ โครงสร้างการจัดการ การกำกับดูแลกิจการที่ดี การบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายใน และการตรวจสอบภายใน รางวัลและเหตุการณ์สำคัญในปีที่ผ่านมา รวมทั้งผลประกอบการ ได้นำเสนอไว้ในรายงานประจำปี 2559 ซึ่งสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้จากรายงานประจำปีที่เป็นรูปเล่ม หรือที่เผยแพร่ไว้บน <http://investor.ais.co.th>

## ช่องทางติดต่อ กรณีที่มีข้อสอบถาม

บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)  
เลขที่ 414 อาคารเอไอเอส ชั้น 22 ถนนพหลโยธิน  
แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400  
โทรศัพท์ : (66) 2029 3277  
โทรสาร : (66) 2029 5165  
อีเมล : [AISustainability@ais.co.th](mailto:AISustainability@ais.co.th)  
เว็บไซต์ : <http://www.ais.co.th>

## แนวทางในการกำหนดประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนของกลุ่มเอไอเอส (G4-18)

การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย (G4-24, G4-25, G4-26, G4-27)

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี สภาพเศรษฐกิจ สังคม และภาวะการแข่งขันทางธุรกิจ ทำให้พฤติกรรมและความคาดหวังของผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ มีความเปลี่ยนแปลงและซับซ้อนขึ้น โดยนอกจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลัก 5 กลุ่ม คือ ชุมชนและสังคม ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน และสิ่งแวดล้อมที่ทุกๆ การตัดสินใจหรือความคาดหวังจะมีผลต่อการดำเนินธุรกิจและพัฒนาการของเอไอเอสแล้ว ยังมีกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ

ที่เราต้องการรับรู้ทัศนคติและความคาดหวังเพิ่มเติม โดยมีการสอบถามและรับฟังผ่านหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มโดยตรง เพื่อที่สุดท้ายแล้ว ข้อมูลที่เอไอเอสได้รับการฟังจากผู้มีส่วนได้เสียเหล่านี้ จะเป็นตัวกำหนดทิศทางและการพัฒนาธุรกิจให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างคุณค่าร่วมกันในระยะยาวได้

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร/รับฟัง	ความถี่	ความคาดหวัง/ประเด็นที่ให้ความสำคัญ
<b>ชุมชน</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>ชุมชนสัมพันธ์</li> <li>กล่องรับข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียนที่สถานีฐาน</li> </ul>	ทุกวัน ทุกวัน	<ul style="list-style-type: none"> <li>การมีส่วนร่วมของเอไอเอสเพื่อสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง</li> <li>การสร้างความมั่นใจเรื่องความปลอดภัยของเสาสัญญาณโทรศัพท์</li> </ul>
<b>พันธมิตรทางธุรกิจ</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>การสำรวจความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่าย</li> <li>คอลเซ็นเตอร์</li> <li>พนักงานขาย</li> <li>การประเมินผ่านมาตรฐานการให้บริการของร้านค้าปลีก</li> <li>หน่วยงาน Value-added service</li> </ul>	ปีละ 1 ครั้ง ทุกวัน ทุกวัน ทุกเดือน ทุกวัน	<ul style="list-style-type: none"> <li>การปฏิบัติที่เป็นธรรมต่อพันธมิตรทุกราย</li> <li>ความรู้ในการตอบคำถามและการให้ความช่วยเหลือของพนักงานเอไอเอส</li> <li>การให้ผลตอบแทนที่จูงใจและเป็นธรรม</li> </ul>
<b>พนักงาน</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>การสำรวจความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร</li> <li>เว็บบอร์ดสำหรับพนักงานในอินทราเน็ต</li> <li>รายการ CEO Talk Weekly</li> </ul>	ปีละ 1 ครั้ง ทุกวัน ทุกวันศุกร์	<ul style="list-style-type: none"> <li>โอกาสก้าวหน้าในสายอาชีพ</li> <li>ค่าตอบแทนที่จูงใจและเป็นธรรม</li> <li>ปริมาณงานที่รับผิดชอบมีความเหมาะสม</li> <li>การรู้สึกรับผิดชอบที่มีคุณค่าต่อองค์กร</li> <li>ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน</li> </ul>
<b>ลูกค้า</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าผ่าน                             <ul style="list-style-type: none"> <li>คอลเซ็นเตอร์</li> <li>พนักงานขาย</li> <li>ตัวแทนจำหน่าย</li> <li>โซเชียลเน็ตเวิร์ค</li> </ul> </li> <li>การรับข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะของลูกค้าผ่านช่องทางต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น</li> </ul>	ทุกวัน ทุกวัน	<ul style="list-style-type: none"> <li>ความครอบคลุมและการมีคุณภาพของเครือข่าย</li> <li>การได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการที่ครบถ้วนและโปร่งใส</li> <li>การรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า</li> <li>ความปลอดภัยในการใช้สินค้าและบริการ</li> </ul>



กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร/รับฟัง	ความถี่	ความคาดหวัง/ประเด็นที่ให้ความสำคัญ
<b>ผู้ถือหุ้น และนักลงทุน</b>  	<ul style="list-style-type: none"> <li>การประชุมผู้ถือหุ้น</li> <li>การประชุมนักวิเคราะห์หลักทรัพย์ (Analyst briefing)</li> <li>การประชุมทางโทรศัพท์และการประชุมออนไลน์</li> <li>งานบริษัทจดทะเบียนพบผู้ลงทุน (Opportunity day)</li> <li>เดินทางพบนักลงทุนในและนอกประเทศ (Roadshow)</li> <li>เปิดโอกาสให้นักลงทุนเข้าพบที่บริษัท (Company visit)</li> <li>หน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์และหน่วยงานกำกับดูแลการปฏิบัติงาน</li> </ul>	<p>ปีละ 1 ครั้ง</p> <p>ปีละ 2 ครั้ง</p> <p>ไตรมาสละ 1 ครั้ง</p> <p>ไตรมาสละ 1 ครั้ง</p> <p>22 ครั้ง</p> <p>103 ครั้ง</p> <p>ทุกวัน</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผลประโยชน์ที่เติบโตแข็งแกร่ง</li> <li>ความสม่ำเสมอในการจ่ายเงินปันผล</li> <li>การกำกับดูแลกิจการที่ดี</li> <li>สิทธิในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างเท่าเทียมกัน</li> <li>การให้ข้อมูลอย่างโปร่งใสและเพียงพอ</li> </ul>
<b>หน่วยงานภาครัฐ</b>  	<ul style="list-style-type: none"> <li>หน่วยงานธุรกิจสัมพันธ์</li> </ul>	<p>ทุกวัน</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การปฏิบัติตามกฎระเบียบและกฎหมายทางด้านโทรคมนาคม</li> <li>คุณภาพและการขยายโครงข่ายเป็นไปตามข้อกำหนด</li> <li>การทำให้ทุกคนสามารถเข้าถึงบริการโทรคมนาคมอย่างเท่าเทียมกัน</li> <li>การแข่งขันอย่างเป็นธรรม</li> </ul>
<b>สื่อมวลชน</b>  	<ul style="list-style-type: none"> <li>การแจ้งข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์และโทรศัพท์</li> <li>การทำกิจกรรมร่วมกับสื่อมวลชน</li> <li>Knowledge Sharing</li> <li>สื่อมวลชนสัมพันธ์</li> </ul>	<p>ทุกวัน</p> <p>ไตรมาสละ 1 ครั้ง</p> <p>ทุกเดือน</p> <p>ทุกวัน</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ความมั่นใจในการบริหารจัดการขององค์กร</li> <li>การร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการจัดกิจกรรมต่างๆ ของสื่อมวลชน</li> <li>การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานของสื่อมวลชน</li> <li>เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของสื่อจากบริการของเอไอเอส</li> </ul>

## ขั้นตอนกำหนดประเด็นที่มีนัยสำคัญ (G4-20, G4-45)

เอไอเอสกำหนดประเด็นที่มีนัยสำคัญซึ่งเป็นตัวแปรหลักในการกำหนดแนวทางการดำเนินงานและการบริหารจัดการของ เอไอเอสใน 3-5 ปี โดยใช้วิธีการที่ให้ไว้ตามแนวทางของ Global Reporting Initiative (GRI) เวอร์ชัน 4 (GRI G4)

### ขั้นตอนที่ 1

#### ระบุประเด็นที่มีนัยสำคัญ

##### ปัจจัยนำเข้า (Input)

- ตัวชี้วัดตาม GRI
- ประเด็นด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมโทรคมนาคมทั้งในประเทศและสากล
- ทิศทางการดำเนินธุรกิจของเอไอเอส
- ปัจจัยเสี่ยงและโอกาสในปัจจุบันและที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต
- ทศนคติและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย

##### ผลลัพธ์ (Outcome)

ประเด็นที่คาดว่าจะมีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนของเอไอเอส

### ขั้นตอนที่ 2

#### จัดลำดับความสำคัญ

##### ปัจจัยนำเข้า (Input)

- สิ่งที่มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญ
- สิ่งที่มีความสำคัญด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมต่อเอไอเอส

##### ผลลัพธ์ (Outcome)

ตารางระบุประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนของเอไอเอสในแต่ละระดับ

### ขั้นตอนที่ 3

#### ตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วน

##### ปัจจัยนำเข้า (Input)

- ตารางระบุประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนของเอไอเอสในแต่ละระดับ
- การประชุมของกรรมการและผู้บริหารเพื่อพิจารณา

##### ผลลัพธ์ (Outcome)

ประเด็นที่มีนัยสำคัญที่ถูกต้องและครบถ้วนเพื่อนำไปกำหนดแนวทางการดำเนินงานและการบริหารจัดการของเอไอเอสใน 3-5 ปี

### ขั้นตอนที่ 4

#### ทวนสอบ

##### ปัจจัยนำเข้า (Input)

ตารางระบุประเด็นที่มีนัยสำคัญที่ได้จากการตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนในขั้นตอนที่ 3

##### ผลลัพธ์ (Outcome)

ความมั่นใจในข้อมูล

## ประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนของเอไอเอส



## วิธีการนำเสนอเนื้อหาของประเด็นที่มีนัยสำคัญในรายงานฉบับนี้

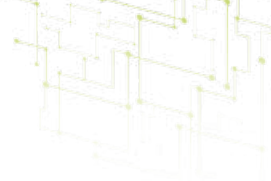
- ประเด็นที่มีนัยสำคัญมากที่สุด : เนื้อหาจะครอบคลุมถึงผลการดำเนินงาน เป้าหมาย และตัวชี้วัด
- ประเด็นที่มีนัยสำคัญปานกลาง : เนื้อหาจะครอบคลุมถึงผลการดำเนินงาน และตัวชี้วัด
- ประเด็นที่มีนัยสำคัญน้อยที่สุด : เนื้อหาจะนำเสนอเฉพาะผลการดำเนินงาน

## การควบคุมคุณภาพของการจัดทำรายงาน

1. ความสมดุลของข้อมูล (Balance) ยึดมั่นใจการนำเสนอข้อมูลที่มีความสมดุลทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถประเมินผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเราได้อย่างแม่นยำ
2. ความสามารถในการเปรียบเทียบเนื้อหา (Comparability) นำเสนอข้อมูลผลการดำเนินงานก่อนหน้า เพื่อแสดงถึงความเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่เกิดขึ้นในองค์กร
3. ความแม่นยำ (Accuracy) คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้ทวนสอบเพื่อให้แน่ใจว่า ข้อมูลในรายงานฉบับนี้มีความถูกต้องแม่นยำและมีรายละเอียดที่ครบถ้วน รวมถึงเป็นผู้อนุมัติการเผยแพร่รายงานฉบับนี้
4. ความตรงเวลา (Timeliness) จัดทำรายงานเป็นประจำทุกปี เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สนใจสามารถประเมินผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเราได้ตามต้องการในระยะเวลาที่คาดการณ์ได้
5. ความชัดเจน (Clarity) นำเสนอข้อมูลที่มีความชัดเจนและเข้าใจได้ง่ายสำหรับผู้อ่าน
6. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีขั้นตอนการทวนสอบความถูกต้องของข้อมูลโดยหน่วยงานภายใน เพื่อให้ผู้อ่านเกิดความมั่นใจในข้อมูลที่มีความถูกต้อง โปร่งใส และตรวจสอบได้

## ตารางการแสดงผลข้อมูลตามตัวชี้วัด GRI

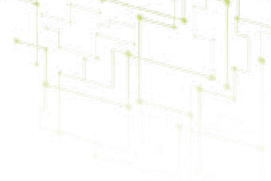
General Standard Disclosures	Page		Omission/Note	External Assurance
	Sustainability Report	Annual Report		
<b>Strategy and Analysis</b>				
G4-1	1	4	-	-
G4-2	1	38-46	-	-
<b>Organizational Profile</b>				
G4-3	5	230	-	-
G4-4	4-5	9, 25-28	-	-
G4-5	5	230	-	-
G4-6	5	230	Thailand	
G4-7	5	230-233	-	-
G4-8	4-5	223	Mobile and fixed broadband customers	
G4-9	5, 87	19, 25-33, 111, 222-228	-	-
G4-10	87	-	-	-
G4-11	-	-	Not applicable. In Thailand, the formal collective bargaining agreement has been enforced with the state-own enterprise only. However, AIS has been developed a communication and feedback channels for employees as stated in page 71-73 of sustainability report.	-
G4-12	51	-	-	-
G4-13	-	-	No significant changes	-
G4-14	11, 29, 51, 64, 90	45, 83-89	-	-
G4-15	22	76	1. Children's Rights and Business Principles (CRBP) 2. Thailand's Private Sector Collective Action Coalition against Corruption (CAC)	
G4-16	-	-	1. Thailand Business Council for Sustainable Development 2. Thailand's CSR Club	-



General Standard Disclosures	Page		Omission/Note	External Assurance
	Sustainability Report	Annual Report		
<b>Identified Material Aspects and Boundaries</b>				
G4-17	-	230-233	-	-
G4-18	102-105	-	-	-
G4-19	106	-	Materiality matrix	-
G4-20	105	-	All aspects are material within the organization as identified in 'step 1 (input)'	-
G4-21	105	-	All aspects are material outside the organization as identified in 'step 1 (input)'	-
G4-22	27	-	Change in method of Community Relations Index	-
G4-23	-	-	No significant changes	-
<b>Stakeholder Engagement</b>				
G4-24	103-104	-	-	-
G4-25	103	-	-	-
G4-26	103-104	-	-	-
G4-27	103-104	-	-	-
<b>Reporting Profile</b>				
G4-28	102	-	-	-
G4-29	-	-	1 <sup>st</sup> Jan 2015 - 31 <sup>st</sup> Dec 2015	-
G4-30	102	-	Annually	-
G4-31	102	-	-	-
G4-32	102, 107-112	-	-	-
G4-33	102	106-110	The financial data are audited by independent auditor.	-
<b>Governance</b>				
G4-34	9	57	The Board of Directors	-
G4-35	9	-	-	-
G4-36	9	-	-	-
G4-37	104	74	-	-
G4-38	-	47-51, 58-59, 66	-	-
G4-39	-	47	Mr. Kan Trakulhoon is an independent director.	-

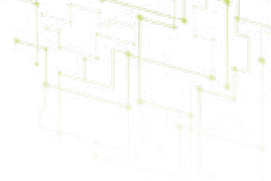
General Standard Disclosures	Page		Omission/Note	External Assurance
	Sustainability Report	Annual Report		
<b>Governance</b>				
G4-40	-	65	-	-
G4-41	-	62, 71, 91-100	1. Page 62 - The scope of Audit Committee no. 7 2. Page 71 - more than one-third of the Board is independent directors and more than half is non-executive director	-
G4-42	9	-	-	-
G4-43	9	72	Page 72 of annual report - Orientation and Continuing Training for Directors	-
G4-44	-	72	Board and Chief Executive Officer Assessment	-
G4-45	9, 105	59-60	-	-
G4-46	9	59-60, 83-84	-	-
G4-47	-	83	Annually	-
G4-48	105-106	-	1. Step 3-Validation and Completeness 2. No.3 of Process for defining report quality	-
G4-49	-	74	Communication with Stakeholders	-
G4-50	47	45	1 Case of breaching of customer data privacy was reported.	-
G4-51	-	66-70	Remuneration for Directors and Management	-
G4-52	-	66	The Leadership Development and Compensation Committee will determine necessary and appropriate remuneration in both monetary and non-monetary terms for the Company's directors, members of the sub-committees, and the Chief Executive Officer, including senior executives reporting directly to the Chief Executive Officer.	-





General Standard Disclosures	Page		Omission/Note	External Assurance
	Sustainability Report	Annual Report		
<b>Governance</b>				
G4-53	-	66	The Directors' Compensation Survey published by the Stock Exchange of Thailand and the Thai Institute of Directors Association shall be considered annually. The remuneration for directors and members of the sub-committees shall be proposed, respectively, to the Board of Directors meeting and the Company's general shareholders' meeting, which is held on an annual basis.	-
G4-54	-	-	Not applicable due to proprietary information	-
G4-55	-	-	Not applicable due to proprietary information	-
<b>Ethics and Integrity</b>				
G4-56	-	71-78	-	-
G4-57	-	75-76	We have ethics hotline, e-mail: <a href="mailto:aisbusinessethics@ais.co.th">aisbusinessethics@ais.co.th</a> . as well as whistleblowing mechanism. All calls/ messages are confidential and employees can remain anonymous.	-
G4-58	-	75-76	We have ethics hotline, e-mail: <a href="mailto:aisbusinessethics@ais.co.th">aisbusinessethics@ais.co.th</a> . as well as whistleblowing mechanism. All calls/ messages are confidential and employees can remain anonymous.	-

Specific Standard Disclosures	Page		Omission/Note	External Assurance
	Sustainability Report	Annual Report		
<b>DMA and Indicators (Category: Economic)</b>				
G4-DMA	2-61	-	The reported aspects are material across the organization. Further details of process for defining determining material aspects, please see page 103-106	-
G4-EC1	5	113-114	-	-
G4-EC7	2-3, 12-21, 52-54, 59-61	-	-	-
G4-EC8	2-3, 12-21, 52-54, 59-61	-	-	-
<b>DMA and Indicators: (Category: Environment)</b>				
G4-DMA	90-100	-	The reported aspects are material across the organization. Further details of process for defining determining material aspects, please see page 103-106	-
G4-EN3	100	-	-	-
G4-EN6	93-94, 99	-	-	-
G4-EN15	100	-	-	-
G4-EN16	100	-	-	-
G4-EN23	95-96, 100	-	-	-
G4-EN27	92-94, 96-98	-	-	-
<b>DMA and Indicators: (Category: Social)</b>				
G4-DMA	11-87	-	The reported aspects are material across the organization. Further details of process for defining determining material aspects, please see page 103-106	-
G4-LA1	87	-	-	-
G4-LA6	88	-	-	-
G4-LA9	76, 88	-	-	-
G4-LA11	88	-	-	-
G4-HR10	57	-	Through ethics assessment	-
G4-SO1	18-20, 82	-	-	-



Specific Standard Disclosures	Page		Omission/Note	External Assurance
	Sustainability Report	Annual Report		
<b>DMA and Indicators: (Category: Social)</b>				
G4-SO4	-	75-76	Make an awareness campaign about conflict of interest for managements, employees and partners	-
G4-PR5	39, 41	-	-	-
G4-PR8	48	-	-	-

หมายเหตุ: การจัดทำตารางแสดงข้อมูลดังต่อไปนี้เป็นไปตามข้อกำหนดของ GRI ที่ระบุให้ต้องจัดทำเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น โดยผู้สนใจสามารถศึกษาความหมายของตัวชี้วัดแต่ละประเภท ได้ที่ <https://www.globalreporting.org>

## การปฏิบัติตามเกณฑ์ขั้นสูงสุดของข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UNGC)

ปัจจุบัน เอไอเอสยังไม่ได้มีการลงนามให้คำมั่นสัญญาในการปฏิบัติตามเกณฑ์ขั้นสูงสุด 10 ประการ (The Ten Principle) ของข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact: UNGC) แต่ทั้งนี้ ในปี 2558 เราได้ทำการศึกษาและนำมาเป็นแนวปฏิบัติในการดำเนินงานเพื่อพัฒนาความยั่งยืนของเอไอเอส จึงขอสรุปรายงานการปฏิบัติตามแนวทางของ UNGC ดังนี้

เกณฑ์ขั้นสูงสุดของ UNGC	การดำเนินการของเอไอเอส	ตำแหน่งในรายงาน	
		รายงานพัฒนาความยั่งยืน	รายงานประจำปี
<b>การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน</b>			
1. สนับสนุนและเคารพในการปกป้องสิทธิมนุษยชนที่ประกาศในระดับสากล	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การเข้าร่วมโครงการ “การดำเนินธุรกิจโดยเคารพและสนับสนุนสิทธิเด็ก” (Children’s Right and Business Principles - CRBP) ตั้งแต่ปี 2558</li> <li>• แพคเกจพิเศษสำหรับผู้บกพร่องทางการได้ยินและผู้บกพร่องทางสายตา</li> <li>• ความเสมอภาคในการจ้างงานและการให้สวัสดิการ</li> <li>• การส่งเสริมเรื่องการเคารพสิทธิมนุษยชน</li> <li>• การผนวกเรื่องสิทธิมนุษยชนเข้าเป็นส่วนหนึ่งในนโยบายของบริษัท</li> </ul>	22 15 21, 66 83 66	- - - - 71
2. หมั่นตรวจตราดูแลมิให้ธุรกิจของตนเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดสิทธิมนุษยชน	<ul style="list-style-type: none"> <li>• จรรยาบรรณคู่ธุรกิจเอไอเอส</li> <li>• พันธมิตรของเอไอเอสทุกรายจะต้องดำเนินงานด้วยการคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมและการเคารพสิทธิมนุษยชน</li> </ul>	57-58	-

เกณฑ์ขั้นสูงสุดของ UNGC	การดำเนินการของเอไอเอส	ตำแหน่งในรายงาน	
		รายงานพัฒนา ความยั่งยืน	รายงานประจำปี
<b>การดำเนินงานด้านแรงงาน</b>			
3. ส่งเสริมสนับสนุนเสรีภาพในการรวมกลุ่มของแรงงานและการรับรองสิทธิในการร่วมเจรจาต่อรองอย่างจริงจัง	• การสื่อสารกับพนักงานและการเปิดรับฟังเสียงของพนักงาน	71-74	-
4. จัดการใช้แรงงานเกณฑ์และที่เป็นการบังคับในทุกรูปแบบ	• การผนวกเรื่องสิทธิมนุษยชนเข้าเป็นส่วนหนึ่งในระเบียบบริหารงานบุคลากร	66	-
5. ยกเลิกการใช้แรงงานเด็กอย่างจริงจัง	• การผนวกเรื่องสิทธิมนุษยชนเข้าเป็นส่วนหนึ่งในระเบียบบริหารงานบุคลากร	66	-
6. จัดการเลือกปฏิบัติในเรื่องการจ้างงานและการประกอบอาชีพ	• ความเสมอภาคในการจ้างงานและการให้สวัสดิการ	21, 66	-
<b>การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม</b>			
7. สนับสนุนแนวทางการระแวดระวังในการดำเนินงานที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	• สิ่งแวดล้อมของเรา	90-100	-
8. อาสาจัดทำกิจกรรมที่ส่งเสริมการยกระดับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	• สิ่งแวดล้อมของเรา	90-100	-
9. ส่งเสริมการพัฒนาและการเผยแพร่เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	• สิ่งแวดล้อมของเรา	90-100	-
<b>การดำเนินงานด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน</b>			
10. ดำเนินงานในทางต่อต้านการทุจริต รวมทั้งการกรรโชก และการให้สินบนในทุกรูปแบบ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• นโยบายต่อต้านการให้หรือรับสินบน และการคอร์รัปชัน</li> <li>• การเป็นสมาชิกของแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต</li> <li>• นโยบายการบริหารความเสี่ยงจากการทุจริต</li> </ul>	76-77	-




หมายเหตุ: การแปลเนื้อหาเกณฑ์ขั้นสูงสุด 10 ประการของ UNGC ได้รับอนุเคราะห์จากข้อมูลที่จัดทำและเผยแพร่โดยสถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์

# การดำเนินงานตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs)



Advanced Info Service Plc. supports the SDGs

SDGs	การดำเนินการของเอไอเอส	ตำแหน่งในรายงาน	
		รายงานพัฒนา ความยั่งยืน	รายงานประจำปี
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ลดอุปสรรคในการเรียนรู้และการเข้าถึงการศึกษาของเด็กโรงเรียนบ้านคีรีล้อม กว่า 100 คน</li> <li>โครงการสานรักคนเก่งหัวใจแกร่ง</li> <li>ขยายโอกาสทางสังคม ให้คนไทยทุกคนสามารถเข้าถึงเทคโนโลยี3G และ4G ของเอไอเอสได้ด้วยมือถือสมาร์ตโฟนเอไอเอส ลาวา และแพ็คเกจที่หลากหลายในราคาที่เข้าถึงได้</li> <li>สร้างการเข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคม</li> </ul>	13-14 25 3, 14-15	- - 11
	<ul style="list-style-type: none"> <li>แอปพลิเคชัน อสม.ออนไลน์</li> <li>ดูแลสุขภาพระอานามัย ความปลอดภัย และความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน</li> </ul>	19-20 78-81	- -
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ลดอุปสรรคในการเรียนรู้และการเข้าถึงการศึกษาของเด็กโรงเรียนบ้านคีรีล้อม กว่า 100 คน</li> <li>โครงการสานรักคนเก่งหัวใจแกร่ง</li> </ul>	13-14 25	- -
	<ul style="list-style-type: none"> <li>เคารพความหลากหลายและแตกต่างของพนักงานทุกคนไม่ว่าจะเป็นทางเพศ เจเนอเรชั่น สภาทางร่างกายและอายุ</li> </ul>	21, 66, 87	59
	<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการระบบไอซีที และพลังงานทดแทนแบบบูรณาการสำหรับชุมชนชายขอบ ตามพระราชดำริสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี</li> <li>เชื่อมโยงจุดแข็งทางด้านเทคโนโลยีและพลังงานทางเลือกในการให้บริการเครือข่าย</li> </ul>	13-14 91-93	- -
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ความเสมอภาคในการจ้างงานและการให้สวัสดิการ</li> <li>ต่อต้านการใช้แรงงานเด็กที่ผิดกฎหมายในทุกกระบวนการดำเนินธุรกิจ</li> <li>โครงการ AIS theStartUp</li> </ul>	21, 66 22, 58 59-61	- - -
	<ul style="list-style-type: none"> <li>บริการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน mPAY</li> <li>โครงการวิจัย พัฒนา และ นวัตกรรมของเอไอเอส</li> <li>แอปพลิเคชัน อสม.ออนไลน์</li> </ul>	96 - 19-20	28 34-37 -

SDGs	การดำเนินการของเอไอเอส	ตำแหน่งในรายงาน	
		รายงานพัฒนา ความยั่งยืน	รายงานประจำปี
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ความเสมอภาคในการจ้างงานและการให้สวัสดิการ</li> <li>• ขยายโอกาสทางสังคม ให้คนไทยทุกคนสามารถเข้าถึงเทคโนโลยี 3G และ 4G ของเอไอเอสได้ด้วยมือถือสมาร์ทโฟนเอไอเอส ลาวา และแพ็คเกจที่หลากหลายในราคาที่เข้าถึงได้</li> </ul>	<p>21, 66</p> <p>3, 14-15</p>	<p>-</p> <p>11</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจ</li> <li>• การดำเนินการป้องกันความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อโครงข่าย</li> </ul>	<p>90-100</p> <p>-</p>	<p>-</p> <p>45</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• จริยธรรมธุรกิจ การต่อต้านการให้หรือรับสินบน และการคอร์รัปชัน</li> <li>• แอปพลิเคชัน AIS safe &amp; Care</li> <li>• อุุ่นใจไพร่มาทง แสงสว่างใกล้ชิดชุมชน</li> <li>• โครงการสานรัก</li> </ul>	<p>51, 57</p> <p>20</p> <p>20</p> <p>25</p>	<p>75-76</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p>





บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)  
สำนักงานใหญ่ 414 อาคารเอไอเอส 1 ถนนพหลโยธิน  
สามเสนใน พญาไท กรุงเทพฯ 10400  
โทรศัพท์ : (66) 2029 5000  
โทรสาร : (66) 2029 5165  
[www.ais.co.th](http://www.ais.co.th)