

ธุรกิจของเรา

นโยบายและภาพรวม การประกอบธุรกิจ

เอไอเอส ดำเนินธุรกิจให้บริการโทรคมนาคมมา 29 ปี โดยเริ่มดำเนินงานภายใต้ระบบสัญญาร่วมการทำงาน หรือสัมปทาน ซึ่งผู้ให้บริการได้รับสิทธิในการใช้คลื่นความถี่จากหน่วยงานของรัฐภายใต้สัญญาในรูปแบบ สร้าง-โอน-ดำเนินการ (Built-Transfer-Operate) ตั้งแต่ปี 2533 โดยสัญญาร่วมดำเนินงานมีระยะเวลา 25 ปี ต่อมา กสทช. ถูกตั้งขึ้นในปี 2553 และจัดประมูลคลื่นความถี่และจัดสรรใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ชุดแรกในปี 2555 เป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของอุตสาหกรรมโทรคมนาคมไทย เนื่องจากใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่อยู่ภายใต้ระบบใบอนุญาตซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของนานาชาติในการส่งเสริมการแข่งขันอย่างเท่าเทียมและสนับสนุนให้ผู้ให้บริการได้ให้บริการเทคโนโลยีใหม่ เช่น 3G และ 4G เพื่อตอบโจทย์การใช้งานของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น

เอไอเอสยังคงยึดมั่นในวิสัยทัศน์ที่จะ”เป็นผู้ให้บริการเทคโนโลยีดิจิทัลที่ได้รับการยอมรับสูงสุดในประเทศไทย” โดยมีเป้าหมายเสริมสร้างการดำเนินชีวิตด้วยบริการเทคโนโลยีดิจิทัลผ่านพันธกิจ ดังนี้

1. ส่งมอบบริการที่เหนือกว่า เพื่อส่งเสริมการดำเนินชีวิต
รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถและประสิทธิภาพ
ในการประกอบธุรกิจของผู้ใช้บริการ

2. ใส่ใจบริการลูกค้า เพื่อสร้างความผูกพันกับผู้ใช้บริการ

3. เสริมสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่กระฉับกระเฉง
ให้บุคลากรมีความเป็นมืออาชีพ มีความคิดเชิงบวก
และมีแนวคิดในการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ
เพื่อการเติบโตขององค์กร

4. สร้างการเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน
กับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย



ผู้ให้บริการด้านดิจิทัลไลฟ์



ปัจจุบันเอไอเอสเป็น “ผู้ให้บริการด้านดิจิทัลไลฟ์”
โดยดำเนินธุรกิจหลัก 3 ธุรกิจ ได้แก่

1. ธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่



ให้บริการโครงข่าย
โทรศัพท์เคลื่อนที่
4G/3G/2G



บริการระบบรายเดือน
“เอไอเอสรายเดือน
(AIS Post-Paid)”,
บริการระบบเติมเงิน
“เอไอเอสวันทูคอล
(AIS One-2-Call)”



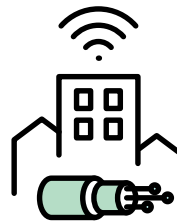
การขาย
โทรศัพท์มือถือ



บริการโรมมิ่ง
และโทรออกต่างประเทศ

ธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่

2. ธุรกิจอินเทอร์เน็ต ความเร็วสูง



ธุรกิจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง



บริการอินเทอร์เน็ตด้วยเทคโนโลยีไฟเบอร์
สำหรับลูกค้าครัวเรือนทั่วไป และสำหรับ
ผู้ประกอบการรายย่อย

เปิดให้บริการตั้งแต่เดือนเมษายน 2558 โดย
ให้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านความเร็ว
สูงผ่านใยแก้วนำแสง (FTTx) พร้อม
คอนเทนต์แพลตฟอร์มในรูปแบบ
on-demand



ธุรกิจดิจิทัลเซอร์วิส

3. ธุรกิจดิจิทัลเซอร์วิส

เป็นบริการต่อยอดด้านดิจิทัลที่มุ่งเน้นสร้าง
มูลค่าเพิ่มจากฐานธุรกิจบริการโทรศัพท์
เคลื่อนที่ และอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดย
ตั้งเป้าให้เป็นแหล่งรายได้ใหม่ ในระยะกลาง
ถึงยาว สอดรับกับการเปลี่ยนแปลงของ
พฤติกรรมผู้บริโภคและเทคโนโลยี



วิดีโอแพลตฟอร์ม



ธุรกิจคลาวด์
สำหรับองค์กร



ธุรกรรมทาง
การเงินบนมือถือ



Internet of Things



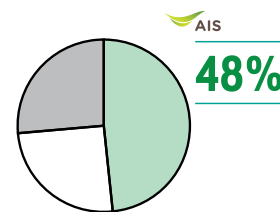
แพลตฟอร์มอื่นๆ

ในปี 2562 เอไอเอสมีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 289,669 ล้านบาท และมีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด 633,287 ล้านบาท ซึ่งสูงเป็นลำดับที่ 4 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

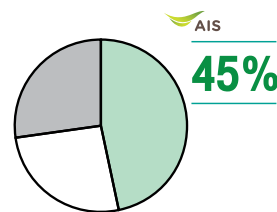
ผู้นำในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่



ส่วนแบ่งตลาด
เชิงรายได้ในปี 2562



ส่วนแบ่งตลาด
เชิงผู้ใช้บริการในปี 2562

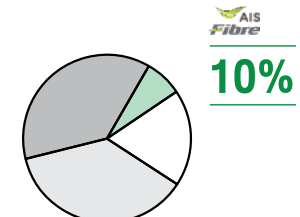


ผู้ให้บริการรายอื่นในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ ดีแทคและทรูเนท

เติบโตในตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง



ส่วนแบ่งตลาด
เชิงผู้ใช้บริการในปี 2562



ผู้ให้บริการรายอื่นในตลาดอินเทอร์เน็ตบ้านได้แก่ ทรู กูร์ และ 3BB

เอไอเอสดังเดิมเป็น

ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
ในประเทศไทยรายใหญ่ที่สุด

รายได้จากธุรกิจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในปี 2562
เพิ่มขึ้นร้อยละ 29 จากปีก่อน

ณ สิ้นปี 2562 เอไอเอสดังเดิมเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยรายใหญ่ที่สุด มีส่วนแบ่งทางการตลาดเชิงรายได้อยู่ที่ร้อยละ 48 และมีผู้ใช้บริการจำนวน 42 ล้านเลขหมายทั่วประเทศ โดยรายได้จากบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ยังคงมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 71 ของรายได้รวม และในปีที่ผ่านมาเรามีรายได้เติบโตร้อยละ 4.2 ด้วยความที่เอไอเอสดังเดิมมีสิทธิใช้งานในปัจจุบันสามารถให้บริการโครงข่ายที่มีคุณภาพทั้งเทคโนโลยี 4G, 3G และ 2G ครอบคลุมกว่าร้อยละ 98 ของประชากร และในปีที่ผ่านมา เอไอเอสได้เริ่มเตรียมความพร้อมสู่ 5G ผ่านการวิจัยพัฒนาและทดสอบทดสอบเทคโนโลยี 5G ร่วมกับพันธมิตรและคู่ค้าทั้งในด้านการพัฒนาเทคโนโลยีโครงข่าย การเตรียมความพร้อมในเชิงเทคนิคและกระบวนการทำงาน รวมถึงการทดสอบบริการและการใช้งานในรูปแบบต่างๆ ของหลายอุตสาหกรรม

เอไอเอสได้เริ่มดำเนินธุรกิจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงภายใต้แบรนด์ 'เอไอเอส ไฟเบอร์' ตั้งแต่ปี 2558 โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างรายได้ใหม่และต่อยอดบริการเพิ่มเติมจากโครงข่ายไฟเบอร์ที่ลงทุนอยู่แล้วในธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่และจากฐานลูกค้าที่มีอยู่ ปัจจุบันให้บริการในกว่า 57 จังหวัด มีความครอบคลุมถึง 7 ล้านครัวเรือน เอไอเอส ไฟเบอร์ ทำตลาดด้วยจุดเด่นที่เป็นผู้ให้บริการเทคโนโลยีไฟเบอร์ถึงบ้าน (FTTH) เพื่อเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตสู่ครัวเรือน และพร้อมรองรับลูกค้าที่ยังใช้งานเทคโนโลยี ADSL ที่ต้องการเปลี่ยนเป็นเทคโนโลยีที่มีคุณภาพสูงขึ้นและความเร็วที่ให้บริการได้สูงสุดถึง 1 กิกะบิตต่อวินาที ทั้งนี้รายได้จากธุรกิจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในปี 2562 เพิ่มขึ้นร้อยละ 29 จากปีก่อน และคิดเป็นร้อยละ 3.7 ของรายได้การให้บริการรวม โดยปัจจุบันมีจำนวนผู้ใช้บริการอยู่ที่ 1,037,600 ราย คิดเป็นส่วนแบ่งตลาดเชิงผู้ใช้บริการกว่าร้อยละ 10 ของตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

หมายเหตุ: คำนวณจากผลประกอบการที่ไม่รวมผลกระทบของมาตรฐานบัญชีไทยฉบับที่ 15

ต่อยอดธุรกิจหลัก ผ่านบริการดิจิทัลเซอร์วิส



ธุรกิจส่วนที่สามของเอไอเอส คือ ธุรกิจดิจิทัลเซอร์วิส (Digital Service) คือการพัฒนาบริการด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลในหลากหลายรูปแบบตั้งแต่โครงข่ายแพลตฟอร์มการให้บริการ และโซลูชันเพื่อสร้างบริการดิจิทัลให้แก่ทั้งลูกค้าทั่วไปและลูกค้าองค์กร ผ่านการร่วมมือและพัฒนาระบบนิเวศของการทำธุรกิจแบบเชื่อมโยงร่วมกับพันธมิตรเพื่อการเติบโตไปพร้อมกัน ทั้งนี้ เอไอเอสได้เน้นการทำดิจิทัลเซอร์วิสใน 5 ด้านหลัก ได้แก่ วิดีโอแพลตฟอร์ม (VDO Platform) คลาวด์สำหรับองค์กร (Business Cloud) ธุรกิจทางการเงินบนมือถือ (Mobile Money) บริการเชื่อมต่อระหว่างอุปกรณ์ (IoT) และบริการแพลตฟอร์มอื่นๆ ทั้งนี้ ธุรกิจดิจิทัลเซอร์วิสจะเป็นส่วนสนับสนุนสำคัญที่ช่วยให้เอไอเอสสามารถสร้างแหล่งรายได้แหล่งใหม่ในอนาคตนอกเหนือจากการคิดค่าบริการการใช้อินเทอร์เน็ตบนมือถือในปัจจุบัน และทำให้เอไอเอสสามารถเป็นผู้ให้บริการแบบครบวงจร (Integrated Player) ผ่านการผนวกสินค้าและบริการจากธุรกิจหลักทั้ง 3 ธุรกิจเข้าด้วยกัน (Convergence)

ดำเนินงานภายใต้ระบบใบอนุญาต ผ่านการกำกับดูแลของ กสทช.



ธุรกิจของเอไอเอสในส่วนใหญ่โดยเฉพาะธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่และธุรกิจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ดำเนินการอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติหรือ กสทช. ซึ่งถูกจัดตั้งโดยพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ พ.ศ. 2553 ทั้งนี้ เอไอเอส ผ่านบริษัทย่อย ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบกิจการโทรคมนาคมและมีใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ได้แก่ ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ 2100, 1800 และ 900 เมกะเฮิรตซ์ รวมทั้งเป็นพันธมิตรในการใช้งานคลื่นความถี่ 2100 เมกะเฮิรตซ์กับทีโอที ทำให้เอไอเอสมีคลื่นความถี่ใช้งานรวม ณ สิ้นปี 2562 ทั้งสิ้น 2x60 เมกะเฮิรตซ์ เอไอเอสมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบในการจ่ายค่าธรรมเนียมใบอนุญาต การสทบเงินเข้ากองทุนวิจัยและพัฒนากิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ และค่าธรรมเนียมการใช้เลขหมายแก่ กสทช. โดยรวมค่าธรรมเนียมทั้งหมดคิดเป็นประมาณร้อยละ 4 ของรายได้การให้บริการในแต่ละปี

จ่ายเงินปันผลไม่น้อยกว่า ร้อยละ 70 ของกำไรสุทธิ



เอไอเอสมีนโยบายจ่ายเงินปันผลไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 ของกำไรสุทธิตามงบการเงินรวม โดยจะพิจารณาการจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นปีละ 2 ครั้ง การจ่ายเงินปันผลครั้งแรกจะพิจารณาจากผลการดำเนินงานของบริษัทในงวดครึ่งปีแรก และการจ่ายเงินปันผลครั้งที่สองจะพิจารณาจากผลการดำเนินงานของบริษัทในงวดครึ่งปีหลัง ซึ่งจำนวนเงินปันผลรวมประจำปีจะต้องได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น

สำหรับการจ่ายเงินปันผลของบริษัทย่อย จะพิจารณาจากผลการดำเนินงานของบริษัทย่อย สถานะการเงิน และปัจจัยสำคัญอื่นๆ ของบริษัทย่อยนั้นๆ

ทั้งนี้ การจ่ายเงินปันผลในทุกกรณี จะขึ้นอยู่กับกระแสเงินสดและแผนการลงทุน รวมถึงความจำเป็นและความเหมาะสมอื่นๆ ในอนาคตของบริษัทและ/หรือบริษัทย่อย และการจ่ายเงินปันผลดังกล่าวจะต้องไม่เกินกำไรสะสมที่ปรากฏในงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัท และ/หรือมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินงานปกติของบริษัทและบริษัทย่อย โดยข้อมูลการจ่ายเงินปันผลในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา มีดังนี้

	2558	2559	2560	2561	2562
การจ่ายเงินปันผล (บาท : หุ้น)	12.99	10.08	7.08	7.08	7.34
1. เงินปันผลจากผลการดำเนินงานครึ่งปีแรก	6.50	5.79	3.51	3.78	3.78
2. เงินปันผลจากผลการดำเนินงานครึ่งปีหลัง	6.49	4.29	3.57	3.30	3.56
อัตราการจ่ายเงินปันผล (ร้อยละ)	99	98	70	71	70

หมายเหตุ: ข้อมูลในปี 2557-2559 จ่ายตามนโยบายเดิมที่ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 100 แต่ตั้งแต่ปี 2560 จ่ายตามนโยบายปันผลใหม่ที่ต่ำกว่าร้อยละ 70



ข้อมูลหลักทรัพย์และผู้ถือหุ้น

จำนวนทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว

ทุนจดทะเบียน	: 4,997,459,800 บาท ประกอบด้วย หุ้นสามัญจำนวน 4,997,459,800 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท
ทุนที่ออกและชำระแล้ว	: 2,973,178,632 บาท ประกอบด้วย หุ้นสามัญจำนวน 2,973,178,632 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท

ผู้ถือหุ้น



(ก) รายชื่อผู้ถือหุ้นสูงสุด 10 รายแรก ณ วันที่ 19 สิงหาคม 2562 (วันกำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้นเพื่อสิทธิในการได้รับเงินปันผล: Record date)

ลำดับ	รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวน (หุ้น)	สัดส่วน การถือหุ้น (%)
1.	บริษัท อินทิส โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)	1,202,712,000	40.45
2.	Singtel Strategic Investments Pte. Ltd.	693,359,000	23.32
3.	บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด ¹⁾	194,433,111	6.54
4.	South East Asia UK (Type C) Nominee Limited	104,875,677	3.53
5.	สำนักงานประกันสังคม	83,327,800	2.80
6.	State Street Bank Europe Limited	64,711,718	2.18

ลำดับ	รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวน (หุ้น)	สัดส่วน การถือหุ้น (%)
7.	GIC Private Limited	20,431,500	0.69
8.	State Street Bank And Trust Company	18,812,113	0.63
9.	SE ASIA (TYPE B) NOMINEES LLC	12,366,447	0.42
10.	SOUTH EAST ASIA UK (TYPE A) NOMINEES LIMITED	11,849,688	0.40
รวม		2,406,879,054	80.96

หมายเหตุ:

1) ผู้ถือหุ้นสามารถทราบข้อมูลนักลงทุนในบริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด ได้ในเว็บไซต์ www.set.or.th
ทั้งนี้ ผู้ถือหุ้นในบริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด ณ 19 สิงหาคม 2562 มีดังนี้

	รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหน่วย NVDR	สัดส่วนการ การถือหุ้น (%)
1.	STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY	31,276,080	1.05
2.	STATE STREET EUROPE LIMITED	29,490,185	0.99
3.	SOUTH EAST ASIA UK (TYPE C) NOMINEES LIMITED	20,739,857	0.70
รวม		81,506,122	2.74



(๗) กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่โดยพฤตินัยมีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายการจัดการหรือการดำเนินงานของบริษัท

1. บมจ. อินทัช โฮลดิ้งส์ ถือหุ้นในบริษัทร้อยละ 40.45 โดยผู้ถือหุ้นใหญ่ 10 รายแรก ของบมจ. อินทัช โฮลดิ้งส์ ได้แก่

	รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวน (หุ้น)	สัดส่วน การถือหุ้น (%)
1.	SINGTEL GLOBAL INVESTMENT PTE LTD ¹⁾	673,348,264	21.00
2.	บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด ²⁾	532,380,897	16.60
3.	THE HONGKONG AND SHANGHAI BANKING CORPORATION LIMITED	320,283,660	9.99
4.	SOUTH EAST ASIA UK (TYPE C) NOMINEES LIMITED	128,425,755	4.01
5.	สำนักงานประกันสังคม	43,537,600	1.36
6.	กองทุนเปิด กรุงศรีหุ้นระยะยาวปันผล	38,737,100	1.21
7.	UBS AG LONDON BRANCH	28,245,994	0.88
8.	นายเพิ่มศักดิ์ เก่งมานะ	27,829,500	0.87
9.	STATE STREET EUROPE LIMITED	24,515,815	0.76
10.	กองทุนเปิด กรุงศรีหุ้นปันผล	20,869,600	0.65

2. Singtel Strategic Investments Pte. Ltd. ถือหุ้นในบริษัทโดยตรงร้อยละ 23.32 โดยผู้ถือหุ้นของ Singtel Strategic Investments Pte. Ltd. ได้แก่

รายชื่อผู้ถือหุ้น	สัดส่วนการถือหุ้น (%)
Singtel Asian Investments Pte. Ltd. *	100.00

* Singtel Asian Investments Pte. Ltd. ถือหุ้นโดย Singapore Telecommunications Limited ในอัตราร้อยละ 100 (ที่มา: Accounting and Corporate Regulatory Authority (ARCA), Singapore ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562)

(ค) ข้อตกลงระหว่างกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ในเรื่องที่มีผลกระทบต่อการออกและเสนอขายหลักทรัพย์ หรือการบริหารงานของบริษัท โดยที่ข้อตกลงดังกล่าวมีบริษัทร่วมลงนามด้วย

- ไม่มี -

หมายเหตุ:

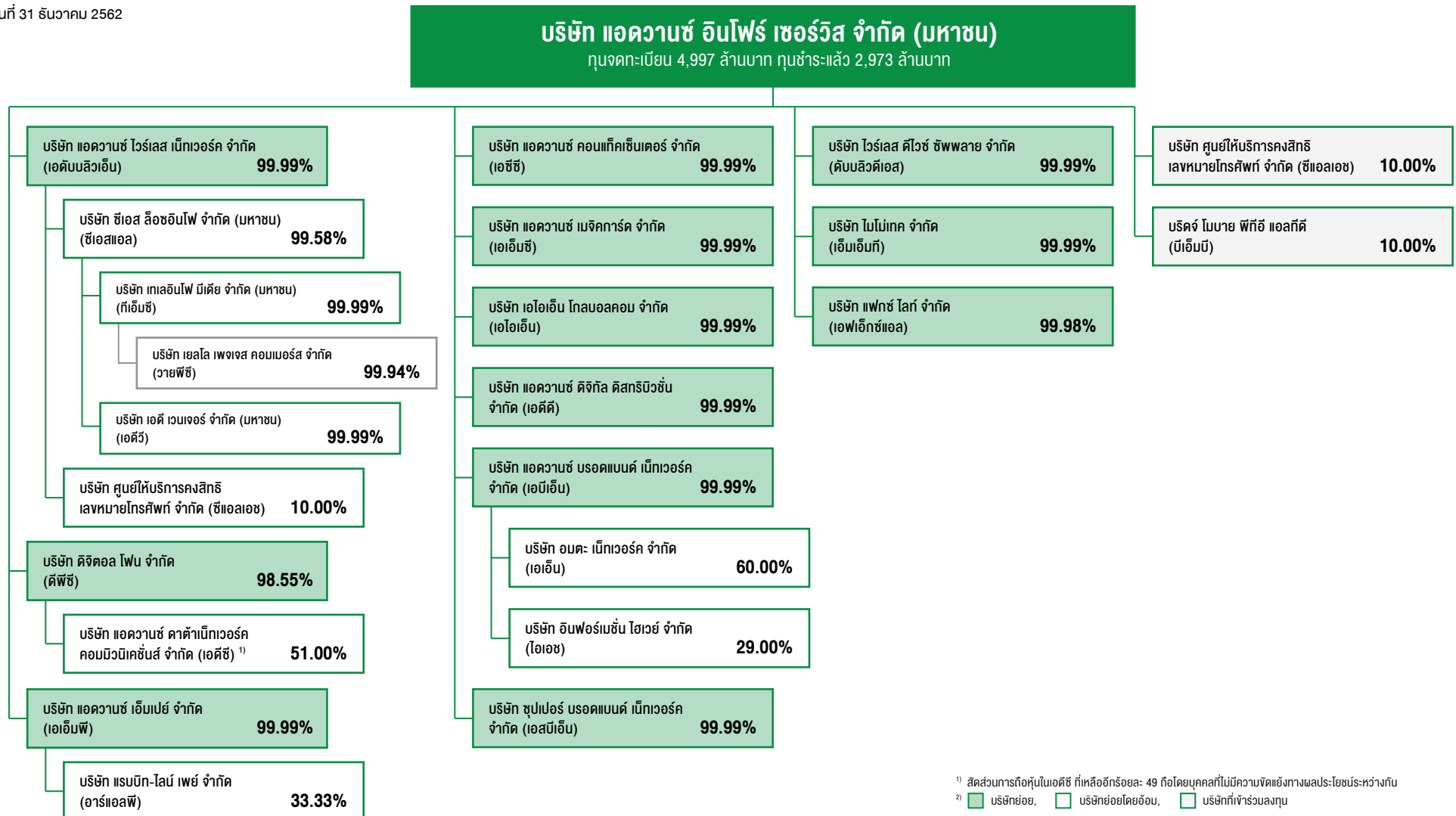
1) Singtel Global Investment Pte. Ltd. เป็นบริษัทย่อยโดยทางอ้อมของ Singapore Telecommunications Ltd. ถือหุ้นโดย Temasek Holdings (Private) Ltd. ร้อยละ 49.81 (ที่มา : Singapore Telecommunications Ltd. / Annual Report 2019)

2) สามารถกรณข้อมูลนักลงทุนในบริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด ได้ในเว็บไซต์ www.set.or.th.



โครงสร้างกลุ่มธุรกิจของเอไอเอส

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562



รายงานคณะกรรมการบริหาร

คณะกรรมการบริหารประกอบด้วยกรรมการจำนวน 4 ท่าน ได้แก่ คุณแอลัน ลิว ยง เคียง ประธาน คุณเชราร์โด ซี. ออบาซา จูเนียร์ คุณสมชัย เลิศสุทธีวงศ์ และคุณเอนก พนาภิชน กรรมการ

ในปี 2562 คณะกรรมการบริหารมีการประชุมทั้งหมด 11 ครั้ง ทั้งนี้ คณะกรรมการบริหารได้ปฏิบัติหน้าที่ของตนตามขอบเขตอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบที่กำหนดไว้ในกฎบัตร โดยมีสาระสำคัญของการปฏิบัติหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. พิจารณากบวบนและเห็นชอบทิศทางการดำเนินงานและกลยุทธ์ของบริษัท โครงสร้างการบริหาร แผนธุรกิจและงบประมาณประจำปี และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณานุมัติ

2. ติดตามผลการดำเนินงานทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท และนำเสนอรายงานดังกล่าวต่อคณะกรรมการบริษัท

3. พิจารณา ให้ความเห็น และเห็นชอบการจ่ายเงินปันผล การลงทุนในธุรกิจใหม่ และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณานุมัติ

4. จัดเตรียมรายงานคณะกรรมการบริหารประจำปี 2562 และเปิดเผยในรายงานประจำปี

(นายแอลัน ลิว ยง เคียง)

ประธานกรรมการบริหาร

-



ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้แบ่งตามประเภทบริการ

	2560	2561	2562
 รายได้จากธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่	122,979 ล้านบาท ร้อยละ 77.97	124,784 ล้านบาท ร้อยละ 73.46	130,062 ล้านบาท ร้อยละ 70.90
 รายได้จากธุรกิจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง	3,128 ล้านบาท ร้อยละ 1.98	4,436 ล้านบาท ร้อยละ 2.61	5,722 ล้านบาท ร้อยละ 3.12
 รายได้จากบริการอื่นๆ	2,476 ล้านบาท ร้อยละ 1.57	4,208 ล้านบาท ร้อยละ 2.48	4,670 ล้านบาท ร้อยละ 2.55
 รายได้จากการให้บริการหลัก	128,583 ล้านบาท ร้อยละ 81.53	133,429 ล้านบาท ร้อยละ 78.55	140,454 ล้านบาท ร้อยละ 76.57
 รายรับค่าเชื่อมโยงโครงข่าย และค่าเช่าเครื่องและอุปกรณ์	4,364 ล้านบาท ร้อยละ 2.77	10,576 ล้านบาท ร้อยละ 6.23	13,557 ล้านบาท ร้อยละ 7.39
 รายได้จากการให้บริการ	132,947 ล้านบาท ร้อยละ 84.29	144,005 ล้านบาท ร้อยละ 84.78	154,010 ล้านบาท ร้อยละ 83.96
 รายได้จากการขายซิมและอุปกรณ์	24,775 ล้านบาท ร้อยละ 15.71	25,851 ล้านบาท ร้อยละ 15.22	29,422 ล้านบาท ร้อยละ 16.04
 รายได้รวม	157,722 ล้านบาท ร้อยละ 100.00	169,856 ล้านบาท ร้อยละ 100.00	183,432 ล้านบาท ร้อยละ 100.00

หมายเหตุ: คำนวณจากผลประกอบการที่ไม่รวมผลกระทบของมาตรฐานบัญชีไทยฉบับที่ 15

ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

ธุรกิจหลักของเอไอเอส สามารถแบ่งได้เป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

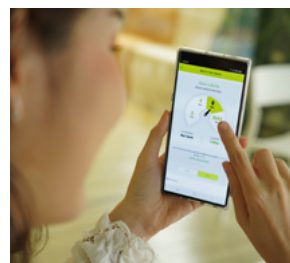
1. ธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่



เอไอเอสให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านโครงข่าย 4G, 3G และ 2G โดยได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรคมนาคมที่ได้รับอนุญาตจาก กสทช. ปัจจุบันเอไอเอสมีสคลื่นความถี่ให้บริการรวมทั้งสิ้น 2x60 เมกะเฮิรตซ์ ซึ่งประกอบด้วยคลื่นความถี่ย่าน 2100, 1800, และ 900 เมกะเฮิรตซ์ นอกจากนี้ ในปี 2562 เอไอเอสได้รับการจัดสรรคลื่นความถี่ย่าน 700 เมกะเฮิรตซ์ โดยคลื่นความถี่ชุดนี้จะเริ่มใช้ได้ในช่วงปลายปี 2563 หรือจนกว่า กสทช. จะกำหนดเป็นอย่างอื่น ในปัจจุบันโครงข่ายของเอไอเอสครอบคลุมกว่าร้อยละ 98 ของประชากร อีกทั้งมีการติดตั้ง AIS Super WiFi กว่า 100,000 จุด ในปีนี้เอไอเอสได้นำ WiFi 6 มาตราฐานใหม่ที่มีจุดเด่นในด้านการเชื่อมต่อ ความเร็ว และสัญญาณรบกวนที่น้อยลง พร้อมกับพัฒนา AIS NEXT G ที่รวบรวมความเร็วของเครือข่าย WiFi และ 4G เข้าด้วยกัน

เอไอเอสให้บริการทั้งการโทรและการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านมือถือ ในรูปแบบบริการรายเดือนและระบบเติมเงิน ปัจจุบันเอไอเอสมีฐานลูกค้าทั้งสิ้น 42 ล้านเลขหมายทั่วประเทศ เป็นลูกค้าระบบรายเดือน 9.1 ล้านเลขหมาย และระบบเติมเงิน 32.9 ล้านเลขหมาย โดยปีนี้ เอไอเอสมีการออกแพ็คเกจรายเดือน NEXT G FLEXI SPEED ที่ลูกค้าสามารถปรับสปีดได้เองตามต้องการ

นอกจากนี้ เอไอเอสมียบริการ READY2FLY แพ็คเกจเสริมใช้อินเทอร์เน็ตต่างประเทศโดยไม่ต้องเปลี่ยนซิมเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้าปัจจุบันที่เน้นการใช้งานอินเทอร์เน็ตในต่างประเทศ ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่างๆ สามารถดูเพิ่มเติมได้จาก www.ais.co.th



2. ธุรกิจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง



เอไอเอสได้เริ่มให้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านความเร็วสูง ภายใต้แบรนด์ เอไอเอส ไฟเบอร์ ในปี 2558 ด้วยเทคโนโลยีไฟเบอร์ (ใยแก้วนำแสง) ต่อยอดจากไฟเบอร์ที่มีบนธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทำให้เอไอเอส ไฟเบอร์ สามารถขยายโครงข่ายได้อย่างรวดเร็ว โดยปัจจุบันครอบคลุมกว่า 57 จังหวัดทั่วประเทศ และมีจำนวนผู้ใช้บริการกว่า 1 ล้านราย โดยในปี นี้ เอไอเอส ไฟเบอร์ ไม่เพียงให้ความสำคัญกับความเร็วและความเสถียรเท่านั้น แต่ยังคำนึงถึงความสะดวกในการใช้อินเทอร์เน็ตให้ทั่วถึงทุกห้องภายในบ้าน โดยเสนอแพ็คเกจ SUPER MESH x 3 ที่ใช้เทคโนโลยีเชื่อมต่อไร้สายโดยมีอุปกรณ์ MESH WiFi ในการสร้างเครือข่ายในบ้าน นอกจากนี้ เอไอเอสไฟเบอร์ ยังให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าอีสปอร์ต โดยเปิดให้บริการ Dual Bandwidth หรือ เครือข่ายคู่เสมือนกับการติดตั้งอินเทอร์เน็ต 2 เส้น คือ สำหรับอินเทอร์เน็ตในบ้าน และสำหรับเล่นเกม ทำให้ประสิทธิภาพด้านความเร็ว, ความเสถียร, ความหน่วงที่ดีขึ้น นอกเหนือจากบริการอินเทอร์เน็ตผ่านไฟเบอร์แล้ว เอไอเอส ไฟเบอร์ ให้บริการคอนเทนต์ระดับโลกเพื่อให้ลูกค้ารับชมภาพยนตร์ กีฬา ความบันเทิงผ่านกล่อง AIS PLAYBOX และมุ่งนำเสนอครบทุกบริการในแพ็คเกจเดียวทั้งอินเทอร์เน็ตบ้าน อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือ การรับชมคอนเทนต์ระดับโลก และการใช้งาน AIS Super WiFi แบบไม่จำกัด รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถดูได้ที่ www.ais.co.th/fibre

3. ธุรกิจดิจิทัลเซอร์วิส



สำหรับปี 2562 เอไอเอสยังคงมุ่งพัฒนาการให้บริการด้านดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างรายได้ในรูปแบบใหม่ๆ และมุ่งสู่การเป็นผู้ให้บริการด้านดิจิทัลไลฟ์อย่างเต็มรูปแบบโดยเน้นการเป็นพันธมิตรกับลูกค้าที่มีความเชี่ยวชาญในบริการแต่ละประเภท ธุรกิจดิจิทัลเซอร์วิสของเอไอเอสเน้นใน 5 ด้าน ดังนี้

• วิดีโอแพลตฟอร์ม

เอไอเอสได้เปิดให้บริการเผยแพร่โทรทัศน์และวิดีโอคอนเทนต์ รวมถึงความบันเทิงต่างๆ เช่น ภาพยนตร์ ละคร เพลง คาราโอเกะ และเกมส์ ผ่านแอปพลิเคชัน AIS PLAY บนโทรศัพท์เคลื่อนที่และแท็บเล็ต รวมทั้งในรูปแบบผ่านกล่อง AIS PLAYBOX สำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตบ้านผ่านบริการเอไอเอส ไฟเบอร์ ทั้งนี้ ในปี 2562 เอไอเอสให้ความสำคัญกับลูกค้าที่สนใจอีสปอร์ตมากขึ้นโดยการเปิดช่องสำหรับการแข่งขันทัวร์นาเมนต์ อีสปอร์ตทั่วโลกผ่าน AIS PLAY และ AIS PLAYBOX

เอไอเอสร่วมกับพันธมิตรเปิดให้บริการ OTT ที่มีความหลากหลายของคอนเทนต์ เช่น ภาพยนตร์และซีรีส์ฮอลลีวูด HOOQ, Netflix, รายการและซีรีส์เกาหลีผ่าน ViU และกีฬาบาสเก็ตบอลระดับโลก NBA รวมถึงช่องฟรีทีวี (Free TV) ช่องดิจิทัลและดาวเทียม ทั้งในรูปแบบของการถ่ายทอดสดและแบบวิดีโอออนดีมานด์ (Video On-Demand) ที่ทางเอไอเอสคัดสรรมาให้ลูกค้าได้เลือกชมตามความต้องการผ่านทั้งแพลตฟอร์ม AIS PLAY และ PLAYBOX รายละเอียดของบริการสามารถดูได้จากเว็บไซต์ <http://www.ais.co.th/aisplay/> และ <http://www.ais.co.th/playbox/>

• คลาวด์และดาต้าเซ็นเตอร์สำหรับองค์กร

เอไอเอสร่วมกับบริษัทย่อย ซีโอเอสไอซ์อินโฟ ซึ่งได้ปรับสู่แบรนด์ใหม่ ซีโอเอสแอล (CSL) ให้เป็นผู้ให้บริการ ICT สำหรับองค์กรแบบครบวงจร (One-Stop ICT Service) ด้วยการชูกลยุทธ์ 3S อันได้แก่ S-Solutions ที่เน้นบริการด้าน Data Center, Cloud และ ICT S-Services ให้บริการ Managed Service ครบวงจร และ S-System Integration เพื่อเสริมธุรกิจของลูกค้าองค์กรที่ต้องปรับเปลี่ยนในยุค Digital Transformation ด้วยสินค้าและบริการร่วมกับพันธมิตรชั้นนำระดับโลก

ซีเอสแอลสามารถให้บริการ Data Center แก่ลูกค้าองค์กรได้ทั่วทุกภูมิภาคในไทยด้วยจำนวน Data Center 9 แห่งทั่วประเทศ และได้รับการรับรองมาตรฐานการบริการระดับสากล ISO 9001, ISO/IEC 20000-1, ISO/IEC 27001, ISO 22301, ISO 50001, ISO 14001 และ CSA Star พร้อมเปิดกว้างให้เชื่อมต่อกับผู้ให้บริการโครงข่ายได้ทุกราย (Carrier Neutral Provider) ซึ่งทำให้ ซีเอสแอล กลายเป็นศูนย์กลางระบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลอินเทอร์เน็ต (Internet Exchange) ในนาม CSL Thai-IX ให้บริการกลุ่มธุรกิจต่างๆ เช่น ผู้ให้บริการ IP Transit ผู้ให้บริการ OTT ผู้ให้บริการ Content ต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ เข้ามาเชื่อมต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าการเชื่อมต่อไปยังต่างประเทศ

นอกจากการร่วมมือกับพันธมิตรผู้ให้บริการคลาวด์ชั้นนำระดับโลกต่างๆ แล้ว เอไอเอส และ ซีเอสแอล ยังได้พัฒนาบริการ Hybrid Cloud Solutions เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าองค์กรที่มีความต้องการ



ใช้งานคลาวด์ในหลากหลายรูปแบบได้พร้อมๆ กัน ทั้งแบบคลาวด์ส่วนตัว (Private) คลาวด์สาธารณะ (Public) และคลาวด์ภายในองค์กรเอง (On-premise)

นักลงทุนสามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับบริการด้านคลาวด์ของ AIS และ ซีเอสแอล ได้จากเว็บไซต์ <http://business.ais.co.th/cloud/index.html> และ <https://www.csl.co.th/csl/>

• ธุรกิจทางการเงินผ่านมือถือ

AIS ยังคงผลักดันนโยบายภาครัฐที่เน้นเรื่องการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (National e-Payment) เพื่อสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) อย่างต่อเนื่อง โดยในปีนี้มีภารกิจจับมือกับคู่ค้าทั้งในและต่างประเทศ ขยายบริการชำระเงินผ่านมือถือข้ามประเทศ (Cross border mobile payment) ให้บริการในเอเชียโดยลูกค้าที่เดินทางไปต่างประเทศสามารถชำระเงินผ่าน e-wallet ด้วยสกุลเงินของประเทศตัวเอง และไม่ต้องกังวลกับอัตราแลกเปลี่ยนหรือการถือเงินสดระหว่างเดินทาง

นอกจากนี้ AIS ให้บริการด้านแพลตฟอร์มธุรกรรมทางการเงินบนมือถือ (Mobile Money) แก่ทั้งลูกค้าองค์กรผ่านบริษัท mPAY (B2B) และแก่ลูกค้าทั่วไป (B2C) ผ่านการลงทุนในบริษัทร่วมค้า แรบบิท ไลน์ เพย์ (Rabbit LINE Pay) โดยการให้บริการลูกค้าองค์กร mPAY เน้นนำเสนอแพลตฟอร์มการชำระเงินแบบครบวงจร เพื่อให้ธุรกิจองค์กรสามารถมีกระแสเงินสดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับรับชำระสินค้าและบริการจากลูกค้า โดยไม่ต้องลงทุนในระบบหรือขอใบอนุญาตการดำเนินงานด้วยตนเอง ทั้งนี้ สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ www.ais.co.th/mPAY/gateway

• IoT หรือ Internet of Things

AIS ยังคงต่อยอดบริการด้านไอโอที เน้นการสร้าง IoT Ecosystem ที่แข็งแกร่งทั้งด้านอุปกรณ์ เครือข่าย แพลตฟอร์ม โซลูชันสำหรับธุรกิจ การสร้างชุมชนนักพัฒนาร่วมกับเครือข่ายพันธมิตร ทั้งภาครัฐและเอกชน ผ่านการทำงานของโครงการ AIS IoT Alliance Program (AIAP) ตอบสนองการเติบโตของภาคธุรกิจทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดเล็ก ที่เปลี่ยนแปลงรูปแบบธุรกิจเข้าสู่ยุคดิจิทัล และนำไอโอทีเข้าไปใช้ อาทิ ภาคการเงิน, การขนส่ง, อสังหาริมทรัพย์ และสามารถชี้

ในปี 2562 AIS ยังมีเครือข่าย NB-IoT ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อรองรับบริการด้าน IoT และมีจำนวนอุปกรณ์ไอโอที ที่เชื่อมต่อผ่านโครงข่าย AIS สำหรับภาคธุรกิจมากกว่า 750,000 อุปกรณ์ การสร้างบริการด้าน IoT นั้นอาศัยการพัฒนารูปแบบการทำธุรกิจ (Business Model) และรูปแบบการใช้งาน (Application) ใหม่ ๆ ให้กับธุรกิจ ตัวอย่างของบริษัทที่เปิดตัวในปีที่ผ่านมาได้แก่ การนำโซลูชัน NB-IoT Motor Tracker ไปต่อยอดบริการประกันให้กับ บมจ. ประกันภัยไทยวิวัฒน์ ในรูปแบบประกันภัยจ่ายตามการใช้งานจริง (UBI: Usage-based Insurance)

ด้วยการสร้างโอกาสสำหรับธุรกิจด้าน IoT ยังเป็นเรื่องใหม่ ดังนั้น การสนับสนุนและร่วมพัฒนานวัตกรรมด้านไอโอทีกับทุกภาคส่วนจึงเป็นส่วนสำคัญ ในปีที่ผ่านมา AIS ร่วมมือกับสมาคมไทยไอโอที และมหาวิทยาลัยศรีปทุมจัดงาน Thai IoT International Conference ซึ่งเป็นงานประชุมวิชาการด้าน IoT ระดับสากลเป็นครั้งแรกในประเทศไทย นอกจากนี้ AIS ได้มีการจัดตั้ง AIS Playground ในมหาวิทยาลัยต่างๆ เพื่อเป็น



ศูนย์บ่มเพาะและพัฒนาบสภภาพแวดล้อมจริง ด้วยเครือข่ายพันธมิตรที่สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการไอโอทีอย่างต่อเนื่อง

ทำให้ AIS ได้รับรางวัล 2019 Thailand IoT Services Provider of the Year จาก Frost & Sullivan และได้รับรางวัล Best Practices Award ด้าน IoT เป็นปีที่สองติดต่อกัน นักลงทุนสามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับบริการด้าน IoT สำหรับธุรกิจได้จากเว็บไซต์ <http://business.ais.co.th/iot>



• ดิจิตอลมาร์เก็ตติ้ง

ภายใต้ความร่วมมือกับบริษัท เอดี เวนเจอร์ และบริษัท เทเลอินโฟมิตี (ในเครือบริษัท ซีเอสแอลอินโฟ ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของเอไอเอส) ที่มีความสามารถในการทำสื่อโฆษณาออนไลน์ เอไอเอสได้นำจุดแข็งบริการด้านมือถือที่มีฐานลูกค้ากว่า 42 ล้านราย ให้บริการด้านดิจิตอลมาร์เก็ตติ้งแก่ลูกค้าองค์กร เพื่อช่วยเพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้กับลูกค้าองค์กรในการเข้าถึงตลาดของผู้บริโภคยุคดิจิทัล โดยมีแพลตฟอร์มการส่งข้อความสั้น (SMS) ที่สามารถเลือกพื้นที่เป้าหมาย (Location base) และแพลตฟอร์มเครือข่ายโฆษณาในไทย (THAN: Thailand Ads Network) ที่รวบรวมพื้นที่โฆษณาจากเว็บไซต์ยอดนิยมสูงสุดจำนวน 100 เว็บไซต์ของไทย ซึ่งสามารถให้บริการได้หลากหลาย ตั้งแต่การสร้างคอนเทนต์รูปแบบต่างๆ ตามความต้องการของลูกค้า (Digital Content Creation) การสร้างเว็บไซต์และแอปพลิเคชันบนมือถือ (Website & Mobile Application Development) การดูแลบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในนามลูกค้าองค์กร (Social Media Management) การวางแผนสื่อโฆษณาดิจิทัลต่างๆ เพื่อให้ได้ผลตอบแทนสูงสุด (Digital Advertising Media Management) รวมถึงการรับทำกิจกรรมทางการตลาดให้แบบครบวงจร (Turnkey Marketing Campaign Solutions)

• วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME)

เอไอเอสส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจภาควิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SME ด้วยการมีสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของ SME ตั้งแต่บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่สำหรับธุรกิจที่เน้นการติดต่อสื่อสาร, บริการสำหรับธุรกิจออนไลน์, บริการเอไอเอสไฟเบอร์สำหรับ SME, บริการโซลูชันด้าน IoT และบริการซอฟต์แวร์สำหรับการประกอบธุรกิจ เป็นต้น

นอกจากนี้ เอไอเอส ยังมีสิทธิประโยชน์พิเศษสำหรับลูกค้า SME นิตินุคคลโดยเฉพาะ ภายใต้โครงการ AIS Biz Up โดยให้สิทธิประโยชน์ที่คำนึงถึงความต้องการเฉพาะกลุ่มเพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของเจ้าของธุรกิจและคนทำงาน โดยผนวกสินค้าและบริการจากเอไอเอสและ partners, ส่วนลดจากธุรกิจชั้นนำ, การทดลองใช้บริการฟรีหรือรับสิทธิราคาพิเศษ, และการให้ความรู้ในเรื่องต่างๆ สำหรับคนทำธุรกิจ

นักลงทุนสามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับบริการสำหรับ SME ได้จากเว็บไซต์ <http://business.ais.co.th/sme/> และ Biz Up ได้จาก <https://business.ais.co.th/bizup/>

การจำหน่ายและช่องทาง การจัดจำหน่ายและบริการ

เอไอเอสมีช่องทางการจำหน่ายและบริการแบ่งเป็น 4 ประเภทหลัก ดังต่อไปนี้

1.เอไอเอส ชีโอป เป็นศูนย์บริการที่บริหารโดยเอไอเอสและตัวแทนจำหน่ายที่มีศักยภาพสูงในการให้บริการรวมกว่า 191 สาขา มีการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ รวมถึงบริการหลังการขายที่ครอบคลุมที่สุดเมื่อเทียบกับช่องทางทั้งหมด เน้นการจำหน่ายให้ลูกค้าในเขตเมืองที่มีประชากรอยู่อย่างหนาแน่น และเป็นศูนย์บริการที่เน้นการสร้างภาพลักษณ์แก่สินค้าและบริการของเอไอเอส

2.ตัวแทนจำหน่าย เอไอเอสได้ร่วมมือกับตัวแทนจำหน่ายหลากหลายประเภท เพื่อให้ครอบคลุมถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายในพื้นที่ทั่วประเทศ ได้แก่ **ตัวแทนจำหน่าย “เอไอเอส เทเลวิซ”** (AIS Telewiz) ซึ่งมีกว่า 431 แห่ง มีศักยภาพแข็งแรงในพื้นที่ตัวเมืองและให้บริการในภาพลักษณ์ของแบรนด์เอไอเอส, **ตัวแทนจำหน่าย “เอไอเอส บัดดี้”** กว่า 1,179 สาขา ที่เข้าถึงพื้นที่ในระดับอำเภอและตำบล และตัวแทนจำหน่ายค้าปลีกรายย่อยอื่นๆ รวมไปถึงกลุ่มตัวแทนจำหน่ายประเภทห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ และร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ได้แก่ กลุ่มเจมาร์ท คอมพิวเตอร์ซีสม ไอบีส พลัส เน็กเวอร์ค และ ห้าง Tesco Lotus

การบริหารความสัมพันธ์ กับลูกค้า

3. การจำหน่ายตรง (Direct Sales) โดยทีมงาน AIS Direct Sales ซึ่งเน้นลูกค้าระบบรายเดือน เป็นช่องทางที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการจัดจำหน่ายให้สามารถนำเสนอสินค้าและบริการได้ตรงถึงกลุ่มลูกค้า เช่น การออกบูธจำหน่ายหรือการจัดกิจกรรมในพื้นที่ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยส่งเสริมการขายผ่านการใช้แอปพลิเคชัน “AIS Easy App” ทำให้ทีมงานสามารถขายสินค้าและบริการ จัดทะเบียน และบริการอื่นๆ ให้แก่ลูกค้าได้ทันที ช่วยให้บริการมีความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น

4. การจำหน่ายและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ (Online Channel) เป็นช่องทางที่ส่งเสริมให้ลูกค้าทำรายการได้ด้วยตนเอง (Self-Service) ได้แก่ เว็บไซต์ AIS Online Store, แอปพลิเคชัน myAIS ตู้ Kiosk รวมถึงการทำรายการผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เช่น ATM, USSD, Chatbot, IVR และโซเชียลมีเดีย เป็นต้น

ด้วยความมุ่งมั่นในการเป็นผู้นำในการให้บริการด้านดิจิทัลเอไอเอส ใช้แนวคิดในการบริการลูกค้า “ที่ 1 ดูแลด้วยใจ ให้ชีวิตดิจิทัล” โดยผนวกทั้งความเข้าใจและความใส่ใจของลูกค้าในรายละเอียดให้บริการที่ผสานเทคโนโลยีและการบริการด้วยพนักงาน (Human Touch) เข้าด้วยกัน โดยให้ความสำคัญในการบริการด้วยความรวดเร็ว ความสะดวกสบาย ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล ความสามารถในการจัดการด้วยตนเอง รวมทั้งบริการที่ตรงกับความต้องการของแต่ละคน (Personalization) เพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีที่สุด โดยสร้างความแตกต่างให้กับงานบริการ และเสริมศักยภาพด้วยเทคโนโลยีในงานบริการ การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าดำเนินการใน 5 ด้าน ดังนี้

1. การให้บริการลูกค้าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ได้แก่

1.1 บริการ “Full-E” ให้บริการอย่างครบถ้วนเกี่ยวกับการ เช็ดยอดใช้จ่าย การชำระเงิน และการรับใบเสร็จ ผ่านแอปพลิเคชัน myAIS ช่วยแก้ไขปัญหาลูกค้า เช่น บิลค่าใช้บริการสูญหาย การชำระค่าบริการไม่ทันตามกำหนด ไม่สะดวกไปที่จุดชำระเงิน รวมถึงไม่สามารถเรียกดูรายการย้อนหลัง ประกอบด้วย

- eBill ให้ลูกค้าสามารถเช็คบิลค่าใช้บริการผ่านมือถือ พร้อม SMS แจ้งเตือน
- ePay เพิ่มช่องทางการชำระบิลออนไลน์ให้แก่ลูกค้า ทั้งผ่านแอปพลิเคชันของธนาคาร กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ Rabbit LINE Pay และผูกติดอัตโนมัติกับบัตรเครดิตทุกธนาคาร

- eReceipt ให้ลูกค้าสามารถเรียกดูใบเสร็จย้อนหลังจากแอปพลิเคชันได้สูงสุด 3 เดือน

1.2 การดูแลเรื่องความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าด้วยระบบแสดงตนแบบพิสูจน์อัตลักษณ์ (Face Recognition) เพื่อเพิ่มความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว สำหรับการจดทะเบียนเลขหมายใหม่ผ่านช่องทางการจำหน่ายรวมถึงการใช้บริการด้วยตัวเอง (Self service) เพื่อความสะดวกในการทำธุรกรรมที่ต้องการการยืนยันตัวตน

1.3 “Ask Aunjai” Virtual Agent ผู้ช่วยอัจฉริยะ ที่พัฒนาจากการผสานเทคโนโลยีอัจฉริยะ ทั้ง Artificial Intelligence (AI), Chatbot และ Smart Knowledge Base ทำให้สามารถตอบคำถามลูกค้าบน Online, Social Media อาทิ เว็บไซต์เอไอเอส Facebook และบนแอปพลิเคชัน myAIS ได้ตลอด 24 ชั่วโมง รวมทั้งมีการพัฒนาให้มีความรู้สึกใกล้ชิดเสมือนการคุยกับพนักงานมืออาชีพ และให้บริการที่ครบถ้วนตั้งแต่ การรับเรื่องวิเคราะห์ปัญหา เสนอแนวทาง และ ดำเนินการผ่าน Digital Self Service รวมถึงการแลก AIS Points, เสนอ AIS Privilege ประจำเดือน หรือ แนะนำบริการ ดูหนัง ฟังเพลง ผ่าน AIS Play

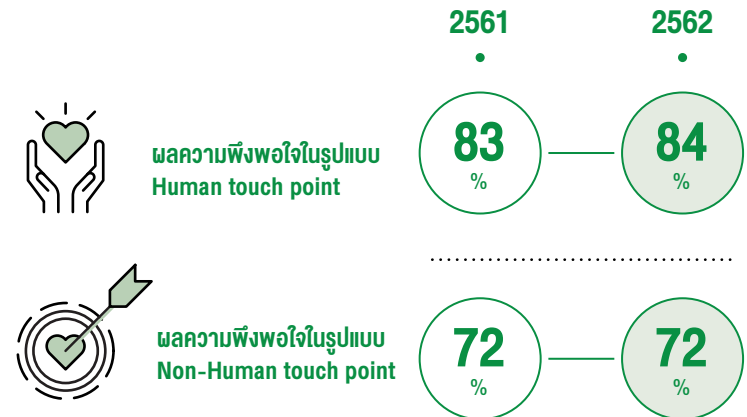
2. “AIS Privileges” เป็นช่องทางในการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าผ่านการร่วมมือกันของเอไอเอสและพาร์กเนอร์ โดยในปีนี้อีสยังคงมุ่งมั่นตอบใจทุกไลฟ์สไตล์ของลูกค้าในทุกมิติกับโปรแกรม “7 ช่วงเวลาดีๆ กับ AIS Privileges” เช่น Coffee time กับร้านกาแฟท้องถิ่นชื่อดังทั่วไทยและส่วนลด 10-50%, Dining time อิ่มอร่อย ร้านดังพร้อมรับส่วนลดสูงสุด 50%, Family time มีความสุขทั้งครอบครัว, Entertaining time ชมหนังดังเข้าใหม่ เพียง 80 บาท, Shopping time ช้อปปังสุดคุ้มในห้างและร้านดัง, Traveling time มอบความพิเศษให้ทุกการเดินทาง, Lucky time 4 พอยท์ ลุ้นโชคกับเอไอเอส ปัจจุบันเอไอเอสมีพาร์กเนอร์ที่ร่วมนำเสนอสิทธิพิเศษจำนวน 28,000 ร้านค้าทั่วประเทศ และมีการใช้สิทธิพิเศษ 17 ล้านสิทธิ์ต่อบนจากนี้ ลูกค้าสามารถนำ AIS Points ที่สะสมจากยอดค่าใช้จ่าย มาแลกส่วนลด เช่น LINE Stickers, สิทธิลุ้นรับรางวัลพิเศษ, แพคเกจโทร, อินเทอร์เน็ต, และส่วนลดค่าเครื่องมือถือเป็นต้น ปัจจุบันมีลูกค้าสะสมสะสม AIS Points จำนวน 13 ล้านเลขหมาย และมียอดการแลกสิทธิพิเศษจำนวน 28 ล้านสิทธิ์ต่อปี

3. “เอไอเอส เซเรนด” เป็นโปรแกรมมอบสิทธิพิเศษให้กับลูกค้าเอไอเอสกลุ่มที่มียอดการใช้งานสูง รวมถึงระยะเวลาที่ใช้บริการเอไอเอสนานตามเกณฑ์ที่กำหนด มุ่งรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว เซเรนดเป็นสิ่งที่เอไอเอสทำอย่างต่อเนื่องตลอด 15 ปี โดยมีปัจจัยการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าหลัก 3 ปัจจัย คือ 1. ใส่ใจความต้องการของลูกค้า 2. สร้างพาร์กเนอร์ตอบใจความต้องการใหม่ๆ 3. นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในทุกมิติ เพื่อยกระดับงานบริการและสิทธิพิเศษภายใต้แนวคิด “ที่สุดของประสบการณ์พิเศษ” (The Ultimate Life Experience) และ

ด้วยการศึกษาความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เอไอเอสจึงจัดแบ่งสิทธิพิเศษตามความต้องการเป็น 4 กลุ่ม คือ 1. กลุ่มประสบการณ์พิเศษ (Serenade Club, บริการผู้ช่วยส่วนตัว, บริการจองรถ, สิทธิพิเศษที่สนามบิน) 2. กลุ่มดิจิทัลไลฟ์ (ส่วนลดสมาร์ตโฟน, แกดเจ็ต) 3. กลุ่มกิจกรรมสร้างพลังและแรงบันดาลใจ (กิจกรรมกีฬา Gen C, กิจกรรมสร้างแรงบันดาลใจเพื่อต่อ ยอดเชิงธุรกิจ) 4. กลุ่มประสบการณ์ใหม่ (ประสบการณ์ท่องเที่ยวและประสบการณ์ร้านอาหาร) ทำให้สามารถให้บริการลูกค้าเซเรนดจำนวน 5.2 ล้านราย ได้ตรงตามความต้องการมากขึ้น

4. การส่งมอบประสบการณ์ที่เหนือกว่าด้วยการวิเคราะห์และเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้าเชิงลึก เอไอเอสปรับเปลี่ยนวิถีการทำการตลาดและการนำเสนอสินค้าและบริการ โดยเน้นการให้กับลูกค้า “สร้างคุณค่า” โดยใช้เครื่องมือที่เรียกว่า Customer Value Management (CVM) ศึกษาพฤติกรรมการใช้งานของลูกค้า เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าที่แท้จริง และสามารถเสนอบริการแบบครบวงจรที่ตอบโจทย์ลูกค้าแต่ละกลุ่มมากขึ้น และเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของเอไอเอส

5. การประเมินความพึงพอใจในการรับบริการต่างๆ ของลูกค้าผ่านหลายช่องทาง เช่น การประเมินผ่านทางโทรศัพท์ การกดให้คะแนนความพึงพอใจผ่านหน้าร้าน หรือการสอบถามผ่านการจ้างบริษัทภายนอก โดยมีการประเมินตั้งแต่คุณภาพงานบริการของเอไอเอสช้อป ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย การทำรายการผ่านตู้อัตโนมัติ รวมถึงการประเมินโดยวัดอัตราการบอกต่อของลูกค้า เพื่อนำข้อมูลกลับมาพัฒนาคุณภาพการให้บริการในทุกช่องทางอย่างต่อเนื่อง โดยมีผลความพึงพอใจจากการประเมินดังนี้

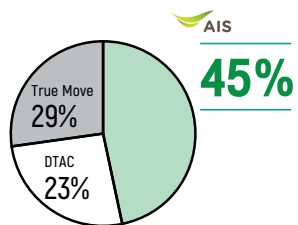


ภาวะอุตสาหกรรม และการแข่งขันในปี 2562 และแนวโน้มในปี 2563

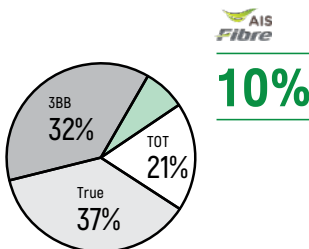
ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในปี 2562

ส่วนแบ่งตลาดเชิงผู้ใช้บริการของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่
และธุรกิจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

ส่วนแบ่งตลาด
เชิงผู้ใช้บริการในปี 2562



ส่วนแบ่งตลาด
เชิงผู้ใช้บริการในปี 2562



ธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่เติบโต จากการใช้งาน 4G ที่เติบโตต่อเนื่อง



ภาพรวมของปี 2562 ภาวะอุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่เติบโตต่อเนื่อง โดยมีรายได้รวมของอุตสาหกรรมของปี 2562 มูลค่าประมาณ 330,000 ล้านบาท เติบโตที่ร้อยละ 4 สูงกว่าปีก่อน ที่มีอัตราการเติบโตร้อยละ 2 และเติบโตเหนือกว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศที่เติบโตร้อยละ 2.4 โดยปัจจุบันมีจำนวนผู้ใช้บริการทั้งตลาดรวมกว่า 93 ล้านราย เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 2 คิดเป็นอัตราการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประเทศไทยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 140 ของประชากร โดยมีจำนวนลูกค้าระบบรายเดือนเติบโตขึ้นประมาณร้อยละ 9 ในขณะที่ลูกค้าระบบเติมเงินยังคงเท่าเดิม เกิดจากแนวโน้มความนิยมในการใช้งานแบบรายเดือนที่มีแคมเปญให้ส่วนลดโทรศัพท์ และการมีแพ็คเกจที่เหมาะสมต่อการใช้งาน 4G ที่มากขึ้น ทำให้สัดส่วนลูกค้าระบบรายเดือนของทั้งอุตสาหกรรมเติบโตจากร้อยละ 24 ในปีก่อน เป็นร้อยละ 26 ในปีนี้ และมีลูกค้าที่ใช้เทคโนโลยี 4G คิดเป็นประมาณร้อยละ 66 ของตลาดรวม เติบโตจากปีก่อนที่อยู่ต่ำกว่าร้อยละ 60

ด้วยการใช้งาน 4G ที่เพิ่มขึ้นประกอบกับการแข่งขันด้านราคา และการปรับราคาแพ็คเกจในปีที่ผ่านมา ทำให้รายได้เฉลี่ยต่อเลขหมายต่อเดือน (ARPU) ของทั้งอุตสาหกรรมในช่วงปลายปีนี้เติบโตขึ้น โดยการแข่งขันในปีที่ผ่านมาได้มีการปรับตัวดีขึ้นบ้างจากปีก่อน แต่ยังคงเป็นด้านการแข่งขันราคาแพ็คเกจดาต้าเป็นหลัก และยังคงมีการนำเสนอแพ็คเกจแบบใช้งานดาต้าไม่จำกัดด้วยความเร็วคงที่ (Fixed-speed Unlimited) ซึ่งทำให้ลูกค้าใช้งานปริมาณดาต้าสูงแต่สร้างรายได้จำกัดด้วยค่าบริการที่เหมาะสม นอกจากนี้ ผู้ให้บริการยังคงใช้ส่วนลดค่าเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นกลยุทธ์สำคัญ เพื่อดึงดูดลูกค้าที่ต้องการซื้อเครื่องโทรศัพท์มือถือและผูกแพ็คเกจรายเดือน

การจัดสรรคลื่นความถี่เพื่อเป็นจุดเริ่มต้น ในการเตรียมความพร้อมกับเทคโนโลยี 5G



ในเดือนมิถุนายน กสทช. ได้จัดสรรคลื่นความถี่ 700 เมกะเฮิรตซ์ ให้แก่ เอไอเอส ทรู และดีแทค โดยทั้งสามผู้ให้บริการได้รับการจัดสรรคลื่นความถี่รายละ 2x10 เมกะเฮิรตซ์ เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นในการเตรียมความพร้อมกับเทคโนโลยี 5G ที่กำลังจะเกิดขึ้นในระยะเวลา 1-2 ปีข้างหน้า ซึ่งจะสามารถเริ่มต้นใช้งานคลื่นความถี่พร้อมชำระเงินงวดแรกช่วงประมาณปลายปี 2563 หรือจนกว่า กสทช. จะกำหนดเป็นอย่างอื่น โดยคลื่นความถี่ 700 เมกะเฮิรตซ์ ถือเป็นคลื่นความถี่มาตรฐานของเทคโนโลยี 5G ในย่านความถี่ต่ำที่มีคุณสมบัติเด่นในด้านความครอบคลุม ช่วยให้บริการ 5G มีความครอบคลุมที่ดี ทั้งนี้ จากการรับการจัดสรรดังกล่าว ทำให้งวดการชำระเงินเดิมของใบอนุญาต 900 เมกะเฮิรตซ์ ย้ายออกไปจนถึงปี 2568

ตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงยกระดับ ความเร็วเข้าสู่ 200 – 300 เมกะบิตต่อวินาที



ตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงยังคงมีการงอกเงยเติบโตได้ดีในปี 2562 ตามฐานผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่เติบโตจาก 9.2 ล้านครัวเรือนในปี 2561 เป็นกว่า 10 ล้านครัวเรือนในปี 2562 หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตกว่าร้อยละ 10 ผลักดันให้อัตราส่วนครัวเรือนที่มีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงต่อจำนวน

ครัวเรือนในประเทศไทยเพิ่มขึ้นเป็นประมาณร้อยละ 47 เมื่อเทียบกับร้อยละ 43 ในปี 2561 เนื่องจากผู้บริโภคมีความต้องการใช้งานอินเทอร์เน็ตในที่อยู่อาศัยเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม รายได้รวมของอุตสาหกรรมเติบโตเพียงร้อยละ 2 และมีมูลค่ารวมประมาณ 58,000 ล้านบาท จากการแข่งขันทางด้านราคาที่รุนแรงต่อเนื่อง โดยในปีที่ผ่านมา ผู้ให้บริการทุกรายยังคงเน้นไปที่การให้ส่วนลดครั้งราคาเพื่อป้องกันการไหลของลูกค้าเก่า และเพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่ รวมถึงมีแคมเปญส่วนลดเพื่อแย่งชิงลูกค้าจากผู้ให้บริการรายเดิม และแม้ระดับราคาในตลาดยังคงอยู่ในช่วง 500 – 600 บาทต่อเดือน แต่ผู้ให้บริการได้เน้นไปที่การปรับความเร็วอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น จาก 50 เมกะบิตต่อวินาที เป็น 200 เมกะบิตต่อวินาทีในช่วงปลายปี นอกจากนี้ ผู้ให้บริการได้นำเสนอแพ็คเกจที่มีระดับความเร็ว 1 กิกะบิตต่อวินาที ในราคาที่เข้าถึงได้มากขึ้นประมาณ 800-1,000 บาท ส่งผลให้ภาพรวมรายได้ต่อรายต่อเดือน (ARPU) ของอุตสาหกรรมจึงลดลงจากปีก่อน ในขณะที่ผู้ให้บริการที่มีบริการครบวงจร ยังคงดึงดูดลูกค้าด้วยการเน้นการขายแพ็คเกจที่รวมหลายบริการ (Convergence) เข้าไว้ด้วยกัน ทั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ซิมอินเทอร์เน็ตสำหรับโทรศัพท์มือถือ และคอนเทนต์โดยมุ่งหวังลูกค้าที่มีคุณภาพในระยะยาว

แนวโน้มในปี 2563

ลงทุนในเทคโนโลยี 5G ต่อยอด สร้างรูปแบบทางธุรกิจและแหล่งรายได้ใหม่



ในเดือนธันวาคม 2562 กสทช. ได้ประกาศหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากล ย่าน 700 เมกะเฮิรตซ์, 1800 เมกะเฮิรตซ์, 2600 เมกะเฮิรตซ์ และ 26 กิกะเฮิรตซ์ ประกอบด้วย รายละเอียดในแต่ละชุดคลื่นความถี่ ราคาขั้นต่ำ เงื่อนไขการชำระเงิน เป็นต้น ทุกคลื่นมีระยะเวลาการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ 15 ปี และการประมูลจัดขึ้นในวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2563 โดยในปีที่ผ่านมา ผู้ให้บริการต่างเตรียมความพร้อมด้านเทคโนโลยีและเพื่อเตรียมรับ 5G กันอย่างคึกคัก และได้ร่วมมือกับผู้ผลิตอุปกรณ์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมต่างๆ ในการวิจัยและพัฒนา เพื่อทดสอบทดลองหารูปแบบการใช้งาน (use case) ก่อนเปิดให้ใช้งานจริงเชิงพาณิชย์ พร้อมหาพันธมิตรทางธุรกิจ (Business Alliance) เพื่อหารูปแบบทางธุรกิจใหม่ร่วมกัน และส่งเสริมการเติบโตในหลากหลายอุตสาหกรรม โดยเทคโนโลยี 5G จะหนุนบริการในตลาดผู้บริโภค เช่น การดูวิดีโอความละเอียดสูง (Video streaming) การเล่นเกมผ่านระบบคลาวด์ และการนำเสนอสื่อและความบันเทิงในรูปแบบที่ตอบสนองกับผู้ใช้งาน (Interactive content) ที่ขับเคลื่อนด้วยบริการเสมือนจริง (Augmented Reality/Virtual Reality: AR/VR) สำหรับบริการในตลาดลูกค้าองค์กรหรือกลุ่มธุรกิจ 5G สามารถสร้างบริการในรูปแบบใหม่ผ่านหลากหลายอุตสาหกรรม เช่น ภาคการผลิต การบริการ การเกษตร ตัวอย่างบริการเช่น ระบบการ

ผลิตอัตโนมัติ การควบคุมอุปกรณ์เครื่องมือระยะทางไกล ระบบการดูแลบ้านแบบอัจฉริยะ เป็นต้น โดยในเบื้องต้น การให้บริการ 5G น่าจะเริ่มในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) และพื้นที่เมืองศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ (Smart city) และจะเริ่มมีโทรศัพท์มือถือรุ่นใหม่ที่จะรองรับเทคโนโลยี 5G เข้ามาในตลาดไทย

ตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ยังคงขยายตัว และการใช้งาน 4G จะยังคงเติบโต



ตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่คาดว่าจะเติบโตต่อเนื่อง จากแนวโน้มความต้องการใช้งานดาต้าที่เพิ่มสูงขึ้นตามการใช้งานโซเชียลมีเดีย เกมส์ และการสตรีมคอนเทนต์ด้านวิดีโอที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของชุมชนเมือง ในแง่จำนวนลูกค้าของตลาดรวมอาจจะไม่ได้เพิ่มมากนัก แต่ปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตจะเป็นการเพิ่มขึ้นของปริมาณการใช้งานดาต้าโดยเฉพาะในระบบ 4G จากปัจจุบันที่มีจำนวนลูกค้าที่ใช้ 4G ประมาณร้อยละ 6x ของฐานลูกค้ารวม เติบโตจากร้อยละ 59 ในปีก่อน อย่างไรก็ตาม ด้วยสภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอาจเป็นปัจจัยกดดันทำให้ผู้บริโภคอาจจะต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย ดังนั้น การแข่งขันในอุตสาหกรรมของปี 2563 จึงน่าจะยังคงมีต่อเนื่อง ด้วยการนำเสนอแพ็คเกจที่คุ้มค่าเพื่อดึงดูดลูกค้า มีแคมเปญการตลาด โดยให้ส่วนลดโทรศัพท์มือถือ โดยคาดว่าแนวโน้มการเติบโต

ในตลาดรายเดือนจะยังคงมีอย่างต่อเนื่องจากการย้ายจากระบบรายเติมเงินเป็นรายเดือน และผู้ให้บริการต่างมุ่งเน้นขยายฐานลูกค้าระบบรายเดือนเนื่องจากมีรายได้เฉลี่ยต่อเลขหมายต่อเดือนที่สูงกว่าระบบเติมเงิน

ตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเติบโต เสริมด้วยการให้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านแบบไร้สาย



การขยายตัวของชุมชนเมือง (Urbanization rate) ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จะช่วยส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีความต้องการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมากขึ้น ประกอบกับอัตราส่วนครัวเรือนที่มีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่ยังสามารถขยายตัวได้จากระดับปัจจุบันที่ร้อยละ 47 ทำให้ผู้ให้บริการทุกรายยังคงเน้นขยายความครอบคลุมของบริการอินเทอร์เน็ตบ้าน โดยให้บริการหลักยังคงผ่านเทคโนโลยี FTTx ซึ่งมีความเร็วสูงได้ถึงระดับ 1Gbps (กิกะบิตต่อวินาที) แต่ก็ต้องพิจารณาการลงทุนในพื้นที่ที่มีความต้องการของตลาดอย่างชัดเจนและคุ้มค่ากับการลงทุน สำหรับในบางพื้นที่ที่เป็นพื้นที่รอบนอกตัวเมืองหรือพื้นที่ห่างไกลซึ่งมีข้อจำกัดเรื่องความคุ้มค่าในการเดินสายไฟเบอร์เทคโนโลยี 5G จะเข้ามามีส่วนเสริมการครอบคลุมในพื้นที่เหล่านี้ให้สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้โดยผ่าน

เครือข่าย 5G หรือที่เรียกว่า WTTx ด้วยการให้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านแบบไร้สาย (Fixed Wireless Access) ซึ่งเป็นการใช้ 5G เราท์เตอร์สำหรับอินเทอร์เน็ตบ้านเพื่อรับสัญญาณ แทนการลากสายไฟเบอร์ที่มีข้อจำกัด และยังส่งผลให้ผู้ให้บริการสามารถบริหารต้นทุนการติดตั้งโครงข่ายให้เหมาะสมกับพื้นที่และความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ 3 ปี

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในยุคดิจิทัลได้สร้างการเปลี่ยนแปลงกับอุตสาหกรรมอย่างมาก โดยเฉพาะการสร้างให้เกิดการผลิตสินค้าและการให้บริการในรูปแบบใหม่ที่หลากหลาย อุตสาหกรรมสื่อสารและโทรคมนาคมเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่จะได้เริ่มเห็นการพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ ในเชิงพาณิชย์ในช่วงอีก 2-3 ปีข้างหน้า โดยมีบริการต่างๆ ที่จะเกิดมากขึ้นในยุคเทคโนโลยีสื่อสาร 5G เช่น สื่อสามมิติ การจำลองสภาพแวดล้อมเสมือนจริง โฮโลแกรม การออกอากาศแบบเรียลไทม์ เป็นต้น ซึ่งความสามารถของเทคโนโลยีเหล่านี้จะนำเสนอประสบการณ์แปลกใหม่ที่นำตื่นเต้นให้กับผู้ใช้บริการ ในขณะเดียวกันเทคโนโลยี 5G ก็ถือเป็นความเสี่ยงต่อธุรกิจรูปแบบเดิมจากความสามารถของเทคโนโลยีที่ช่วยปฏิวัติการทำธุรกิจด้วยการนำเสนอรูปแบบธุรกิจใหม่ และการให้บริการลูกค้าด้วยนวัตกรรมที่แตกต่าง ตัวอย่างเช่น ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลรายใหม่ๆ หรือที่เรียกว่า ผู้ให้บริการ over the top (OTT) เป็นผู้ให้บริการดิจิทัลแพลตฟอร์มคอนเทนต์ต่างๆ ผ่านอินเทอร์เน็ตโดยไม่ได้เป็นเจ้าของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเอง และมีบทบาทในการเข้าถึงและสร้างความสัมพันธ์เชิงลึกกับลูกค้าในการให้บริการ ในขณะที่ผู้ให้บริการโทรคมนาคมจะเป็นเพียงการเชื่อมต่อเพื่อเข้าถึงแพลตฟอร์มเหล่านั้น

เอไอเอสจึงมุ่งมั่นเพื่อไปสู่เป้าหมายของการเป็น “ผู้ให้บริการด้านดิจิทัลไลฟ์” (Digital Life Service Provider) ด้วยการเสริมความแข็งแกร่งในธุรกิจหลัก ได้แก่ บริการโทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ความเร็วสูง และดิจิทัลโซลูชัน อีกทั้งยังมีความตั้งใจที่จะนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีล่าสุดมานำเสนอและให้บริการเพื่อสนับสนุนวิถีชีวิตของคนไทย รวมไปถึงสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของไทยด้วยเทคโนโลยีที่จะช่วยเสริมความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทย และสร้างศักยภาพในการแข่งขันของประเทศไทยในตลาดโลกอย่างยั่งยืน

การเสริมความแข็งแกร่งในธุรกิจหลัก และคงความเป็นผู้นำด้วยคุณภาพบริการ และประสิทธิภาพในการดำเนินงาน



การใช้งานอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยมีปริมาณเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเป็นผลมาจากราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทสมาร์ตโฟนที่ลดลงและสามารถเข้าถึงได้สำหรับประชากรในวงกว้าง รวมถึงการเติบโตของแพลตฟอร์มดิจิทัลต่างๆ เช่น การให้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชัน อี-คอมเมิร์ซ วิดีโอสตรีมมิ่ง ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในวิถีชีวิตประจำวันของคนไทย เอไอเอสในฐานะผู้ให้บริการด้านโทรคมนาคมชั้นนำของประเทศ มุ่งมั่นที่จะลงทุนเพื่อพัฒนาเครือข่ายโทรคมนาคมและความสามารถในการให้บริการ ทั้งด้วยเทคโนโลยี 4G ในปัจจุบันและเทคโนโลยี 5G ที่กำลังมาถึงในอนาคตอันใกล้ด้วยการค้นคว้าพัฒนาร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ ทั้งนี้ในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า คาดว่าบริการ 4G จะยังมีควบคู่ไปกับพร้อมบริการใหม่อย่าง 5G เอไอเอสจะมุ่งมั่นในการเป็นผู้นำเพื่อนำเสนอสื่อและค่าบริการบันเทิงที่หลากหลายมิติในยุคใหม่ รวมทั้งการให้บริการที่เข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคแต่ละรายผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกและดียิ่งขึ้น อีกทั้งมีเป้าหมายสำคัญในการคงความเป็นผู้นำของอุตสาหกรรม โดยมุ่งเน้นการบริการและการดำเนินงานที่เป็นเลิศ พร้อมด้วยระบบเครือข่ายที่มีคุณภาพ

ในการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค 5G นั้น เอไอเอสให้ความสำคัญที่จะสร้างองค์ความรู้ในเชิงเทคโนโลยี และร่วมศึกษาตัวอย่างการใช้งานเทคโนโลยีกับคู่ค้าซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม เพื่อเสริมสร้างระบบนิเวศของ 5G ที่แข็งแกร่งและมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ด้วยคุณสมบัติที่โดดเด่นของเทคโนโลยี 5G ทั้งด้านความเร็วในการรับส่งข้อมูล (Speed) ความว่องไวในการตอบสนอง (Latency) และความสามารถในการเชื่อมต่อข้อมูลในปริมาณมาก (Massive connectivity) ส่งผลให้สามารถนำเทคโนโลยี 5G ไปใช้เพื่อเสนอบริการรูปแบบใหม่ๆ อย่างไม่จำกัดให้กับผู้บริโภค รวมถึงการใช้งานสำหรับองค์กร อาทิ การประชุมทางวิดีโอแบบสามมิติ การทำงานในระบบคลาวด์ ระบบอัตโนมัติสำหรับอุตสาหกรรม ซอฟต์แวร์ในระดับ Mission Critical และสมาร์ตซิตี้/สมาร์ตโฮม/สมาร์ตคาร์ เป็นต้น สำหรับลูกค้าองค์กร เอไอเอสเตรียมความพร้อมที่จะพัฒนาการใช้เทคโนโลยี 5G เพื่อสร้างระบบอัตโนมัติในกระบวนการต่างๆของอุตสาหกรรม รวมถึงการจัดการข้อมูลลูกค้าสำหรับองค์กรโดยเฉพาะ โดยมีจุดมุ่งหมายในการใช้ความเชี่ยวชาญและความรู้ด้านเครือข่ายเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะทางของธุรกิจแต่ละประเภท รวมถึงการสร้างรายได้รูปแบบใหม่ๆ

ขยายความครอบคลุม ของบริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ โดยอาศัยความแข็งแกร่งร่วมจากเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ของเอไอเอส



อินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ภายในบ้านที่มีคุณภาพดีกลายเป็นสิ่งจำเป็นของคนไทยในยุคดิจิทัล อันเนื่องมาจากความนิยมในการดูวิดีโอสตรีมมิ่ง และการเข้าถึงคอนเทนต์และเกมส์ที่มีความละเอียดสูง ดังนั้น เครือข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์จึงต้องเพิ่มประสิทธิภาพในการรับส่งข้อมูลให้รวดเร็วยิ่งขึ้น มีความเสถียรที่สูง และสามารถรองรับข้อมูลในปริมาณที่เพิ่มขึ้น เอไอเอสจึงมุ่งมั่นที่จะขยายเครือข่ายความครอบคลุมของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงอย่างต่อเนื่องในพื้นที่ที่ความเจริญได้ขยายตัวไปถึง โดยใช้ประโยชน์จากโครงสร้างพื้นฐานเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ให้บริการในปัจจุบัน ทั้งนี้ อินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ความเร็วสูงภายในบ้านจะได้ประโยชน์จากการปรับใช้สัญญาณ 5G เพื่อให้บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตไร้สายแบบประจำที่ (FWA) ซึ่งสามารถให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์เข้าถึงพื้นที่ที่สายไฟเบอร์เข้าถึงได้ยาก ด้วยต้นทุนที่สูงหรือมีข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์ในการติดตั้งและบำรุงรักษาโครงสร้างพื้นฐาน โดยจุดเด่นของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตไร้สายแบบประจำที่ คือการลดค่าใช้จ่ายและเวลาในการติดตั้ง เนื่องจากไม่ต้องพึ่งพาการเชื่อมต่อสายไฟเบอร์ออฟติกเข้าไปในพื้นที่ แต่ใช้การเชื่อมต่อผ่านอุปกรณ์ไร้สายแทน

การขยายเข้าสู่บริการอินเทอร์เน็ตภายในบ้านเป็นการเปิดโอกาสให้เอไอเอสสามารถขยายเข้าสู่บริการใหม่ๆ ที่ตอบสนองการใช้ชีวิตในครอบครัวที่เพิ่มขึ้นในอนาคต อาทิ บริการสื่อบันเทิงภายในบ้าน บริการความปลอดภัยในที่พักอาศัย รวมไปถึงระบบอัตโนมัติต่างๆ ภายในที่พักอาศัย เป็นต้น โดยเอไอเอสมุ่งมั่นที่จะให้บริการอินเทอร์เน็ตที่มีเสถียรภาพทั้งภายในและภายนอกอาคารทั้งสำหรับลูกค้ารายบุคคลและครอบครัว เพื่อที่จะตอบสนองชีวิตที่ต้องการการเชื่อมต่ออย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ด้วยบริการที่ราบรื่นบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่หลากหลายประเภท นอกจากนี้ เอไอเอสยังคงต่อยอดการขยายฐานลูกค้าบริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ภายในบ้าน โดยนำเสนอบริการกับฐานลูกค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ปัจจุบันเพื่อนำเสนอบริการที่ครบถ้วนในแพ็คเกจเดียว ทั้งบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง รวมไปถึงบริการ AIS PLAY ซึ่งเสนอเนื้อหาวิดีโอคอนเทนต์และบริการ OTT (Over the Top)

พลิกดันบริการรูปแบบใหม่ที่สร้างมูลค่าเพิ่ม และสอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิต ในยุคดิจิทัล และเสริมศักยภาพขององค์กร

ในขณะที่การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตกลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการใช้ชีวิตประจำวัน แต่ความสนใจของผู้บริโภคนั้นไม่ใช่เพียงการเข้าถึง แต่อยู่ที่บริการดิจิทัลที่ลูกค้าได้รับซึ่งทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้น กล่าวได้ว่าสิ่งที่ลูกค้าต้องการอยู่ที่ปลายทางมากกว่าเส้นทางไปสู่ปลายทางนั้น เอไอเอสจึงมุ่งหวังที่จะขยายการให้บริการด้านดิจิทัลไลฟ์ซึ่งออกแบบให้ตรงความต้องการของผู้บริโภครายบุคคลที่สามารถเลือกสรรตามรูปแบบการใช้ชีวิตของตัวเองแบบเรียลไทม์ เช่น วิดีโอสตรีมมิ่ง, แพลตฟอร์มธุรกรรมทางการเงินบนมือถือ, IoT (Internet of Things) หรืออุปกรณ์ต่างๆ ที่ถูกสั่งการได้จากการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ระบบคลาวด์ การให้บริการเกมออนไลน์ และบริการประกันภัยออนไลน์ ด้วยแนวคิดในการขยายสู่บริการดิจิทัลกับฐานลูกค้าในวงกว้างนั้น ต้องอาศัยการสร้างร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจที่มีประสบการณ์เฉพาะด้าน ร่วมกันสร้างบริการหรือแพลตฟอร์มที่ง่ายต่อการใช้งานและสร้างความสะดวกสบายให้ลูกค้า และมีรูปแบบการสร้างรายได้การให้บริการที่หลากหลาย ทั้งรายได้ในรูปแบบการสมัครสมาชิก ค่าธรรมเนียม ไปจนถึงรายได้จากการโฆษณา

สำหรับลูกค้าประเภทองค์กร เอไอเอสมุ่งมั่นที่จะมีบทบาทสำคัญในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่าง

รวดเร็วในการปรับโครงสร้างธุรกิจเข้าสู่ยุคดิจิทัล โดยนำเสนอบริการที่ก้าวล้ำในรูปแบบใหม่ๆ รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถของบริการระบบคลาวด์ เพื่อตอบสนองความต้องการในระบบคลาวด์ที่เพิ่มสูงขึ้นในอนาคต และด้วยร่วมความร่วมมือกับผู้ให้บริการไอซีทีชั้นนำ เอไอเอสจะสามารถช่วยให้องค์กรต่างๆ สามารถบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศที่มีความปลอดภัยและเสถียรเพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งขององค์กร และส่งเสริมความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งจะช่วยยกระดับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย

การบูรณาการเทคโนโลยี เพื่อเสริมประสิทธิภาพของธุรกิจ และพัฒนาบุคลากรไปอีกขั้น

เอไอเอสมุ่งมั่นที่จะใช้เทคโนโลยีเพื่อเสริมสร้างความสามารถทางการแข่งขันของการให้บริการทั้งด้วย 1) Data Analytics การวิเคราะห์ Big data เพื่อใช้คาดการณ์อนาคต 2) กระบวนการ RPA (Robotic Process Automation) หรือการนำกระบวนการทำงานแบบอัตโนมัติ มาปรับใช้ในงานที่ทำเป็นประจำเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และ 3) การพัฒนาบุคลากรเพื่อปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัล ในลำดับแรกเริ่มจากการบริหารจัดการคุณค่าของลูกค้า (Customer Value Management หรือ CVM) โดยการปรับปรุงความสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยการวิเคราะห์ระบบฐานข้อมูล ซึ่งลูกค้าจะได้รับบริการตรงกับความต้องการในช่องทาง

ที่เหมาะสมสำหรับลูกค้าแต่ละราย โดยเอไอเอสไม่เพียงแต่นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการภายใต้แพลตฟอร์มต่างๆ ที่เอไอเอสมีอยู่แล้วเท่านั้น แต่ยังสามารถนำเสนอบริการอื่นๆ ที่หลากหลายจากพันธมิตรเพื่อสามารถเข้าถึงความต้องการของลูกค้าที่มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ประการที่สอง เอไอเอสจะผนวกรวมเทคโนโลยีต่างๆ เช่น RPA, ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence หรือ AI) และแมชชีน เลิร์นนิง (Machine Learning หรือ ML) เพื่อปรับปรุงการบริการลูกค้าและกระบวนการทำงานภายใน โดยระบบปัญญาประดิษฐ์จะเข้ามาเติมเต็มความสามารถของบุคลากรทั้งในการเสริมประสิทธิภาพและลดข้อผิดพลาดของบุคลากร อีกทั้งยังสามารถให้บริการแบบ On-demand โดยไม่มีข้อจำกัดในด้านเวลา นอกจากนี้ การผนวกรวมเทคโนโลยีเข้าด้วยกันจะช่วยให้เอไอเอสสามารถเพิ่มประสิทธิภาพต้นทุนได้อีกด้วย ท้ายที่สุด บุคลากรยังคงเป็นหัวใจสำคัญในการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจอย่างยั่งยืน ดังนั้น ท่ามกลางการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เอไอเอสจึงเน้นย้ำให้พนักงานเตรียมรับมือต่อการเติบโตในอนาคต พร้อมสามารถปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ บริษัทได้เปิดสถาบันเอไอเอส อินโนเวชัน เซ็นเตอร์ (AIS Innovation Center) ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มการเรียนรู้ดิจิทัลซึ่งเปิดสอนหลักสูตรที่หลากหลายและเข้าถึงได้ตลอดเวลาโดยจะช่วยเหลือเพิ่มพูนความรู้และทักษะของบุคลากรได้เป็นอย่างดี การเสริมสร้างความแข็งแกร่งดังกล่าวจะช่วยให้บุคลากรของเอไอเอสพร้อมใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในกระบวนการทำงานและเข้าสู่เป้าหมายโดยรวมของการเป็น ‘ผู้ให้บริการด้านดิจิทัลไลฟ์’ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยเสี่ยง

เอไอเอสตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอก

โดยมีการพิจารณาปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อ บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจของเอไอเอส และบริษัทในกลุ่ม หรืออาจทำให้สูญเสียโอกาสที่สำคัญทางธุรกิจจากหลายๆ ปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยภายในและภายนอกในการดำเนินธุรกิจ เช่น บุคลากร การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีและกฎระเบียบของหน่วยงาน กำกับดูแล พฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า และสภาพแวดล้อมในการทำธุรกิจ
2. เหตุการณ์ที่อาจส่งผลกระทบต่อเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญ เช่น สถานการณ์ใดๆ ที่เป็นมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทำให้เอไอเอสไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ หรือกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน รวมถึง อุทกภัย การเกิดไฟป่า หรือภัยธรรมชาติต่างๆ
3. เหตุการณ์ในอดีต ปัจจุบัน และที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต ที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินการของเอไอเอส และบริษัทในกลุ่ม

4. การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ที่มีนัยสำคัญ
5. สาเหตุที่นำไปจนเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น ที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินการของเอไอเอส และบริษัทในกลุ่ม
6. โครงการหรือสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่เอไอเอสต้องการพัฒนาขึ้น
7. โอกาสที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกิจกรรมทางธุรกิจในปัจจุบัน

1 กระบวนการกำหนดและพิจารณาปัจจัยเสี่ยง



ผู้บริหารและพนักงาน พิจารณาระบุประเด็นความเสี่ยงในระดับองค์กรและสายงาน



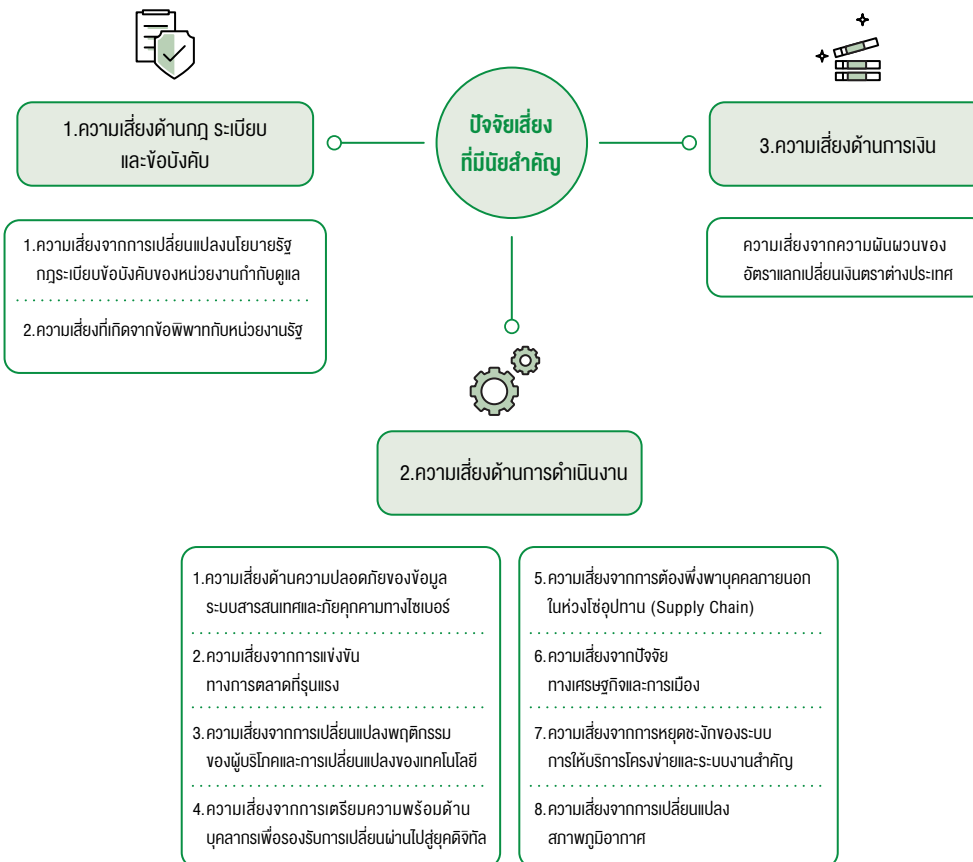
คณะทำงานด้านบริหารความเสี่ยงพิจารณาประเด็นที่ถูกระบุขึ้นมาจากแต่ละสายงานเพื่อระบุความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญระดับองค์กรและนำเสนอต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง



คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงพิจารณากำหนดประเด็นความเสี่ยงโดยพิจารณาผลกระทบและโอกาสที่จะเกิดขึ้น และกำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk appetite and tolerance) พร้อมกำหนดวิธีการป้องกันและบริหารความเสี่ยงและมาตรการในการจัดการความเสี่ยงดังกล่าว จากนั้นนำเสนอคณะกรรมการตรวจสอบและกำกับความเสี่ยงต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบและหรือให้ความเห็น

ปัจจัยเสี่ยงที่เป็นความเสี่ยงต่อเนื่องและปัจจัยเสี่ยงใหม่ที่จะเกิดขึ้นภายใต้สิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปสามารถจำแนกเป็นความเสี่ยงดังนี้

2 ปัจจัยเสี่ยงที่มีนัยสำคัญ



ความเสี่ยงด้านกฎ ระเบียบ และข้อบังคับ

1. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายรัฐ กฎ ระเบียบข้อบังคับของหน่วยงานกำกับดูแล

เอไอเอสประกอบกิจการภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานภาครัฐ เช่น กสทช. ซึ่ง มีบทบาทหน้าที่ในฐานะองค์กรผู้กำกับดูแลการประกอบกิจการของผู้ได้รับใบอนุญาต ทั้งนี้ การออกหรือการเปลี่ยนแปลงกฎ ระเบียบหรือข้อบังคับในบางกรณีของหน่วยงานภาครัฐ อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ ทำให้ความสามารถในการทำกำไรของบริษัทลดลง และ/หรือ ต้นทุนในการให้บริการสูงขึ้น

ทั้งนี้ เอไอเอสมีหน่วยงานที่รับผิดชอบงานที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานภาครัฐที่กำกับดูแล โดยตรง ซึ่งมีหน้าที่ในการติดตามการออกและเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบอยู่อย่างสม่ำเสมอเพื่อรายงานและประสานงานกับผู้บริหารและหน่วยงานอื่นๆ ในองค์กรที่เกี่ยวข้องให้ทราบอย่างทั่วถึงและพร้อมต่อการตอบสนอง รวมถึงการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐ ได้รับข้อมูลผลกระทบจากการออกกฎ ระเบียบต่อการดำเนินธุรกิจ ในกรณีที่ มี กฎ ระเบียบ ที่จะประกาศเพื่อใช้บังคับในอนาคตและอาจกระทบสิทธิของกลุ่มเอไอเอส เอไอเอสจะส่งตัวแทนเข้าร่วมรับฟังและแสดงความคิดเห็นอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งในกรณีที่เห็นว่ากฎ ระเบียบนั้นๆ กระบสิทธิ และได้รับการปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรม อาจจะพิจารณาฟ้องร้องเพื่อให้เพิกถอนการประกาศใช้ ตลอดจนเรียกร้องค่าเสียหายที่เกิดขึ้น

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากความเสี่ยงดังกล่าว	การเปลี่ยนแปลงระดับความเสี่ยงจากปี 2561
การดำเนินธุรกิจ รายได้และต้นทุน และภาพลักษณ์ชื่อเสียง	ไม่เปลี่ยนแปลง

2. ความเสี่ยงที่เกิดจากข้อพิพาทกับหน่วยงานรัฐ

ในอดีตเอไอเอสประกอบกิจการให้บริการโทรคมนาคมภายใต้สัญญาอนุญาตหรือสัมปทานกับหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ที่มีข้อกำหนดให้ต้องโอนทรัพย์สินที่ได้ลงทุนเพื่อใช้ในการประกอบกิจการให้แก่ผู้สัญญาภาครัฐ ตลอดจนนำส่งส่วนแบ่งรายได้ตามอัตราที่กำหนด ซึ่งที่ผ่านมาเอไอเอสมีข้อพิพาทหลายคดีอันเกิดจากการตีความข้อสัญญาที่ไม่ตรงกัน เช่น เรื่องส่วนแบ่งรายได้ เป็นต้น รวมทั้งในบางกรณี กสทช. ได้ออกประกาศ ระเบียบ ข้อบังคับหรือคำสั่งที่ส่งผลกระทบต่อ การประกอบธุรกิจหรือมีปัญหาในทางปฏิบัติ ที่อาจทำให้



ไม่สามารถปฏิบัติได้ หรือส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจและ/หรือรายได้ของบริษัท และ/หรือต้นทุนในการให้บริการสูงขึ้น ซึ่งในหลายกรณีไอเอสได้ใช้สิทธิฟ้องร้องต่อศาลเพื่อให้พิจารณาถึงความชอบด้วยกฎหมายในการดำเนินการต่างๆ ของ กสทช.

(ข้อมูลและรายละเอียดเพิ่มเติมแสดงไว้ตามรายงานหัวข้อ ข้อพิพาทที่สำคัญในแบบ 56-1)

ไอเอสมีหน่วยงานที่รับผิดชอบงานในการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อให้บริษัทในฐานะคู่สัญญาได้ปฏิบัติตามถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาที่เกี่ยวข้อง หากมีประเด็นข้อขัดแย้งเกิดขึ้น ก็จะดำเนินการเจรจาหาข้อยุติโดยเร็ว ซึ่งหากไม่ประสบผล ข้อพิพาทนี้จะเข้าสู่กระบวนการระงับข้อพิพาทโดยคณะอนุญาโตตุลาการตามที่กำหนดไว้ในสัญญาฯ ตลอดจนศาลที่มีเขตอำนาจเพื่อพิจารณาตัดสินให้เป็นที่ยุติต่อไป

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากความเสี่ยงดังกล่าว	การเปลี่ยนแปลงระดับความเสี่ยงจากปี 2561
ฐานะการเงินและภาพลักษณ์ชื่อเสียง	ไม่เปลี่ยนแปลง

ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน

1. ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูล ระบบสารสนเทศและภัยคุกคามทางไซเบอร์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ของไอเอส เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ และเพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ จำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีส่งผลให้อาจมีโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยงทางด้านความปลอดภัยของระบบสารสนเทศเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน ทั้งที่เกิดจากความซับซ้อนของเทคโนโลยีเอง และความรู้ความสามารถของพนักงานที่จะต้องได้รับการพัฒนาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ตลอดจนความบกพร่องของระบบที่อาจเปิดโอกาสให้ผู้ไม่ประสงค์ดีสามารถเข้าถึงข้อมูลในระบบหรือจากภัยคุกคามทางด้านเทคโนโลยีต่างๆ

- ระบบความปลอดภัยของสารสนเทศหากไม่เพียงพอหรือไม่สมบูรณ์ อาจก่อให้เกิดความเสียหายร้ายแรงได้ โดยเฉพาะความปลอดภัยของข้อมูลสำคัญ รวมทั้งข้อมูลส่วนบุคคลที่อยู่ในระบบ
- ภัยคุกคามทางไซเบอร์ต่างๆ เช่น การก่อกวนเครือข่าย (DDoS Attack) การปลอมหน้าเว็บไซต์ (Phishing) การติดตั้งโปรแกรมประสงค์ร้าย (Malware/Virus) เป็นต้น อาจก่อให้เกิดการหยุดชะงักทางธุรกิจได้

ไอเอสมีการทบทวนและปรับปรุงนโยบายการรักษาความปลอดภัยระบบคอมพิวเตอร์และข้อมูลสารสนเทศอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าไอเอสสามารถรักษาความปลอดภัยของระบบสารสนเทศและป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์ได้ ดังนี้

- การประยุกต์ใช้มาตรฐานสากลต่างๆ ที่เหมาะสม และสอดคล้องกับพระราชบัญญัติการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ และพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- พยายาและพัฒนาเครื่องมือรักษาความปลอดภัยทางสารสนเทศให้ครอบคลุมระบบงานที่สำคัญของบริษัท
- เพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยทางด้านสารสนเทศ เช่น กำหนดสิทธิการเข้าถึงข้อมูลสำคัญในระบบ ปรับปรุงพื้นที่ทำงานที่มีการเข้าถึงข้อมูลของลูกค้าเป็นแบบปิด สร้างความตระหนักรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Awareness) แก่พนักงานทุกระดับชั้น
- พัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านความปลอดภัยของข้อมูล ระบบสารสนเทศ

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากความเสี่ยงดังกล่าว	การเปลี่ยนแปลงระดับความเสี่ยงจากปี 2561
รายได้ทางการเงิน การหยุดชะงักทางธุรกิจและ/หรือระบบ สารสนเทศของบริษัท และภาพลักษณ์ชื่อเสียง	คาดว่าจะมีผลกระทบหรือนับยะเพิ่มขึ้นในระยะยาว (Emerging risk)

2. ความเสี่ยงจากการแข่งขันทางการตลาดที่รุนแรง

จากการแข่งขันที่รุนแรงในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม ผู้ให้บริการต่างก็มุ่งขยายโครงข่ายอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถส่งมอบบริการได้ตามที่ลูกค้าคาดหวัง รวมทั้งการเสนอโปรโมชั่นที่หลากหลาย โดยเฉพาะการเสนอแพ็คเกจการใช้งานข้อมูลผ่านเครือข่ายแบบไม่จำกัดปริมาณ (Unlimited package) และการเสนอโปรโมชั่นพร้อมดีไวซ์ที่หลากหลาย เพื่อดึงดูดผู้ใช้บริการ ทำให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคามากขึ้น

เอไอเอสมีแผนจัดการความเสี่ยง ดังนี้

- เป็นผู้นำด้านนวัตกรรมในการนำเสนอรูปแบบบริการใหม่ด้านดิจิทัลไลฟ์ภายใต้เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปให้กับลูกค้า
- การขยายโครงข่ายการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ในรูปแบบ Fixed Mobile Convergence (FMC) เพื่อนำเสนอบริการที่ลูกค้าสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
- การพัฒนาคุณภาพของบริการหลังการขายเพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมและดึงดูดลูกค้าใหม่ โดยเฉพาะการเสนอสิทธิประโยชน์เซอร์เนด (Serenade Privileges Program) บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์พัฒนาสิทธิประโยชน์และมูลค่าของเซอร์เนดในหลายด้าน เช่น ขยายพื้นที่ให้บริการลูกค้าเซอร์เนด การเสนอส่วนลดค่าเครื่องโทรศัพท์พิเศษแก่ลูกค้าเซอร์เนด ขยายสิทธิประโยชน์การให้บริการแก่ลูกค้าเซอร์เนดโดยร่วมกับพาร์ทเนอร์ชื่อดังด้านต่างๆ เช่น ร้านอาหาร ท่องเที่ยว เอนเตอร์เทนเมนต์
- พัฒนากลยุทธ์เพื่อรักษาฐานลูกค้าและนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าในทุกกลุ่มเป้าหมายโดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ (Advanced Analytics Tools)

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากความเสี่ยงดังกล่าว	การเปลี่ยนแปลงระดับความเสี่ยงจากปี 2561
รายได้ทางการเงิน ส่วนแบ่งการตลาด ภาพลักษณ์ชื่อเสียง	เพิ่มขึ้น

3. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคและการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี

การเปลี่ยนแปลงและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีโดยเฉพาะเทคโนโลยีดิจิทัลในปัจจุบันที่ก่อให้เกิดสินค้าบริการในรูปแบบใหม่ๆ จากผู้ให้บริการหน้าใหม่ที่ทำธุรกิจต่างรูปแบบ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการ เนื่องจากลูกค้ามีทางเลือกกว้างขวางในโลกดิจิทัล สำหรับบริการในรูปแบบใหม่ๆ ส่งผลให้บริษัทต้องปรับตัวและพัฒนาแผนการดำเนินธุรกิจเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ที่จะเกิดขึ้น และพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อรักษาฐานลูกค้าสร้างรายได้ในช่องทางใหม่ และรักษาการเติบโตในระยะยาว

โดยเอไอเอสมีแผนจัดการความเสี่ยง ดังนี้

- กำหนดกลยุทธ์ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคและเทคโนโลยี
- พัฒนาระบบการให้บริการแก่ลูกค้าด้วยระบบดิจิทัลเต็มรูปแบบ เช่น การเลือกใช้สินค้าและบริการผ่านระบบออนไลน์ ติดตั้งช่องทางการให้บริการผ่าน AI หรือ Chatbot การประยุกต์ใช้กระบวนการทำงานอัตโนมัติโดยหุ่นยนต์ (Robotic Process Automation) ในการให้บริการลูกค้า
- นำเสนอสินค้าและบริการของโทรศัพท์เคลื่อนที่ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และดิจิทัลคอนเทนต์ ในรูปแบบใหม่ที่ให้มูลค่าเพิ่มเพื่อลดความซับซ้อนและประหยัดค่าใช้จ่ายแก่ลูกค้า และยังเป็น การเพิ่มสิทธิประโยชน์เพื่อดึงดูดลูกค้า
- เพิ่มขีดความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยเครื่องมือ Data Analytics เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสม
- พัฒนาระบบโครงข่ายการให้บริการ ระบบการบริการลูกค้าและระบบสนับสนุนให้อยู่บนเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น คลาวด์เทคโนโลยี
- พัฒนาการเติบโตในธุรกิจลูกค้าองค์กร (Corporate) และธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ (Content) เช่น ขยายการให้บริการเกี่ยวกับ IoT พัฒนาระบบ Cloud Business Ecosystem
- ปรับปรุงโครงสร้างองค์กรและพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานเพื่อให้พร้อมสำหรับการดำเนินการหรือสนับสนุนกลยุทธ์ของบริษัท

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากความเสี่ยงดังกล่าว	การเปลี่ยนแปลงระดับความเสี่ยงจากปี 2561
รายได้ทางการเงิน, ภาพลักษณ์ชื่อเสียง และส่วนแบ่งการตลาด	คาดว่าจะมีผลกระทบหรือนับมีระดับเพิ่มขึ้นในระยะยาว (Emerging risk)

4. ความเสี่ยงจากการเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรเพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคดิจิทัล

จากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมจำเป็นต้องพัฒนาขีดความสามารถในการให้บริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว ซึ่งหากบริษัทไม่สามารถพัฒนาทักษะหรือความสามารถของ

พนักงานที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างทั่วถึงที่ บริษัทอาจสูญเสียความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ ในปัจจุบัน รวมถึงธุรกิจที่จะเกิดขึ้นใหม่ในอนาคต

เอไอเอสมีกระบวนการจัดการความเสี่ยง ดังนี้

- สรรหาพนักงานที่มีทักษะตรงตามความต้องการของบริษัท รวมถึงการพัฒนาทักษะใหม่เพื่อประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจขององค์กรในอนาคต
- ร่วมมือกับสถาบันระดับโลกที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพื่อวางรากฐาน พัฒนาความรู้และเตรียมความพร้อมแก่พนักงานเฉพาะกลุ่มในการดำเนินธุรกิจด้านดิจิทัล รวมถึงสืบทอดตำแหน่งที่สำคัญ (Succession plan) พร้อมทั้งการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กร (Culture Transformation) ไปสู่ยุคดิจิทัล ซึ่งมีผลกระทบในระยะยาว (Emerging risk)

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากความเสี่ยงดังกล่าว	การเปลี่ยนแปลงระดับความเสี่ยงจากปี 2561
ภาพลักษณ์ชื่อเสียง และส่วนแบ่งการตลาด	ไม่เปลี่ยนแปลง

5. ความเสี่ยงจากการต้องพึ่งพาบุคคลภายนอกในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)

เอไอเอสต้องซื้ออุปกรณ์โครงข่ายและสถานีฐานจากผู้ขายหลักน้อยราย เนื่องด้วยข้อจำกัดในการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีของโครงข่าย ซึ่งรวมไปถึงการใช้บริการบำรุงรักษาและซ่อมแซมอุปกรณ์ของสถานีฐาน ทำให้อาจมีความเสี่ยงจากการที่ผู้ขาย/ผู้ให้บริการ ไม่สามารถส่งมอบสินค้าและบริการได้ตามที่ตกลงไว้

เอไอเอสมีกระบวนการจัดการความเสี่ยง ดังนี้

- กำหนดนโยบายการจัดซื้อ/จัดจ้าง จากผู้ขาย/ผู้ให้บริการแบบ Multi-vendor สำหรับอุปกรณ์และการบริการที่สำคัญ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการพึ่งพาผู้ขาย/ผู้ให้บริการรายใดรายหนึ่งเป็นหลัก
- จัดเตรียมรายชื่อผู้ขาย/ผู้ให้บริการ ที่ผ่านกระบวนการคัดเลือกตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนดเพื่อให้สามารถเลือกใช้บริการได้ หากผู้ขาย/ผู้ให้บริการหลักไม่สามารถให้บริการได้
- ควบคุมปริมาณอุปกรณ์สำรอง อะไหล่ และ/หรือ สินค้าคงคลัง ให้อยู่ปริมาณที่เหมาะสม เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาการขาดแคลนอุปกรณ์/สินค้าหลักที่สำคัญ

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากความเสี่ยงดังกล่าว	การเปลี่ยนแปลงระดับความเสี่ยงจากปี 2561
รายได้ทางการเงิน การหยุดชะงักทางธุรกิจและ/หรือ ภาพลักษณ์ชื่อเสียง	ไม่เปลี่ยนแปลง

6. ความเสี่ยงจากปัจจัยทางเศรษฐกิจและการเมือง

การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจและการเมือง อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจได้ทั้งในเชิงของโอกาส และอุปสรรค เนื่องด้วยการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์และอุปทานภายในระบบเศรษฐกิจของประเทศ ที่มีผลกระทบต่อกำลังการซื้อของผู้ใช้บริการ

แต่อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันการใช้งานการสื่อสารผ่านทางโทรศัพท์ไร้สายไม่จำเป็นจะเป็นการสื่อสารผ่านเสียง หรือการสื่อสารผ่านข้อมูลต่างๆ ถือเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนในประเทศ รวมทั้งค่าบริการในการใช้งานที่ผู้ให้บริการกำหนดอยู่ในระดับที่สามารถจับจ่ายได้ (Affordable price) ทำให้บริษัทได้รับผลกระทบจากความเสี่ยงทางด้านเศรษฐกิจและการเมืองในระดับที่ยอมรับได้

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากความเสี่ยงดังกล่าว	การเปลี่ยนแปลงระดับความเสี่ยงจากปี 2561
รายได้/ ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	ไม่เปลี่ยนแปลง

7. ความเสี่ยงจากการหยุดชะงักของระบบการให้บริการโครงข่ายและระบบงานสำคัญ

กรณีเกิดภัยพิบัติ ภัยธรรมชาติ หรือเหตุการณ์ความผิดปกติต่างๆ ที่ไม่อยู่ในการควบคุมของบริษัท อาจส่งผลให้เกิดการหยุดชะงักของระบบปฏิบัติงานหลัก และเกิดการหยุดชะงักทางธุรกิจ

เอไอเอสมีการสร้างระบบสำรองที่จำเป็นในบางส่วนเพื่อรองรับ (redundancy) สำหรับระบบปฏิบัติงานหลักที่สำคัญ และจำเป็นในการให้บริการลูกค้า รวมทั้งกำหนดนโยบายการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management: BCM Policy) ทั้งระดับองค์กรและระดับหน่วยงาน โดยให้

มีการซักซ้อมและทบทวนแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ เอไอเอสได้รับการรับรองมาตรฐานสากลด้านการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ ISO 22301:2012 Business Continuity Management System ในฐานะที่ได้พัฒนาระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจอย่างสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพ พร้อมรับมือกับเหตุการณ์หรือภัยพิบัติ ซึ่งก่อให้เกิดการบริหารความยั่งยืน (Sustainable Development) ขององค์กรได้อย่างแท้จริง

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากความเสี่ยงดังกล่าว	การเปลี่ยนแปลงระดับความเสี่ยงจากปี 2561
ภาพลักษณ์ชื่อเสียง และการดำเนินการไม่ได้ตามแผนงาน	ไม่เปลี่ยนแปลง

8. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศถือเป็นปัญหาระดับสากล ที่อาจมีผลกระทบต่อ การดำเนินการทางธุรกิจ การดูแลรักษาโครงสร้าง อุปกรณ์โครงข่าย ความต่อเนื่องในการให้บริการ รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานของบริษัท เอไอเอสในฐานะผู้ให้บริการโทรคมนาคมสื่อสารและจำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานโทรศัพท์มือถือ เล็งเห็นความสำคัญของการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อให้มั่นใจว่าจะสามารถส่งมอบบริการให้กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ และลดผลกระทบจากของเสียที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การติดตั้งเสาสัญญาณตามมาตรฐานการออกแบบ EIA-222C ให้สามารถรองรับความแรงลมในระดับที่สูงกว่าข้อมูลความแรงลมที่เคยเกิดขึ้นในประเทศไทย การยกความสูงของสถานีฐานโดยใช้ข้อมูลอ้างอิงจากอุทกภัยร้ายแรงสุดในปี 2554 ดังนั้นการดำเนินโครงการเพื่อเป็นแกนกลางในการรวบรวมระยะอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานโทรศัพท์มือถือและนำไปกำจัดอย่างถูกวิธี และโครงการอื่นๆ บริษัทถือเป็นบทบาทหน้าที่อย่างหนึ่งในการบริหารจัดการกระบวนการที่อาจส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน และเป็นไปในแนวทางตามมาตรฐานสากล

โดยในปี 2562 เอไอเอสมีการดำเนินการเพื่อบริหารจัดการผ่านคณะทำงานด้านต่างๆ ดังนี้

- บริหารจัดการระยะอิเล็กทรอนิกส์และของเสียจากการดำเนินธุรกิจ โดยการประเมินสภาพของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ คัดแยกส่วนเพื่อเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลและกำจัดอย่างถูกวิธี
- กำหนดเป้าหมายปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งทางตรงและทางอ้อม
- เพิ่มสัดส่วนการใช้งานพลังงานทดแทนของบริษัท เช่น พลังงานจากแสงอาทิตย์ เป็นต้น

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากความเสี่ยงดังกล่าว	การเปลี่ยนแปลงระดับความเสี่ยงจากปี 2561
การหยุดชะงักทางธุรกิจ/ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์ และภาพลักษณ์ชื่อเสียง	คาดว่าจะมีผลกระทบหรือนิยمةเพิ่มขึ้นในระยะยาว (Emerging risk)

ความเสี่ยงด้านการเงิน

1. ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

เอไอเอสมีรายรับและรายจ่ายบางส่วนในสกุลเงินต่างประเทศจากการให้บริการข้ามแดนอัตโนมัติ (International Roaming) และจากการซื้ออุปกรณ์โครงข่ายต่างๆ ดังนั้น ความผันผวนจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศจึงอาจส่งผลกระทบต่อรายรับและรายจ่ายของบริษัทเอไอเอสมีกระบวนการจัดการความเสี่ยง ดังนี้

- การทำสัญญาซื้อเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) โดยกำหนดอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้าไว้ ณ วันที่ทำสัญญาเพื่อการส่งมอบในอนาคตตามจำนวนเงิน สกุลเงิน ในระยะเวลาที่ระบุไว้
- การชำระค่าสินค้าและบริการที่เป็นสกุลเงินต่างประเทศด้วยการใช้เงินฝากในสกุลเงินตราต่างประเทศที่มีอยู่ (Natural Hedge)

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากความเสี่ยงดังกล่าว	การเปลี่ยนแปลงระดับความเสี่ยงจากปี 2561
รายได้/ ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	ไม่เปลี่ยนแปลง