

PURSUING
SUCCESS

รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2558/59

SUSTAINABILITY REPORT

2015/16

รายงานความยั่งยืน
ประจำปี 2558/59

บริษัท วี จี โกลบอล มีเดีย จำกัด (มหาชน)

SUSTAINABILITY REPORT
2015/16

VGI GLOBAL MEDIA PUBLIC COMPANY LIMITED

สารบัญ

04 คำนิยาม

06 สารจากประธานกรรมการ

08 เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

10 ข้อมูลบริษัทฯ

ผลการปฏิบัติงานด้านเศรษฐกิจ

18 การกำกับดูแลกิจการที่ดีและยั่งยืน

22 ผลิตภัณฑ์ที่คุ้มค่าและสร้างสรรค์

24 การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

ผลการปฏิบัติงานด้านสังคม

28 การปฏิบัติต่อพนักงาน

34 ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

36 การพัฒนาชุมชนและสังคม

ผลการปฏิบัติงานด้านสิ่งแวดล้อม

42 การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ

44 การจัดการสิ่งแวดล้อม

88 GRI Index



TABLE OF CONTENTS

46	Definitions
48	Message from the Chairman
50	About this Sustainability Report
52	Company Profile
	Economic Performance
60	Sustainable Corporate Governance
64	Smart and Innovative Products
66	Customer Relationship Management
	Social Performance
70	Employee Engagement
76	Responsibility towards Consumers
78	Social and Community Development
	Environmental Performance
84	Efficient Energy Consumption
86	Environmental Management
88	GRI Index



คำนิยาม

บริษัทฯ หรือ วีจีไอ
กลุ่มบริษัทบีทีเอส

หมายถึง
หมายถึง

บริษัท วี จี ไอ โกลบอล มีเดีย จำกัด (มหาชน)
บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)
และบริษัทย่อย

บีทีเอสจี
บีทีเอสซี
ตลาดหลักทรัพย์ฯ

หมายถึง
หมายถึง
หมายถึง

บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)
บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย





สารจากประธานกรรมการ



ปีที่ผ่านมา ถือเป็นปีที่ท้าทายอีกปีหนึ่งของวีจีไอ เราได้สร้างความสำเร็จที่น่าจดจำ รวมทั้งได้วางรากฐานสำหรับการเติบโตและความสำเร็จอย่างยั่งยืนในอนาคต สิ่งต่างๆ เหล่านี้เกิดขึ้นจากความมุ่งมั่นและความทุ่มเทของพนักงาน การกำกับดูแลและบริหารจัดการด้วยความเป็นธรรมและความโปร่งใสของคณะกรรมการบริษัทและผู้บริหาร โดยคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ซึ่งรวมไปถึงการมีกระบวนการจัดการภายใต้มาตรฐานสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาสังคมและชุมชน

ในปี 2558/59 วีจีไอได้วางกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มุ่งเน้นไปสู่การให้บริการ “โครงข่ายสื่อโฆษณาแบบครบวงจรครอบคลุมทั่วประเทศ (Nationwide Integrated Media Platform)” โดยก้าวแรกของวีจีไอคือ การเข้าซื้อหุ้นและทำข้อเสนอซื้อหลักทรัพย์ทั้งหมดในบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) อันจะทำให้เครือข่ายสื่อโฆษณาของวีจีไอครอบคลุมพื้นที่ให้บริการมากยิ่งขึ้น จากเดิมที่มีอยู่ในใจกลางกรุงเทพมหานคร ยิ่งไปกว่านั้น เครือข่ายสื่อโฆษณาของวีจีไอในปัจจุบัน ได้ขยายไปในที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียม สนามบิน และภายในเครื่องบินโดยสาร ในการนี้ วีจีไอขอให้คำมั่นว่า เราจะไม่หยุดนิ่งในการขยาย และพัฒนาเครือข่ายสื่อโฆษณา โดยส่วนหนึ่งเราจะผลักดันผ่านโครงการ VGI Innovation ซึ่งเปิดโอกาสให้กับพนักงานสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ตลอดจนการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ อันจะนำไปสู่การประหยัดต้นทุนในการบริหารจัดการ และอาจต่อยอดไปสู่การสร้างรายได้ให้กับวีจีไอในอนาคตได้

นอกจากนี้ เพื่อยกระดับแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี การขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนวางรากฐานเรื่องการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันที่แข็งแกร่งให้กับวีจีไอ คณะกรรมการบริษัทได้จัดตั้งคณะกรรมการบรรษัทภิบาลขึ้นเพื่อดูแลรับผิดชอบต่อเรื่องต่างๆ ข้างต้น โดยในปีนี้ คณะกรรมการบรรษัทภิบาลเป็นผู้ริเริ่มในการจัดทำรายงานความยั่งยืน ซึ่งจัดทำขึ้นเป็นปีแรกตามแนวทาง Sustainability Reporting Guidelines ของ Global Reporting Initiative Guideline (GRI) รุ่นที่ 4

สำหรับความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมนั้น วีจีไอได้มอบพื้นที่โฆษณาภายใต้การบริหารจัดการของวีจีไอ เพื่อสร้างประโยชน์ต่อสังคมและชุมชนด้วยการประชาสัมพันธ์โครงการหรือกิจกรรมทางสังคมต่างๆ เช่น โครงการของยูนิเซฟ มูลนิธิสร้างรอยยิ้ม เป็นต้น อีกทั้งยังได้เข้าร่วมโครงการสถานีส่งความสุขจากชาวบีทีเอสกรุ๊ปฯ เพื่อให้ความช่วยเหลือแก่เด็กและชาวบ้านในพื้นที่กันดารทั่วประเทศด้วย อนึ่ง วีจีไอดำเนินธุรกิจโดยการคำนึงและใส่ใจถึงสิ่งแวดล้อม จึงได้มีนโยบายและคู่มือปฏิบัติที่สอดคล้องกับระบบจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 2004 ตลอดจนจัดทำโครงการประหยัดพลังงานต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น โครงการ VGI Recycle เป็นต้น

ทั้งหมดทั้งมวลข้างต้น เป็นสิ่งยืนยันถึงความตั้งใจของวีจีไอที่จะสร้างความพึงพอใจและผลตอบแทนระยะยาว ควบคู่กับการดูแลความรับผิดชอบต่อด้านชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างแท้จริงของวีจีไอ



นายคีรี กาญจนพาสน์
ประธานกรรมการ

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

รายงานความยั่งยืนของบริษัท วิ จี ไอ โกลบอล มีเดีย จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2558/59 ฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นตามแนวทาง Sustainability Reporting Guidelines: Media Sector Supplement ของ Global Reporting Initiative Guideline (GRI) รุ่นที่ 4 โดยกำหนดให้มีเนื้อหาสอดคล้องกับหลักเกณฑ์ในระดับครบถ้วนตามตัวชี้วัดหลัก ('In accordance' – Core) เพื่อนำเสนอผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในด้านเศรษฐกิจ (Economic) สังคม (Social) และสิ่งแวดล้อม (Environment)

ระหว่างวันที่ 1 เมษายน 2558 ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2559 รายงานฉบับนี้ครอบคลุมโครงการที่บริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการ เนื่องจากมีความพร้อมในการจัดเก็บข้อมูล นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการรายงานถึงผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น คู่ค้าและผู้รับเหมาด้วย

(สำหรับข้อมูลนอกเหนือจากรายงานฉบับนี้ ถูกแสดงในรายงานประจำปี 2558/59 และผ่านเว็บไซต์ www.vgi.co.th)

การคัดเลือกเนื้อหาและการประเมินประเด็นสำคัญต่อความยั่งยืนเพื่อนำเสนอในรายงานฉบับนี้

กระบวนการคัดเลือกเนื้อหาและการประเมินประเด็นสำคัญสอดคล้องกับหลักการของ GRI โดยคำนึงถึงปัจจัยที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ และสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทั้งทางตรงและทางอ้อม ขั้นตอนของการคัดเลือกเนื้อหาและการประเมินประเด็นสำคัญประกอบด้วย การระบุประเด็นสำคัญ การจัดลำดับประเด็นสำคัญ การตรวจสอบประเด็นสำคัญ และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1

การระบุประเด็นสำคัญ

ระบุประเด็นที่มีผลต่อความยั่งยืนของบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสีย โดยพิจารณาจาก GRI Aspect และความสัมพันธ์กับบริษัทฯ เช่น วิสัยทัศน์และพันธกิจ ลักษณะการประกอบธุรกิจ กลยุทธ์เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 2

การจัดลำดับประเด็นสำคัญ

ประเมินความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืน โดยพิจารณาความสำคัญในแต่ละประเด็น ตั้งแต่ระดับ 1-4 ใน 2 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย (1) ผลกระทบที่มีความสำคัญต่อบริษัทฯ และ (2) ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสีย แล้วให้นำหนักตามความสำคัญในบริบทของความยั่งยืน โดยพิจารณาจากกลยุทธ์ทางธุรกิจเป็นหลัก

ขั้นตอนที่ 3

การตรวจสอบประเด็นสำคัญ

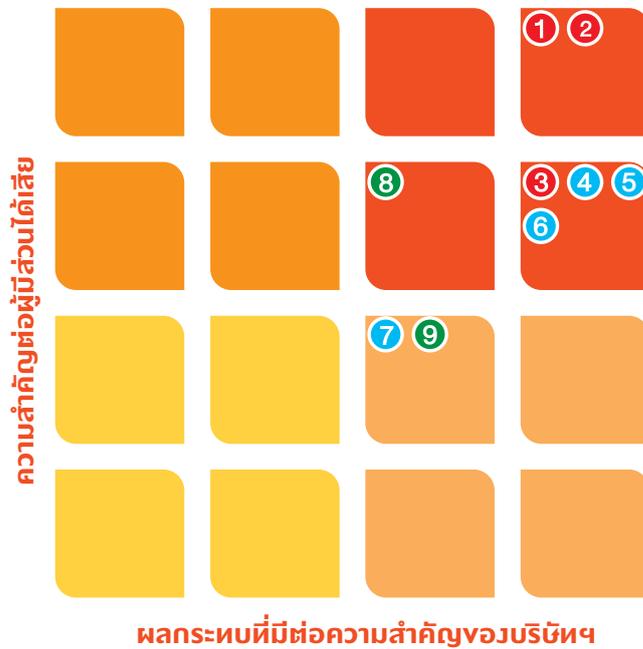
นำเสนอประเด็นที่มีความสำคัญต่อความยั่งยืน รวมทั้งขอบเขตของการรายงานในแต่ละประเด็นที่สำคัญต่อความยั่งยืนให้กับคณะกรรมการบริษัท (Corporate Governance Committee) เพื่อพิจารณาให้ความเห็นและตรวจสอบการประเมินสาระสำคัญ ขอบเขต และเนื้อหาของการรายงาน เพื่อให้มั่นใจได้ว่ารายงานที่จัดทำมีเนื้อหาครบถ้วนและครอบคลุมสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ

ขั้นตอนที่ 4

การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

ทบทวนรายงานความยั่งยืน รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าเนื้อหาที่เปิดเผยมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับประเด็นที่ต้องการสื่อสาร ตลอดจนตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย

ประเด็นและการประเมินประเด็นที่สำคัญต่อความยั่งยืน



ประเด็นสำคัญต่อความยั่งยืน

ด้านเศรษฐกิจ	ด้านสังคม	ด้านสิ่งแวดล้อม
 <ol style="list-style-type: none"> 1. ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและยั่งยืน 2. ผลิตภัณฑ์ที่คุ้มค่าและสร้างสรรค์ 3. การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า 	 <ol style="list-style-type: none"> 4. การพัฒนาและฝึกอบรมพนักงาน 5. การสร้างความผูกพันของพนักงาน 6. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค 7. การพัฒนาสังคมและชุมชน 	 <ol style="list-style-type: none"> 8. การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ 9. การจัดการสิ่งแวดล้อม

ท่านสามารถค้นหาข้อมูลรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2558/59 ได้จากเว็บไซต์ www.vgi.co.th และสามารถติดต่อขอข้อมูลเพิ่มเติมโดยตรงได้ที่ฝ่ายเลขานุการบริษัท บริษัท วิ จี ไอ โกลบอล มีเดีย จำกัด (มหาชน) อีเมล: companysecretary@vgi.co.th โทร. 0 2273 8884 แฟกซ์: 0 2273 8883

ข้อมูลบริษัท

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ เป็นผู้ให้บริการเครือข่ายสื่อโฆษณาที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตในยุคสมัยใหม่ (Lifestyle Media) สื่อโฆษณาที่อยู่ในการบริหารจัดการของบริษัทฯ ได้แก่

1. สื่อโฆษณาในระบบรถไฟฟ้าบีทีเอส

บริษัทฯ ได้รับสิทธิบริหารจัดการ (ก) สื่อโฆษณา และ (ข) พื้นที่เชิงพาณิชย์ ในระบบรถไฟฟ้าสายสีลมและสายสุขุมวิท จำนวน 23 สถานี และสถานีส่วนต่อขยาย 7 สถานี (ได้แก่ สถานีกรุงธนบุรี วงเวียนใหญ่ บางจาก ปุณณวิถี อุดมสุข บางนา และแบริ่ง) และรถไฟฟ้าบีทีเอสจำนวน 52 ขบวน ครอบคลุมพื้นที่โฆษณาประมาณ 30,000 ตารางเมตร และพื้นที่เชิงพาณิชย์ประมาณ 8,800 ตารางเมตร

2. สื่อโฆษณาในอาคารสำนักงาน

บริษัทฯ ได้รับสิทธิติดตั้งและบริหารจัดการจอดิจิทัลในลิฟท์โดยสารและโถงรอลิฟท์โดยสารในอาคารสำนักงานชั้นนำทั่วกรุงเทพมหานคร ณ วันที่ 31 มีนาคม 2559 บริษัทฯ มีอาคารสำนักงานภายใต้การบริหารจัดการ จำนวน 135 อาคาร รวมจอดิจิทัลทั้งหมด 1,091 จอ

3. สื่อโฆษณาอื่นๆ

นอกเหนือจากการเป็นผู้ให้บริการสื่อโฆษณาในระบบรถไฟฟ้าบีทีเอส และสื่อโฆษณาในอาคารสำนักงานแล้ว บริษัทฯ ยังได้รับสิทธิบริหารจัดการและเป็นตัวแทนขายสื่อโฆษณาหลากหลายประเภท เช่น สื่อโฆษณาที่ติดตั้งอยู่ตามท้องถนน (Street Furniture) สื่อโฆษณาที่จามจรี สแควร์ สื่อโฆษณาที่อาคารเอ็มโพร์ สื่อโฆษณาบนหอานาฬิกาประจำจังหวัด เป็นต้น



วิสัยทัศน์	เป็นผู้นำในธุรกิจสื่อโฆษณาที่มีอยู่ในวิถีการดำเนินชีวิตที่โดดเด่น ด้วยเทคโนโลยีอันทันสมัยและตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม โดยตั้งมั่นอยู่บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม
พันธกิจ	ให้คำปรึกษา คัดสรร และนำเสนอเครือข่ายสื่อโฆษณาที่มีอยู่ในวิถีการดำเนินชีวิตที่โดดเด่น สอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภค และคุ้มค่าต่อการลงทุน โดยคำนึงถึงสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม
กลยุทธ์เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน	สื่อโฆษณาที่ชาญฉลาด การบริการที่เลิศ พนักงานมีความสุข
นโยบายการปฏิบัติงานเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน	<ol style="list-style-type: none"> 1. พัฒนาธุรกิจให้เติบโต และมีการกระจายความเสี่ยงสู่ธุรกิจที่มีรายได้มั่นคง 2. มุ่งสู่การเป็นผู้ให้บริการสื่อโฆษณาที่มีอยู่ในวิถีการดำเนินชีวิตที่โดดเด่น และมีรูปแบบที่ชาญฉลาด (ดีจูด ฉับไว คุ้มค่า) 3. พนักงานเป็นมืออาชีพในการทำงานตามคุณลักษณะ HEART เพื่อส่งมอบบริการที่สร้างความประทับใจ 4. ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม 5. ให้ความสำคัญกับการจัดการสิ่งแวดล้อม การพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน สังคม และชุมชน ทั้งที่อยู่ในกระบวนการ (CSR In Process) และที่อยู่นอกเหนือจากการดำเนินงานธุรกิจปกติ (CSR After Process)
คุณค่าองค์กร	<p>“VGI HEART”</p> <p>V = Very คือ ทำงานด้วยพลังแห่งความทุ่มเท</p> <p>G = Good คือ เป็นคนเก่ง คนดี มีความสุข</p> <p>I = Indeed คือ สร้างสรรค์ผลงาน ให้เป็นเลิศ</p> <p>H = Helpful คือ ให้ความช่วยเหลือ และให้บริการ ลูกค้า เพื่อนร่วมงาน และสังคมด้วยความจริงใจ</p> <p>E = Energetic คือ มีพลังขับเคลื่อน กระตือรือร้น มุ่งมั่นขยันขันแข็ง และฝึกฝนพัฒนาตนเองอยู่เสมอพร้อมฟันฝ่าอุปสรรคในการทำงานให้สำเร็จอย่างไม่มีย่อท้อ</p> <p>A = Adaptive คือ สามารถปรับตัวได้กับทุกสถานการณ์ และยุคสมัยพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นโดยมุ่งพัฒนา และปรับปรุงผลงานเพื่อสิ่งที่ดีกว่า</p> <p>R = Reliable คือ มีความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจได้ในการทำงานให้สำเร็จ</p> <p>T = Teamwork คือ ผนึกพลังประสานความต่าง และร่วมมือร่วมใจกันในทุกระดับทั่วทั้งองค์กร ให้บรรลุเป้าหมายเดียวกัน</p>
คำขวัญ	เราดูแลคุณด้วยใจ

การวิเคราะห์และการคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย



บริษัทฯ ได้วิเคราะห์และคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียและให้ความสำคัญกับสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยจะดูแลให้ได้รับการปฏิบัติอย่างเหมาะสม เสมอภาค และเป็นธรรม เพราะเราเชื่อว่าความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มมีความสำคัญต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนและความสำเร็จในระยะยาวของบริษัทฯ รายละเอียดมีดังนี้

ประเภทผู้มีส่วนได้เสีย	ประเด็นความรับผิดชอบ	กระบวนการ / ช่องทางสื่อสาร
 <p>ผู้ถือหุ้น / นักลงทุน</p>	<ul style="list-style-type: none"> มอบผลตอบแทนในระดับที่เหมาะสมต่อผู้ถือหุ้นอย่างยั่งยืน ประกอบธุรกิจด้วยความรอบคอบ คำนึงถึงปัจจัยความเสี่ยงทั้งในปัจจุบันและอนาคต เพื่อให้เกิดความโปร่งใสในการดำเนินงาน ดำเนินการต่างๆ โดยคำนึงถึงสิทธิของผู้ถือหุ้น และปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน 	<ul style="list-style-type: none"> รายงานประจำปี รายงานความยั่งยืน การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี การจัดประชุมชี้แจงผลประกอบการรายไตรมาส การพบปะกับนักลงทุน (Roadshow) เป็นประจำ
 <p>ลูกค้า</p>	<ul style="list-style-type: none"> สร้างความพึงพอใจและความมั่นใจให้กับลูกค้า ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ นำเสนอและให้บริการที่มีคุณภาพ ตรงตามหรือสูงกว่าความคาดหวังของลูกค้า ในราคาที่เป็นธรรม ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอแก่ลูกค้า เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดเกี่ยวกับคุณภาพ หรือเงื่อนไขของสินค้าหรือบริการ พัฒนาคุณภาพและรูปแบบของสื่อโฆษณาและบริการเชิงนวัตกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า สำรวจความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อรักษาความสัมพันธ์และรับฟังความคิดเห็นหรือข้อร้องเรียน และนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริการ 	<ul style="list-style-type: none"> การประชุมร่วมกันเป็นประจำ การจัดกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์เป็นประจำ การสำรวจความพึงพอใจ รายงานประจำปี รายงานความยั่งยืน

ประเภทผู้มีส่วนได้เสีย	ประเด็นความรับผิดชอบ	กระบวนการ / ช่องทางสื่อสาร
 คู่ค้า	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดนโยบายและขั้นตอนการจัดซื้อจัดจ้างเป็นลายลักษณ์อักษร คัดเลือกคู่ค้าด้วยความเป็นธรรม ปฏิบัติต่อคู่ค้าให้เป็นไปตามข้อตกลงในสัญญาอย่างเคร่งครัด 	<ul style="list-style-type: none"> การประชุมร่วมกันเป็นประจำ การจัดกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์เป็นประจำ
 คู่แข่งทางการค้า	<ul style="list-style-type: none"> ปฏิบัติต่อคู่แข่งทางการค้าภายใต้กฎหมายและจรรยาบรรณทางการค้าที่ดี สนับสนุนและส่งเสริมการค้าเสรี ดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรมไม่ผูกขาด 	<ul style="list-style-type: none"> นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับคู่แข่ง (ระบุไว้ในคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ)
 หน่วยงานราชการ	<ul style="list-style-type: none"> ปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ให้ความร่วมมือในการสนับสนุนโครงการของหน่วยงานราชการ เพื่อประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ 	<ul style="list-style-type: none"> การโฆษณาประชาสัมพันธ์โครงการของหน่วยงานราชการเป็นประจำ
 สื่อมวลชน	<ul style="list-style-type: none"> เปิดเผยผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ด้วยข้อมูลที่ครบถ้วน ถูกต้องและเชื่อถือได้ 	<ul style="list-style-type: none"> การจัดทำและเผยแพร่คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A) รายไตรมาส การจัดประชุมชี้แจงผลประกอบการ รายไตรมาส
 พนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> ปฏิบัติกับพนักงานอย่างเสมอภาค เคารพสิทธิของพนักงานตามสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานตามหลักสากลและตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆ พัฒนาบุคลากร ด้วยการฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่องทั้งภายในและภายนอกองค์กร มอบผลตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม สร้างความผูกพันต่อองค์กร 	<ul style="list-style-type: none"> การสื่อสารผ่านช่องทางภายในเป็นประจำ เช่น บอร์ด Love and Share Pop-up website เป็นต้น การสัมมนาประจำปี โครงการ Happy Workplace การสำรวจความพึงพอใจประจำปี กล่อมรับความคิดเห็น
 ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none"> เติบโตอย่างยั่งยืนควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ใช้พื้นที่โฆษณาของบริษัทฯ สร้างประโยชน์ต่อสังคม บริหารจัดการองค์การอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> รายงานประจำปี รายงานความยั่งยืน การโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นประจำ

รางวัลและความภาคภูมิใจที่ผ่านมา

<p>ปี 2558/59</p>	<ul style="list-style-type: none"> ได้รับการจัดอันดับให้เป็นหนึ่งใน 100 อันดับหลักทรัพย์ที่มีการดำเนินงานโดดเด่นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ซึ่งประเมินโดยหน่วยงาน ESG Rating ของสถาบันไทยพัฒน์ ได้รับหนังสือขอบคุณจากยูนิเซฟ สำหรับการสนับสนุนพื้นที่โฆษณาที่อยู่ภายใต้การบริหารจัดการของบริษัทฯ เพื่อสนับสนุนโครงการของยูนิเซฟ ได้รับประกาศเกียรติคุณสำหรับการสนับสนุนการประชาสัมพันธ์โครงการของมูลนิธิสร้างรอยยิ้ม ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียน ประจำปี 2558 จากสมาคมส่งเสริมกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD) ในระดับ 5 ดาวหรือ “ดีเลิศ” ในเดือนพฤศจิกายน 2558 ได้รับการประเมินคุณภาพการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2558 จากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย (TIA) ที่ 100 คะแนนเต็ม เป็นปีที่สองติดต่อกัน ได้รับประกาศเกียรติคุณสำหรับการสนับสนุนโครงการเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เนื่องในโอกาสสมทวงเฉลิมพระชนมพรรษา 60 พรรษา “ปวงประชารวมใจ ต่อบุญกัวยิว” จากสมาคมศิษย์เก่าสหเวชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
<p>ปี 2557/58</p>	<ul style="list-style-type: none"> ได้รับการประเมินคุณภาพการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2557 จากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย (TIA) ที่ 100 คะแนนเต็ม ประกาศเจตนารมณ์เข้าเป็นแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Collective Action Coalition Against Corruption: CAC) ได้รับรางวัล “Best Under A Billion” จากนิตยสารฟอร์บส์ เอเชีย ฉบับเดือนสิงหาคม 2557 ซึ่งการจัดลำดับดังกล่าวคัดเลือกจากบริษัทขนาดเล็กและขนาดกลางที่ดีที่สุดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจำนวน 200 แห่ง ซึ่งมีรายได้ประจำปีต่ำกว่า 1 พันล้านเหรียญสหรัฐ ได้รับประกาศเกียรติคุณสำหรับการสนับสนุนโครงการ “Power of the Little” จากยูนิเซฟ
<p>ปี 2556/57</p>	<ul style="list-style-type: none"> ได้รับโล่ประกาศเกียรติคุณในการสนับสนุนโครงการเรียกคืนวัสดุอะลูมิเนียมเพื่อจัดทำขาเทียมพระราชทาน ประจำปี 2556 จากกรมควบคุมมลพิษ ได้รับเลือกเข้าค่านิยมในดัชนี SET50 เมื่อเดือนมกราคม 2557 ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียน ประจำปี 2556 จากสมาคมส่งเสริมกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD) ในระดับ 5 ดาวหรือ “ดีเลิศ” ในเดือนพฤศจิกายน 2556 ได้รับเลือกเข้าค่านิยมในดัชนี SET100 เมื่อเดือนกรกฎาคม 2556 ได้รับเลือกเข้าค่านิยมในดัชนี MSCI Thailand Small Cap เมื่อเดือนมิถุนายน 2556
<p>ปี 2555/56</p>	<ul style="list-style-type: none"> เสนอขายหุ้นต่อประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (Initial Public Offering) และนำหุ้นสามัญทั้งหมดของบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ โดยเริ่มทำการซื้อขายครั้งแรกในวันที่ 11 ตุลาคม 2555



ผลการปฏิบัติงาน ด้านเศรษฐกิจ

การกำกับดูแลกิจการที่ดีและยั่งยืน
ผลิตภัณฑ์ที่คุ้มค่าและสร้างสรรค์
การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า



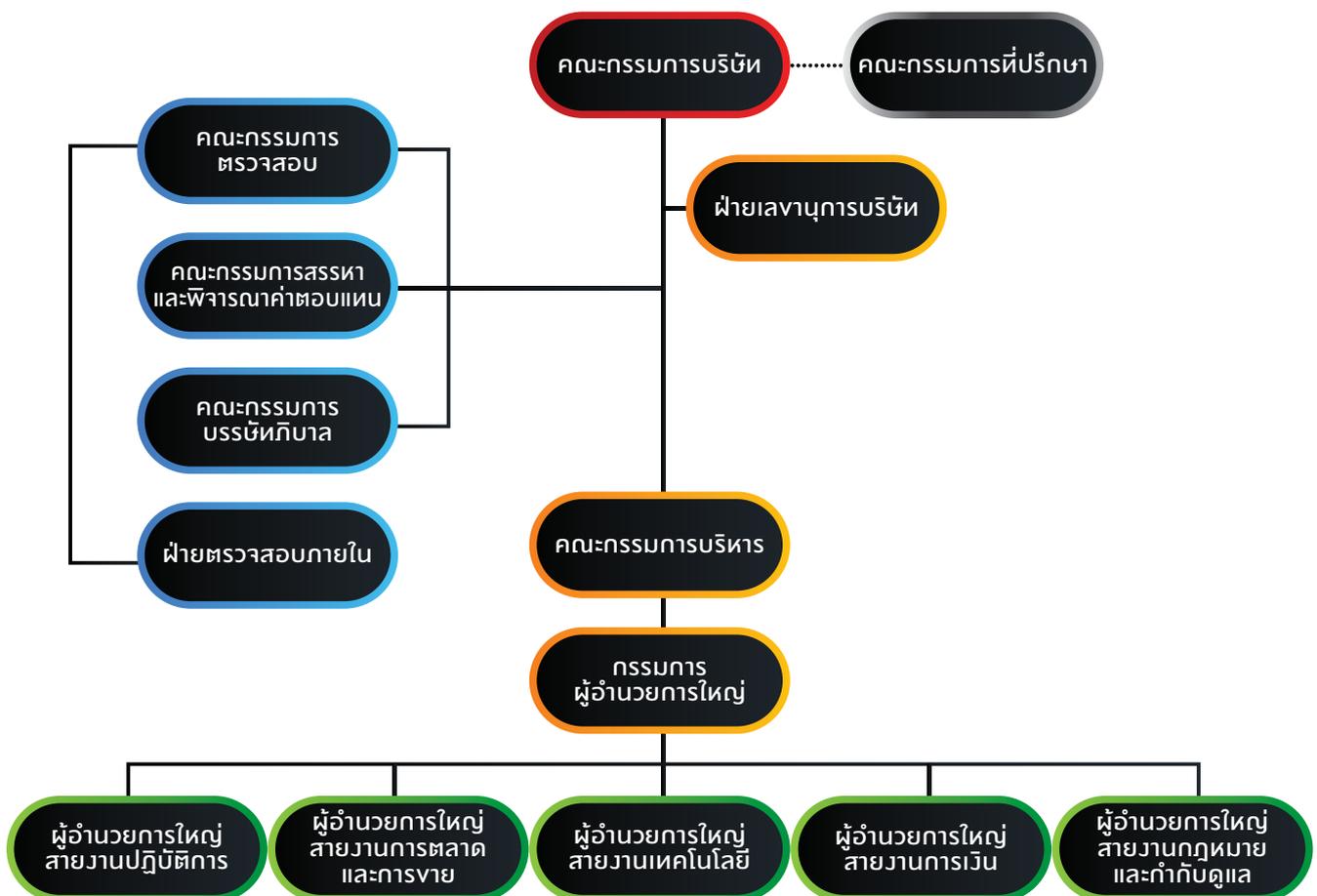


การกำกับดูแลกิจการที่ดีและยั่งยืน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการ ด้วยตระหนักและเชื่อมั่นว่า การกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืน คณะกรรมการบริษัทจึงได้กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมธุรกิจ ซึ่งมีหลักเกณฑ์ครอบคลุมด้านต่างๆ ได้แก่ สิทธิผู้ถือหุ้น การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียม การคำนึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่กำหนดโดยตลาดหลักทรัพย์ฯ และสมาคมส่งเสริมกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)

เพื่อให้การบริหารและการดำเนินกิจการเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมทั้งเพื่อให้มีการตรวจสอบถ่วงดุลอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิหลากหลายด้าน โดยกรรมการทุกคนมีอิสระในการแสดงความคิดเห็นต่อการดำเนินงาน ทำให้การทำหน้าที่กำกับดูแลกิจการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ก่อเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ถือหุ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดตั้งคณะกรรมการชุดย่อย เพื่อช่วยพิจารณาติดตามและกลั่นกรองเรื่องที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทอย่างใกล้ชิดมากยิ่งขึ้น

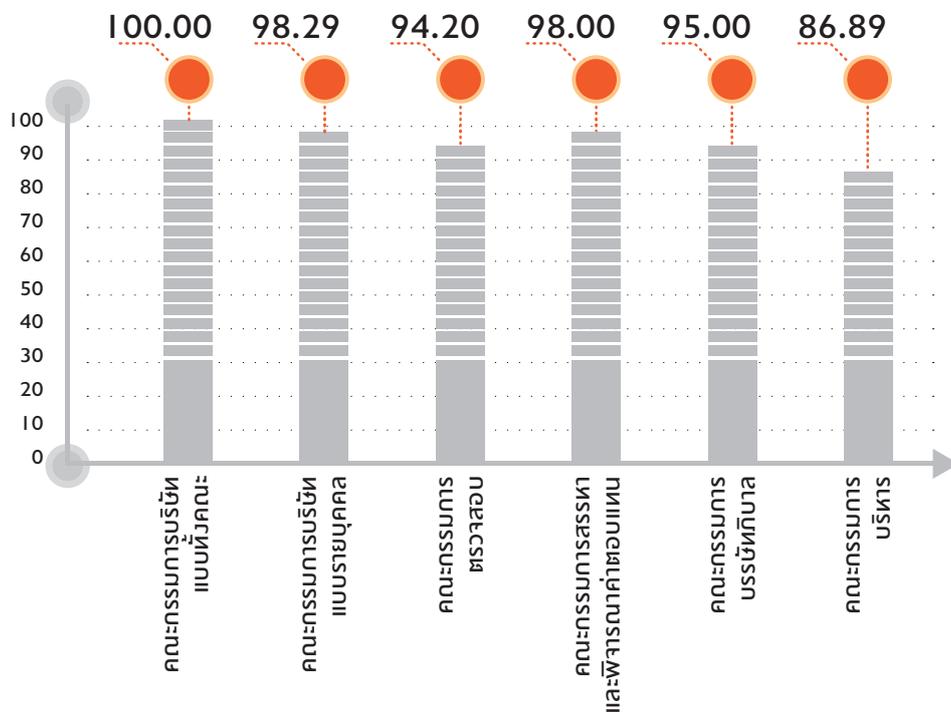
รายละเอียดโครงสร้างการบริหารจัดการของบริษัทฯ มีดังนี้



ระบบการบริหารจัดการที่ดีของบริษัทฯ นอกจากจะสะท้อนให้เห็นเป็นรูปธรรมจากผลประกอบการตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาของบริษัทฯ ยังเห็นได้จากผลการประเมินการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อยที่ดำเนินการ

เป็นประจำทุกปี ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อทบทวนผลงาน ปัญหา และอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้น อันจะทำให้สามารถปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งผลการประเมินในปีที่ผ่านมาสรุปได้ดังนี้

ผลการประเมินการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อย



ร้อยละ 80-100 = ดีมาก

ร้อยละ 60-80 = ดี

ร้อยละ 40-60 = ปานกลาง

ทั้งนี้ หัวข้อการประเมินของคณะกรรมการแต่ละชุดครอบคลุมด้านต่างๆ ดังนี้

การประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของ คณะกรรมการบริษัท แบบทั้งคณะ

- (ก) โครงสร้างและคุณสมบัติกรรมการ
- (ข) บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ
- (ค) การประชุมคณะกรรมการ
- (ง) การทำหน้าที่ของกรรมการ
- (จ) ความสัมพันธ์กับฝ่ายจัดการ
- (ฉ) การพัฒนาตนเองของคณะกรรมการและการพัฒนาผู้บริหาร

การประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของ คณะกรรมการตรวจสอบ

- (ก) องค์ประกอบของคณะกรรมการตรวจสอบ
- (ข) ความเป็นอิสระของสมาชิกในคณะกรรมการตรวจสอบ
- (ค) การฝึกอบรมและทรัพยากร
- (ง) การประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ
- (จ) กิจกรรมของคณะกรรมการตรวจสอบ
- (ฉ) ความสัมพันธ์กับหัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายใน ผู้สอบบัญชี และผู้บริหาร

การประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของ คณะกรรมการ บริษัทภิบาล

- (ก) โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการบริษัทภิบาล
- (ข) การประชุมคณะกรรมการบริษัทภิบาล
- (ค) บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัทภิบาล
- (ง) การทำหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัทภิบาล
- (จ) การพัฒนาตนเองของคณะกรรมการบริษัทภิบาล

การประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของ คณะกรรมการบริษัท แบบรายบุคคล

- (ก) การปฏิบัติหน้าที่ในการดูแลบริหารกิจการให้เป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้น (Fiduciary Duty)
- (ข) การเตรียมพร้อมและการจัดสรรเวลาเพื่อเข้าประชุมคณะกรรมการและผู้ถือหุ้น
- (ค) การแสดงความคิดเห็นที่เป็นอิสระและเป็นประโยชน์ต่อฝ่ายบริหาร

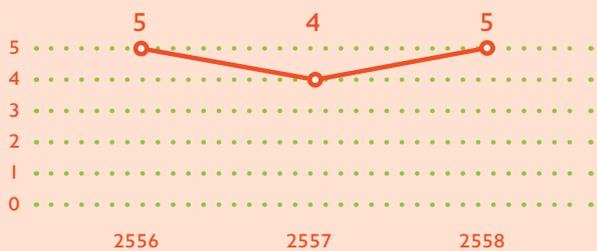
การประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของ คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน

- (ก) โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน
- (ข) การประชุมคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน
- (ค) การทำหน้าที่ของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน

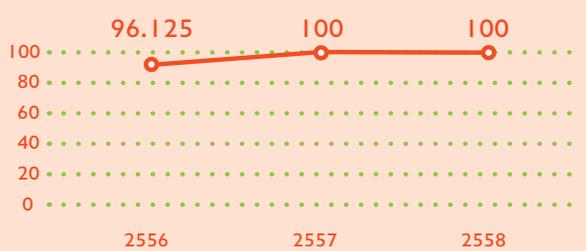
การประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของ คณะกรรมการบริหาร

- (ก) โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการบริหาร
- (ข) การประชุมคณะกรรมการบริหาร
- (ค) บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริหาร
- (ง) การทำหน้าที่ของคณะกรรมการบริหาร
- (จ) ความสัมพันธ์กับคณะกรรมการบริษัท
- (ฉ) การพัฒนาตนเองของคณะกรรมการบริหาร

จากการบริหารงานโดยยึดถือหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัทฯ ได้รับ (ก) ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียน ประจำปี 2558 จากสมาคมส่งเสริมกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD) ในระดับดีเลิศ และ (ข) ผลการประเมินคุณภาพการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2558 จากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย (TIA) ที่ 100 คะแนนเต็ม หรือเทียบเท่า “ดีเลิศ” เป็นปีที่สองติดต่อกัน



คะแนนการกำกับดูแลกิจการของบริษัทฯ ปี 2556-2558



คะแนนการประเมินคุณภาพการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น
ของบริษัทฯ ปี 2556-2558

หมายเหตุ: บริษัทฯ จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ เมื่อเดือนตุลาคม 2555 และถูกประเมินคะแนนโดย Thai IOD และ TIA ในปี 2556 เป็นปีแรก

การต่อต้านการทุจริตและการติดสินบน

บริษัทฯ ต่อด้านการทุจริตและการติดสินบนทุกรูปแบบ และมีนโยบายที่จะสนับสนุนให้พนักงานดำรงตนให้ถูกต้องตามกฎหมาย เป็นพลเมืองที่ดีของสังคมและประเทศชาติ ตลอดจนส่งเสริมให้คู่ค้าของบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยถูกต้องตามกฎหมายด้วยความโปร่งใส โดยมีเป้าหมายในการสร้างความร่วมมือในการจรรโลงสังคมให้เจริญรุดหน้าอย่างยั่งยืน ตามที่บริษัทฯ ได้ประกาศเจตนารมณ์เข้าเป็นแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Collective Action Coalition Against Corruption: CAC)

เพื่อแสดงจุดยืนของบริษัทฯ ในการต่อต้านการทุจริตและการติดสินบน รวมถึงเพื่อกำหนดกฎเกณฑ์และแนวปฏิบัติให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานในบริษัทฯ ยึดถือปฏิบัติ บริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตและการติดสินบนเป็นลายลักษณ์อักษรไว้ในคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมธุรกิจของบริษัทฯ รวมถึงระเบียบและแนวปฏิบัติการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งได้มีการเผยแพร่ผ่านทางระบบ Intranet โดยมีหลักการครอบคลุมการให้และการรับของขวัญ

ในการนี้ หากผู้ใดพบเห็นการกระทำที่อาจทำให้เกิดความสงสัยได้ว่าเป็นการทุจริตและการติดสินบน สามารถแจ้งเบาะแสและยื่นข้อร้องเรียนได้ที่ CAC@vgi.co.th โดยผู้ร้องเรียนสามารถมั่นใจได้ว่า ผู้รับเรื่องร้องเรียนจะเก็บข้อมูลของผู้ร้องเรียนไว้เป็นความลับ เพื่อเป็นการคุ้มครองสิทธิของผู้ร้องเรียน รวมทั้งจะแต่งตั้งบุคคลเพื่อตรวจสอบติดตามทุกเบาะแสที่มีการแจ้งเข้ามา ทั้งนี้ บริษัทฯ จะดำเนินการประเมินความเสี่ยงในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์ต่อการทุจริตและการติดสินบนอย่างสม่ำเสมอ

บริษัทฯ ได้เผยแพร่ นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตและการติดสินบนผ่านระบบ Intranet ของบริษัทฯ และได้มีการสื่อสารและอบรมผู้บริหารและพนักงานของบริษัทฯ เพื่อรับทราบถึงนโยบายและแนวปฏิบัติดังกล่าว โดยเริ่มตั้งแต่การปฐมนิเทศสำหรับพนักงานใหม่ และการอบรมสำหรับพนักงานเก่าเป็นประจำ

การบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการบริษัทได้มอบหมายให้คณะกรรมการบริหารมีหน้าที่บริหารความเสี่ยงในภาพรวมทั้งองค์กร ประเมินความเสี่ยง และวางรูปแบบโครงสร้างการบริหารความเสี่ยงขององค์กร เพื่อให้มีการจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมและยอมรับได้ ทั้งนี้ ผลการประเมินความเสี่ยงจะใช้เป็นส่วนหนึ่งของการจัดทำแผนธุรกิจ (Business Plan) ประจำปีของบริษัทฯ เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการความเสี่ยงให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และแผนกลยุทธ์ต่างๆ และมีการรายงานผลการประเมินความเสี่ยง วิธีการบริหารความเสี่ยง ตลอดจนผลลัพธ์จากบริหารความเสี่ยงให้คณะกรรมการบริษัทรับทราบ ทั้งนี้ ความเสี่ยงของบริษัทฯ ถูกวิเคราะห์ออกมาเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risks) ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน (Operational Risks) ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risks) และความเสี่ยงด้านการกำกับดูแล (Compliance Risks)

สำหรับข้อมูลความเสี่ยงได้ถูกระบุไว้ในรายงานประจำปี 2558/59 ของบริษัทฯ ภายใต้หัวข้อ “ปัจจัยความเสี่ยง”

ผลิตภัณฑ์ที่คุ้มค่าและสร้างสรรค์

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะสร้างและรักษาความเป็นผู้นำในธุรกิจสื่อโฆษณาออกบ้านที่มีอยู่ในวิถีการดำเนินชีวิต เพื่อให้ธุรกิจของบริษัทฯ เติบโตอย่างยั่งยืน ผ่านกลยุทธ์การขยายการลงทุนไปยังธุรกิจใหม่ทั้งในและต่างประเทศ ด้วยการพิจารณาโครงการที่มีศักยภาพ ตลอดจนการคัดเลือกหุ้นส่วนทางกลยุทธ์ (Strategic Partner) รวมทั้งเน้นการลงทุนที่อยู่ในความชำนาญของบริษัทฯ



การเป็นตัวแทนขายสื่อโฆษณาจอแอลอีดีซึ่งติดตั้งในลิฟต์โดยสารในที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม

ทั้งนี้ แม้ว่าในปี 2558/59 บริษัทฯ จำเป็นต้องยกเลิกธุรกิจสื่อโฆษณาในห้างค้าปลีก (โมเดิร์นเทรด) แต่บริษัทฯ ก็ไม่ได้หยุดนิ่งที่จะขยายเครือข่ายสื่อโฆษณาของตัวเองไปในพื้นที่ใหม่ๆ ที่ครอบคลุมและแทรกอยู่ในวิถีการดำเนินชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน เพื่อทดแทนพื้นที่เดิม เช่น



ธุรกิจสื่อโฆษณาในสนามบินผ่านการลงทุนในบริษัท แอโร มีเดีย กรุ๊ป จำกัด

ในปี 2558/59 บริษัทฯ ได้วางกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มุ่งเน้นไปสู่การให้บริการ “โครงข่ายสื่อโฆษณาแบบครบวงจรครอบคลุมทั่วประเทศ (Nationwide Integrated Media Platform)” เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น โดยก้าวแรกนั้น บริษัทฯ ได้เข้าซื้อหุ้นและทำข้อเสนอซื้อหลักทรัพย์ทั้งหมดในบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) ผู้ให้บริการสื่อโฆษณาป้าย Billboard, Street Furniture และ Transit ซึ่งคาดว่าจะแล้วเสร็จในไตรมาสที่ 2 ของปี 2559/60

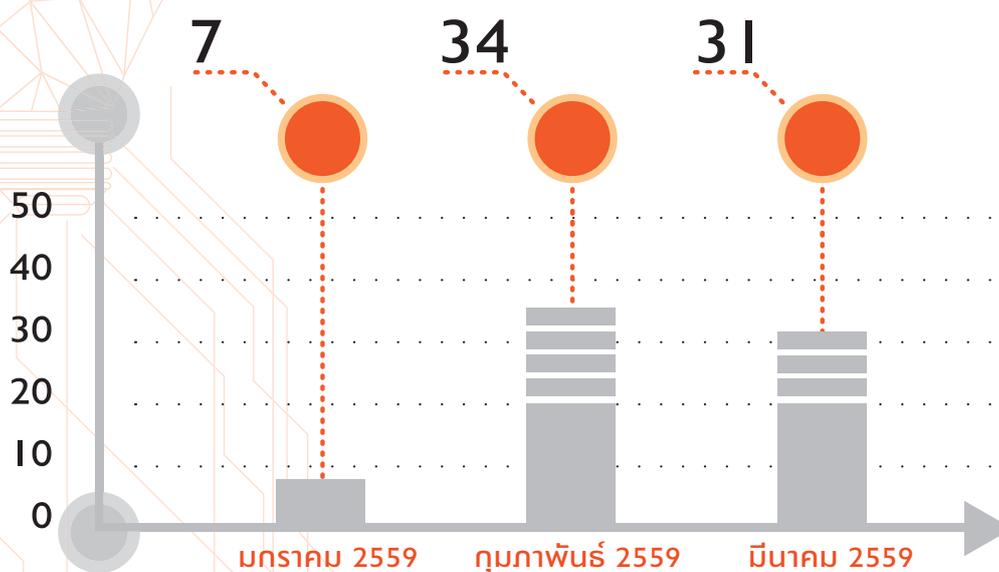
นอกจากนี้ ในเดือนกันยายน 2558 บริษัทฯ ได้จัดประชุมพิเศษร่วมกันระหว่างผู้บริหารระดับสูงกับตัวแทนของพนักงานจากทุกสายงาน เพื่อเป็นเวทีในการเสนอและรับฟังความคิดเห็นสำหรับการพัฒนาสื่อโฆษณาเดิมที่บริษัทฯ มีอยู่ รวมทั้งสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ให้แก่องค์กรและลูกค้า เช่น รูปแบบสื่อโฆษณาใหม่ๆ ตลอดจนการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพลดขั้นตอนที่ซับซ้อน เพื่อประหยัดต้นทุนในการบริหารจัดการของบริษัทฯ และอาจต่อยอดไปสู่การสร้างรายได้ในอนาคต อันนำไปสู่โครงการ VGI Innovation

“บริษัทฯ จึงได้ริเริ่มโครงการ VGI Innovation ซึ่งเป็นโครงการต่อเนื่อง ในเดือนมกราคม ปี 2558/59”

โดยหลักเกณฑ์การพิจารณานวัตกรรมใหม่ๆ ของโครงการนี้มี 3 หลักใหญ่ ได้แก่ ความคิดริเริ่ม (Think) ความใหม่ (New) และมูลค่าเพิ่มหรือประโยชน์ที่ได้รับ (Value) ในการนี้ เพื่อกระตุ้นให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการนี้ บริษัทฯ

มีนโยบายมอบรางวัลและประกาศนียบัตรแก่พนักงานสำหรับความคิดนวัตกรรมที่ได้รับการคัดเลือกด้วย ซึ่งเป็นการตอกย้ำให้เห็นว่า บริษัทฯ ไม่หยุดนิ่งที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่คุ้มค่าและสร้างสรรค์ควบคู่กับการพัฒนาบุคลากร

สรุปผลการดำเนินงาน โครงการ VGI INNOVATION



จำนวนไอเดียที่พนักงานเสนอทั้งหมด 72 ไอเดีย
และอยู่ระหว่างการพิจารณาของคณะกรรมการกลว

INNOVATION

การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

นอกเหนือจากการมีผลิตภัณฑ์ที่คุ้มค่าและสร้างสรรค์แล้ว การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าก็เป็นส่วนสำคัญที่จะเสริมสร้างความยั่งยืนให้กับบริษัทฯ ด้วยลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทฯ เป็นเอเจนซี่ (ผู้ให้บริการวางแผนกลยุทธ์การใช้สื่อรูปแบบต่างๆ รวมทั้งกำหนดแผนการใช้งบโฆษณาและการตัดสินใจใช้สื่อโฆษณาของเจ้าของสินค้าและบริการ) บริษัทฯ จึงมีการจัดการความสัมพันธ์กับเอเจนซี่ เพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดี โดย

บริษัทฯ ยึดหลัก “การประกอบกิจการด้วยความโปร่งใส” กล่าวคือ เป็นธรรม โดยมุ่งเน้นให้ลูกค้าได้ทราบถึงประสิทธิภาพ และคุณภาพของสื่อต่างๆ ที่บริษัทฯ ดูแลอยู่ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจอย่างดีที่สุด คุ้มค่าที่สุดก่อนที่จะเลือกซื้อสื่อในการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งจัดกิจกรรมที่เสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ทั้งนี้ ในปีที่ผ่านมากิจกรรมหลักที่บริษัทฯ จัดขึ้น เพื่อสานความสัมพันธ์กับลูกค้า มีดังนี้



กิจกรรม VGI Next station ... Success

เมื่อวันที่ 27 มกราคม 2558 เพื่อแสดงให้เห็นถึงก้าวการเติบโตที่พร้อมเพรียงกันของบริษัทฯ และลูกค้า



กิจกรรม Independence Day Trip 2015

ระหว่างวันที่ 30 มิถุนายน 2558 ถึง วันที่ 8 กรกฎาคม 2558 เพื่อพาลูกค้าของบริษัทฯ ชมงานสื่อโฆษณาที่น่าสนใจ ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา และเพื่อเชื่อมสัมพันธ์อันดีในเชิงธุรกิจ รวมทั้งเพื่อช่วยในการสร้างแรงบันดาลใจเพื่อสร้างสรรค์งานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในอนาคต

นอกจากนี้ ในปี 2558/59 บริษัทฯ ได้ว่าจ้างบริษัท อินเทล (ประเทศไทย) จำกัด ทำการสำรวจแนวโน้มอุตสาหกรรมสื่อโฆษณา พฤติกรรมของผู้บริโภคในอนาคต รวมทั้งสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของบริษัทฯ ซึ่งภาพรวมของผลสำรวจพบว่า

“วีจีไอได้รับความเชื่อถือมากที่สุดจากลูกค้าในแง่ของคุณภาพ ความแม่นยำ ความเอาใจใส่ของพนักงาน รวมทั้งการจัดการปัญหาของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ผลลัพธ์ของวีจีไอในปัจจุบันสามารถครอบคลุมไลฟ์สไตล์ในกรุงเทพฯ ได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม วีจีไอควรจะขยายตัวออกไปตามแหล่งชุมชนใหม่ๆ หรือต่างจังหวัดเพื่อเพิ่มศักยภาพในการครอบคลุมพื้นที่ให้ทั่วถึง นอกจากนี้ วีจีไอควรพิจารณาเรื่องของการสร้างความผูกพันกับผู้รับชมสื่อ (Audience Engagement) รวมถึงการพัฒนาธุรกิจให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีการเชื่อมโยงทุกสิ่งทุกอย่างเข้าสู่โลกอินเทอร์เน็ต (IoT: Internet of Thing)”

ในกรณีนี้ บริษัทฯ จะนำผลสำรวจที่ได้ไปเป็นฐานข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

ในปี 2558/59 บริษัทฯ มีรายได้ตั้งปรากฏในงบการเงินรวมทั้งสิ้น 2,298.66 ล้านบาท ลดลง 764.68 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 24.96 เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ของปีก่อน

	ปี 2558/59 (ล้านบาท)	ปี 2557/58 (ล้านบาท)	เปรียบเทียบ (ร้อยละ)
กำไรสุทธิ	2,105.73	2,962.69	-28.93
กำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	769.08	1,324.55	-41.94
กำไรขั้นต้น	1,336.64	1,638.14	-18.40
ต้นทุนการให้บริการ	1,336.36	1,225.42	9.05
รายได้จากการบริการ	940.52	837.58	12.29

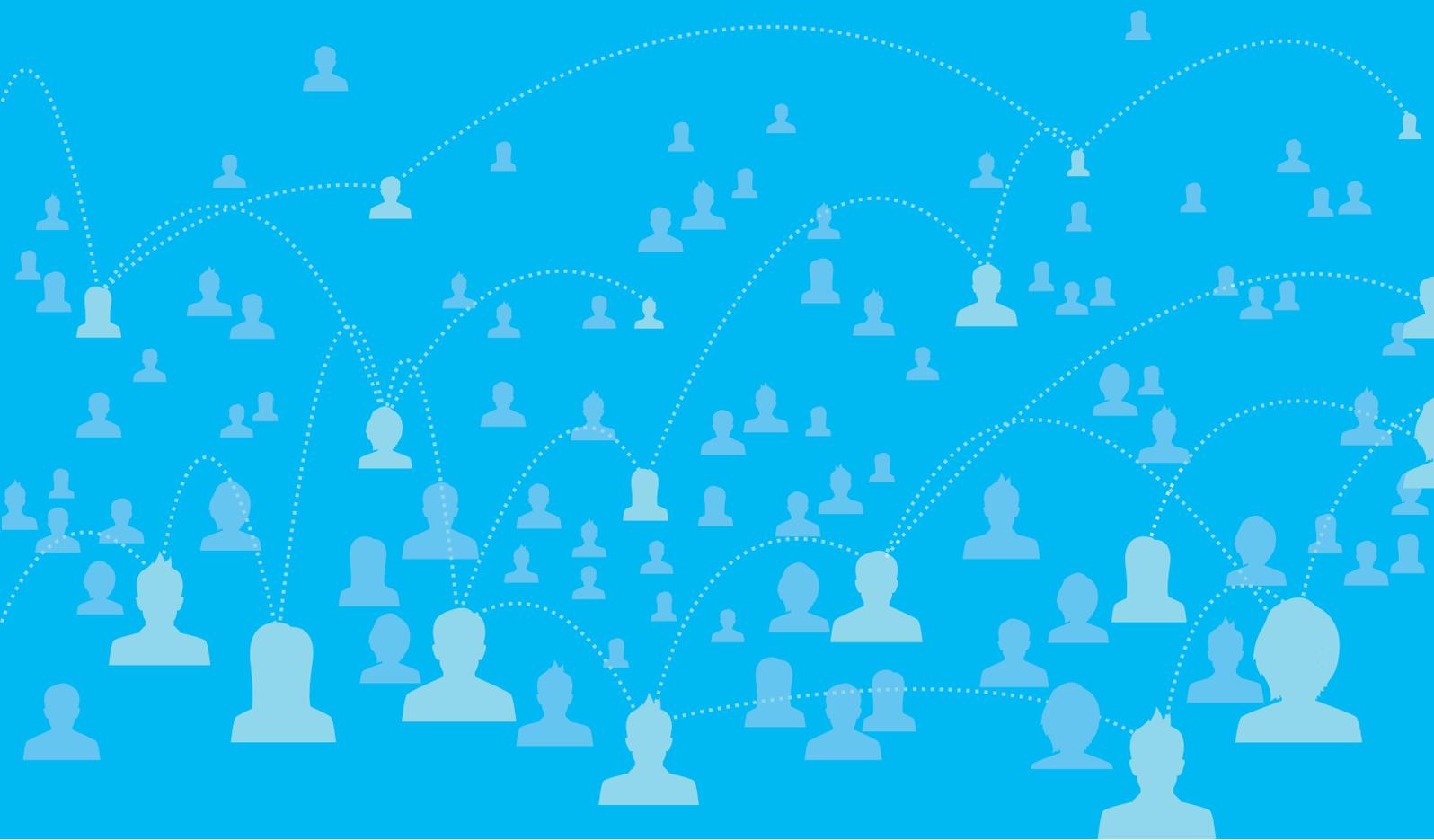
รายละเอียดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจของบริษัทฯ แสดงอยู่ในรายงานประจำปี 2558/59 ของบริษัทฯ ภายใต้หัวข้อ “คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงาน”

ผลการปฏิบัติงาน ด้านสังคม

การปฏิบัติต่อพนักงาน

ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคร

การพัฒนาชุมชนและสังคม





การปฏิบัติต่อพนักงาน

“พนักงานทุกคนเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าในการดำเนินธุรกิจ ที่จะช่วยผลักดันให้บริษัทฯ สามารถบรรลุเป้าหมายและแผนธุรกิจ”

บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม เคารพสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานตามหลักสากลและตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆ เริ่มตั้งแต่กระบวนการสรรหาคัดเลือกบุคลากร โดยการให้โอกาสที่เท่าเทียมกันในการจ้างงาน ไปจนถึงการประเมินผลการปฏิบัติงาน การกำหนดและการจ่ายค่าตอบแทน ซึ่งพิจารณาจากความเหมาะสมของสภาพและลักษณะของงาน สอดคล้องกับผลประกอบการของบริษัทฯ ทั้งระยะสั้นและระยะยาว และผลการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละคน เพื่อให้ (ก) มีความเป็นธรรมภายใน (ข) แข่งขันได้กับภายนอก และ (ค) สร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน ทั้งนี้ ค่าตอบแทนพนักงานในปี 2558/59 ซึ่งประกอบด้วยเงินเดือน โบนัส เงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ค่าล่วงเวลา ค่าประกันสังคม ค่าเบี้ยเลี้ยง ค่าคอมมิชชั่น และอื่นๆ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 259.55 ล้านบาท

นอกจากนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับสุขภาพ อาชีวอนามัย ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน ตลอดจนเสริมสร้างวัฒนธรรมและบรรยากาศการทำงานที่ดีและส่งเสริมการทำงานเป็นทีม รวมทั้งมอบโอกาสในการสร้างความก้าวหน้าในการทำงานให้แก่พนักงานทุกคนโดยเท่าเทียมกันและเห็นความสำคัญในเรื่องศักยภาพของพนักงาน จึงมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากร มีการฝึกอบรมพนักงานทั้งในเชิงการทำงาน และเชิงคุณภาพชีวิตอย่างต่อเนื่องทั้งภายใน (In-house Training) และภายนอกองค์กร (External Training) โดยแบ่งออกเป็น หลักสูตรกลาง (Core Course) เพื่อเพิ่มความรู้ทักษะ และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ตลอดจนสร้างทัศนคติที่ดีในการทำงาน หลักสูตรบริหารจัดการ (Management Course) เป็นหลักสูตรการฝึกอบรมสำหรับหัวหน้างาน ซึ่งเนื้อหาเกี่ยวกับการบริหารงาน และการบริหารผู้ใต้บังคับบัญชา และหลักสูตรเฉพาะสายงาน (Functional Course) คือ หลักสูตรการฝึกอบรมที่มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพเฉพาะตำแหน่ง

ทั้งนี้ เพื่อเป็นนโยบายและแนวทางในการสนับสนุนการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเพื่อให้องค์กรบรรลุถึงวิสัยทัศน์ภารกิจ และเป้าหมายที่ได้มีการกำหนดไว้ บริษัทฯ ได้กำหนดความสามารถเชิงสมรรถนะหลักในการทำงาน (Core Competency) ของพนักงาน ซึ่งมีทั้งสิ้นด้วยกัน 3 ประการ

1. **การมุ่งเน้นที่ลูกค้า (Customer Focus)** คือ พฤติกรรมแสดงออกที่สะท้อนถึงการปฏิบัติงานโดยมุ่งตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า ทั้งภายในและภายนอกองค์กร
2. **ความรับผิดชอบและความไว้วางใจได้ (Reliable)** คือ พฤติกรรมแสดงออกที่สะท้อนความรับผิดชอบต่องานที่ตนเองได้รับมอบหมายให้เกิดความสำเร็จอย่างมีคุณภาพ
3. **การวางแผน (Planning)** คือ พฤติกรรมแสดงออกที่สะท้อนถึงการคาดการณ์ถึงเหตุการณ์ในอนาคต และการเตรียมการที่ดีเพื่อรองรับการปฏิบัติงานในอนาคตอย่างรัดกุมและมีประสิทธิภาพ

ยิ่งไปกว่านั้น บริษัทฯ ยังมีการจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีในองค์กร ทั้งระหว่างพนักงานกันเองและระหว่างพนักงานและผู้บริหาร ทั้งหมดทั้งมวลข้างต้นก็เพราะเราเชื่อว่า เมื่อพนักงานทำงานอย่างมีความสุขและมีความพอใจ ผลการทำงานและการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการทำงานก็สามารถทำได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่องสม่ำเสมอ บริษัทฯ จึงมีโครงการ

“องค์กรเปี่ยมสุข (VGI Happy Workplace)”

เพื่อสร้างเสริมความสุขให้กับพนักงานในองค์กร สอดคล้องกับหนึ่งในกลยุทธ์การเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ
“พนักงานมีความสุข (HAPPY EMPLOYEES)”

สุขภาพดี

น้ำใจงาม

ผ่อนคลาย

การหาความรู้

คุณธรรม

ใช้เงินเป็น

ครอบครัวดี

สังคมดี



เป้าหมาย : องค์กรเปี่ยมสุขเพื่อพนักงานทุกคน

สภาวะทางกายและความมั่นคงในชีวิต

- กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ
- การตรวจสุขภาพประจำปี
- สหกรณ์ออมทรัพย์
- สินเชื่อที่อยู่อาศัย
- ประกันสุขภาพ ประกันชีวิต และประกันอุบัติเหตุ
- เงินช่วยเหลือต่างๆ เช่น เงินช่วยเหลืองานศพ

สภาวะทางอารมณ์จิตใจ และจิตวิญญาณ

- โครงการ VGI Innovation
- งานเสียดสัปดาห์ใหม่
- งานสัมมนาประจำปี
- กิจกรรมทางศาสนา
- มอบของขวัญระลึกตามอายุงาน
- การจัดให้มีช่องทางร้องเรียนของพนักงาน

สภาวะทางสังคมและสิ่งแวดล้อม

- โครงการ 1 วัน 1,000 รอยยิ้มของชมรมวีจีไออาสา
- กิจกรรมวันกีฬาและครอบครัว
- กีฬากระชับความสัมพันธ์วีจีไอ คัพ
- การสำรวจความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน
- การสำรวจความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการให้บริการของหน่วยงานภายในของบริษัท



การตรวจสุขภาพประจำปี

เป็นสวัสดิการขั้นพื้นฐานที่มอบให้กับพนักงาน เพื่อมอบคุณภาพชีวิตที่ดี ผ่านการดูแลสุขภาพให้กับพนักงาน โดยในปี 2558/59 นอกจากการตรวจสุขภาพประจำปีแล้ว บริษัทฯ ยังได้จัดหาวัคซีนป้องกันไวรัสตับอักเสบบี รวมทั้งจัดให้มีการให้ความรู้ และวิธีการปฏิบัติตนในการป้องกันไวรัสตับอักเสบ โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใดๆ ให้กับพนักงานเพิ่มเติมด้วย



งานเลี้ยงสังสรรค์ปีใหม่ งานสัมมนาประจำปี และกิจกรรมวันกีฬาและวันครอบครัว

เป็นกิจกรรมหลักที่มุ่งส่งเสริมให้พนักงานได้ผ่อนคลาย มีโอกาสได้แสดงความสามารถพิเศษ และได้พบปะสังสรรค์กันระหว่างพนักงานและผู้บริหาร



โครงการ 1 วัน 1,000 รอยยิ้ม ของชมรมวีจีไออาสา

เป็นชมรมที่เกิดขึ้นจากการรวมตัวกันด้วยความสมัครใจของพนักงานในองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสานฝันและปันน้ำใจให้กับเด็กไทยในชนบท ด้วยการสร้างอาคารเรียนชั่วคราว บริจาคหนังสือ อุปกรณ์การเรียนการสอน ทุนการศึกษา ตลอดจนสิ่งของอื่นๆ ที่จำเป็นในการศึกษาและร่วมกันปลูกต้นไม้เพื่อขยายผืนป่าในโครงการ 1 วัน 1,000 รอยยิ้ม เพื่อเป็นพื้นฐานต่อการสร้างอาชีพต่อไป โดยชมรมวีจีไออาสาจะคัดเลือกพื้นที่ตามความเหมาะสม ทั้งนี้ ช่องทางการระดมเงินบริจาคของชมรมวีจีไออาสาได้แก่ การจัดกิจกรรมภายในองค์กรเพื่อให้พนักงานที่มีจิตอาสาขายอาหาร หรือจัดซุ้มเล่นเกมส์ การตั้งกล่องบริจาคบนสถานี การสนับสนุนจากตัวองค์กรโดยตรงที่เห็นถึงความสำคัญของชมรมนี้

ในปี 2558/59 ชมรมวีจีไออาสา ได้สร้างอาคารโรงอาหารให้กับโรงเรียนตระการพิชญผล จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งเป็นโรงเรียนที่นางสุนันญา ศรีน้อยขาว ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ เป็นศิษย์เก่า เพื่อใช้ในการประกอบอาหาร รับประทานอาหาร และจัดกิจกรรมการเรียนรู้ต่างๆ เนื่องจากโรงอาหารเดิมใช้งานมานานกว่า 20 ปี โดยเสาหลังคาชำรุดมากเกรงว่าจะพังลงมาก่อให้เกิดความเสียหายในชีวิตของนักเรียนได้ ซึ่งรายละเอียดมีดังนี้



ระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนมิถุนายน 2558 กล่องบริจาคสำหรับโครงการ 1 วัน 1,000 รอยยิ้ม ได้ถูกวางบนสถานีจำนวน 20 กล่อง



ระหว่างเดือนสิงหาคมถึงกันยายน 2558 ได้ดำเนินการรื้อโรงอาหารเก่า และก่อสร้างโรงอาหารใหม่



วันที่ 9 ตุลาคม 2558 ชมรมวีจีไออาสาได้จัดกิจกรรมภายในบริษัทฯ



วันที่ 13 พฤศจิกายน 2558 ชมรมวีจีไออาสาได้ส่งมอบโรงอาหารใหม่ พร้อมกับอุปกรณ์การเรียนการสอนต่างๆ และเลี้ยงอาหารกลางวัน ให้กับเด็กนักเรียน

เด็กหญิงอชิตา โคตวงศ์
นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6
โรงเรียนตระการพิชผล จังหวัดอุบลราชธานี

“ขอบคุณวีจีไอสำหรับโรงอาหารใหม่ที่สะอาด
และเรียบริ้ว เรานักเรียนทุกคนรู้สึกดีใจมาก”



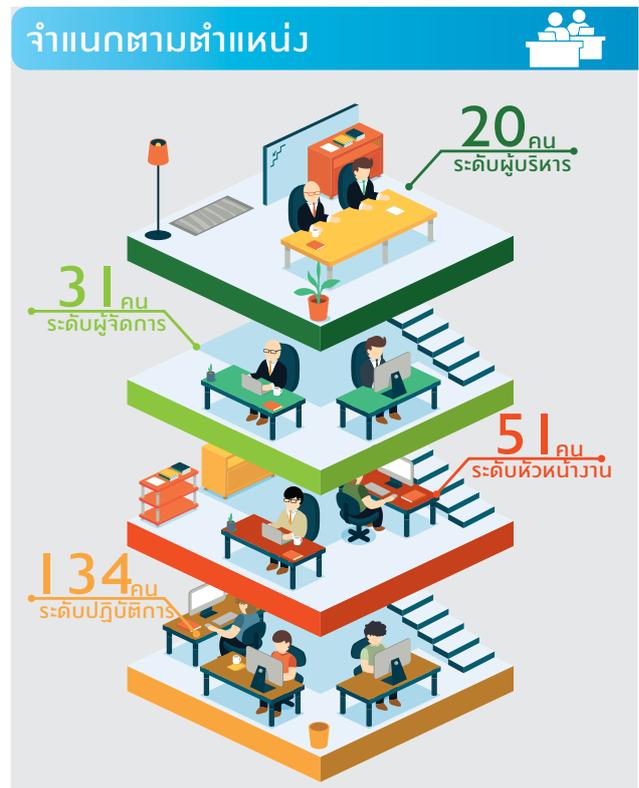
วีจีไอคัพ

บริษัทฯ จัดการแข่งขันฟุตบอล ภายใต้ชื่อโครงการ “วีจีไอคัพ” เป็นประจำทุกปี ตั้งแต่ปี 2555 เป็นต้นมา โดยวัตถุประสงค์เริ่มแรกคือ การสร้างความผูกพันและความสามัคคี ตลอดจนส่งเสริมสร้างสุขภาพ พลานามัยที่แข็งแรงให้กับพนักงานในองค์กร ต่อมาบริษัทฯ ได้เชิญลูกค้า เข้าร่วมโครงการวีจีไอคัพด้วย เพื่อเป็นช่องทางในการสร้างและกระชับความสัมพันธ์กับลูกค้าอีกทางหนึ่ง ซึ่งในปี 2558/59 มี 5 ทีม เข้าร่วมการแข่งขัน เป็นทีมตัวแทนจากบริษัทฯ จำนวน 3 ทีม และทีมจากลูกค้า จำนวน 2 ทีม



ข้อมูลพนักงาน

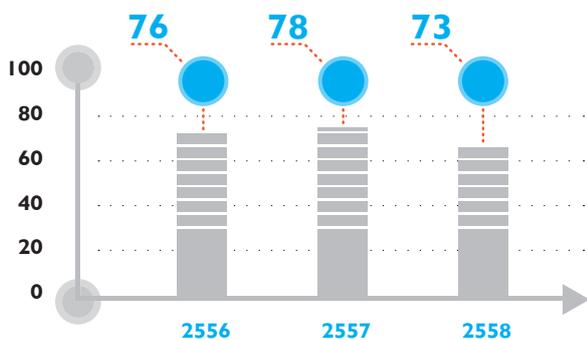
ณ วันที่ 31 มีนาคม 2559 บริษัทฯ มีพนักงานทั้งสิ้น 236 คน



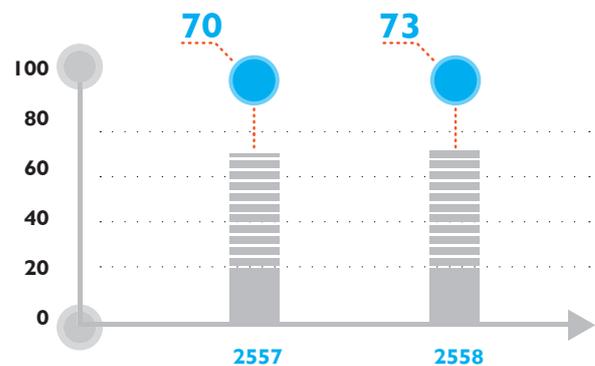
ชั่วโมงการฝึกอบรม อัตราการลาหยุดและการเกิดอุบัติเหตุหรือการเจ็บป่วยที่ร้ายแรง จากการทำงานของพนักงานและข้อพิพาทแรงงานในปี 2558/59

จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรม	13,421	ชั่วโมง
จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ยต่อคนต่อปี	56.9	ชั่วโมง
อัตราเฉลี่ยการลาป่วยต่อปี	5.7	วัน
อัตราเฉลี่ยการลาภักต่อปี	0.7	วัน
อัตราเฉลี่ยการลาพักร้อนต่อปี	7.1	วัน
อัตราเฉลี่ยการลาอื่นๆ	3.0	ครั้ง
อุบัติเหตุหรือการเจ็บป่วยที่ร้ายแรงจากการทำงาน	0	ครั้ง
ข้อพิพาทด้านแรงงาน	0	ครั้ง

จากการสำรวจความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานต่อบริษัทฯ (จัดขึ้นเพื่อสร้างความเข้าใจในความต้องการของพนักงาน) และ ความพึงพอใจของพนักงานในการทำงานร่วมกันภายในบริษัทฯ (จัดขึ้นเพื่อรับฟังปัญหา อุปสรรค รวมทั้งข้อเสนอแนะของพนักงาน ส่งผลให้สามารถพัฒนาปรับปรุงงานส่วนต่างๆ) พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมของพนักงานต่อบริษัทฯ และในการทำงานร่วมกันภายในบริษัทฯ อยู่ในระดับปานกลาง



ผลการสำรวจความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน
ต่อบริษัทฯ ปี 2556-2558



ผลการสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน
ในการทำงานร่วมกันภายในบริษัทฯ ปี 2557-2558

ทั้งนี้ จำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามในการสำรวจในปี 2558 มีจำนวนน้อยกว่าปี 2557 เนื่องจากบริษัทฯ ได้ยุติเลิกการประกอบธุรกิจสื่อโฆษณาในห้างค้าปลีก (โมเดิร์นเทรด)

อนึ่ง เพื่อสนับสนุนให้ระดับความพึงพอใจของพนักงานอยู่ในระดับที่เหมาะสม ในปี 2559/60 บริษัทฯ มีแผนงานที่จะปรับโครงสร้างเงินเดือนของพนักงานให้สามารถแข่งขันกับบริษัทอื่น ซึ่งอยู่ในธุรกิจเดียวกันได้ และ/หรือ การให้ทุนการศึกษาแก่บุตรพนักงาน และ/หรือ การจัดให้มีแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan) สำหรับตำแหน่งที่มีความสำคัญกับบริษัทฯ เป็นต้น

ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

บริษัทฯ ในฐานะผู้นำในธุรกิจสื่อโฆษณาที่มีอยู่ในวิถีการดำเนินชีวิตประจำวันของทุกกลุ่มคนให้ความสำคัญกับมาตรฐานของสื่อโฆษณา โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านความปลอดภัย ไม่ว่าจะเป็นขั้นตอนการติดตั้งสื่อ หรือการรับชมสื่อ โดยมีการศึกษา ประเมิน และ

ปรับปรุงผลกระทบของสื่อที่อาจเกิดขึ้นกับผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ เช่น มีการตรวจสอบความแข็งแรงของสื่อโฆษณาที่ติดตั้งเพื่อมิให้เกิดการหักพังจนเกิดอันตรายต่อประชาชนในบริเวณที่มีสื่อติดตั้งอยู่ เป็นต้น

“ในปีที่ผ่านมา ไม่มีอุบัติเหตุที่เกิดจากสื่อโฆษณาที่บริหารจัดการโดยบริษัทฯ”



นอกจากมาตรฐานสื่อโฆษณา บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับเนื้อหาโฆษณา ซึ่งแสดง และ/หรือ ออกอากาศไปยังผู้รับชมสื่อโฆษณา โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการด้านต่างๆ ดังนี้

- (ก) ตรวจสอบเนื้อหาโฆษณาให้ถูกต้องตามที่กฎหมายที่เกี่ยวข้องกำหนด และไม่ขัดต่อศีลธรรมอันดี
- (ข) ออกอากาศสื่อโฆษณาที่มีเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมเป็นประจำ เช่น ข่าวสารสถานการณ์ปัจจุบัน สภาพอากาศ ราคาน้ำมัน ในสื่อมัลติมีเดียบนสถานีรถไฟฟ้าย่านบีทีเอส เป็นต้น เพื่อให้ผู้รับชมสื่อได้รับทราบข้อมูลข่าวสารอย่างทันทั่วถึงที่ แม้ขณะอยู่ระหว่างการเดินทาง
- (ค) เผยแพร่หลักธรรมคำสอนของพระพุทธองค์ ซึ่งออกอากาศยังสื่อมัลติมีเดียทุกประเภทในทุกวันธรรมสวนะและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนาตลอดทั้งปี
- (ง) สนับสนุนพื้นที่โฆษณาแก่กิจกรรมทางสังคม โดยประชาสัมพันธ์โครงการหรือกิจกรรมทางสังคมผ่านสื่อต่างๆ ที่อยู่ภายใต้การบริหารจัดการของบริษัทฯ
- (จ) สนับสนุนพื้นที่โฆษณาแก่กิจกรรมซึ่งจัดขึ้นตามวันสำคัญหรือโอกาสสำคัญ เช่น โครงการปั่นเพื่อแม่ (Bike for Mom) โครงการปั่นเพื่อพ่อ (Bike for Dad) เป็นต้น

“ในปีที่ผ่านมา กว่า 10 โครงการ มูลค่ากว่า 15 ล้านบาท ที่บริษัทฯ ให้การสนับสนุน โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใดๆ”



การประชาสัมพันธ์และการถ่ายทอดสดกิจกรรมจักรยานเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ เนื่องในโอกาสมหามงคลเฉลิมพระชนพรรษา 83 พรรษา



การประชาสัมพันธ์และการถ่ายทอดสดกิจกรรมจักรยานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ เนื่องในโอกาสมหามงคลเฉลิมพระชนพรรษา 88 พรรษา



การประชาสัมพันธ์โครงการของมูลนิธิสร้างรอยยิ้ม ซึ่งเป็นมูลนิธิที่ให้ความช่วยเหลือด้านศัลยกรรมแก้ไขภาวะปากแหว่งเพดานโหว่และความผิดปกติบนใบหน้า แก่เด็กๆ ทั่วประเทศ โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย



การประชาสัมพันธ์โครงการระดมทุนเพื่อช่วยชีวิตเด็กๆ จากวิกฤตด้านโภชนาการในประเทศเซาท์ซูดานของยูนิเซฟ



การประชาสัมพันธ์โครงการระดมทุนเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยแผ่นดินไหวที่ประเทศเนปาล



การประชาสัมพันธ์วิธีการประหยัดน้ำฝ่าวิกฤติ ‘ภัยแล้ง’

การพัฒนาชุมชนและสังคม

บริษัทฯ มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและสังคม โดยการส่งเสริมและสนับสนุนการกระจายความเจริญสู่ชุมชน เพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อคืนกำไรสู่ชุมชนและสังคม โดยในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้มีส่วนร่วมและดำเนินการในโครงการดังต่อไปนี้

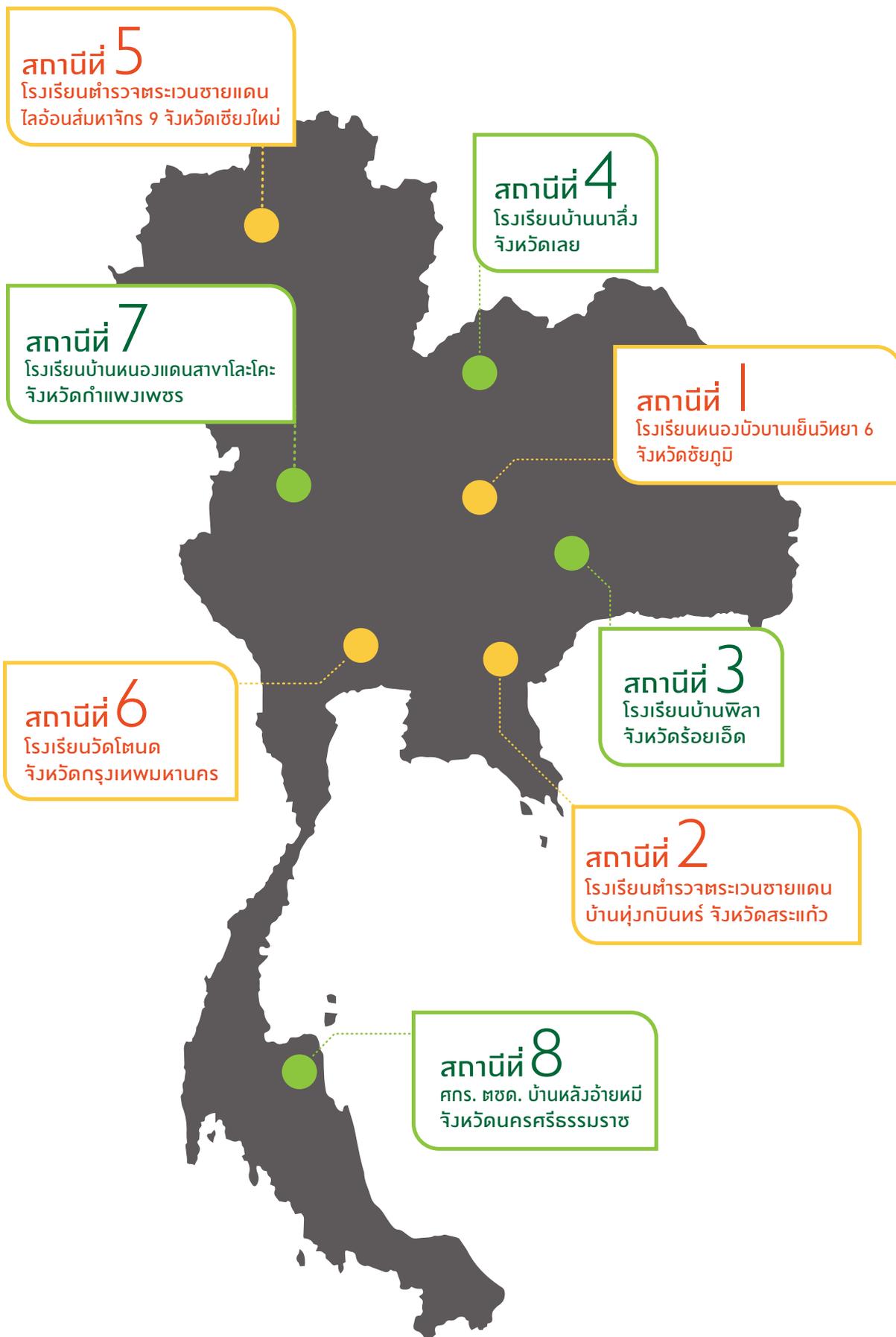
สถานีส่งความสุขจากชาวบีทีเอสกรุ๊ปฯ

เป็นโครงการหลักด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มบริษัทบีทีเอสที่จัดขึ้นเพื่อให้ความช่วยเหลือแก่เด็กและชาวบ้านในพื้นที่ก้นดงทั่วประเทศ โดยกลุ่มบริษัทบีทีเอสจะส่งมอบความสุขด้วยการเลี้ยงอาหาร การแจกเครื่องอุปโภคบริโภคและสิ่งของที่จำเป็น รวมถึงให้บริการตรวจสุขภาพโดยหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ของโรงพยาบาลวิภาวดี ทั้งนี้ ในโครงการยังได้ปลูกฝังวินัยในการออมเงินด้วยการมอบกระปุกออมสินรูปกระต่ายให้กับเด็กนักเรียนทุกครั้ง

“วีจีไอในฐานะหนึ่งในกลุ่มบริษัทบีทีเอสได้เข้าร่วมโครงการ โดยสนับสนุนงบประมาณ และทรัพยากรด้านพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมสนับสนุนการมอบความสนุกสนานทางการเรียนรู้ให้กับเด็กในพื้นที่”



ในปี 2558/59 กลุ่มบริษัทบีทีเอส ได้ส่งมอบความสูงให้กับชุมชนกว่า 8 สถานี ดังนี้



นอกจากนี้ ระหว่างวันที่ 3 – 5 กุมภาพันธ์ 2559 สถานีส่งความสุขจากชาวบีทีเอสกรุ๊ปฯ ได้นำเด็กนักเรียนจากสถานีที่ 1 ถึงสถานีที่ 5 จำนวนทั้งสิ้น 136 คน เข้ามาทำกิจกรรมต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร เช่น การเข้าชมพิพิธภัณฑ์เด็ก และนั่งรถไฟฟ้าพร้อมทั้งให้เข้าชมซีไลฟ์ แบงคอก โอเชียน เวิลด์ ณ ศูนย์การค้าสยามพารากอน เป็นต้น



โครงการคลินิกลอยฟ้า ครั้งที่ 13

เป็นโครงการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มบริษัทบีทีเอสที่จัดขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์การดูแลสุขภาพของตนเอง โดยในงานคลินิกลอยฟ้า นั้นมีการให้บริการตรวจสุขภาพแก่ประชาชนโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย อาทิ การให้บริการตรวจโรคหัวใจ มะเร็ง ตา เป็นต้น รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมเสวนาให้ความรู้ในการดูแลสุขภาพ โดยได้รับความร่วมมือและสนับสนุนจากโรงพยาบาลทั้งภาครัฐและเอกชน

“วิใจในฐานะหนึ่งในกลุ่มบริษัทบีทีเอสได้เข้าร่วมโครงการนี้ โดยสนับสนุนทรัพยากรด้านพนักงาน เพื่อทำหน้าที่ช่วยเหลือให้การรับรองต้อนรับประชาชนผู้มาใช้บริการตรวจสุขภาพ”

ในการจัดงานระหว่างวันที่ 21 – 24 พฤษภาคม 2558 มีผู้เข้าร่วมงานกว่า 800 คน และเป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 40 – 60 ปีมากที่สุด



हुด้ว่ชว่นกนเจ

เป็นกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มบริษัทบีทีเอสที่จัดขึ้นตามประเพณี โดยบริการอาหารเจให้รับประทานฟรีที่สถานีรถไฟฟ้าสนามกีฬาแห่งชาติเป็นระยะเวลา 3 วัน เพื่อเชิญชวนให้ประชาชนงดรับประทานเนื้อสัตว์ในเทศกาลกินเจ



กิจกรรมตักบาตรลอยฟ้า

เป็นกิจกรรมทางศาสนาของกลุ่มบริษัทบีทีเอสซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี โดยในปีที่ผ่านมา กิจกรรมได้จัดขึ้นเมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2558 กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานในกลุ่มบริษัทบีทีเอส สำนักการจราจรและขนส่ง พร้อมด้วยประชาชนทั่วไป ได้ร่วมกันใส่บาตรแด่พระสงฆ์จำนวน 590 รูป ในงาน ‘ตักบาตรลอยฟ้ามหากุศล’ เนื่องในโอกาสสมทวมงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 88 พรรษา พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ และครบรอบ 16 ปี การให้บริการเดินรถไฟฟ้าบีทีเอส ณ บริเวณลานอเนกประสงค์ สถานีรถไฟฟ้าชองนันทรี



ที่สำคัญที่สุด ในปี 2558/59 บริษัทฯ ในฐานะผู้บริหารจัดการด้านการตลาดในระบบรถไฟฟ้าบีทีเอสยินดีให้ความร่วมมือกับบีทีเอสซี ในการเวนคืนพื้นที่ร้านค้าเชิงพาณิชย์บนสถานีรถไฟฟ้าจำนวน 34 จุด บน 18 สถานี ที่อยู่ภายใต้การบริหารจัดการของบริษัทฯ เพื่อก่อสร้างลิฟท์โดยสารที่จะอำนวยความสะดวกให้กับผู้พิการ และ/หรือ ผู้สูงอายุ สามารถเข้าถึงการใช้บริการระบบรถไฟฟ้าบีทีเอสที่ถือเป็นระบบการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ ปลอดภัย และเที่ยงตรงต่อเวลา แม้ว่าการเวนคืนพื้นที่ดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ หลายประการก็ตาม อาทิเช่น การสูญเสียรายได้ปีละกว่า 10 ล้านบาทจากรายได้ค่าเช่าของพื้นที่เชิงพาณิชย์ที่ถูกเวนคืน ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นจากการเปลี่ยนทางเข้าห้องควบคุม (Server Room) บริเวณใต้บันได จำนวนกว่า 18 ล้านบาท (ซึ่งบางส่วนรับผิดชอบโดยลูกค้าของบริษัทฯ) ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงโครงสร้างสื่อโฆษณา จำนวนกว่า 3 ล้านบาท ทั้งนี้ การก่อสร้างลิฟท์คนพิการในครั้งนี้อาจจะแล้วเสร็จภายในรอบปีบัญชี 2559/60



“รายได้ที่ลดลงกว่า 10 ล้านบาทต่อปี ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นกว่า 21 ล้านบาท เพื่อประโยชน์ในการก่อสร้างลิฟท์โดยสารสำหรับผู้พิการ และ/หรือ ผู้สูงอายุ”

ผลการปฏิบัติงาน ด้านสิ่งแวดล้อม

การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ
การจัดการสิ่งแวดล้อม





การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ

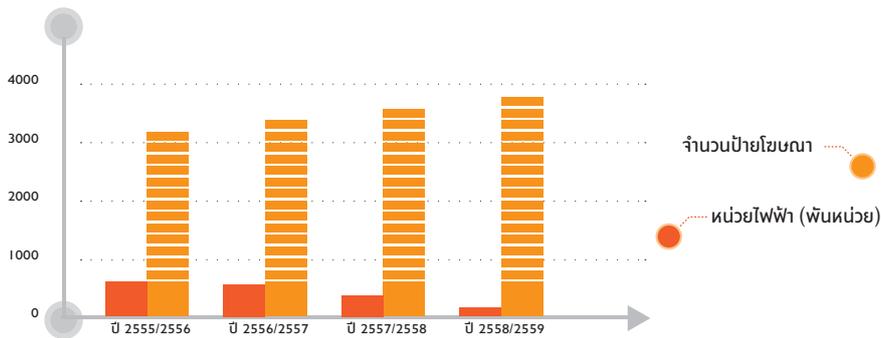
“ด้วยวัตถุประสงค์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และประหยัดพลังงาน รวมถึงเพื่อเป็นการลดค่าใช้จ่าย” บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการประหยัดพลังงานต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ได้แก่

1. การเปลี่ยนระบบแสงสว่างของป้ายโฆษณาบนสถานีรถไฟฟ้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแสดงภาพโฆษณา รวมทั้งเพิ่มอายุการใช้งาน และเป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย ตั้งแต่ปี 2555 บริษัทฯ ได้ทยอยเปลี่ยนหลอดไฟซึ่งติดตั้งในป้ายโฆษณาภาพนิ่งบนสถานีรถไฟฟ้า จากเดิมหลอดฟลูออเรสเซนต์ (Fluorescent) เป็นหลอดแอลอีดี (LED) โดยคุณสมบัติของหลอดไฟทั้งสองชนิดสามารถเปรียบเทียบได้ดังตารางต่อไปนี้

หลอดฟลูออเรสเซนต์ (Fluorescent)	หลอดแอลอีดี (LED)
ต้นทุน สำหรับป้ายโฆษณา ขนาด 3.6 ตารางเมตร เท่ากับ 2,500 บาท	ต้นทุน สำหรับป้ายโฆษณา ขนาด 3.6 ตารางเมตร เท่ากับ 22,212 บาท
กำลังไฟต่อป้าย 216 วัตต์	กำลังไฟต่อป้าย 70 วัตต์
อายุการใช้งานประมาณ 10,000 – 12,000 ชั่วโมง	อายุการใช้งานประมาณ 50,000 – 70,000 ชั่วโมง
ให้ความสว่างต่อพื้นที่ เฉลี่ย 710 แคนเดลาต่อตารางเมตร	ให้ความสว่างต่อพื้นที่ เฉลี่ย 200 แคนเดลาต่อตารางเมตร
ค่าไฟฟ้าในปี 2555/56 เท่ากับ 15.60 ล้านบาท สำหรับป้ายโฆษณาจำนวน 3,254 ป้าย บน 23 สถานี	ค่าไฟฟ้าในปี 2558/59 เท่ากับ 7.90 ล้านบาท สำหรับป้ายโฆษณาจำนวน 3,414 ป้าย บน 23 สถานี

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้เปลี่ยนหลอดฟลูออเรสเซนต์เป็นหลอดแอลอีดีเสร็จสิ้นแล้วทั้งหมดในปี 2556/57 และได้ใช้หลอดแอลอีดี (LED) สำหรับป้ายโฆษณาของบริษัทฯ เป็นต้นมา

ตารางเปรียบเทียบหน่วยไฟฟ้าและจำนวนป้ายโฆษณาของบริษัทฯ



อนึ่ง หลอดฟลูออเรสเซนต์ (Fluorescent) ซึ่งได้ถูกถอดออกและเปลี่ยนนั้น บริษัทฯ ได้ทำการแยกหลอดที่เสื่อมสภาพการใช้งาน และจัดส่งให้กับผู้ผลิตหลอดไฟ ซึ่งมีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการกำจัดและดูแลขยะที่เป็นหลอดไฟ เพื่อการทำลาย หรือพัฒนาเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่อย่างถูกวิธีต่อไป สำหรับหลอดที่อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์และสามารถใช้งานได้ บริษัทฯ ได้นำไปบริจาคและเก็บบางส่วนไว้ใช้งานภายในสำนักงานของบริษัทฯ

2. การลดการใช้พลังงานและอุปกรณ์ภายในสำนักงาน บริษัทฯ สนับสนุนการลดการใช้พลังงานและอุปกรณ์ภายในสำนักงานด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การลดการใช้กระดาษภายในสำนักงานด้วยวิธีการใช้กระดาษสองหน้าและการจัดเก็บเอกสารในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ การลดการใช้หมึกพิมพ์สี การลดการใช้พลังงานด้วยการลดจำนวนหลอดไฟ และเปิดใช้ไฟเท่าที่จำเป็นและปิดไฟในเวลาพักกลางวัน เป็นต้น ด้วยการจัดฝึกอบรมพนักงาน รวมทั้งการจัดทำ Popup Website รณรงค์นโยบายดังกล่าวและเผยแพร่ผ่านทาง Intranet ของบริษัทฯ



การใช้พลังงานและอุปกรณ์ของบริษัทฯ ในรอบระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมา

	ปี 2557/58	ปี 2558/59	เปรียบเทียบ (ร้อยละ)
รายได้ (ล้านบาท)	3,063.34	2,298.66	-24.96
ปริมาณการใช้กระดาษ (รีม)	2,636	1,882	-28.60
ปริมาณการใช้ไฟฟ้า (หน่วย)	643,628	617,717	-4.03
ค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อหมึกพิมพ์สี (บาท)	730,100	580,942	-20.43
ค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อหมึกขาวดำ (บาท)	359,606	253,066	-29.63

3. โครงการวีจีไอ รีไซเคิล

ด้วยในแต่ละวันมีขยะเกิดขึ้นจากกิจวัตรประจำวันของเราแต่ละคนเป็นจำนวนมาก ซึ่งส่งผลเสียต่อสภาพแวดล้อมในระยะยาว บริษัทฯ จึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในเรื่องการจัดการขยะเพื่อลดปัญหาที่เกิดจากการใช้ขยะ ลดจำนวนขยะที่เพิ่มขึ้นตามจำนวนประชากร ลดปัญหาสุขภาพจากการจัดการขยะไม่ถูกวิธี บริษัทฯ จึงจัดทำโครงการคัดแยกขยะ และวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ขึ้นภายในองค์กร เพื่อลดปริมาณขยะที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และหากจัดการขยะอย่างถูกวิธีแล้ว ขยะบางอย่างยังสามารถนำกลับมาหมุนเวียน สร้างประโยชน์ใช้ใหม่ได้อีกครั้ง อันเป็นการประหยัดทรัพยากร งบประมาณ และเพื่อสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่ของพนักงานทุกคนภายในบริษัทฯ ภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กรต่อไป



ในปี 2558/59 บริษัทฯ ได้มอบ (ก) เสื้อผ้าและสิ่งของที่ได้รับบริจาคในโครงการวีจีไอ รีไซเคิล และจากพนักงาน และ (ข) เสื้อผ้าคอมพิวเตอร์และป้ายไว้นิลที่เหลือใช้ จากบริษัทฯ ให้แก่โรงเรียนวัดชัยมงคลปราสาทวิทยา จังหวัดบุรีรัมย์ โรงเรียนปทุมสุรารัตน์ศรีโพธิ์ชัย จังหวัดอุบลราชธานี สถานีอนามัยเฉลิมพระเกียรติฯ จังหวัดน่าน และมูลนิธิบ้านนกขมิ้น



การจัดการสิ่งแวดล้อม

ในปี 2557/58 บีทีเอสซี ผู้ประกอบธุรกิจขนส่งมวลชน และเป็น คู่ค้ารายสำคัญของบริษัทฯ ได้รับมอบใบรับรองระบบจัดการ สิ่งแวดล้อม ISO 14001: 2004 จากบริษัท บูโร เวกอร์ทิสเซอร์ทิงเคชั่น (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อแสดงให้เห็นว่า รถไฟฟ้าบีทีเอสได้มี ระบบการบริหารจัดการที่ยั่งยืนเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและ

สอดคล้องกับมาตรฐานสิ่งแวดล้อมตามที่กฎหมายกำหนด ทั้งนี้ บริษัทฯ ในฐานะผู้รับสิทธิบริหารจัดการด้านการตลาดในระบบ รถไฟฟ้าบีทีเอสจากบีทีเอสซี ได้จัดทำนโยบายและคู่มือปฏิบัติ เป็นลายลักษณ์อักษรที่สอดคล้องกับระบบจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001: 2004 ในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม	มาตรการการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม
การจัดการน้ำทิ้งจากพื้นที่ร้านค้าบน สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส 	<ul style="list-style-type: none"> การห้ามเฝ้าจวงพื้นที่ร้านค้าหน้าทิ้งลงในรางระบายน้ำของสถานี และ/หรือ ท่อระบายน้ำของกรุงเทพมหานคร เพื่อป้องกันการอุดตันของท่อระบายน้ำ การทำความสะอาดถังดักไขมันเป็นประจำ (อย่างน้อย 2 ครั้งต่อสัปดาห์) การปรับปรุงระบบบำบัดน้ำทิ้งจวงร้านค้าบนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส
การจัดการขยะ 	<ul style="list-style-type: none"> การคัดแยกประเภทขยะก่อนนำไปทิ้งในสถานที่ที่ได้จัดเตรียม การใช้เทคโนโลยีการพิมพ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Printing Technology) สำหรับสื่อโฆษณาจวงบริษัทฯ
มลภาวะทางเสียงและสายตา 	<ul style="list-style-type: none"> การตรวจวัดและควบคุมระดับเสียงสื่อโฆษณาหึ่งในขบวนรถไฟฟ้า และบน สถานี ให้อยู่ภายในหลักเกณฑ์ตามที่กฎหมายกำหนด การตรวจวัดและปรับระดับความสว่างของสื่อมัลติมีเดียตามเวลาออกอากาศ เพื่อไม่ให้ระดับความสว่างมากจนเกินไป อันจะก่อให้เกิดมลพิษและอันตราย ทางสายตา

นอกจากนี้ ในปี 2558/59 บริษัทฯ โดยความร่วมมือกับบีทีเอสซี ได้จัดอบรมหลักสูตร “การให้ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม” กับพนักงาน เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001: 2004 และการดำเนินธุรกิจภายใต้มาตรฐานสิ่งแวดล้อม รวมถึง ให้พนักงานที่เกี่ยวข้องรับทราบกฎระเบียบและขั้นตอนการปฏิบัติงานด้านสิ่งแวดล้อมด้วย



Definitions

The Company or VGI	means	VGI Global Media Public Company Limited
BTS Group	means	BTS Group Holdings Public Company Limited and its subsidiaries
BTSG	means	BTS Group Holdings Public Company Limited
BTSC	means	Bangkok Mass Transit System Public Company Limited
SET	means	The Stock Exchange of Thailand





Message from the Chairman



The previous year is another challenging year for VGI. We have achieved memorable success and laid the foundation for growth and sustainable success in the future. All of these achievements were as a result of the commitment and devotion of our employees and the fair and transparent administration and management of the Board of Directors and the executives, taking into account the roles of every stakeholder group, including having a management process that is in compliance with the environmental standards, as well as the social and community development.

In 2015/16, VGI's business strategy was focused on providing services through our "Nationwide Integrated Media Platform". As such, the first step taken by VGI was to acquire the shares and make a tender offer for all securities in Master Ad Public Company Limited, which would expand the coverage of VGI's media platform to be more inclusive in addition to the existing focus of the media platform in center business district of Bangkok. Moreover, VGI's current media platform now includes condominiums, airports, and airliners. In this regard, VGI promises to never stop expanding and developing our media network and we will push this forward through the VGI Innovation project, a project which allows our employees to create new innovations and improve our working process to be more efficient, which will be cost-saving for the management and may lead to income generation for VGI in the future.

Furthermore, with a view to elevating the level of corporate governance; furthering social, community, and environmental initiatives; and laying strong anti-corruption foundation for VGI, the Board of Directors has appointed the Corporate Governance Committee to oversee such undertakings. For this particular year and for the very first time, the Corporate Governance Committee has launched this Sustainability Report, which has been prepared in line with the G4 Sustainability Reporting Guidelines of the Global Reporting Initiative (GRI).

As regards our society, community, and environment responsibilities, VGI has dedicated certain media space that is under VGI's management for the benefit of society and community through publicity of various social projects and events, such as the projects of UNICEF and Operation Smile Thailand. Also, VGI has participated in Next Station – Happiness by the BTS Group to help children and villagers in remote areas throughout the country. In addition, since VGI takes the environment into consideration while operating business, VGI has set up a policy and a manual in conformity with ISO 14001: 2004 certification for environmental management system, as well as implementing various energy-saving programs, such as VGI Recycle.

All of the above is indicative of VGI's commitment to create satisfaction and generate long-term returns while taking care of our social, community, and environmental responsibilities at the same time, which will lead to VGI's sustainable development in the truest sense.



Mr. Keeree Kanjanapas
Chairman

About this Sustainability Report

This Sustainability Report 2015/16 of VGI Global Media Public Company Limited is the first report to be prepared in line with the G4 Sustainability Reporting Guidelines: Media Sector Supplement of the Global Reporting Initiative (GRI) whose contents are complete and are prepared 'in accordance' with the said Guidelines – Core option to present VGI's performance in economic, social and environmental aspects from

1 April 2015 to 31 March 2016. This report covers VGI projects in which we act as an Operator, as data collection system is most prompted. In this report, the Company discloses performance related to our business partnerships, such as suppliers and contractors. (Additional Information apart from this Sustainability Report are presented in the Annual Report 2015/16 and the Company's website at www.vgi.co.th.)

Content Selection and Materiality Assessment Process for this Report

The content selection and materiality assessment process is in conformity with GRI's principles, taking into account factors that are crucial for the Company to conduct business with sustainability and meet the expectations of stakeholders directly and indirectly. The content selection and materiality assessment process consists of identification of material issues, prioritisation of material issues, validation of material issues, and continuous improvement, where such process can be summarised as follows:

Step 1

Identification of Material Issues

Identify issues that have an impact on the Company's sustainability as well as stakeholders by considering the GRI aspects and relevance to the Company, such as vision and mission, nature of business, and strategy for sustainable growth

Step 2

Prioritisation of Material Issues

Assess the importance of sustainability issues by taking into consideration the importance of each sustainability issue on a scale of 1-4 in two aspects, namely (1) significance of impacts to the Company and (2) influence on stakeholders, and by weighing the same in the sustainability context mainly based on business strategy

Step 3

Validation of Material Issues

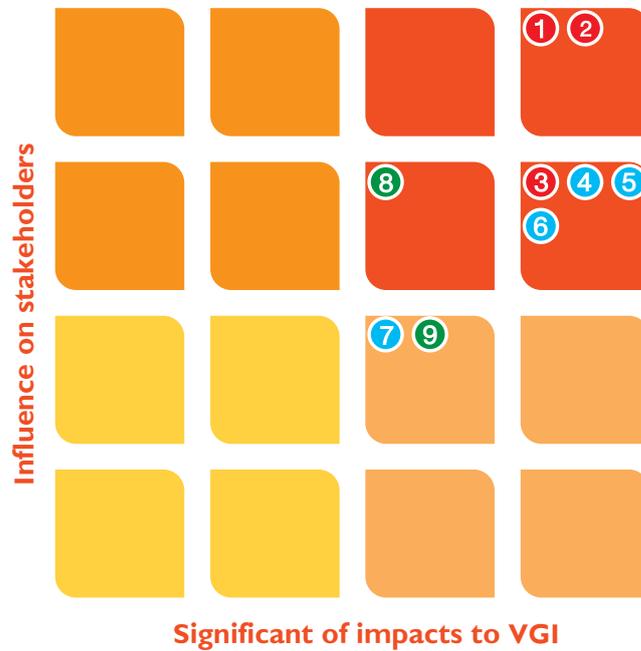
Present issues that are material for sustainability, including the scope of the report on each topic material to sustainability, to the Corporate Governance Committee for its consideration and review of the materiality assessment process to ensure that their contents are inclusive of key topics that are relevant to the Company

Step 4

Continuous Improvement

Review the sustainability report and information disclosure continuously with a view to ensuring that the disclosed information is appropriate and relevant to the topic to be communicated as well as meeting the stakeholders' expectations

Sustainability Issues and Materiality Assessment



Material Sustainability Issues

Economic	Social	Environmental
 <ol style="list-style-type: none"> 1. Sustainable Corporate Governance 2. Smart and Innovative Products 3. Customer Relationship Management 	 <ol style="list-style-type: none"> 4. Human Resources Training 5. Employee Engagement 6. Responsibility towards Consumers 7. Social and Community Development 	 <ol style="list-style-type: none"> 8. Efficient Energy Consumption 9. Environmental Management

This Sustainability Report 2015/16 is available at www.vgi.co.th. For more information, please contact: Company Secretary Office: VGI Global Media Public Company Limited at Email: companysecretary@vgi.co.th, Tel: 02273 8884, Fax: 0 2273 8883.

Company Profile

Nature of Business

The Company provides media network services that are connected modern lifestyle media. The media that are under the Company's management are as follows:

1. BTS-related Media

The Company has obtained the right to manage (a) media space and (b) commercial area in 23 stations in the Silom Line and Sukhumvit Line of the BTS System, and 7 stations in the extension line (i.e., Krung Thonburi Station, Wongwian Yai Station, Bang Chak Station, Punnawithi Station, Udom Suk Station, Bang Na Station, and Bearing Station), and 52 BTS trains, giving a total media space of approximately 30,000 square meters and a total commercial area of approximately 8,800 square meters.

2. Office Building Media

The Company is granted the right to install and manage digital screens in elevators and hallway to the passenger lifts of prime-location office buildings in Bangkok. As of 31 March 2016, the Company had the right to manage a total of 1,091 digital screens in 135 office buildings.

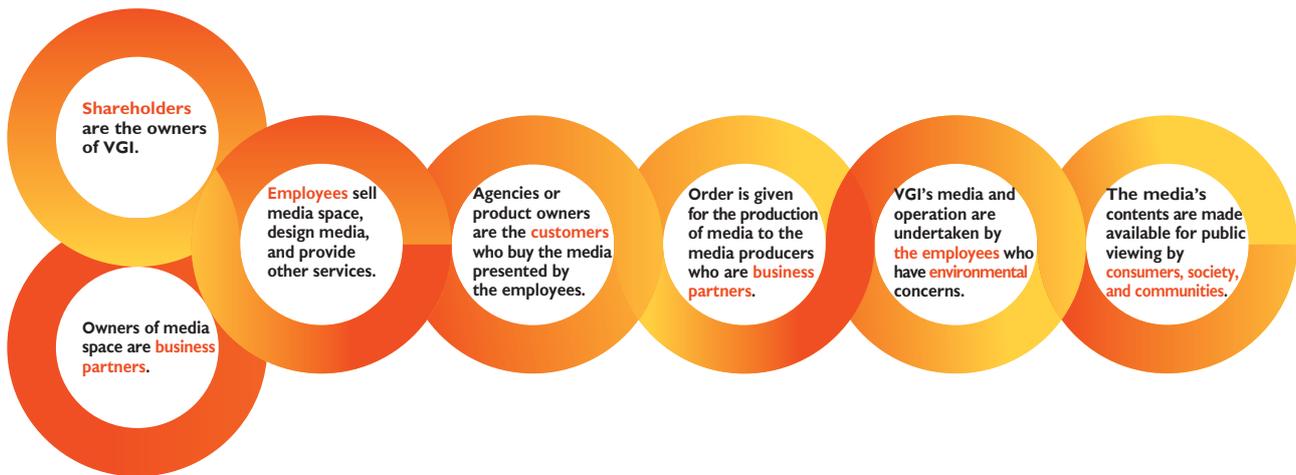
3. Other Media

In addition to providing the BTS-related media and office building media, the Company has acquired the right to manage and act as an agent to sell various types of media, such as street furniture, the media space at Chamchuri Square, the media space at the Empire Tower, and media space at provincial clock towers.



Vision	To be the leader of innovative lifestyle media networks and solutions with commitments to corporate social responsibilities
Mission	To provide the best solutions with the highest impact lifestyle media networks towards society, community and the environment at large
Strategy for Sustainable Growth	Smart Advertising, Excellent Services, Happy Employees
Operational Policy for Sustainable Growth	<ol style="list-style-type: none"> 1. Develop business by leveraging risks to the business that generates stable returns 2. Aim to be a service provider of lifestyle media that are outstanding and smart (attractive, responsive, and good for value) 3. Employees being professionals in line with the HEART values to deliver services that create good impression 4. Conduct business with transparency and fairness 5. Give priority to the environmental management and the improvement of the quality of life of employees, society, and communities, both in the CSR process (CSR In Process) and beyond the normal business operation (CSR After Process)
Values	<p>“VGI HEART”</p> <p>V = Very stands for working with the power of devotion.</p> <p>G = Good stands for being excellent, good, and happy.</p> <p>I = Indeed stands for creating splendid work.</p> <p>H = Helpful stands for being sincerely helpful towards customers, colleagues, and society.</p> <p>E = Energetic stands for having the drive and enthusiasm to perform with diligence and the will to improve oneself constantly to be ready to overcome all obstacles at work with a view to achieving success without feeling discouraged.</p> <p>A = Adaptive stands for being able to adapt to every situation and era to be ready to changes to come by focusing on the better development and improvement of performance.</p> <p>R = Reliable stands for being reliable and trustworthy to complete all tasks successfully.</p> <p>T = Teamwork stands for having the synergy with participation from every different level within the organisation to achieve the same goal.</p>
Motto	Always from the Heart

Analysis and Consideration of Stakeholders' Roles



The Company has analysed and considered the roles of stakeholders as well as giving importance to the rights of each stakeholder group to ensure that they are treated appropriately, equally, and fairly as we believe that maintaining a good relationship with every stakeholder group is key to sustainable development and the Company's long-term success, the details of which are as follows:

Stakeholder Type	Responsibility Issue	Communication Process / Channel
 <p>Shareholders / Investors</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Generate good operating results to give returns at an appropriate level to the shareholders in a sustainable way • Conduct business with care and by giving consideration to risk factors in the present and the future to create transparency in the operation • Carry out undertakings by giving regard to the shareholders' rights and treat the shareholders equally 	<ul style="list-style-type: none"> • Annual Report • Sustainability Report • Annual General meetings of shareholders • Analyst meetings on quarterly basis • Roadshows
 <p>Customers</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Create satisfaction and confidence for the customers, which is key to achieve success in business • Offer and provide quality services that meet or surpass the customers' expectations at a fair value • Give accurate and sufficient information to the customers to prevent the customers from having any confusion regarding the quality or any condition of the goods or services • Improve the quality and types of media and innovative services to meet the customers' need • Conduct customer satisfaction surveys as well as hearing feedbacks or complaints as guidelines to improve the services 	<ul style="list-style-type: none"> • Regular joint meetings • Regular activities for building relationships • Satisfaction surveys • Annual Report • Sustainability Report

Stakeholder Type	Responsibility Issue	Communication Process / Channel
 Business Partners	<ul style="list-style-type: none"> • Set a written policy and procedure of procurement process • Select the business partners with fairness • Treat the business partners as contractually agreed in a strict manner 	<ul style="list-style-type: none"> • Regular joint meetings • Regular activities for building relationships
 Competitors	<ul style="list-style-type: none"> • Treat competitors within the legal scope and good business ethics • Encourage and promote free trade and fair competition 	<ul style="list-style-type: none"> • Policy and Guideline on Competitors (as set out in the VGI Group's Code of Conduct)
 Government Agencies	<ul style="list-style-type: none"> • Comply with the laws relating to the Company's business operation • Provide cooperation and support to the projects of government agencies for the benefits of society and the country 	<ul style="list-style-type: none"> • Regular publicity for the projects of government agencies
 Mass Media	<ul style="list-style-type: none"> • Disclose the Company's operating results by giving thorough, accurate, and reliable information 	<ul style="list-style-type: none"> • Quarterly MD&A preparation and disclosure • Quarterly analyst briefings
 Employees	<ul style="list-style-type: none"> • Treat the employees equally and respect their rights in line with the international human rights standards as well as laws and regulations • Develop personnel through internal and external training • Provide appropriate remuneration and benefits • Create bonds in the organisation 	<ul style="list-style-type: none"> • Internal communication channels (Love and Share board and Pop-up website) • Annual seminar • Happy Workplace program • Annual satisfaction surveys • Comment box
 Communities, Society, and Environment	<ul style="list-style-type: none"> • Growing business sustainably together with developing society, communities and the environment • Use the Company's media space for the benefit of society • Manage the organization in an eco-friendly way 	<ul style="list-style-type: none"> • Annual Report • Sustainability Report • Regular publicity for the advertisement

Our Awards and Achievements

<p>2015/16</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ranked as one of the top 100 listed companies that have demonstrated outstanding environmental, social and governance (ESG) achievement assessed by the ESG Rating Unit of Thaipat Institute • Received a thank-you letter from UNICEF for sponsoring the Company's media space for the publicity of UNICEF's projects • Received a certificate of recognition for supporting Operation Smile Thailand's projects • Assessed by the Thai Institute of Directors (Thai IOD) for CG of Listed Companies in 2015 and awarded 5-star or equivalent to "Excellent" categorisation in November 2015 • Awarded a perfect 100 AGM Quality Assessment Score in 2015 by the Thai Investor Association (TIA) for the second year in a row • Received a certificate of recognition from the Chulalongkorn University, Faculty of Allied Health Sciences Alumni Association for supporting the "Puang Pracha Ruam Chai Tosu Pai Hiw" program organised to commemorate H.R.H. Princess Maha Chakri Sirindhorn's 60th birthday anniversary
<p>2014/15</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Awarded a perfect 100 AGM Quality Assessment Score in 2014 by the Thai Investor Association (TIA) • Declared an intent to join Thailand's Private Sector Collective Action Coalition Against Corruption (CAC) • Added to the "Best Under A Billion" list by Forbes Asia in the August 2014 edition (selected from the best 200 small- and medium-sized enterprises in the Asia-Pacific region with less than \$1 billion in revenue) • Received a certificate of recognition for supporting UNICEF's the "Power of the Little" campaign
<p>2013/14</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Receive a plaque from the Pollution Control Department for supporting the Royal project to make prostheses from donated aluminum components in 2013 • Added to the SET50 Index in January 2014 • Assessed by the Thai Institute of Directors (Thai IOD) for CG of Listed Companies in 2013 and awarded 5-star or equivalent to "Excellent" categorisation in November 2013 • Added to the SET100 Index in July 2013 • Added to the MSCI Thailand Small Cap Index in June 2013
<p>2012/13</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Initial Public Offering and listing of all of the Company's ordinary shares on the SET (trading commenced on 11 October 2012)



Economic Performance

Sustainable Corporate Governance

Smart and Innovative Products

Customer Relationship Management



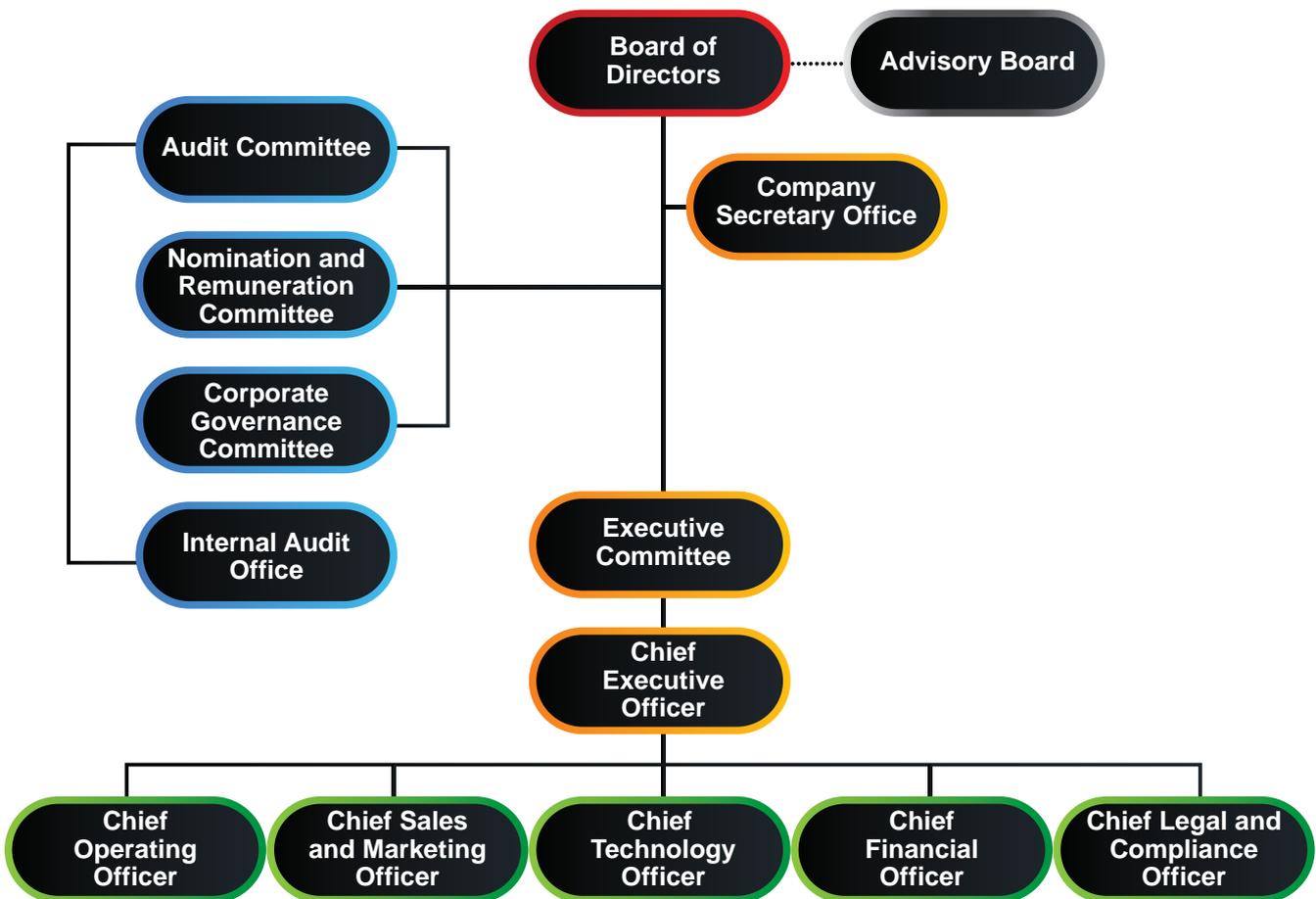


Sustainable Corporate Governance

The Company values corporate governance as it realizes and firmly believes that good corporate governance is a key factor to promote and support sustainable growth. Therefore, the Board of Directors has set out a policy on good corporate governance and business ethics, covering areas such as rights of shareholders, equitable treatment of shareholders, role of stakeholders, disclosure and transparency, and board responsibilities, which are in line with the principles of good corporate governance of the Stock Exchange of Thailand and the Thai Institute of Directors.

To ensure that the management and operation is in conformity with the principles of good corporate governance and to set up a proper and efficient system of checks and balances, the Board of Directors, whose members are experts in various fields and are able to express their individual opinion on the operation freely so as to perform their corporate governance functions with efficiency to generate maximum returns to the shareholders. Moreover, the Company has appointed sub-committees to help follow up with and screen tasks assigned by the Board of Directors closely.

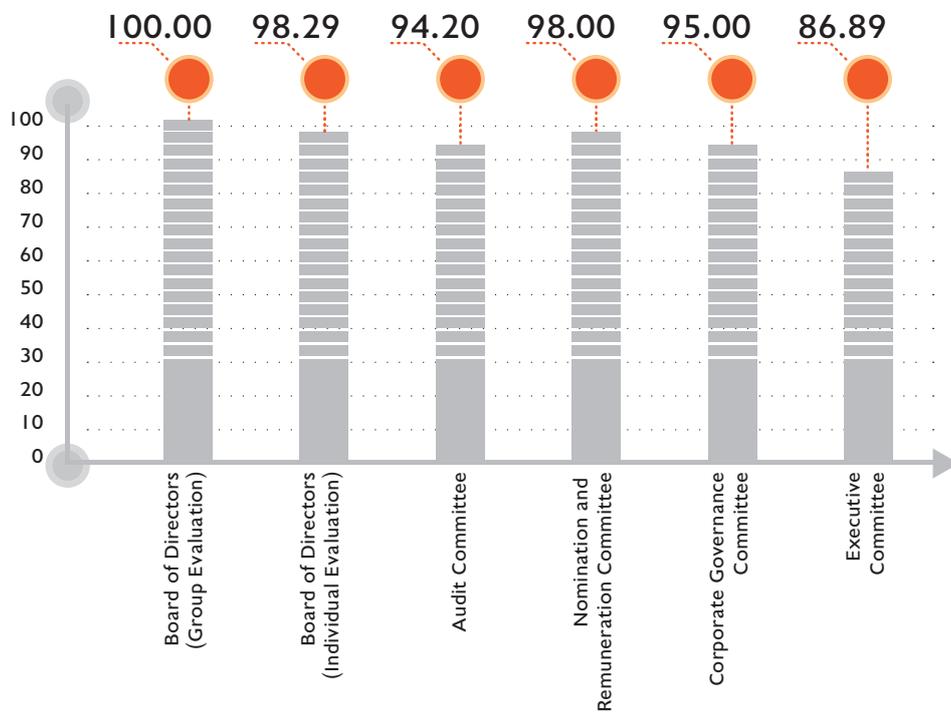
Details on the management structure of VGI are as follows:



The Company's good management system not only produces tangible outcome via operating results throughout the past several years of operation, but it can also be perceived from the results of the Board of

Directors and the sub-committees annual performance assessment conducted with an objective to review past results, problems, and obstacles, which will enable continuous improvement of the operation in an appropriate and efficient manner.

Performance Assessment Results of the Board of Directors and the Sub-committees



80%-100% = Very Good

60%-80% = Good

40%-60% = Fair

The topics of the performance assessment of each committee cover the following areas:

Annual Performance Assessment of the Board of Directors (Group Evaluation)

- (a) Structure and qualifications of the Board of Directors
- (b) Roles, duties, and responsibilities of the Board of Directors
- (c) Board of Directors' meetings
- (d) Board of Directors' duties
- (e) Relationship with Management
- (f) Personal development of the Board of Directors and the executives

Annual Performance Assessment of the Audit Committee

- (a) Composition of the Audit Committee
- (b) Independence of members of the Audit Committee
- (c) Training and resources
- (d) Audit Committee's meetings
- (e) Audit Committee's activities
- (f) Relationship with the Head of Internal Audit, auditors, and the executives

Annual Performance Assessment of the Corporate Governance Committee

- (a) Structure and qualifications of the Corporate Governance Committee
- (b) Corporate Governance Committee's meetings
- (c) Roles, duties, and responsibilities of the Corporate Governance Committee
- (d) Corporate Governance Committee's duties
- (e) Personal development of the Corporate Governance Committee

Annual Performance Assessment of the Board of Directors (Individual Evaluation)

- (a) Performance of a fiduciary duty to manage the business operation in the best interest of share holders
- (b) Time allocation and preparation for attending the Board of Directors' meetings and shareholders' meetings
- (c) Provision of opinions that are independent and beneficial to Management

Annual Performance Assessment of the Nomination and Remuneration Committee

- (a) Structure and qualifications of the Nomination and Remuneration Committee
- (b) Nomination and Remuneration Committee's meetings
- (c) Nomination and Remuneration Committee's duties

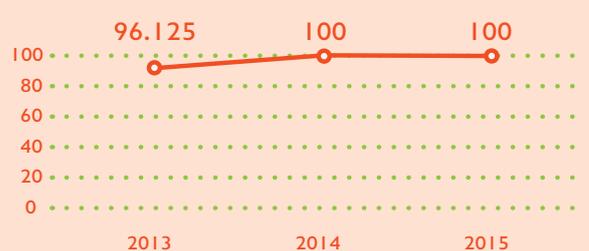
Annual Performance Assessment of the Executive Committee

- (a) Structure and qualifications of the Executive Committee
- (b) Executive Committee's meetings
- (c) Roles, duties, and responsibilities of the Executive Committee
- (d) Executive Committee's duties
- (e) Relationship with the Board of Directors
- (f) Personal development of the Executive Committee

As a result of management under the principles of good corporate governance, the Company was awarded (a) excellent corporate governance company rating of 2015 by the Thai Institute of Directors (Thai IOD) and (b) a perfect 100 score or equivalent to “excellent” for the 2015 Annual General Meeting of the Shareholders by the Thai Investors Association (TIA) for the second year in a row.



**CG Company Ratings of VGI
from 2013 to 2015**



**AGM Quality Assessment Scores of VGI
from 2013 to 2015**

Remark: The Company was listed on the Stock Exchange of Thailand in October 2012 and was assessed by the Thai IOD and TIA for the first time in 2013.

Anti-corruption

The Company is against all forms of corruption and bribery and has a policy to encourage its employees to abide by the law as good citizens and members of society and the country, as well as encouraging its business partners to do business legally with transparency with a view to joining forces together for the sustainable development of society as per its declaration of intent to join Thailand’s Private Sector Collective Action Coalition Against Corruption (CAC).

To show the Company’s standpoint on anti-corruption and bribery and to have a policy and guidelines for compliance by the Board of Directors, executives, and the employees, the Company has set out anti-corruption and bribery policy and guidelines in writing in the Company’s Corporate Governance Policy and Code of Conduct, as well as regulations and guidelines on human resources management as disseminated via its intranet, covering principles on giving and receiving gifts.

In this regard, if any person sees any conduct which may be considered as corruption or bribery, he/she may report the same and submit a complaint to CAC@vgi.co.th whereas the complainant can rest assure that his/her information will be kept confidential to protect his/her rights. A group of persons will also be appointed to investigate the reported cases and VGI will proceed to evaluate the risks involved in certain activities that are prone to corruption or bribery regularly.

The Company disseminates the anti-corruption and bribery policy and guidelines via the intranet, and also educates its employees by communicating anti-corruption matters at the new employee orientation sessions, as well as regular orientation sessions for the existing employees.

Risk Management

The Board of Directors assigns the Executive Committee to consider the overall risks of the Company, evaluate and prepare a risk assessment matrix so as to manage and minimise the impact of the risks to an appropriate and acceptable level. In this respect, the results of the risk assessment will be integrated into the preparation of the Company’s annual business plan in order to determine guidelines for risk management in accordance with the Company’s objectives, targets, and strategy. The results of the risk assessment, its mitigation measure and the overall outcome will be reported to the Board of Directors. The Company’s risks can be analysed into 4 aspects, i.e. strategic risks, operational risks, financial risks and compliance risks.

Information on risks is provided in the Annual Report 2015/16 of the Company under the heading “Risk Factors”.

Smart and Innovative Products

The Company is committed to build and maintain leadership in the out of home lifestyle media business to grow its business sustainably through its strategy to expand investments into new business both domestically and internationally by considering potential projects, selecting strategic partners, and



Media sales agency for LED screens installed in elevators in condominiums

making investments in the Company’s area of expertise. Even if the Company had to terminate in-store media business (modern trade) in 2015/16, the Company has not stopped to expand its media business into new areas that are a part of modern lifestyle to make up for the previous space, such as:



Airport media business through investment in Aero Media Group Co., Ltd.

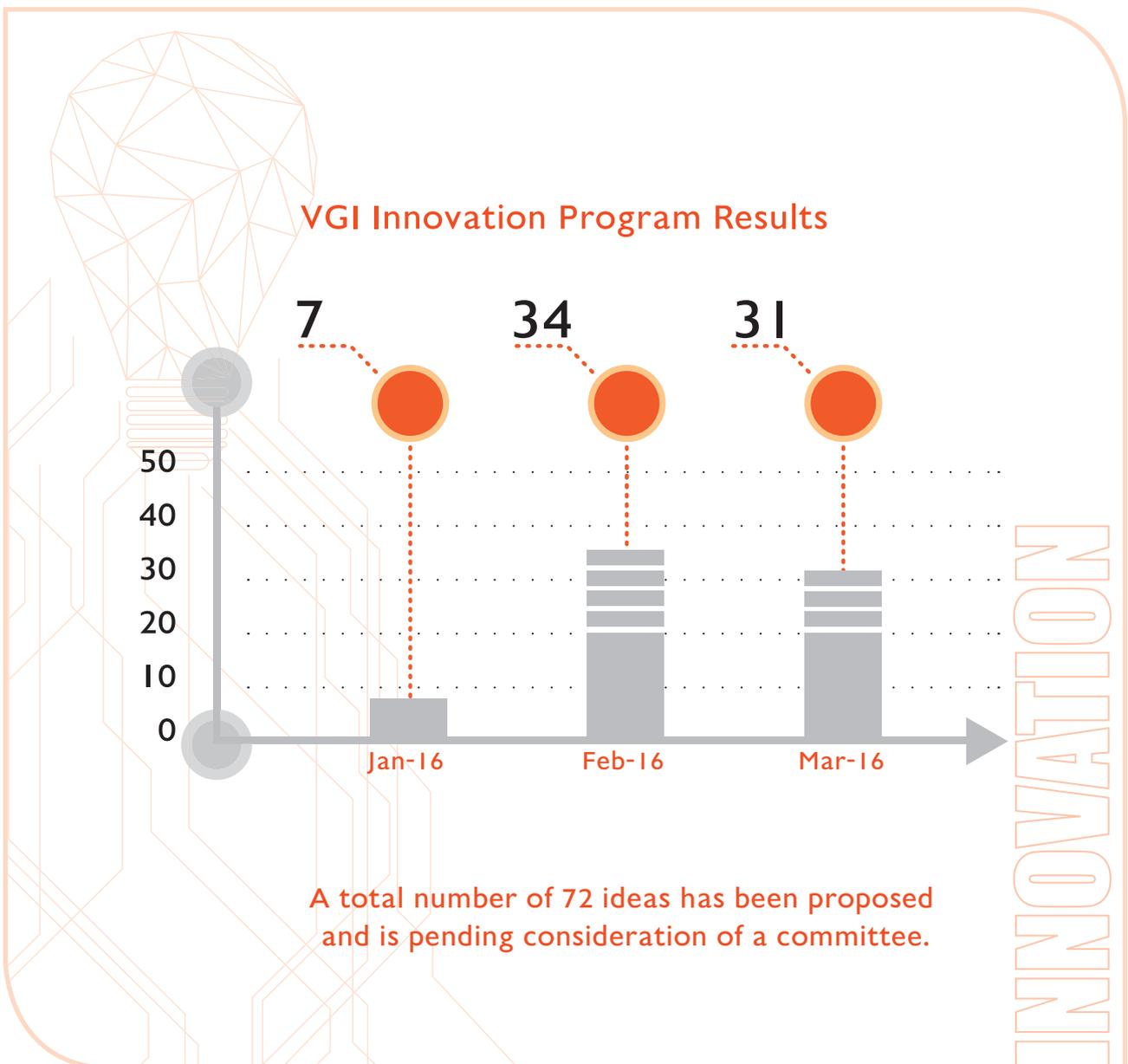
In 2015/16, the Company has set its business strategy to focus on providing services for “Nationwide Integrated Media Platform”, which will better meet the customers’ expectations. At first, the Company will purchase the shares in and make a tender offer for all securities in Master Ad Public Company Limited, a company that provide media services in connection with billboards, street furniture, and transit media, where the transaction should be completed in the second quarter of 2016/17.

In addition, in September 2015, the Company held a special meeting between its high-level executives and employee representatives from every function as a forum to offer and hear ideas to improve the Company’s existing media as well as creating innovative products for the organization, such as new formats of media and ways to improve the operation process by minimising procedures to save management costs and may generate income in the future, leading to the VGI Innovation Program.

“The Company has initiated the VGI Innovation Program, which is a continuous program, since January 2015/16.”

The criteria for considering innovations under this program consist of 3 principles, i.e., Think, New, and Value. In this regards, to incentivize the employees to participate in the program, the Company has a policy to

remunerate and give certificates to the employees whose ideas have been chosen, which shows that the Company will not stop developing smart and innovative products and developing its personnel at the same time.



Customer Relationship Management

In addition to offering products that are good for value and creative, managing customer relationship is also key to create sustainability to the Company. Given that the majority of VGI's customers are media agencies (who provide strategic planning for use of various types of media as well as media budget planning and media usage decision making), the Company has to manage to maintain good

relationship with these media agencies. The Company adheres to the principle of "Transparent Business", i.e., doing business fairly, by focusing on advising the customers on the efficacy and quality of the available media so that the customers can make an informed decision before purchasing media. The Company has also organized activities to build customer relationship, which are as follows:



VGI Next station ... Success

Held on 27 January 2015, to show the simultaneous progress of the Company and the customers



Independence Day Trip 2015

Held during 30 June 2015 until 8 July 2015, to take the customers to see interesting media in the U.S. and to build a business relationship as well as creating inspiration for future advertising and publicity

Moreover, in 2015/16, the Company engaged Intage (Thailand) Co., Ltd. to conduct a survey regarding trends in the media industry and consumer behavior in the future, as well as customer satisfaction to the Company's services, which reveals that:

“ VGI gains most trust from the customers in terms of quality, precision, attentiveness of employees, and the ability to solve customers' problems quickly. VGI's current products can cover the lifestyle in Bangkok very well; however, VGI should expand its business to new communities or upcountry to increase its potential space coverage. In addition, VGI should consider audience engagement and developing business to be in line with the Internet of Things (IoT) technology. ”

In this regard, the Company will further use the survey results for improvement and development of its products and services to meet the customers' needs.

Economic Performance



In 2015/16, the Company generated revenue as shown in the consolidated financial statements in the sum of THB 2,298.66 million, which is reduced by THB 764.68 million or equivalent to 24.96 percent compared to the revenue from the previous year.

	2558/59 (THB Million)	2557/58 (THB Million)	YoY (%)
Revenue from services	2,105.73	2,962.69	-28.93
Cost of sales	769.08	1,324.55	-41.94
Gross profit	1,336.64	1,638.14	-18.40
EBITDA	1,336.36	1,225.42	9.05
Net profit	940.52	837.58	12.29

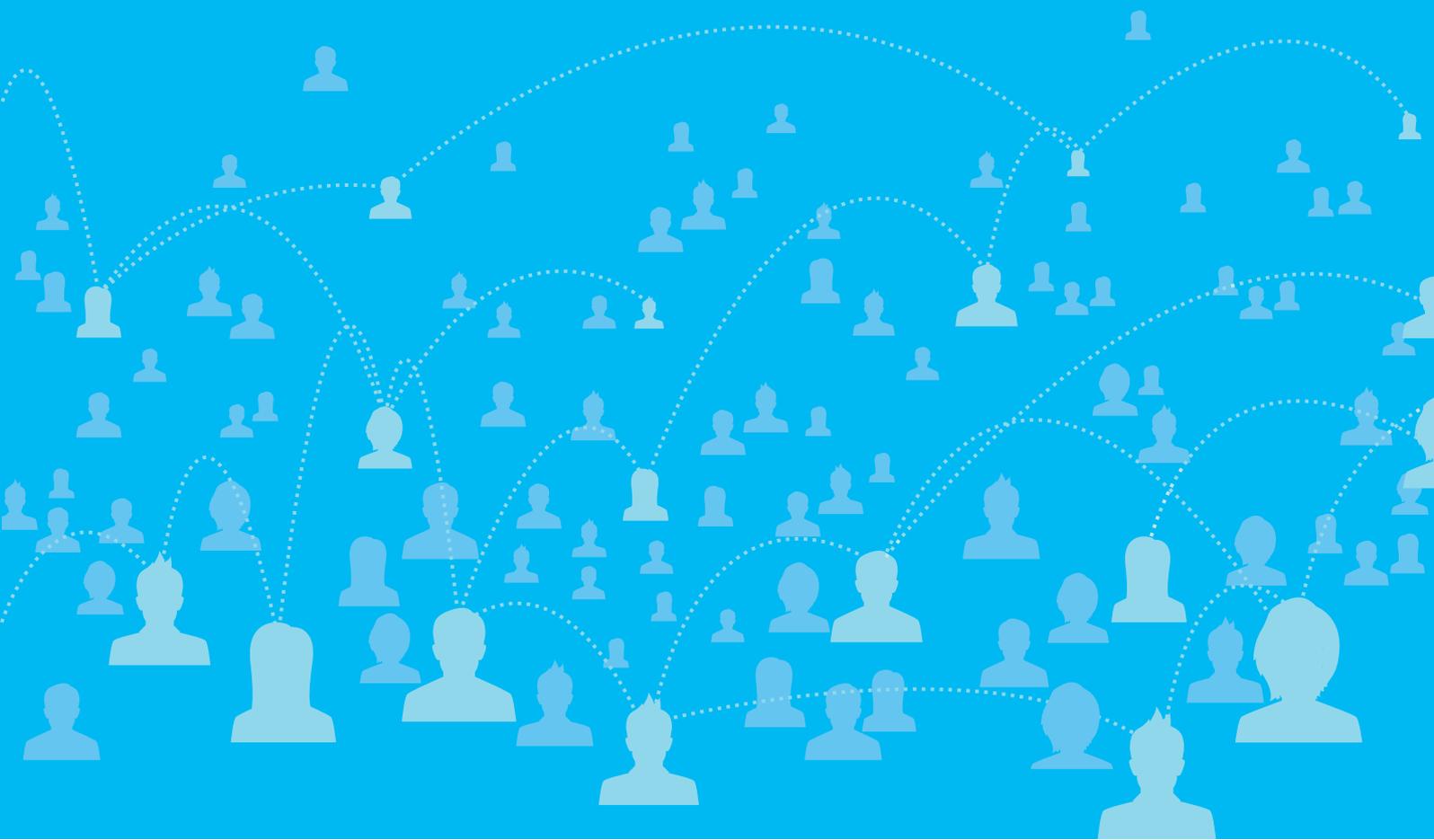
Details of the Company's economic performance are presented in the Annual Report 2015/16 under heading "Management Discussion and Analysis".

Social Performance

Employee Engagement

Responsibility towards Consumers

Social and Community Development





Employee Engagement

“All employees are valuable resources for the business operation and they will be the drive for the Company to achieve its goal and business plan.”

Therefore, the Company values equal and fair treatment of all employees and respects the international human right standards as well as the relevant laws and regulations – from the recruitment process, which offers equal employment opportunities, to performance evaluation and remuneration fixing and management, taking into account the appropriateness of the working conditions and nature of work together with the Company’s operating results, in both short term and long term, as well as the performance results of each employee so as to (a) create fairness in the organisation, (b) become competitive with other employers in the market, and (c) incentivize the employees. In this respect, the employee’s remuneration in 2015/16, which consists of monthly salary, bonus, subvention for provident fund, overtime wages, social security fund, per diem, commission, and others, was in the total amount of THB 259.55 million.

In addition, the Company prioritises occupational health and safety in relation to the employees’ lives, properties, and working environment, as well as promoting a good culture and atmosphere that is conducive to working as a team. The Company also presents equal opportunities to all employees to advance in their career and sees the importance in the employees’ potential, so it focuses on personnel development by providing internal and external training, which can be classified into core courses, which are aimed at increasing working skills and efficiency and instilling good attitude at work; management courses, which are training courses for supervisors and involve management and supervision of subordinates; and functional courses, which focus on capability development for specific functions.

The Company has set out a **policy and guideline on core competency to support the performance efficiency to achieve the organisational vision, mission, and goal**, which comprises the following 3 topics:

1. **Customer Focus** is the behavior that reflects performance aiming to meet the needs and give utmost satisfaction to the customers internally and externally;
2. **Reliability** is the behavior that reflects responsibility for the assignments given to be completed successfully with quality;
3. **Planning** is the behavior that reflects the expectation of future events and good preparation to be ready for future work in a careful and efficient manner.

Moreover, the Company also organises activities to promote good relationship within the organisation, both between the employees and between the employees and the executives. This is because we believe that when the employees are happy and satisfied at work, the performance results and the improvement of the operation can be achieved continuously and efficiently; hence, the Company’s launch of the

“VGI Happy Workplace” program, which is aimed at promoting happiness of the employees in the organisation in line with one of the Company’s strategies for sustainable growth, i.e., the “HAPPY EMPLOYEES” strategy.



Annual Health Check-ups

This is a basic benefit given to the employees to enable them to have good quality of life by taking care of their health. In addition to the annual health check-up of 2015/16, the Company has arranged for the employees to receive hepatitis B vaccination and has educated them on hepatitis B prevention values free-of-charge.



New Year Party, Annual Seminar, and Sports and Family Day Activities

These activities allow the employees to relax and showcase their talents as well as letting the employees socialize with their colleagues and the executives.



1 Day 1,000 Smiles Project of VGI Asa Club

VGI Asa Club was founded by the willingness of the employees with a view to spreading kindness and realizing the dreams of children in the upcountry by building temporary school buildings, donating books and educational equipment, giving scholarships and other educational necessities, and planting trees to expand forests, as a part of the 1 Day 1,000 Smiles Project to be the foundation for their career in the future. VGI Asa Club will select potential areas as appropriate and its fundraising activities include organising events within the organisation by having the employees who have the spirit of voluntarism sell food or set up side stall games, placing donation boxes on the BTS stations, and getting direct support from the organization, which sees the importance of this club.

In 2015/16, VGI Asa Club built a canteen for Trakan Phuet Phon School in Ubon Ratchathani Province, of which Mrs. Sunanya Srinoikhoa, HR Director, was an alumna, to be used for preparing meals, eating, and organising educational activities since the old canteen had been used for more than 20 years and its roof and columns were severely damaged, which could be harmful to the lives of students. The details of the project are as follows:



From January to June 2015, 20 donation boxes for the 1 Day 1,000 Smiles Project were placed on the BTS stations.



From August to September 2015, the old canteen was demolished and a new canteen was built.



On 9 October 2015, VGI Asa Club organised an event at the Company.



On 13 November 2015, VGI Asa Club handed over the new canteen and gave educational equipment and free lunch to the students.

Miss Achita Kotawongse,
a sixth grader at Trakan Phuet Phon School in
Ubon Ratchathani Province

“Thank you VGI for the brand new and clean canteen.
All of the students are very happy.”



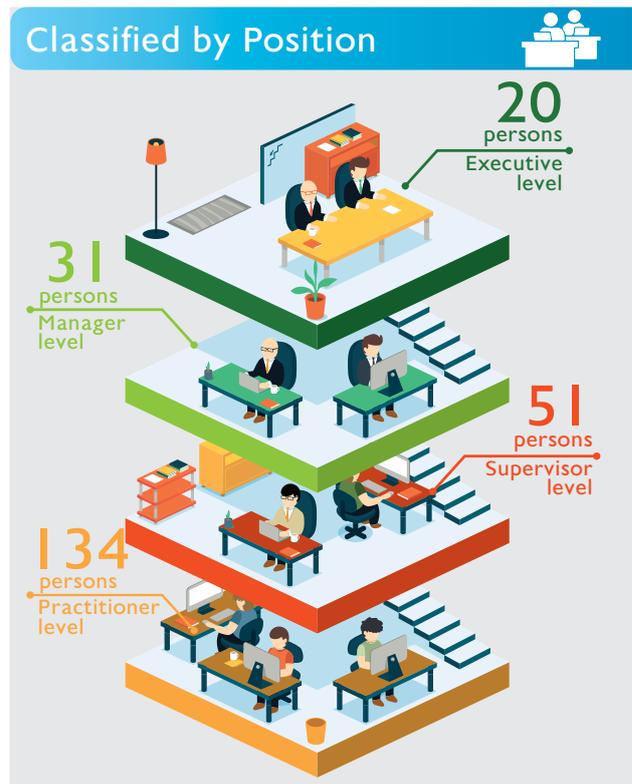
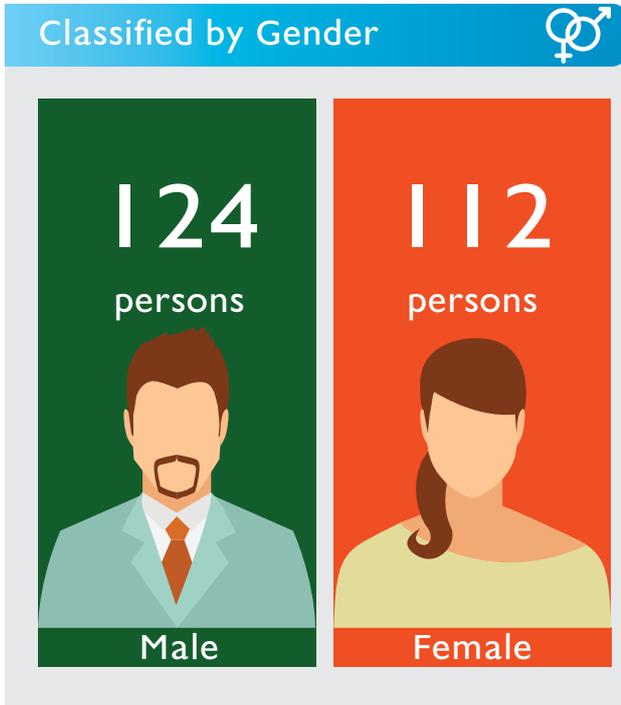
VGI Cup

The Company has held football tournaments under the name “VGI Cup” annually since 2012 with the original objectives to create bonds and unity and promote good health for the employees. The Company later invited its business partners to participate in the VGI Cup tournament to build and reinforce the relationship with the business partners. In 2015/16, there were 5 teams that participated, of which 3 teams were representatives from the Company and 2 teams were the business partners.



Personnel Information

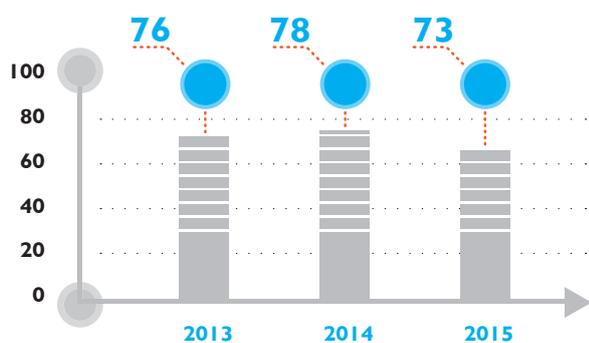
As of 31 March 2016, the Company had a total of 236 employees.



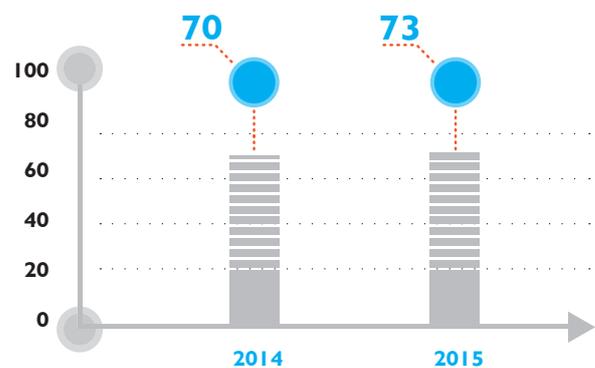
Training Hours, Rates of Leaves and Accidents or Serious Injuries from Work and Labor Disputes in 2015/16

Training Hours	13,421	Hours
Average Training Hours per employee per year	56.9	Hours
Average Sick Leaves per year	5.7	Days
Average Personal Leaves per year	0.7	Days
Average Annual Leaves per year	7.1	Days
Average Other Types of Leaves	3.0	Times
Accidents or serious injuries from work	0	Times
Labor disputes	0	Times

According to the employees satisfaction survey (which was conducted to hear the employees' needs) and the internal process survey (which was conducted to find out about problems, obstacles, as well as suggestions from the employees for further improvement of the functions), it was found that the employees' overall satisfaction was at medium level and their internal process satisfaction was at medium level.



Results of Employees Satisfaction Survey for 2013-2015



Results of Internal Process Survey for 2014-2015

The number of employees, who responded to the 2015 survey was less than the 2014 survey because the Company has terminated in-store media business (modern trade).

In addition, in order to keep the employees satisfaction at an appropriate level, the Company, in 2016/17, is planning to adjust the salary levels for the employees to be more competitive with other companies within the same business industry and/or give scholarships to the children of employees and/or arrange for individual development plan for certain positions significant for the Company.

Responsibility towards Consumers

The Company, as a leader of the modern lifestyle media business, gives importance to the media standard, especially in terms of safety for media installation and viewing. The Company has studied, evaluated, and

improved the media's impact on the consumers continuously, e.g., conducting safety inspections of the installed media to ensure that they do not collapse and endanger the public.

“In the previous year, there was no accident from the media under the Company’s management.”



In addition to the media standard, the Company also values the contents of its media that are made public and/or broadcast to the audience. In doing so, the Company has undertaken the following:

- (a) verifying that the contents are appropriate as legally required and are not against good moral of the public;
- (b) airing contents that are useful for the public regularly, such as the news, weather reports, and oil prices, via the BTS multimedia so that travelers can keep abreast of the latest news and information even while they are travelling;
- (c) broadcasting Buddhist teachings via the BTS multimedia on Buddhist holy days and days of observance for Buddhists;
- (d) providing media space for social campaigns by providing publicity for social projects or events through the various media under the Company's management; and
- (e) providing media space for activities held on important days or occasions, such as the Bike for Mom and Bike for Dad events.

“In the previous year, VGI supported over 10 projects worth THB 15 million free-of-charge.”



Publicity for and live broadcast of the Bike for Mom event held to commemorate Her Majesty the Queen’s 83rd birthday



Publicity for and live broadcast of the Bike for Dad event held to commemorate His Majesty the King’s 88th birthday



Publicity for the campaigns of Operation Smile Thailand, a foundation which was established to provide surgery for children with a cleft lip and other facial abnormalities all over the country free-of-charge



Publicity for the fundraising campaign of UNICEF to help save the children in South Sudan during its nutrition crisis



Publicity for the fundraising campaign to help the victims of the earthquake in Nepal



Publicity for ways to conserve water for the draught crisis

Social and Community Development

To give back to the community and society, the Company takes part in social and community development by promoting and providing support to bring civilization to communities so that they are self-sufficiency. In the previous year, the Company took part in the following projects.

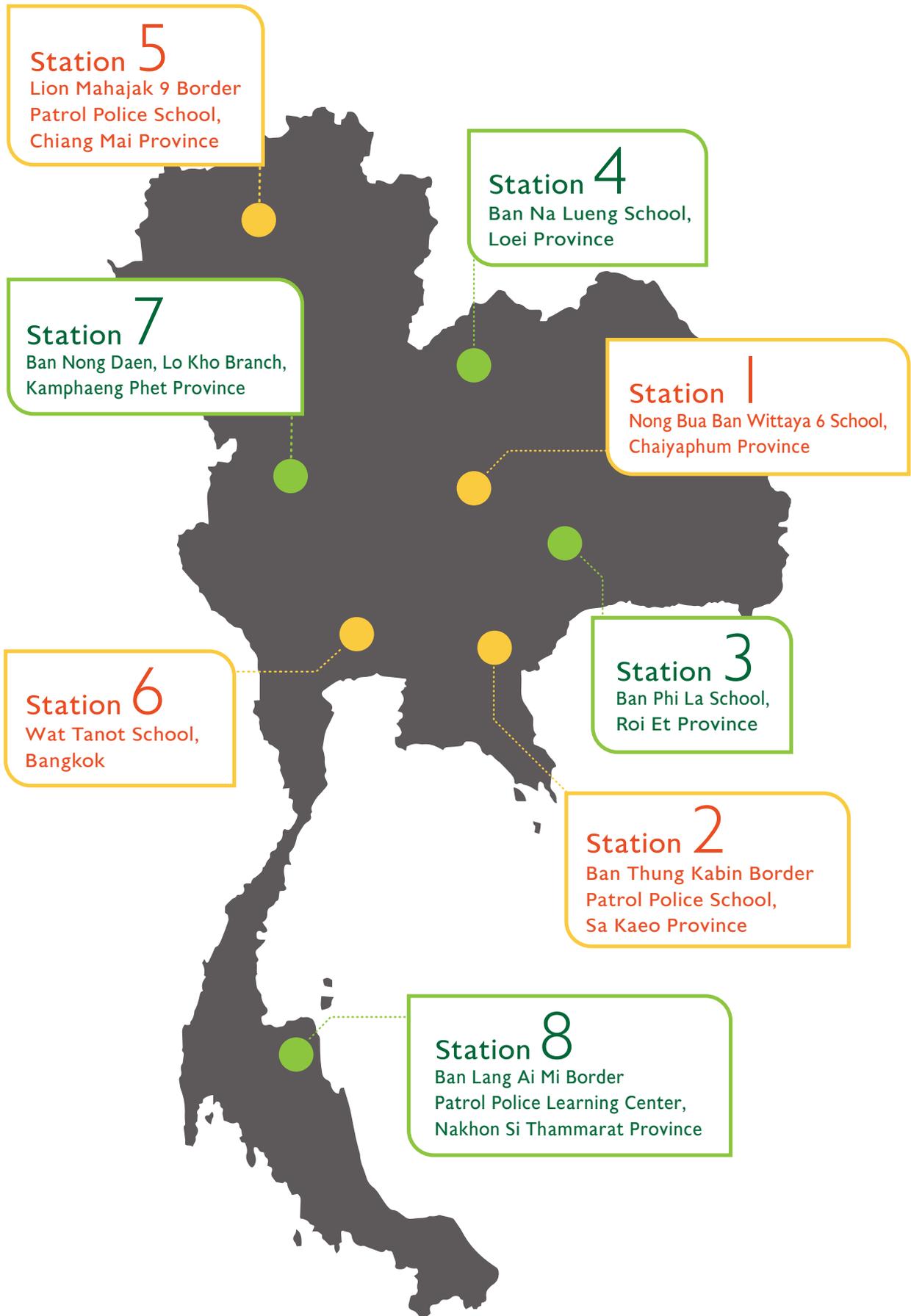
Next Station – Happiness by the BTS Group

This is a main CSR program of the companies within the group of BTS Group which is organised to provide aid to children and villagers in remote areas all over the country. The BTS Group brings happiness to people by giving meals, consumer goods and necessities, as well as providing free health check-ups by a medical team from Vibhavadi Hospital. The key feature of the program is to give away rabbit-shaped piggy banks to children to promote saving.

“VGI, as a member of the BTS Group, has participated in the program by sponsoring funds and human resources to organize recreational events to entertain children in the areas in an educational way.”



In 2015/16, the BTS Group brought happiness to more than 8 communities or stations.



Moreover, from 3 to 5 February 2016, the Next Station – Happiness by the BTS Group program brought 136 students from stations 1 to 5 to engage in various activities in Bangkok, such as visiting the Children’s Discovery Museum, riding the BTS, and visiting SEA LIFE Bangkok Ocean World at Siam Paragon.



The 13th Sky Clinic

This is another CSR event of the BTS Group, which is organised to let people take care of their health. Free health check-ups, such as screening for heart diseases and cancer and eye examination, are provided at the sky clinic. Moreover, there are also seminars to educate people on health issues. The event is sponsored by government-owned hospitals as well as private hospitals.

“VGI, as a member of the BTS Group, has participated in the program by sponsoring human resources to provide assistance to the citizens who receive health examination.”

During the event from 21 to 24 May 2015, there were more than 800 participants where most of them were in the 40 to 60 age group.



Vegetarian Food Festival with Nuduan

This is a CSR event of the BTS Group, which is traditionally organised by giving free vegetarian meals to people at the National Stadium BTS Station for a period of 3 days to encourage people to refrain from consuming meat during the Nine Emperor Gods Festival.



Sky Almsgiving Event

This is a religious event of the BTS Group, which is organised annually. In the previous year, the event was held on 2 December 2015 where the directors, executives, and employees of the BTS Group, the Department of Traffic and Transportation, and the general public, participated in the “Tak Bat Loi Fa Maha Kuson” event by giving alms to 590 monks to commemorate His Majesty the King’s 88th birthday and BTS’s 16th anniversary at the overpass walkway near the Chong Non Si BTS Station.



Most importantly, in 2015/16, VGI, which has the right to manage marketing service in the BTS Skytrain system, cooperated with the request of BTSC to vacate 34 spots of commercial space at 18 BTS stations that are under the management of VGI to build elevators to facilitate the disabled and/or the elderly so that they can have access to the BTS Skytrain system, which is an efficient, safe, and punctual mode of transportation. Even though vacating such commercial space affects VGI in several ways, such as loss of THB 10 million each year as income from the loss of rental of the vacated commercial space, increased cost of approximately THB 18 million for changing the entrance of the server rooms in the stairs areas (some costs are subsidised by the business partners of the Company), and cost of approximately THB 3 million for adjusting media structures. It is expected that the installation of the elevators will be completed within the fiscal year of 2016/17.



“Revenue reduced over THB 10 million per year. Cost increased more than THB 21 million. All for a good cause of constructing elevators for the disabled and the elderly.”

Environmental Performance

Efficient Energy Consumption
Environmental Management





Efficient Energy Consumption

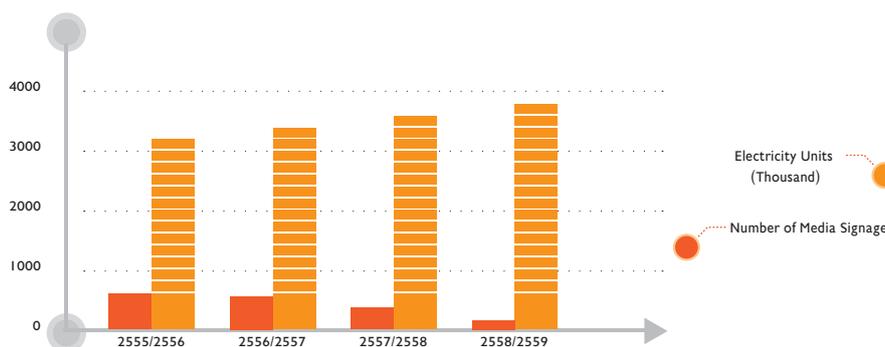
“With an objective to preserve the environment and save energy to reduce costs”, the Company has undertaken various energy-saving programs continuously such as the following:

1. **Lighting system replacement of the billboards on the BTS stations** – With a view to increasing the efficiency of billboard display and life time and saving costs. In 2012, the Company replaced the fluorescent light bulbs installed in the static billboards on the BTS Stations with LED light bulbs. A comparison of the specifications of both light bulbs is as shown in the schedule below:

Fluorescent Light Bulbs	LED Light Bulbs
Cost for 3.6 square meters-sized billboard = THB 2,500	Cost for 3.6 square meters-sized billboard = THB 22,212
Power Consumption/Billboard = 216 watts	Power Consumption/Billboard = 70 watts
Life Time = approx. 10,000 – 12,000 hours	Life Time = approx. 50,000 – 70,000 hours
Average Luminous Intensity 710 candela/m ²	Average Luminous Intensity 200 candela/m ²
Electricity Cost in 2012/13 = THB 15.60 million for a total of 3,254 billboards on 23 BTS stations	Electricity Cost in 2015/16 = THB 7.90 million for a total of 3,414 billboards on 23 BTS stations

The Company completed the replacement of all fluorescent light bulbs with LED light bulbs in 2013/14 and has used LED light bulbs for its billboards ever since.

Comparison of electricity units and the number of the Company’s billboards



As for the removed and replaced fluorescent light bulbs, the Company sorted out those that were defective and hand over the same to the light bulb manufacturer, which has its own department that is responsible for light bulb waste management and disposal to further dispose of or reuse such light bulbs. As regards the light bulbs that were in functioning and good condition, the Company gave some of these away for donation and saved some for use within its office building.

2. Measures for saving office supplies and energy in the office – VGI promotes saving office supplies and energy in the office by training its employees to implement various measures such as reducing use of paper in the office by duplex printing, storing documents in electronic format, reducing color printing, reducing power consumption by reducing the number of light bulbs, turning on the lights where necessary, and turning off the lights at lunch breaks, as well as preparing a popup website to promote such campaign via the Company’s intranet.

VGI’s consumption of energy and office supplies in the previous two years

	2014/15	2015/16	YoY (%)
Income (THB million) 	3,063.34	2,298.66	-24.96
Paper Consumption (ream) 	2,636	1,882	-28.60
Electricity Consumption (unit) 	643,628	617,717	-4.03
Ink Color Printing Cost (THB) 	730,100	580,942	-20.43
Black and White Ink Printing Cost (THB) 	359,606	253,066	-29.63

3. VGI Recycle

Since the amount of waste generated in our daily lives is enormous, which will have an adverse impact on the environment in the long run, the Company, seeing the importance of waste management, which will reduce our problem of waste generation, the increasing rate of per capita waste generation, the health issues following mismanagement of waste, has launched a waste sorting and recycling project within the organisation to reduce future waste generation. Moreover, some waste, if properly managed, can be recycled for future use, which will not only save resources and funding, but will be conducive to a pleasant environment for all employees within the organisation as part of its CSR responsibility and sustainable development in the future.



In 2015/16, the Company has donated (a) clothes and articles obtained from the employees as well as donation through the VGI Recycle project and (b) clothes, computers, and extra vinyl boards of the Company to Wat Chaimongkol Prasat Wittaya School, Buriram Province; Punyasan Wat Si Pho Chai School, Ubon Ratchathani Province; Chaloeprakiat Health Center, Nan Province; and Baan Nokkamin Foundation.



Environmental Management

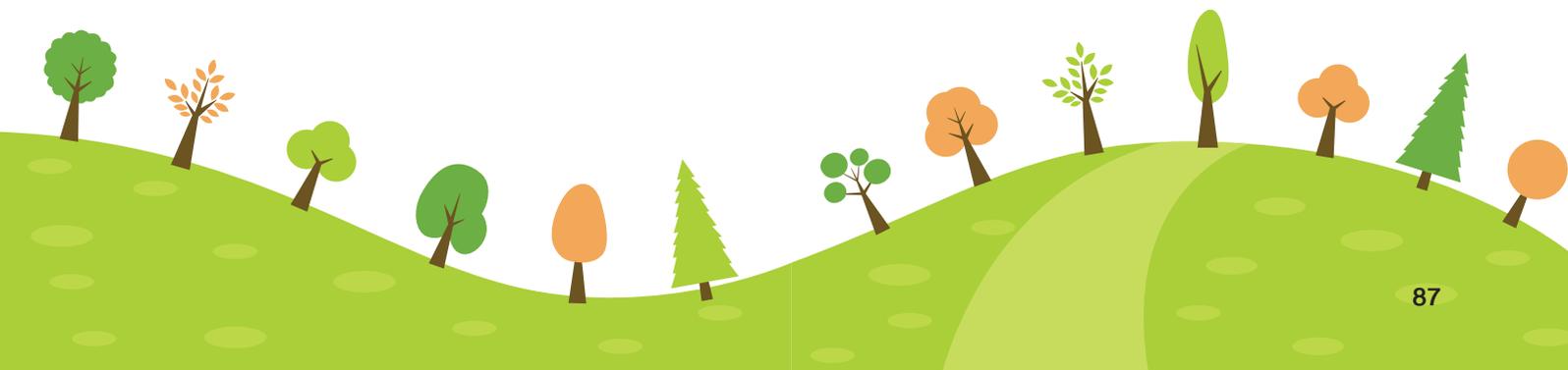
In 2014/15, BTSC, which mainly engages in public transport and the Company's important business partner, received ISO 14001: 2004 certification for its environmental management system from Bureau Veritas Certification (Thailand) Ltd., which shows that the environmental management system of the BTS Skytrain

is sustainable, eco-friendly, and compliant with the environmental standards that are legally required. Therefore, the Company, which has the right to manage and market the space in the BTS Skytrain system, has provided written policies and operation manual that is in line with the ISO 14001: 2004 certified environmental management system as follows:

Environmental Issues	Measures for Environmental Management
<p>Management of Wastewater from the Commercial Space in the BTS Stations</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Prohibition of all entrepreneurs from disposing wastewater into the drains of the station and/or the Bangkok Metropolitan Administration's sewage system to prevent blockage • Regular cleaning or grease traps (at least two times per week) • Development of wastewater treatment system of the commercial space in the BTS stations
<p>Waste Management</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Waste sorting and disposal at the designated location • Using green printing technology for VGI's media
<p>Noise and Visual Pollution</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Measuring and controlling the noise level inside the trains and on the stations to be in line with the legal requirements • Measuring and adjusting light levels of the BTS multimedia in line with the airing time so that the light is not too bright to be visually harmful

Moreover, in 2015/16, the Company, with cooperation from BTSC, organized a course called "Environmental Education" to educate the employees so that they have a better understanding of the ISO 14001: 2004 certified environmental management system and doing business under the environmental standard, as well as educating employees on the rules and procedures for the environment.





GRI Index

GRI Aspect	Indicator	Page		Comments
		Thai Version	English Version	
GENERAL STANDARD DISCLOSURES				
Strategy and Analysis	G4-1	7	49	
	G4-2	21	63	
Organisation Profile	G4-3	8	50	
	G4-4	10	52	
	G4-5	Outside Back Cover		
	G4-6	-	-	
	G4-7	-	-	For additional information, please refer to Section 3.2 Corporate Information in Annual Report 2015/16
	G4-8	10	52	
	G4-9	25, 32	67, 74	For additional information, please refer to Section 4.4 Management Discussion and Analysis in Annual Report 2015/16
	G4-10	32	74	No employment contract
	G4-11	-	-	
	G4-12	10	52	
	G4-13	-	-	Not applicable since it is the first report
	G4-14	-	-	For additional information, please refer to Section 4.2 Risk Factors and Section 5.4 Internal Control and Risk Management in Annual Report 2015/16
	G4-15	8, 14	50, 56	
	G4-16	14, 21	56, 63	
	Identified Material Aspects and Boundaries	G4-17	10	52
G4-18		8-9	50-51	
G4-19		9	51	
G4-20		8	50	
G4-21		8	50	
G4-22		-	-	Not applicable since it is the first report
G4-23		-	-	Not applicable since it is the first report
Stakeholder Engagement	G4-24	12-13	54-55	
	G4-25	12	54	
	G4-26	12-13	54-55	
	G4-27	12-13	54-55	
Report Profile	G4-28	8	50	
	G4-29	-	-	
	G4-30	8	50	
	G4-31	9	51	
	G4-32	8	50	
	G4-33	-	-	

GRI Aspect	Indicator	Page		Comments
		Thai Version	English Version	
Governance	G4-34	18	60	
	G4-35	18	60	
	G4-36	18	60	
	G4-37	12-13	54-55	
	G4-44	19	61	
	G4-45	18	60	
	G4-46	21	63	
	G4-48	8	50	
	G4-49	6-7	48-49	
Ethics and Integrity	G4-56	11	53	For additional information, please refer to Section 5.2 Corporate Governance in Annual Report 2015/16
	G4-57	21	63	
	G4-58	21	63	For additional information, please refer to Section 5.2 Corporate Governance in Annual Report 2015/16
SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES				
Economic Performance	G4-DMA	11	53	
	G4-EC1	25	67	
	G4-EC3	28-29	70-71	
Energy	G4-DMA	42-43	84-85	
	G4-EN3	43	85	
	G4-EN6	43	85	
	G4-EN7	42	84	
Training and Education	G4-DMA	28	70	
	G4-LA9	33	75	
	G4-LA10	28	70	
Local Communities	G4-DMA	36	78	
	G4-SO1	37	79	
	G4-SO2	35	77	
Anti-Corruption	G4-DMA	21	63	
	G4-SO3	21	63	
	G4-SO4	21	63	
	G4-SO5	21	63	
Product and Service Labeling	G4-DMA	23	65	
	G4-PR3	34	76	
	G4-PR5	25	67	
MEDIA SECTOR SUPPLEMENT				
Media Sector	G4-M1	-	-	
	G4-M2	35	77	
	G4-M3	35	77	
	G4-M4	34	76	
	G4-M6	-	-	On Development



แบบสำรวจความคิดเห็นของผู้อ่าน

ข้อมูลจากแบบสำรวจความคิดเห็นของผู้อ่านที่มีต่อรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2558/59 ฉบับนี้
จะนำมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการจัดทำรายงานความยั่งยืนในอนาคต

- กรุณากรอกข้อมูลพื้นฐานของท่าน
เพศ หญิง ชาย
อายุ ต่ำกว่า 30 ปี 30-45 ปี มากกว่า 45 ปี
- ท่านเป็นผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มใด
 ผู้ถือหุ้น / นักลงทุน ลูกค้า คู่ค้า
 สื่อมวลชน พนักงาน ชุมชนใกล้เคียงสถานประกอบการ
 อื่น ๆ (โปรดระบุ)
- วัตถุประสงค์ในการอ่านรายงานความยั่งยืนฉบับนี้
 เพื่อหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุน เพื่อการวิจัยและศึกษา เพื่อรู้จักบริษัทฯ
 เพื่อใช้ในการจัดเตรียมรายงานความยั่งยืนของบริษัทตน
 อื่น ๆ (โปรดระบุ)
- ท่านคิดอย่างไรกับรายงานพัฒนาอย่างยั่งยืน ประจำปี 2558/59
ความเข้าใจในเนื้อหา (สำนวนภาษาที่ใช้)
 เข้าใจได้ง่าย ปานกลาง เข้าใจได้ยาก
ความน่าสนใจของเนื้อหา
 น่าสนใจ ปานกลาง ไม่น่าสนใจ
การจัดหมวดหมู่ของเนื้อหา
 เป็นหมวดหมู่ ปานกลาง กระจัดกระจาย
- กรุณาให้ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุง
- ท่านมีข้อคิดเห็น / เสนอแนะเพิ่มเติมอื่น ๆ เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้ และการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของ
บริษัทฯ อย่างไรบ้าง
.....
- ข้อมูลหรือเนื้อหาอะไรบ้างที่ท่านต้องการให้รายงานเพิ่มเติมในรายงานความยั่งยืนของบริษัทฯ
.....





VGI GLOBAL MEDIA PUBLIC COMPANY LIMITED
9/F, TST Tower, 21 Viphavadi-Rangsit Road, Chomphon,Chatuchak, Bangkok 10900 Thailand.
Tel: +66 2273 8884 Fax: +66 2273 8883 www.vgi.co.th

บริษัท วี จี ไอ โกลบอล มีเดีย จำกัด (มหาชน)
21 อาคารทีเอสที ทาวเวอร์ ชั้น 9 ถนนวิภาวดี-รังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 ประเทศไทย
โทรศัพท์ +66 2273 8884 โทรสาร +66 2273 8883 www.vgi.co.th

