



Sustainability Report 2019/20
รายงานความยั่งยืนประจำปี 2562/63

STAY AHEAD GO BEYOND

The logo features the letters 'VGI' in a bold, white, sans-serif font. The letter 'i' is lowercase and includes a small orange square above its dot. The logo is centered within a large circular area that has a color gradient from orange at the top to purple at the bottom. The background of the entire page is a dark blue gradient.

VGI

รายงานความยั่งยืนประจำปี 2562/63
บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

สารบัญ

วิถีไอกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน 9

วิถีไออีโคซิสเต็ม	10
วิสัยทัศน์	15
รางวัลและความภาคภูมิใจในปีที่ผ่านมา	16
ประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนของวิถีไอ	17

ด้านสังคม 35

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	36
การสร้างความปลอดภัยของพนักงาน	38
ความรับผิดชอบต่อเนื้อหาสื่อโฆษณา	41

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน 98

คำนิยาม	5
สารจากประธานกรรมการ	7
เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้	8

ด้านเศรษฐกิจ 21

การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส	22
ผลิตภัณฑ์ที่คุ้มค่าและสร้างสรรค์	26
การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า	29
การสร้างความปลอดภัยของลูกค้า	32

ด้านสิ่งแวดล้อม 43

การจัดการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	44
------------------------------------	----

GRI Content Index 102



คำนิยาม

บริษัทฯ หรือ วีจีไอ	หมายถึง	บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)
บีทีเอส กรุ๊ป	หมายถึง	บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)
กลุ่มวีจีไอ	หมายถึง	บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
กลุ่มแรมบิท	หมายถึง	บริษัท บีเอสเอส โฮลดิ้งส์ จำกัด และ บริษัท บางกอก สมาร์ทการ์ด ซิสเต็ม จำกัด รวมถึงบริษัทย่อยของทั้งสองบริษัท
ตลาดหลักทรัพย์ฯ	หมายถึง	ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
สำนักงาน ก.ล.ต.	หมายถึง	สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
แอดซ์ เจ้าพระยา	หมายถึง	บริษัท แอดซ์ เจ้าพระยา จำกัด
BTSC	หมายถึง	บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
iClick	หมายถึง	iClick Interactive Asia Group Limited
Kerry	หมายถึง	บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
PLANB	หมายถึง	บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)



สารจากประธานกรรมการ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในปี 2563 นี้ คงเป็นบทพิสูจน์ความยั่งยืนครั้งสำคัญ ขององค์กรทั่วโลก และเป็นเครื่องยืนยันว่ากาสร้าง ความยั่งยืนในทุกมิติให้เกิดขึ้นในองค์กรนั้น เป็นเรื่องที่จำเป็นและ ต้องการความร่วมมือแรงร่วมใจจากบุคคลากรในทุกระดับชั้น ตั้งแต่ระดับผู้วางนโยบายและกลยุทธ์จนถึงระดับปฏิบัติการ เพื่อผลักดันให้ ความยั่งยืนในองค์กรนั้นเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

สำหรับวีจีไอ เราให้ความสำคัญต่อการสร้าง ความยั่งยืนในองค์กรมาโดยตลอด เราได้วางรากฐานการ ดำเนินธุรกิจ การบริหารจัดการความเสี่ยง และโครงสร้าง การบริหารจัดการ ตามหลักธรรมาภิบาลและการกำกับดูแลกิจการที่ดี และมีความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม จนทำให้วีจีไอเติบโตจากการเป็นเพียงผู้ประกอบการธุรกิจสื่อโฆษณาบนสถานีวิทยุ โทรทัศน์สู่วิสัยทัศน์การเป็น “ผู้นำโซลูชันส์แห่งอนาคต” (Pioneering Solutions for Tomorrow) โดยอาศัย “วีจีไออีโคซิสเต็ม” (VGI Ecosystem) ที่ประกอบด้วยธุรกิจสื่อโฆษณา ธุรกิจบริการชำระเงิน และธุรกิจโลจิสติกส์ ซึ่งการวางรากฐานด้านความยั่งยืนดังกล่าวเป็นผลสำคัญให้วีจีไอยังคงยืนหยัดได้อย่างเข้มแข็งแม้ในยามที่เกิดวิกฤตที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน และทำให้วีจีไอสามารถดูแลพนักงานซึ่งเป็นครอบครัว และมีกำลังที่จะหยิบยื่นความช่วยเหลือให้แก่ลูกค้าและสังคมที่เราอยู่ เพื่อให้ทุกคนสามารถผ่านพ้นช่วงเวลาที่ยากลำบากนี้ไปด้วยกัน

การสร้าง ความยั่งยืนให้แก่องค์กรในทุกมิตินั้นถือเป็นพันธกิจที่สำคัญที่พวกเราชาววีจีไอยึดถือเป็นคุณค่าในการปฏิบัติงานในทุก ๆ วัน เพราะเราเชื่อว่าสิ่งนี้จะเป็นรากฐานสำคัญที่จะทำให้วีจีไอเติบโตต่อไปควบคู่กับสังคมไทยอย่างยั่งยืน



นายคีรี กาญจนพานิช
ประธานกรรมการ

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

วีจีไอได้จัดทำรายงานความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี ซึ่งรายงานความยั่งยืนประจำปี 2562/63 นี้จัดทำขึ้นเป็นปีที่ 5 โดยจัดทำรายงานตามแนวทางและมาตรฐานของ GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) แบบทางเลือกหลัก (Core Option) เพื่อนำเสนอผลการดำเนินงานและการตอบสนองต่อประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนของวีจีไอทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในช่วงระหว่างวันที่ 1 เมษายน 2562 ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2563 เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียได้เข้าใจและเกิดความเชื่อมั่นว่าวีจีไอกำลังดำเนินงานเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายด้านความยั่งยืนอย่างไร

ทั้งนี้ ท่านสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับลักษณะการประกอบธุรกิจ โครงสร้างการจัดการ การกำกับดูแลกิจการ การบริหารจัดการความเสี่ยง การควบคุมภายใน การตรวจสอบภายใน และผลการดำเนินงานของวีจีไอได้ที่ <http://investor.vgi.co.th/th/downloads/annual-reports>



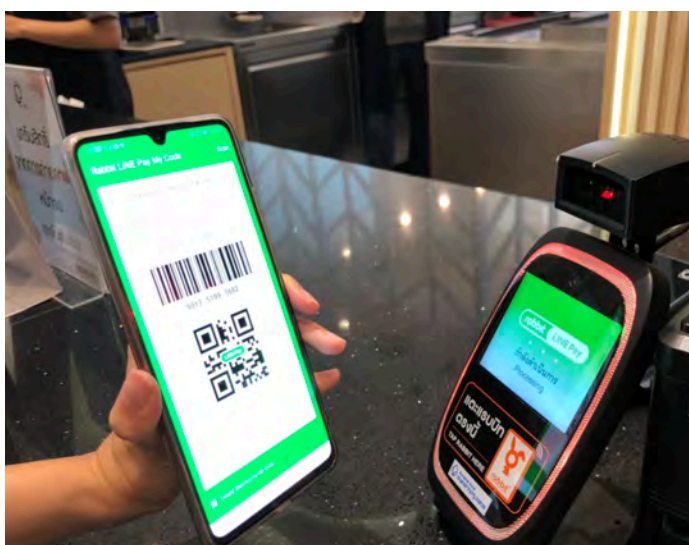
วิจิไอ
กับการพัฒนาอย่างยั่งยืน

STAY AHEAD GO BEYOND

วีจไออีโคซิสเต็ม



Advertising



Payment



Logistics

วีจไออีโคซิสเต็ม

ปัจจุบัน “วีจไอ” คือ ผู้ให้บริการ Offline-to-Online โซลูชันส์ (O2O Solutions) ที่มีอีโคซิสเต็ม (ecosystem) ที่สมบูรณ์แบบบนแพลตฟอร์มธุรกิจสื่อโฆษณา (Advertising) ธุรกิจบริการชำระเงิน (Payment) และธุรกิจโลจิสติกส์ (Logistics) โดยเรามีจุดมุ่งหมายในการเป็นผู้นำด้านการออกแบบประสบการณ์ใหม่ให้กับผู้บริโภค ตอบสนองความต้องการของนักโฆษณาและแบรนด์ด้วยโซลูชันส์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวผ่านอีโคซิสเต็มของเรา

ยิ่งไปกว่านั้นเรายังมีความมุ่งมั่นในการสร้างธุรกิจให้เติบโตควบคู่ไปพร้อมกับการสร้างความยั่งยืนให้แก่ผู้ที่มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม



ธุรกิจสื่อโฆษณา



สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน

มีศักยภาพในการเข้าถึงและสื่อสารกับผู้ชมสื่อนับล้านที่ใช้บริการระบบขนส่งมวลชนในเมือง



สื่อโฆษณาในอาคารสำนักงาน

สามารถกระจายโฆษณาและเข้าถึงกลุ่มพนักงานออฟฟิศในเขตใจกลางกรุงเทพมหานคร



สื่อโฆษณากลางแจ้ง

ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ซึ่งสามารถเข้าถึงผู้ชมสื่อโฆษณาจำนวนมาก ช่วยสร้างการรับรู้และจดจำแบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ



การสาริตสินค้า

สร้างประสบการณ์ในการทดลองใช้สินค้าให้แก่ผู้บริโภคกว่า 40 ล้านรายต่อปี เพื่อเชื่อมโยงกับแคมเปญด้านการตลาดอื่น ๆ



สื่อโฆษณาในสนามบิน

ยกระดับการเดินทางแก่ผู้โดยสารกว่า 150 ล้านคนในสนามบิน ด้วยการสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจและสะดวกสบายในทุกช่วงของการเดินทาง



ธุรกิจบริการชำระเงิน



แรมบิทการ์ด

บัตรชำระแทนเงินสดที่ตอบสนองให้ทุกการจับจ่ายง่าย สะดวก และปลอดภัย ซึ่งสามารถใช้ชำระค่าโดยสารรถไฟฟ้าบีทีเอสและระบบขนส่งมวลชนอื่น ๆ รวมถึงสินค้าและบริการชั้นนำทั่วประเทศ โดยปัจจุบันมีแรมบิทการ์ดออกแล้วกว่า 13 ล้านใบ



Rabbit LINE Pay

ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นฟังก์ชันหนึ่งของ LINE Messaging แอปพลิเคชัน ซึ่งมีผู้ใช้งานมากกว่า 45 ล้านบัญชีทั่วประเทศโดยผู้ใช้งาน ฟังก์ชัน Rabbit LINE Pay สามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์



แรมบิท โฟแนนซ์

เว็บไซต์เปรียบเทียบราคาผลิตภัณฑ์ประกันและผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่าง ๆ ของบริษัทประกันและสถาบันการเงินมากกว่า 40 รายและตัวแทนนายหน้าขายประกัน

ธุรกิจโลจิสติกส์



บริการจัดส่งพัสดุด่วนอันดับหนึ่งในประเทศไทย โดย Kerry Express

สามารถจัดส่งพัสดุด่วนได้อย่างรวดเร็วสูงสุดกว่า 2 ล้านชิ้นต่อวัน จากการมีศูนย์กระจายสินค้ากว่า 1,300 จุด ร้านให้บริการรับส่งพัสดุ (Parcel Shop) จำนวน 800 แห่ง และจุดให้บริการมากกว่า 17,000 จุดทั่วประเทศ



O2O MARKETING SOLUTIONS



ผู้นำตลาดสื่อโฆษณาออฟไลน์และออนไลน์

วีจีโอมีสื่อโฆษณานอกบ้านที่หลากหลายแพลตฟอร์มมากที่สุด โดยมีศักยภาพสื่อโฆษณาในมือ (Media Capacity) คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 70 ของส่วนแบ่งการตลาดในประเทศ ซึ่งคิดเป็นมูลค่ากว่า 12 พันล้านบาท นอกจากนี้ วีจีโอยังมี Big Data จากแพลตฟอร์มต่าง ๆ ในอีโคซิสเต็มของวีจีโอ ซึ่งทำให้เราสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาพัฒนาเป็นข้อมูลของผู้บริโภคเชิงลึก ส่งผลให้วีจีโอสามารถให้บริการด้านการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการของแบรนด์ได้ตรงกลุ่มเป้าหมายอย่างแม่นยำ และสามารถวัดผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ วีจีโอยังสามารถสร้างการมีส่วนร่วมของลูกค้า (Customer Engagement) จากการเชื่อมโยงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทางกายภาพผ่านโลจิสติกส์แพลตฟอร์มของเรา ซึ่งมีศักยภาพในการเข้าถึงผู้บริโภคกว่าหนึ่งล้านรายต่อวัน

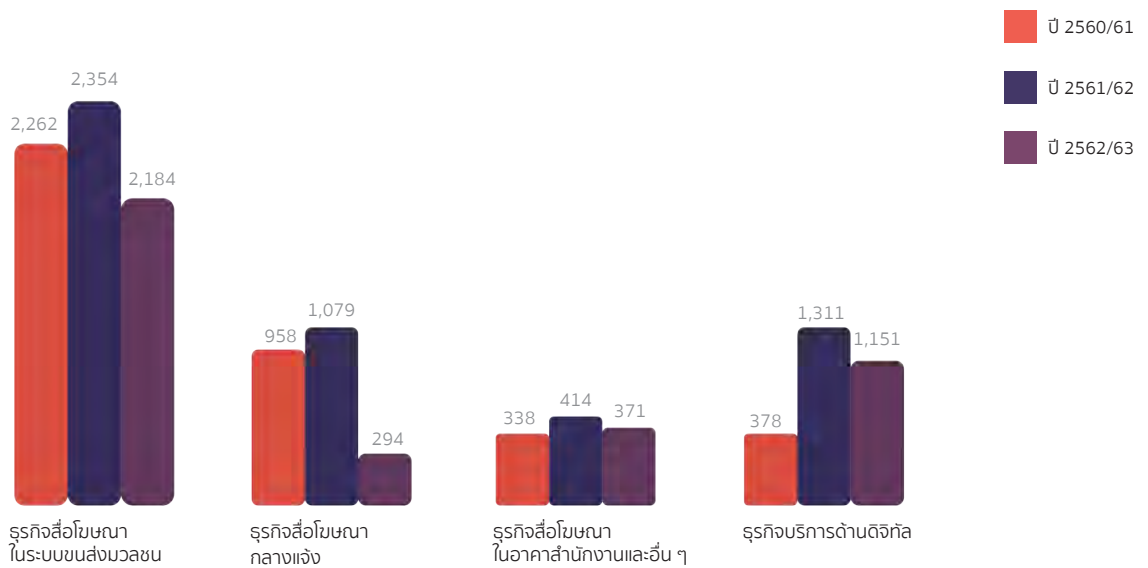
การเติบโตทางธุรกิจ

ผลการดำเนินงาน	ปี 2562/63	เปรียบเทียบข้อมูลย้อนหลัง	
		ปี 2561/62	ปี 2560/61
รายได้จากการดำเนินธุรกิจ	4,000 ล้านบาท	5,158 ล้านบาท	3,936 ล้านบาท
กำไรจากการดำเนินธุรกิจ	1,424 ล้านบาท	1,101 ล้านบาท	846 ล้านบาท
การจ่ายปันผล ¹	0.061 บาท / หุ้น	0.094 บาท / หุ้น	0.094 บาท / หุ้น
จำนวนพนักงานกลุ่มวีจีไอ ²	692 คน	1,042 คน	819 คน

หมายเหตุ

- การจ่ายปันผลสำหรับงวดครึ่งปีหลังของปี 2562/63 ในอัตราหุ้นละ 0.016 บาท คิดเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 164.36 ล้านบาท ยังมีความไม่แน่นอน เนื่องจากต้องได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2563
- ข้อมูล ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563

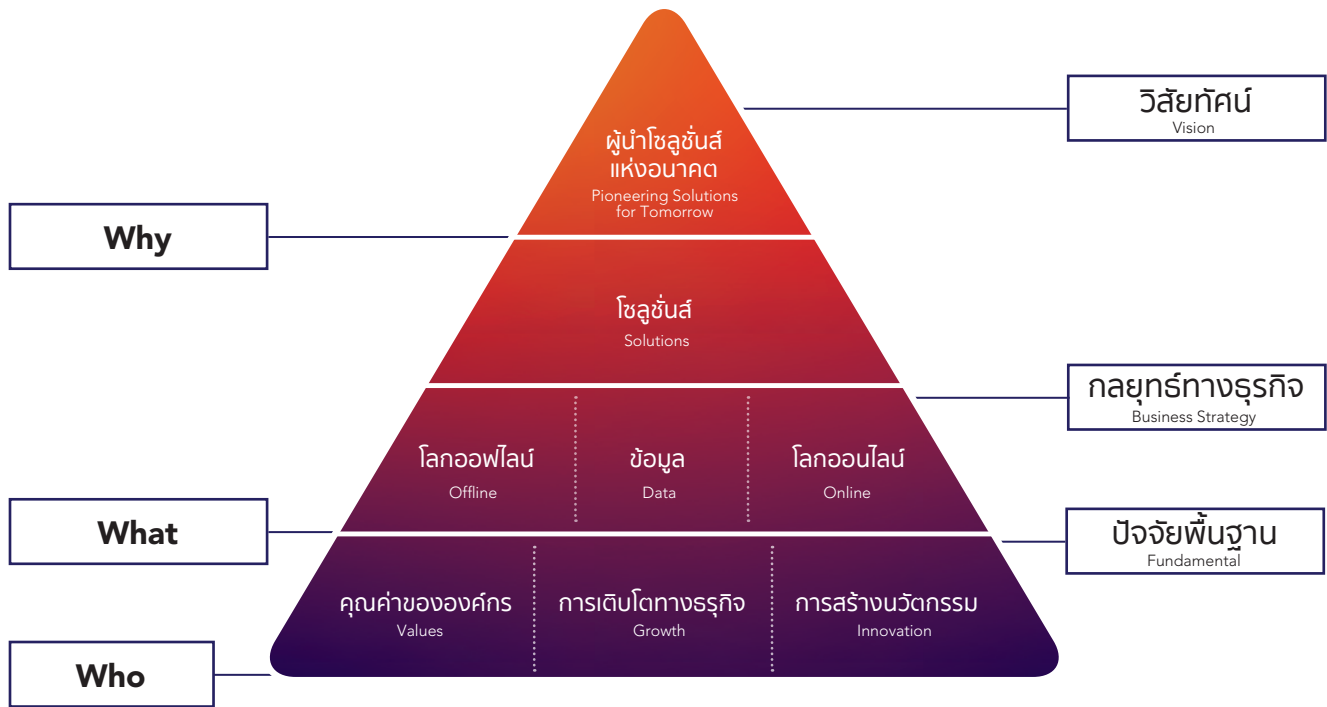
สัดส่วนรายได้จากการดำเนินงาน



ประเภทธุรกิจ	ปี 2562/63	เปรียบเทียบข้อมูลย้อนหลัง	
		ปี 2561/62	ปี 2560/61
ธุรกิจสื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน	2,184	2,354	2,262
ธุรกิจสื่อโฆษณากลางแจ้ง	294	1,079	958
ธุรกิจสื่อโฆษณาในอาคารสำนักงานและอื่น ๆ	371	414	338
ธุรกิจบริการด้านดิจิทัล	1,151	1,311	378

วิสัยทัศน์

วิสัยทัศน์ที่มุ่งเน้นที่จะเป็น “ผู้นำโซลูชันส์แห่งอนาคต (Pioneering Solutions for Tomorrow)” และเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ดังกล่าว เราจึงได้กำหนดทิศทางกลยุทธ์องค์กรให้สัมพันธ์และสอดคล้องกับปัจจัยพื้นฐานทางธุรกิจ



V Values

คุณค่าขององค์กร : เราเชื่อมั่นในการสร้างคุณค่าแบบยั่งยืนให้แก่ผู้ถือหุ้น คู่ค้า และสังคมซึ่งถือเป็นหลักการพื้นฐานที่วิจิไอยึดถือในการดำเนินงานมาโดยตลอด

G Growth

การเติบโตทางธุรกิจ : เรามุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำธุรกิจในอนาคตที่มีการเติบโต และพร้อมเป็นพันธมิตรกับผู้นำธุรกิจจากทั่วโลกที่จะช่วยส่งเสริมแต่ละหน่วยธุรกิจของเรา ซึ่งสิ่งนี้เป็นหลักสำคัญที่ทำให้วิจิไอเติบโตอย่างแตกต่างตลอดมา

I Innovation

การสร้างนวัตกรรม : เราให้ความสำคัญกับดิจิทัล เทคโนโลยีการวิจัยและพัฒนา เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และโซลูชันส์ที่เข้ากับทุกเงื่อนไขและสถานการณ์ ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาได้อย่างดีที่สุด

รางวัลและความภาคภูมิใจในปีที่ผ่านมา



วีจีโอได้รับคัดเลือกให้เข้าอยู่ในดัชนี SET50 ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนประเภทกลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์เพียงหนึ่งเดียวในดัชนี SET50



วีจีโอได้รับรางวัลอันทรงเกียรติจากเวที SET AWARDS 2019 ที่จัดขึ้นโดยตลาดหลักทรัพย์ฯ และวารสารการเงินการธนาคารจำนวน 4 รางวัล ดังนี้

- ผู้บริหารสูงสุดดีเด่น (Outstanding CEO Award)
- ผู้บริหารสูงสุดรุ่นใหม่ดีเด่น (Outstanding Young Rising Star CEO Award)
- บริษัทที่มีผลการดำเนินงานดีเด่น (Outstanding Company Performance Award) และ
- นักลงทุนสัมพันธ์ดีเด่น (Outstanding Investor Relations Award)



วีจีโอได้รับการประเมินให้อยู่ระดับคะแนนดีเลิศ โดยจัดอยู่ในกลุ่มบริษัท 5 ดาว เป็นเวลา 5 ปีติดต่อกัน ตามการประเมินของโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนหรือ "CGR" (Corporate Governance Report) ของสถาบันส่งเสริมกรรมการไทย (IOD)



วีจีโอได้รับการจัดอันดับให้เป็นหนึ่งใน 100 บริษัทที่มีการดำเนินงานโดดเด่นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ซึ่งประเมินโดยหน่วยงาน ESG Rating ของสถาบันไทยพัฒน์

ประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนของวีจีไอ

กระบวนการ

กระบวนการในการกำหนดประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนของวีจีไอจัดทำขึ้นตามมาตรฐานของ GRI (GRI Sustainability Reporting Standards หรือ GRI Standards) โดยพิจารณาจากประเด็นที่มีความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียและประเด็นที่มีความสำคัญต่อผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคมของวีจีไอ ซึ่งวีจีไอมีขั้นตอนในการคัดเลือกเนื้อหาและกำหนดประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนสรุปได้ดังนี้

ขั้นตอนที่
1

การระบุประเด็นที่มีนัยสำคัญ (Identification)

วีจีไอได้ทบทวนประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนประจำปี 2561/62 และศึกษาเทียบเคียงกับประเด็นด้านความยั่งยืนทั้งในระดับประเทศและระดับสากล เช่น เกณฑ์ดัชนีความยั่งยืนของตลาดหลักทรัพย์ฯ และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainability Development Goals หรือ SDGs) ของสหประชาชาติ โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร พร้อมทั้งพิจารณาควคูไปกับลักษณะการประกอบธุรกิจ ความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจขององค์กร และแนวโน้มของธุรกิจในอนาคตด้วย

ขั้นตอนที่
2

การจัดลำดับความสำคัญของประเด็น (Prioritization)

วีจีโอนำประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนที่ได้รับการระบุจากขั้นตอนที่ 1 มาประเมินและจัดลำดับความสำคัญ โดยพิจารณาจาก 2 ด้าน กล่าวคือ ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งภายในและภายนอกองค์กร และ ความสำคัญต่อผลกระทบด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ของวีจีไอ โดยให้น้ำหนักความสำคัญของแต่ละประเด็นในบริบทของความยั่งยืน โดยพิจารณาประกอบกับกลยุทธ์ทางธุรกิจเป็นหลัก

ขั้นตอนที่
3

การตรวจสอบความถูกต้อง (Verification)

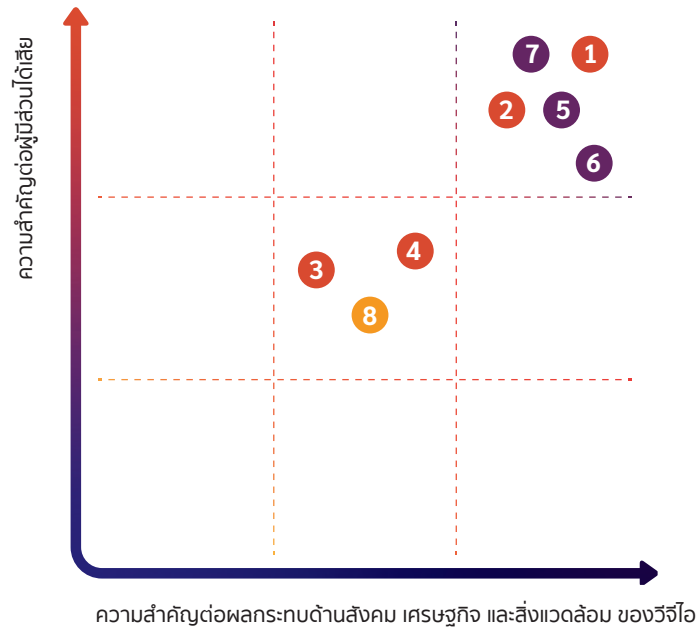
คณะกรรมการบริษัท (Corporate Governance Committee) โดยการเสนอแนะของคณะกรรมการบริหารได้พิจารณากำหนดประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนขององค์กร รวมทั้งให้ความเห็นและตรวจสอบการประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญ ขอบเขต และเนื้อหาของการรายงาน เพื่อให้มั่นใจได้ว่ารายงานที่จัดทำขึ้นนี้มีเนื้อหาครบถ้วนและครอบคลุมสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับวีจีไอ

ขั้นตอนที่
4

การทบทวนประเด็น (Review)

วีจีไอมีกระบวนการทบทวนผลการดำเนินงานต่อประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี และยังได้จัดให้มีช่องทางเพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้เสียไว้ในตอนท้ายของรายงานฉบับนี้ ทั้งนี้ เพื่อให้มั่นใจว่าเนื้อหาที่เปิดเผยในรายงานนี้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับประเด็นที่ต้องการสื่อสาร ตลอดจนตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก

ประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนของวีไอ



ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ	ขอบเขตของผลกระทบ		เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs)	
	ภายในองค์กร	ภายนอกองค์กร		
เศรษฐกิจ	1. การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส	●	●	16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS
	2. ผลิตภัณฑ์ที่คุ้มค่าและสร้างสรรค์	●	●	9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE
	3. การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า	●	●	3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING
	4. การสร้างความผูกพันของลูกค้า	●	●	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH
สังคม	5. การพัฒนาและฝึกอบรมพนักงาน	●	●	4 QUALITY EDUCATION
	6. การสร้างความผูกพันของพนักงาน	●	●	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH
	7. ความรับผิดชอบเนื้อหาของโฆษณา	●	●	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION
สิ่งแวดล้อม	8. การจัดการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	●	●	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

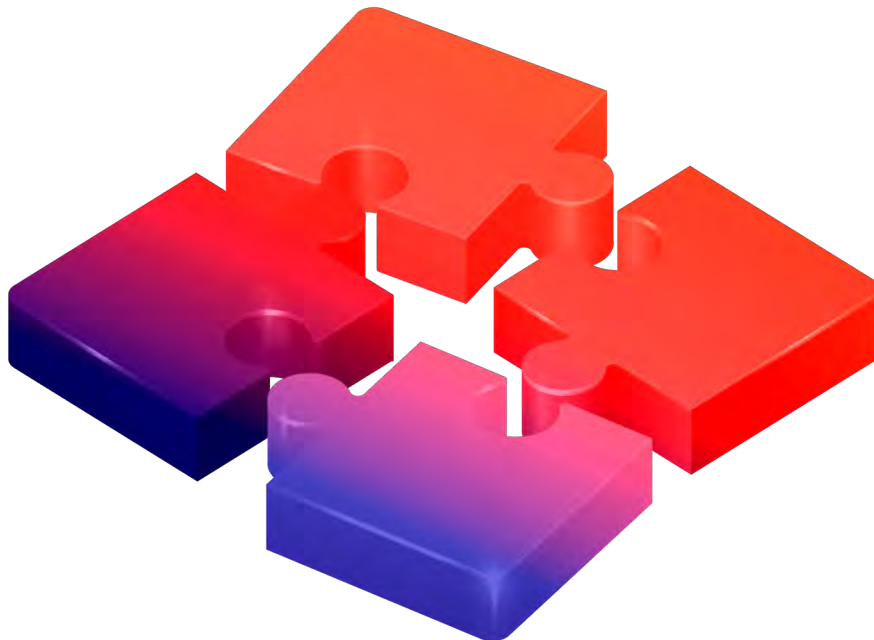
การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

วีจีโอคำนึงถึงบทบาทและให้ความสำคัญกับสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ทั้งภายในและภายนอก โดยจะดูแลให้ได้รับการปฏิบัติอย่างเหมาะสม เสมอภาค และเป็นธรรม เพราะเราเชื่อว่าความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มมีความสำคัญต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนและความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว ดังนั้น วีจีโอจึงจัดให้มีกระบวนการ

และช่องทางในการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ เพื่อรับทราบถึงความคาดหวัง ตลอดจนนำข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับมาปรับใช้ให้เข้ากับกระบวนการดำเนินงานขององค์กรต่อไป

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	กระบวนการและช่องทางการสื่อสาร	ตัวอย่างประเด็นความคาดหวัง
ผู้ถือหุ้น / นักลงทุน	<ul style="list-style-type: none"> - การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี - การรายงานผลประกอบการรายไตรมาสและรายปี โดยเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวบนเว็บไซต์ของวีจีโอ และตลาดหลักทรัพย์ - การประชุมพบปะนักลงทุนและผู้ถือหุ้น - ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ได้แก่ เว็บไซต์ อีเมล โทรศัพท์ เป็นต้น 	<ul style="list-style-type: none"> - ประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใสและตรวจสอบได้ รวมทั้งมีการกำกับกิจการที่ดีและมีประสิทธิภาพ - ดำเนินกิจการที่มีผลประโยชน์ที่เติบโต มั่นคง และยั่งยืน - เปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ - คำนึงถึงสิทธิของผู้ถือหุ้นและปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียม
ลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> - การสำรวจความพึงพอใจประจำปี - การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดกิจกรรมกระชับความสัมพันธ์ร่วมกัน เป็นต้น - การรับเรื่องร้องเรียน ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นผ่านช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> - นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ตรงตามความคาดหวังของลูกค้า ในราคาที่เป็นธรรมและเหมาะสม - ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอต่อการตัดสินใจของลูกค้า - พัฒนาคุณภาพและรูปแบบของผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง
คู่ค้า	<ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการคัดเลือกและการประเมินผลการปฏิบัติงานของคู่ค้า - การประชุมร่วมกับคู่ค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - จัดซื้อจัดจ้างอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และตรวจสอบได้ - ปฏิบัติตามข้อตกลงในสัญญา
คู่แข่งทางการค้า	<ul style="list-style-type: none"> - นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับคู่แข่ง 	<ul style="list-style-type: none"> - ปฏิบัติต่อคู่แข่งทางการค้าอย่างเป็นธรรมภายใต้กฎหมายและจรรยาบรรณทางการค้าที่ดี - แข่งขันอย่างเสรี และดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรมและไม่ผูกขาด
พนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> - CEO Town Hall เพื่อแจ้งความคืบหน้าในการดำเนินงานและสร้างความเข้าใจกับพนักงาน - ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ทั้งภายในองค์กร เช่น VGI LINE Official Account, Intranet และพื้นที่ประชาสัมพันธ์ในสำนักงาน - งานสัมมนาประจำปี - การสำรวจความพึงพอใจประจำปี - กล่องรับความคิดเห็น 	<ul style="list-style-type: none"> - ปฏิบัติอย่างเสมอภาค เคารพสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานตามหลักสากล กฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ - ฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่องทั้งภายในและภายนอกองค์กร - ให้ออกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพ - มอบผลตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	กระบวนการและช่องทางการสื่อสาร	ตัวอย่างประเด็นความคาดหวัง
ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none"> - กิจกรรมเพื่อชุมชนและสังคม - การบริหารจัดการองค์กร โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม - การใช้พื้นที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ 	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม - อยู่ร่วมกันกับชุมชนได้อย่างยั่งยืน - จำกัดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ - มีส่วนร่วมการปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม



ด้านเศรษฐกิจ

STAY AHEAD GO BEYOND

การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส



เป้าหมาย

วีจีโอมุ่งมั่นที่จะพัฒนาองค์กรให้มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี การบริหารความเสี่ยง และการควบคุมภายใน รวมถึงเป็นองค์กรที่ดำเนินงานอย่างสุจริต โปร่งใส และต่อต้านการคอร์รัปชันทุกรูปแบบ เพื่อสร้างระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลสูงสุด และสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้เสีย

พัฒนาการที่สำคัญในปี 2562/63

- เป็นบริษัทในหมวดธุรกิจสื่อและสิ่งพิมพ์เพียงหนึ่งเดียวที่ได้รับคัดเลือกให้เข้าอยู่ในดัชนี SET50
- ประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วม “โครงการเสริมสร้างตลาดทุนธรรมภิบาลเฉลิมพระเกียรติ เนื่องในโอกาสสมหามงคลพระราชพิธีบรมราชาภิเษก” ซึ่งเป็นโครงการที่ริเริ่มโดยสำนักงาน ก.ล.ด. ร่วมกับอีก 12 องค์กรในตลาดทุน เพื่อร่วมขับเคลื่อนตลาดทุนไทยสู่ความยั่งยืน โดยการดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) ของสหประชาชาติ
- จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และคณะทำงานบริหารความเสี่ยงขึ้นในองค์กร เพื่อสนับสนุนการทำงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริหารงานด้านจัดการความเสี่ยงขององค์กรให้มีประสิทธิภาพและเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

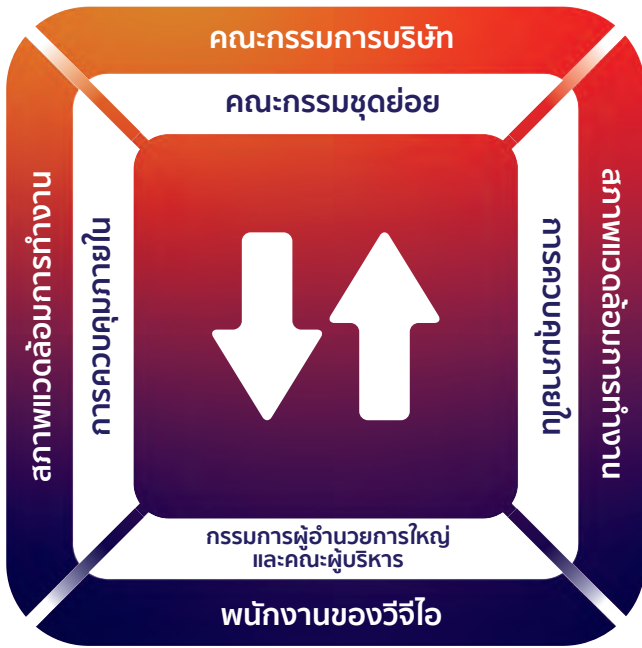
แนวทางบริหารจัดการ

การกำกับดูแลกิจการที่ดี

วีจีโอให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการ ด้วยตระหนักและเชื่อมั่นว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนให้กิจการเติบโตอย่างยั่งยืน คณะกรรมการบริษัทจึงได้จัดทำคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมธุรกิจ ซึ่งมีหลักเกณฑ์ครอบคลุมด้านต่าง ๆ ได้แก่ สิทธิผู้ถือหุ้น การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียม การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท ซึ่งหลักเกณฑ์ดังกล่าวเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของตลาดหลักทรัพย์ฯ และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2560 ของสำนักงาน ก.ล.ด. และสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทยนอกจากนี้ วีจีโอยังได้จัดให้มีการทบทวนหลักเกณฑ์ดังกล่าวเป็นประจำทุกปีเพื่อให้แน่ใจว่าหลักเกณฑ์ดังกล่าวมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพการดำเนินธุรกิจของวีจีโอ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการปลูกฝังให้พนักงานทุกระดับในกลุ่มวีจีโอรับทราบและเข้าใจนโยบายและแนวปฏิบัติที่สำคัญต่าง ๆ ในคู่มือการกำกับดูแลกิจการ ซึ่งรวมถึงมาตรการต่อต้านคอร์รัปชันขององค์กรและมาตรการอื่นที่เกี่ยวข้อง วีจีโอจึงได้จัดให้พนักงานทั้งพนักงานปัจจุบันและพนักงานที่เข้าใหม่ได้ผ่านกระบวนการเรียนรู้ผ่านนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับคู่มือการกำกับดูแลกิจการ (ซึ่งรวมถึงมาตรการและแนวปฏิบัติต่อต้านการคอร์รัปชัน) พร้อมทั้งทำแบบทดสอบหลังการเรียนรู้ ผ่านสื่อการเรียนการสอนอิเล็กทรอนิกส์ (E-learning)

นอกจากนี้ วีจีโอมีระบบการบริหารจัดการที่ดี ผ่านโครงสร้างการจัดการของวีจีโอซึ่งมีการแบ่งแยกอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของแต่ละฝ่ายออกจากกันอย่างชัดเจน เพื่อรักษาความสมดุล ตลอดจนมีกลไกการควบคุมและการถ่วงดุลอำนาจ ระหว่างบทบาทในการกำกับดูแล การบริหารจัดการ และการปฏิบัติงาน





คณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชดเชย มีหน้าที่ในการกำกับดูแลกิจการและควบคุมการบริหารจัดการของฝ่ายบริหาร กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม กลยุทธ์ และเป้าหมายระยะยาวตลอดจนตัดสินใจในเรื่องที่มีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวีจีไอ

กรรมการผู้อำนวยการใหญ่และคณะผู้บริหาร มีหน้าที่ในการบริหารจัดการงานในด้านต่าง ๆ และดำเนินงานอันเป็นกิจวัตรประจำวันของวีจีไอ ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท รวมถึงรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการอย่างสม่ำเสมอ โดยพนักงานมีหน้าที่ในการปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายด้วยความรับผิดชอบ ให้เป็นไปตามระเบียบขั้นตอน รวมถึงนโยบายต่าง ๆ ของวีจีไอ

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการระบุมวีจีไอในรายงานประจำปี 2562/63 ของวีจีไอ ภายใต้หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการ”

การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

วีจีไอมีความมุ่งมั่นในการต่อต้านการทุจริตและการติดสินบนทุกรูปแบบ และสนับสนุนคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับ รวมทั้งบริษัทย่อยและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจในการไม่เข้าไปมีส่วนร่วมในการทุจริตคอร์รัปชันไม่ว่าทางตรงและทางอ้อม โดยวีจีไอทบทวนมาตรการต่อต้านคอร์รัปชัน รวมถึงมาตรการอื่นที่เกี่ยวข้องเป็นประจำทุกปี เพื่อให้แน่ใจว่ามาตรการเหล่านั้นมีความเหมาะสมและเพียงพอสำหรับการป้องกัน การตรวจสอบ และการตอบสนองต่อความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชันที่อาจเกิดขึ้นในองค์กรจากการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวีจีไอ

นอกจากการปลูกฝังให้พนักงานมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการและแนวปฏิบัติต่อต้านคอร์รัปชันขององค์กรผ่านสื่อการเรียนการสอนอิเล็กทรอนิกส์ (E-learning) ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น วีจีไอยังได้จัดให้มีระบบการรายงานการรับของขวัญ ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใดตามนโยบายงดรับของขวัญ (No Gift Policy) โดยวีจีไอได้รวบรวมของขวัญที่ไม่สามารถส่งกลับคืนแก่ผู้ให้ได้ไปดำเนินการตามความเหมาะสมต่อไป

นอกจากนี้ วีจีไอยังได้เปิดช่องทางการรับแจ้งเบาะแสการทุจริต โดยหากพนักงานหรือบุคคลภายนอกผู้ใดพบเห็นการกระทำที่อาจทำให้เกิดความสงสัยได้ว่าเป็นการกระทำผิด ซึ่งอาจเกิดจากการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย คู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ หรือ

มาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน สามารถแจ้งเหตุ เบาะแส หรือยื่นข้อร้องเรียนผ่าน 2 ช่องทางดังนี้

- ระบบเครือข่ายภายในองค์กร (Intranet)
- อีเมล: DoltRight@vgi.co.th



ทั้งนี้ วีจีไอจะปกปิดชื่อ ที่อยู่ หรือข้อมูลใดๆ ที่สามารถระบุตัวผู้ร้องเรียนหรือผู้ให้ข้อมูลได้ และจะเก็บรักษาข้อมูลของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูลไว้เป็นความลับ โดยจำกัดเฉพาะผู้ที่รับผิดชอบในการดำเนินการตรวจสอบเรื่องร้องเรียนเท่านั้นที่สามารถเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวได้ โดยในปี 2562/63 นั้น วีจีไอไม่ได้รับการแจ้งเหตุ เบาะแส หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันแต่อย่างใด

การบริหารจัดการความเสี่ยง

วีจีโอตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารจัดการความเสี่ยงซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน โดยวีจีโอได้จัดให้มีกระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงตามแนวทางของ Committee of Sponsoring Organisations of the Tradeway Commission หรือ COSO เพื่อลดโอกาสในการเกิดเหตุการณ์ที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบในด้านลบต่อองค์กร พร้อมทั้งได้จัดทำแผนบริหารจัดการความเสี่ยงเพื่อรองรับสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างครบถ้วน ให้สอดคล้องกับทิศทาง เป้าหมาย และกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวีจีโอ โดยการวิเคราะห์ความเสี่ยงจากสภาวะการณ์ที่เปลี่ยนแปลงจากทั้งภายในและภายนอกองค์กร

โดยในปี 2562/63 วีจีโอได้พัฒนากระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงเพื่อให้การระบุ วิเคราะห์ และบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรเป็นไปอย่างมีระบบครอบคลุมและสอดคล้องกับการกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของวีจีโอมากยิ่งขึ้น โดยมีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและคณะทำงานบริหารความเสี่ยงขึ้นเพื่อสนับสนุนการทำงานของคณะกรรมการบริษัทด้านการบริหารความเสี่ยงขององค์กรเป็นการเฉพาะ อีกทั้งยังได้กำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยง และระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ขององค์กร (Risk Appetite) เพื่อเป็นกรอบในการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรอย่างเป็นรูปธรรม และให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงมีหน้าที่รายงานผลการดำเนินงานด้านการบริหารความเสี่ยงขององค์กรต่อคณะกรรมการบริษัท

นอกจากนี้ วีจีโอยังมีการจัดอบรมหลักสูตรเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงให้แก่คณะผู้บริหารและคณะทำงานบริหารความเสี่ยงซึ่งเป็นตัวแทนจากแต่ละหน่วยงานเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในการวิเคราะห์ ระบบบริหารจัดการ และติดตามความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของวีจีโอในด้านต่าง ๆ รวมถึงการปลูกฝังให้การบริหารจัดการความเสี่ยงเป็นวัฒนธรรมองค์กรและถ่ายทอดสู่การปฏิบัติของพนักงานและผู้บริหารทั่วทั้งองค์กร

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการบริหารจัดการความเสี่ยง โปรดพิจารณาหัวข้อ “ปัจจัยความเสี่ยง” ในรายงานประจำปี 2562/63 ของวีจีโอ

ผลการดำเนินงานปี 2562/63

ในปี 2562/63 วีจีโอได้พัฒนาการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่จะเป็นองค์กรที่มีระบบการบริหารจัดการที่โปร่งใส มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญดังนี้

- โครงการ E-Learning กลุ่มวีจีโอมุ่งมั่นถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจเนื้อหาในคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ และมาตรการต่อต้านคอร์รัปชัน รวมถึงมาตรการอื่นที่เกี่ยวข้อง พร้อมทำแบบทดสอบความเข้าใจ ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-learning) รวมถึงการเน้นย้ำให้พนักงานตระหนักถึงมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องผ่านการสื่อสารภายในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติอย่างถูกต้องและครบถ้วน

- ด้วยความมุ่งมั่นของวีจีโอที่จะเป็นองค์กรที่ประกอบธุรกิจอย่างสุจริตและโปร่งใส โดยไม่ยอมรับการทุจริตคอร์รัปชันไม่ว่ากรณีใด ๆ เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2563 วีจีโอได้ยื่นขอต่ออายุสมาชิกโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Private Sector Collective Action Against Corruption หรือ CAC) ซึ่งจะครบกำหนดอายุสมาชิกในวันที่ 18 สิงหาคม 2563 และได้จัดให้มีการฝึกอบรมหลักสูตรการต่อต้านคอร์รัปชัน โดยเรียนเชิญที่ปรึกษาจากบริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย ที่ปรึกษาธุรกิจ จำกัด มาช่วยอบรมหลักสูตรเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทั่วทั้งองค์กร เพื่อเสริมสร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการและแนวปฏิบัติที่สำคัญเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยแบ่งเป็นหลักสูตรสำหรับผู้บริหารและพนักงานของวีจีโอ ในระหว่างวันที่ 20-21 กุมภาพันธ์ 2563 และหลักสูตรสำหรับกรรมการในวันที่ 24 มีนาคม 2563 ตามลำดับ

- การจัดอบรมหลักสูตรเกี่ยวกับการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรให้แก่คณะทำงานบริหารความเสี่ยงซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากแต่ละหน่วยงาน โดยการบรรยายจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิผู้มีความเชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรโดยเฉพาะ และจัดให้มี Workshop เพื่อทดสอบและเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในการระบุความเสี่ยงและกำหนดเครื่องมือการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม เพื่อให้สามารถประเมินและบริหารจัดการความเสี่ยงจากการดำเนินงานของแต่ละหน่วยงานได้อย่างครบถ้วนและมีประสิทธิภาพ



ภาพบรรยากาศการอบรมหลักสูตรการต่อต้านการทุจริตคอร์ปชันสำหรับผู้บริหารและพนักงาน



ภาพบรรยากาศการอบรมหลักสูตรการบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กรสำหรับคณะทำงานบริหารความเสี่ยง

ผลิตภัณฑ์ที่คุ้มค่าและสร้างสรรค์



เป้าหมาย

วีจีโอมุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีนวัตกรรมสูงสุดลาด เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางธุรกิจและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าและบริการด้านการตลาดแบบดิจิทัล และการเชื่อมโยงแพลตฟอร์มและออนไลน์เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสื่อโฆษณาภายนอกบ้านของวีจีโอ

พัฒนาการที่สำคัญในปี 2562/63

- ในปี 2562/63 วีจีโอมีรายได้จากการให้บริการด้านดิจิทัลถึง 1,143 ล้านบาท เติบโตกว่าร้อยละ 114 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยหลักเป็นการรับรู้รายได้จากหน่วยธุรกิจใหม่ของวีจีโอภายใต้ชื่อ “VGI Digital Lab” ซึ่งสามารถสร้างรายได้จากการให้บริการตลาดดิจิทัลได้เป็นอย่างมาก
- การเติบโตของฐานลูกค้าผู้ใช้งานบัตรแรมบิทและผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Rabbit LINE Pay โดย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563 มีบัตรแรมบิทที่ออกแล้วจำนวน 13 ล้านใบ และผู้ลงทะเบียนใช้งานฟังก์ชัน Rabbit LINE Pay ใน LINE Messaging แอปพลิเคชัน แล้วจำนวน 7.3 ล้านบัญชี ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าคิดเป็น ร้อยละ 18 และ 33 ตามลำดับ
- โครงการ VGI Immerse เป็นการพัฒนาสื่อโฆษณาจอดีจิทัลบริเวณชานชาลาสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสให้มีความยาว 45 เมตร เพื่อเพิ่มการสร้าง Impact ต่อผู้รับชมได้ดียิ่งขึ้น และมีการนำระบบ Visual Recognition Technology มาใช้เพื่อวัดประสิทธิภาพของสื่อโฆษณาซึ่งสามารถวัดผลได้อย่างแม่นยำแบบ Real-time

แนวทางบริหารจัดการ

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการเป็นผู้นำโซลูชันสื่อโฆษณาที่มุ่งสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีนวัตกรรมสูงสุดลาด วีจีโอเดินหน้าพัฒนาขีดความสามารถด้านนวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง โดยมีกลยุทธ์ในการพัฒนาศักยภาพขององค์กรผ่านการส่งเสริมนวัตกรรมภายในองค์กรและอาศัยความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ

วีจีโอส่งเสริมการสร้างบรรยากาศที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนานวัตกรรมให้เป็นวัฒนธรรมหนึ่งขององค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และแผนธุรกิจของวีจีโอ อีกทั้งยังส่งเสริมให้พนักงานกล้าคิด กล้าทำ กล้าที่จะเปลี่ยนแปลงอย่างสร้างสรรค์ และพัฒนาความสามารถใหม่ๆ ในการทำงานเพื่อรองรับการดำเนินธุรกิจของวีจีโอในยุคดิจิทัล

นอกจากนี้ วีจีโอยังให้ความสำคัญในการพัฒนาสื่อโฆษณาภายนอกบ้านที่มีอยู่ในปัจจุบันเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มความรู้ และการดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น เช่น โครงการ VGI Immerse เป็นการพัฒนาสื่อโฆษณาจอดีจิทัลบริเวณชานชาลาสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสให้มีความยาว 45 เมตร เพื่อเพิ่มการสร้าง Impact ต่อผู้รับชม และมีการนำระบบ Visual Recognition Technology มาใช้ในการวัดประสิทธิภาพของสื่อโฆษณา ซึ่งทำให้สามารถวัดผลการโฆษณาได้อย่างแม่นยำ แบบ Real-time

วีจีโอยังได้ให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาขีดความสามารถด้านการเข้าถึงผู้บริโภค ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลการบริโภคอย่างเป็นระบบและมีลักษณะเฉพาะของวีจีโอ ทำให้สื่อโฆษณาสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้อย่างแท้จริงและในเวลาที่เหมาะสม ด้วยฐานข้อมูลผู้บริโภค (Big Data) ของวีจีโอและพันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นผู้นำตลาดในธุรกิจที่หลากหลาย ภายใต้การปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเคร่งครัด

วีจีโอยังได้เพิ่มประสิทธิภาพการทำความเข้าใจลูกค้าด้วยการผสานการทำตลาดผ่านสื่อโฆษณาออนไลน์และออนไลน์ผ่านฐานข้อมูลผู้บริโภคเข้าไว้ด้วยกัน ภายใต้แคมเปญ O2O Solutions (Offline-to-Online Solutions) ซึ่งการเชื่อมโยงระหว่างสื่อโฆษณาออนไลน์และออนไลน์ดังกล่าวสามารถให้ประสิทธิภาพที่ดีกว่าถึงสองเท่า เนื่องจากผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะคลิกโฆษณาออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือหลังจากได้เห็นโฆษณาเดียวกันผ่านสื่อโฆษณาภายนอกบ้านมาก่อนแล้ว

ความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพด้านนวัตกรรมและต่อยอดกลยุทธ์ทางธุรกิจของวีจีไอ โดยวีจีไอมีกกลยุทธ์ในการร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจที่จะช่วยส่งเสริมศักยภาพและต่อยอดธุรกิจของวีจีไอ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเติบโตในระยะยาวอย่างยั่งยืน



ภาพบรรยากาศการฝึกอบรมหลักสูตรการสร้างแรงบันดาลใจและกระบวนการคิดด้านนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ

ผลการดำเนินงานในปี 2562/63

- โครงการ Creating Innovation with Design Thinking เป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนเข้าร่วมเสนอโครงการที่มีแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการทำงาน หรือวิธีการแก้ปัญหาที่เกิดจากการทำงานอย่างสร้างสรรค์ และมีนวัตกรรม รวมถึงเป็นประโยชน์ต่อองค์กร ซึ่งโครงการที่มีนวัตกรรม สามารถปฏิบัติได้จริง และเป็นประโยชน์สูงสุด จะได้รับการคัดเลือกให้ได้รับรางวัลชนะเลิศ

ทั้งนี้ วีจีไอได้จัดให้มีการฝึกอบรมหลักสูตรการสร้างแรงบันดาลใจและกระบวนการคิดด้านนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ และเปิดโอกาสให้พนักงานแต่ละคนนำเสนอโครงการต่อคณะทำงานด้านพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารจากแต่ละสายงาน รวมถึงให้งบประมาณแก่โครงการที่ได้รับการคัดเลือกให้เข้ารอบสุดท้ายเพื่อนำไปต่อยอดและการพัฒนาโครงการ

ในปี 2562/63 โครงการ Creating Innovation with Design Thinking มีพนักงานเข้าร่วมเสนอผลงานถึง 39 โครงการ และมีมูลค่าเงินรางวัลรวม 50,000 บาท ตัวอย่างโครงการที่ได้รับคัดเลือก เช่น โครงการ “QR Code” เป็นการประยุกต์นำ QR Code มาใช้ประโยชน์ในการเก็บข้อมูลทรัพย์สินและข้อมูลพนักงานของวีจีไอ ซึ่งหากโครงการสำเร็จเต็มรูปแบบ จะช่วยลดเวลาการทำงานของพนักงานได้อย่างมาก และโครงการ “VGI Vinyl Upcycled Bag” เป็นโครงการที่นำไว้นิลที่ผ่านการใช้งานจากสื่อโฆษณาของวีจีไอมาตัดเย็บเป็นกระเป๋าช้อปปิ้ง เพื่อใช้แทนถุงพลาสติกอื่นเป็นการช่วยลดปริมาณการใช้ถุงพลาสติกและช่วยจัดการขยะที่เกิดจากการดำเนินงานของวีจีไออย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



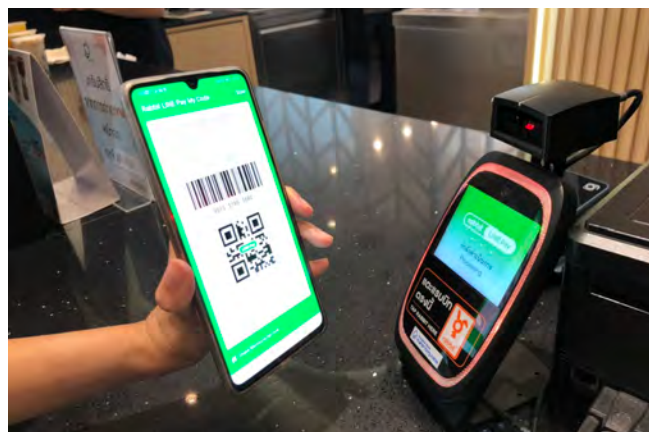
ภาพจอ VGI Immerse ณ บริเวณชานชาลาสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส ช่งนทร์

- โครงการ VGI Immerse เป็นการพัฒนาสื่อโฆษณา จอดิจิทัลบริเวณชานชาลาสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสที่มีความยาว 45 เมตร และมีการนำระบบ Visual Recognition Technology มาใช้เพื่อวัดประสิทธิภาพของสื่อโฆษณา ซึ่งสามารถวัดผลได้อย่างแม่นยำแบบ Real-time ทำให้เจ้าของแบรนด์สามารถปรับปรุงแผนการตลาดได้อย่างทันก่วงที่ โดยวีจีไอได้เริ่มทดลองให้บริการจอ VGI Immerse ที่สถานีช่งนทร์ ตั้งแต่ช่วงต้นปี 2562 และได้เปิดบริการแบบเต็มรูปแบบราวกลางปี 2562 ซึ่งได้รับกระแสตอบรับเป็นอย่างดี โดยปัจจุบันวีจีไอได้ขยายการให้บริการจอ VGI Immerse ไปยังพื้นที่บนชานชาลาของสถานีศาลาแดง สถานีโศก และสถานีทองหล่อ

- “VGI Digital Lab” เป็นหน่วยธุรกิจใหม่ของวีจีไอจัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2560 เพื่อให้บริการด้านการตลาดแบบดิจิทัล โดยอาศัย Data ซึ่งรวบรวมจากแพลตฟอร์มต่าง ๆ บนอีโคซิสเต็มของวีจีไอในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภค ทำให้การทำแคมเปญโฆษณาออนไลน์และออฟไลน์สามารถเข้าถึงลูกค้าตรงกลุ่มและมีประสิทธิภาพ โดย VGI Digital Lab มีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการด้านดิจิทัลในปีแรกที่เปิดตัวอย่างเหนือความคาดหมาย โดยในปี 2562/63 สามารถสร้างรายได้จากธุรกิจบริการด้านดิจิทัลถึง 1,151 ล้านบาท เติบโตขึ้นจากปีก่อนหน้ากว่าร้อยละ 117 ทั้งนี้ เมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ทำให้คนออกจากบ้านน้อยลงส่งผลกระทบต่อโฆษณาสื่อในสื่อหลาย ๆ ประเภท อย่างไรก็ตามสื่อออนไลน์ยังเป็นสื่อที่เติบโตมากขึ้นเนื่องจากประชาชนต้องการรับข้อมูลข่าวสารตลอดเวลา ดังนั้น การที่วีจีไอได้ขยายธุรกิจไปยังออนไลน์ผ่านการดำเนินงานโดย VGI Digital Lab จะสามารถช่วยกระจายความเสี่ยงจากการมีแหล่งรายได้ที่หลากหลายและเป็นที่ต้องการโดยเฉพาะในสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัส COVID-19

นอกจากนี้ วีจีไอยังให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่จะมีผลใช้บังคับในช่วงปลายเดือนพฤษภาคม ของปี 2564 นี้ โดยวีจีไอได้จ้างที่ปรึกษากฎหมายชั้นนำมาดำเนินการตรวจสอบสถานะ (Due Diligence) และวิเคราะห์สิ่งที่วีจีไอต้องดำเนินการ (Gap Analysis) พร้อมทั้งให้คำแนะนำเกี่ยวกับมาตรการที่จำเป็นต้องเสริมเพื่อให้แน่ใจว่าการใช้และวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการด้านการตลาดนั้นเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด

- การให้บริการชำระเงินออฟไลน์และออนไลน์ โดยการดำเนินงานของกลุ่มแรบบิท ผ่านบัตรแรบบิท และฟังก์ชัน Rabbit LINE Pay ซึ่งใช้ระบบ E-wallet สำหรับชำระเงินผ่านร้านค้าทั้งออฟไลน์และออนไลน์ มียอดผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับแนวโน้มการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประเทศไทย (Cashless Society) โดย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563 มีบัตรแรบบิทที่ออกแล้วจำนวน 13 ล้านใบ และผู้ลงทะเบียนใช้งานฟังก์ชัน Rabbit LINE Pay แล้วจำนวน 7.3 ล้านบัญชี ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าคิดเป็นร้อยละ 18 และ 33 ตามลำดับ



การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า



เป้าหมาย

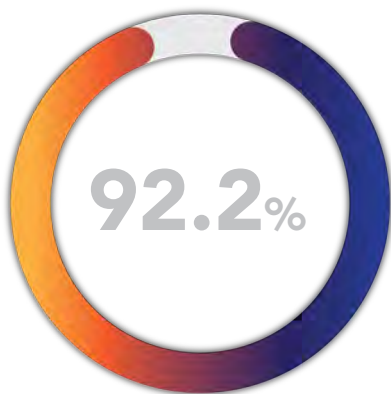
การสร้างและรักษาความสัมพันธ์และความเชื่อมั่นของลูกค้าเพื่อให้วีจีไอเป็นแบรนด์สื่อโฆษณาที่ลูกค้านึกถึงก่อนทุกครั้งเมื่อต้องการทำการตลาด และเพิ่มรายได้จากความสัมพันธ์อันดีและความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อวีจีไอ ไม่ว่าจะเป็นเอเจนซีโฆษณาหรือเจ้าของแบรนด์สินค้าและบริการโดยตรง

พัฒนาการที่สำคัญในปี 2562/63

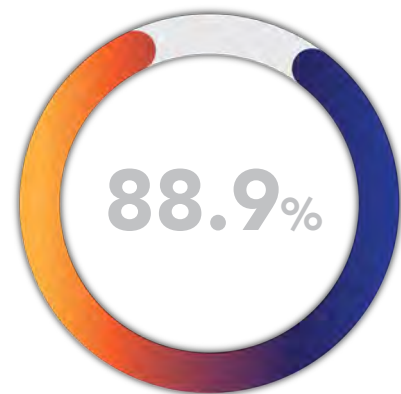
• ได้รับคะแนนความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของวีจีไอในปีที่ผ่านมาถึงร้อยละ 92.25 จากการสำรวจผ่านแบบประเมินความพึงพอใจของลูกค้า โดยมีลูกค้าเข้าทำแบบสำรวจจำนวน 20 ราย โดยเราจะนำข้อเสนอแนะของลูกค้าไปเป็นฐานข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์และการให้บริการต่อไป

แนวทางบริหารจัดการ

วีจีไอมุ่งเน้นสู่องค์กรที่ให้ความสำคัญกับลูกค้าอย่างแท้จริง และตระหนักดีว่าการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า นั้นเป็นส่วนสำคัญที่จะเสริมสร้างความยั่งยืนให้แก่กิจการในระยะยาว โดยวีจีไอมีนโยบายในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อพบปะและกระชับความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีส่วนช่วยในการทำความเข้าใจต่อความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า พร้อมทั้งแลกเปลี่ยนและแบ่งปันองค์ความรู้จากการสื่อสารแบบสองทาง เช่น การจัดงานสัมมนา และการจัดกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นต้น นอกจากนี้ การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพให้แก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความเชื่อมั่นของลูกค้าในผลิตภัณฑ์และบริการของวีจีไอ ผ่านระบบการตรวจสอบคุณภาพงานก่อนส่งงานให้แก่ลูกค้า และการติดตามแก้ไขงานในกรณีมีเหตุบกพร่อง ชำรุด หรือเสียหายได้ภายในเวลารวดเร็ว เพื่อให้สื่อโฆษณาของลูกค้าสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่อง



ปี 2562/63



ปี 2561/62



ภาพบรรยากาศการส่งมอบความสุขให้แก่เด็ก ๆ ในโครงการ We're SHARING FOR KIDS

ผลการดำเนินงานในปี 2562/63

โครงการ We're SHARING FOR KIDS เป็นโครงการที่ วิจิไอเชิญชวนลูกค้าเอเจนซีโฆษณามาร่วมกันมอบของขวัญให้แก่เด็ก ๆ ในระดับชั้นประถมศึกษาของโรงเรียน

ซึ่งตั้งอยู่บริเวณแนวรถไฟฟ้า BTS เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยการส่งความสุขต่อไปยังเด็ก ๆ ในชุมชน และร่วมกันเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม



ภาพบรรยากาศงาน Connect to Digital China Conference 2019 – Unlocking THB580bn Chinese Travelers' Market

วิจิไอและ iClick ได้ร่วมกันจัดงานสุดยอดผู้นำ Digital Marketing แห่งเอเชีย ซึ่งนับเป็นครั้งแรกในประเทศไทย ภายใต้คอนเซ็ป “Unlocking THB 580bn Chinese Traveler’s Market” โดยเชิญชวนนักการตลาดในประเทศไทยเข้าร่วมกว่า 300 คน พร้อมทั้งเชิญวิทยากรจากบริษัทเทคโนโลยีระดับโลกอย่าง Tencent, Ctrip, RED และ Meituan Dianping

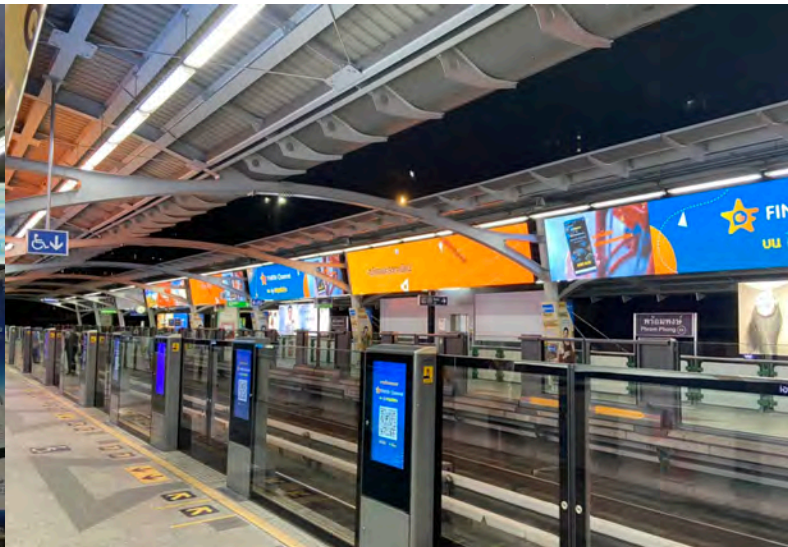
เข้าร่วมบรรยายในงานสัมมนาเพื่อแบ่งปันข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ช่วยให้สามารถเข้าใจและเข้าถึงพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวชาวจีน รวมถึงช่องทางการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และวิธีการเพิ่มคุณค่าทางธุรกิจอย่างแท้จริง



ภาพบรรยากาศงาน Connect to Digital China Conference 2019 – Unlocking THB580bn Chinese Travelers' Market

การเข้าร่วมงานสัมมนา “Mindshare Huddle 2019 : Convergence to Conversion” ซึ่งจัดขึ้นโดยบริษัท มายด์แชนร์ ประเทศไทย จำกัด โดยมีกลุ่มลูกค้าจากมายด์แชนร์เข้าร่วมรับฟังข้อมูล โดยในงานนี้วีจีไอได้ร่วมจัด Workshop ในหัวข้อ "Unlocking Thai and Chinese Buyers Through Data" ซึ่งแสดงศักยภาพฐานข้อมูลของวีจีไอว่าสามารถช่วยให้แบรนด์ต่างๆ สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

ที่มีโอกาสสูงในการซื้อสินค้าได้อย่างไร ทั้งกลุ่มลูกค้าชาวไทยและจีน และนำเสนอโซลูชันทางการตลาดที่ทำให้การทำแคมเปญโฆษณาออนไลน์มีประสิทธิภาพและสร้างยอดขายที่สูงขึ้น ทำให้อัตรากำไรสุทธิจากการโฆษณา (ROAS) สูงขึ้น คู่ค้าต่อการลงทุน



ภาพตัวอย่างสื่อโฆษณาของวีจีไอบนสถานีรถไฟฟ้ามหานคร

วีจีไอมีความมุ่งมั่นที่จะส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพให้แก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าสิ่งแวดล้อมและสถานการณ์จะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร โดยวีจีไอมีทีมงานเฉพาะที่ทำหน้าที่ควบคุมการติดตั้งงานของผู้รับจ้างภายนอกเพื่อให้การติดตั้งสื่อโฆษณาเป็นไปตามแบบที่กำหนด และดำเนินการตรวจสอบคุณภาพสื่อโฆษณากันทีภายหลังติดตั้งเสร็จสมบูรณ์แล้วอีกครั้งหนึ่ง เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสื่อโฆษณาของลูกค้าสมบูรณ์แบบ มีคุณภาพ และเป็นไปตามความต้องการของลูกค้าอย่างครบถ้วน นอกจากนี้ วีจีไอ

ยังให้ความสำคัญต่อสื่อโฆษณาที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้าแล้ว โดยได้พัฒนาระบบการควบคุม ดูแล ตรวจสอบ และแก้ไขรายงานอุบัติการณ์ (Incident Report) ของสื่อโฆษณาอย่างทันท่วงที นอกจากนี้ วีจีไอยังจัดให้มีแผนบำรุงรักษาอุปกรณ์ระบบไฟฟ้าและโครงสร้างสื่อโฆษณา (Preventive and Corrective Maintenance) อย่างสม่ำเสมอ โดยมีการตรวจสอบและบำรุงรักษาเป็นรายเดือนและรายไตรมาส

การสร้างความผูกพันของคู่ค้า



เป้าหมาย

การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อสร้างสรรคผลผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ เพื่อนำเสนอต่อลูกค้า อันเป็นส่วนหนึ่งของการเสริมสร้างการเติบโตทางธุรกิจของวีจีไออย่างยั่งยืนในระยะยาว ทั้งนี้ การมีพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความเชี่ยวชาญทางธุรกิจที่หลากหลายจากทั่วโลกจะช่วยส่งเสริมให้อิโคซิสเต็มของวีจีไอแข็งแกร่งและมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดมากยิ่งขึ้น

พัฒนาการสำคัญในปี 2562/63

ผนึกกำลังกับ PLANB เพื่อสร้าง Synergy ในการทำการตลาดร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

เข้าลงทุนในแอดช เจ้าพระยาเพื่อขยายแพลตฟอร์มสื่อโฆษณานอกบ้านไปยังเรือที่สัญจรในแม่น้ำเจ้าพระยา และป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ตามท่าเรือต่าง ๆ ริมแม่น้ำเจ้าพระยา

ร่วมมือกับ iClick จัดตั้งบริษัทร่วมทุนชื่อ “บริษัท 3-คลิก เทคโนโลยี จำกัด” เพื่อเป็นช่องทางให้แบรนด์สินค้าและบริการของไทยสามารถทำการตลาดผ่านแพลตฟอร์มสื่อโฆษณาออนไลน์ของ iClick ในประเทศจีน

ร่วมกับกลุ่มสหพัฒน์ได้จัดตั้งบริษัทร่วมทุนชื่อ “บริษัท เอสแอลวี รีเทล จำกัด” ขึ้นเพื่อร่วมกันดำเนินกิจการร้านสะดวกซื้อแบรนด์ Lawson108 บนพื้นที่ซึ่งเป็นเอกสิทธิ์เฉพาะในระบบขนส่งมวลชน

จับมือกับ Kerry และ BTSC เปิดตัว “Kerry BTS Express Service” จุดบริการของ Kerry Express ใหม่บนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส และบริการจัดส่งพัสดุด่วนไปยัง 12 สถานีปลายทาง ภายใน 3 ชั่วโมง

แนวทางบริหารจัดการ

เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายการพัฒนาธุรกิจของวีจีไออย่างยั่งยืนผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจวีจีไอตระหนักถึงความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์กับพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อร่วมกันสร้าง Synergy ใหม่ ๆ โดยการพิจารณาพันธมิตรที่มีความเชี่ยวชาญและมีศักยภาพในธุรกิจที่ส่งเสริมและสนับสนุนอิโคซิสเต็มของวีจีไอ ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้าน ธุรกิจบริการชำระเงินทั้งออนไลน์และออฟไลน์ และธุรกิจโลจิสติกส์ นอกจากนี้วีจีไอยังให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับพันธมิตรทางธุรกิจที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการให้การสนับสนุนและความร่วมมือทางธุรกิจอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

ผลการดำเนินงานในปี 2562/63

วีจีไอสร้าง Synergy ร่วมกับ PLANB โดยการรวมแพคเกจการขายสื่อโฆษณานอกบ้านประเภทจอดิจิทัลของทั้ง 2 บริษัท ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ในกรุงเทพมหานครมากกว่าร้อยละ 80 ภายใต้แคมเปญ “Street Combo” และ “Bangkok Takeover” ซึ่งในช่วงเวลาไพรม์ไทม์ของแต่ละเดือนสื่อโฆษณานอกบ้านประเภทจอดิจิทัลของทั้งสองบริษัททั่วกรุงเทพมหานครจะถ่ายทอดแคมเปญโฆษณาเดียวกัน ตลอดระยะเวลา 1 ชั่วโมง ซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคที่เดินทางสัญจรไปมาทั่วเมืองได้มากกว่า 9 ล้านคน ซึ่งได้รับความสนใจจากนักการตลาดเป็นอย่างมาก

การขยายแพลตฟอร์มสื่อโฆษณานอกบ้านไปยังสื่อโฆษณาในเรือโดยสาร เรือด่วน เรือข้ามฟาก เรือท่องเที่ยวที่สัญจรในแม่น้ำเจ้าพระยา รวมถึงป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ตามท่าเรือต่าง ๆ ริมแม่น้ำเจ้าพระยา โดยวีจีไอเข้าลงทุนในหุ้นของแอดช เจ้าพระยา ในสัดส่วนร้อยละ 25.01 ซึ่งถือเป็นการขยายเครือข่ายสื่อโฆษณานอกบ้านของวีจีไอให้ครอบคลุมระบบขนส่งมวลชนในกรุงเทพมหานครในทุกเส้นทางสัญจร ซึ่งทำให้วีจีไอมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ในรูปแบบที่หลากหลายยิ่งขึ้น

ความร่วมมือกับบริษัท สทลอว์สัน จำกัด และบริษัท สหพัฒนาอินเทอร์เน็ตโฮสติ้ง จำกัด (มหาชน) จัดตั้งบริษัทร่วมทุนเพื่อดำเนินกิจการร้านค้าสะดวกซื้อแบรนด์ Lawson108 บนพื้นที่ซึ่งเป็นเอกสิทธิ์เฉพาะในระบบขนส่งมวลชน ได้แก่ บริเวณพื้นที่เชิงพาณิชย์บนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส และพื้นที่ในระบบขนส่งมวลชนอื่น ๆ ซึ่งความร่วมมือดังกล่าวยังเป็น การส่งเสริมอิโคซิสเต็มของวีจีไอจากการกระตุ้นให้มีการใช้จ่ายผ่านระบบบริการชำระเงินโดยบัตรแรบบิทและ



งานเปิดตัวบริการ “Kerry BTS Express Service” บนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส ภาพบรรยากาศงานลงนามในสัญญาร่วมทุน และร้านสะดวกซื้อ Lawson108 บนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส

ฟังก์ชัน Rabbit LINE Pay ในร้านสะดวกซื้อ Lawson108 ดังกล่าวอีกด้วย

วีจีโอ Kerry และ BTSC ที่มุ่งหน้าสร้าง Synergy เพื่อให้ความสะดวกแก่ลูกค้าที่ต้องการจัดส่งสินค้าผ่านบริการจัดส่งพัสดุด่วนของ Kerry โดยได้ริเริ่มจุดให้บริการ Kerry Express บนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส ซึ่งปัจจุบันเปิดให้บริการแล้วบน 4 สถานี ได้แก่ สถานีสยาม สถานีทองหล่อ สถานีพร้อมพงษ์ และสถานีศาลาแดง ซึ่งสามารถให้บริการส่งสินค้าได้เช่นเดียวกันกับจุดบริการ Kerry Express อื่นทุกประการ

นอกจากนี้ ยังมีการเปิดตัวบริการ Kerry BTS Express Service ซึ่งเป็นการให้บริการจัดส่งพัสดุด่วนภายในกรุงเทพมหานครที่ถึงจุดหมายได้รวดเร็วที่สุดที่เคยมีมาผ่านการเดินทางโดยเครือข่ายรถไฟฟ้าบีทีเอส โดย

สามารถจัดส่งพัสดุไปยัง 12 สถานีปลายทางแบบเดลิเวอรีได้ภายใน 3 ชั่วโมง รวมถึงมีบริการส่งของภายในระยะ 200 เมตร จากรถไฟฟ้าบีทีเอส

วีจีโอได้ขยายแพลตฟอร์มสื่อโฆษณาออนไลน์ไปยังต่างประเทศผ่านความร่วมมือกับ iClick ซึ่งเป็นผู้นำแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์และเทคโนโลยีฐานข้อมูลที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดในอันดับหนึ่งของประเทศจีน โดยในปี 2562/63 วีจีโอและ iClick ได้ร่วมกันจัดตั้งบริษัทร่วมทุนชื่อ “บริษัท วี-คลิก เทคโนโลยี จำกัด” ขึ้นในประเทศไทยเพื่อช่องทางในการช่วยให้แบรนด์สินค้าและบริการของไทยสามารถทำการตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนที่กำลังจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อสร้าง Brand Awareness ผ่านสื่อโฆษณาออนไลน์ของ iClick ในประเทศจีนได้ล่วงหน้าตั้งแต่ก่อนเดินทาง



ด้านสังคม

STAY AHEAD GO BEYOND

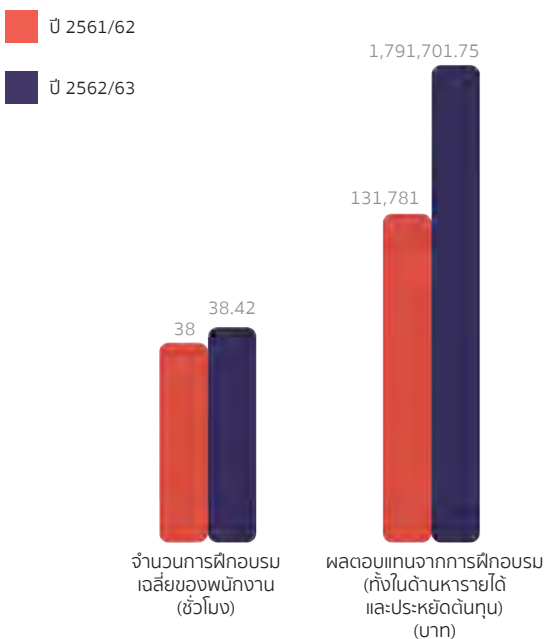
การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์



เป้าหมาย

การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ และทักษะใหม่ที่เหมาะสมกับวิสัยทัศน์การเป็น “ผู้นำโซลูชันส์ แห่งอนาคต”

พัฒนาการที่สำคัญในปี 2562/63



ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ	ผลการดำเนินงาน	
	2562/63	2561/62
จำนวนการฝึกอบรมเฉลี่ยของพนักงาน (ชั่วโมง)	37.18	39.64
ผลตอบแทนจากการฝึกอบรม (ทั้งในด้านหารายได้และประหยัดต้นทุน) (บาท)	1,791,701.75	131,781

แนวทางบริหารจัดการ

วีจีโอให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร โดยส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับชั้นมีโอกาสได้รับการฝึกอบรมอย่างเพียงพอ ทั้งในด้าน Hard skills และ Soft skills นอกจากนี้ วีจีโอยังมุ่งเน้นให้พนักงานได้พัฒนาความสามารถเชิงสมรรถนะหลัก (Core Competency) ที่องค์กรคาดหวังใน 4 ด้าน ดังนี้

- 01 **Business Acumen**
รู้จริงในงาน เข้าใจธุรกิจ สร้างพันธมิตร เห็นภาพกว้าง
- 02 **Innovation Mindset**
กล้าคิด ทดลอง เรียนรู้ พัฒนา และริเริ่มทำสิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ
- 03 **Collaboration**
ร่วมมือ ร่วมใจ รับฟัง แลกเปลี่ยน แบ่งปัน เพื่อส่วนรวม
- 04 **Leverage Capabilities**
มุ่งมั่น พัฒนา ยกระดับศักยภาพตนเองอยู่เสมอ

ทั้งนี้ วีจีโอได้ใช้ความสามารถเชิงสมรรถนะหลักเป็นเครื่องมือในการจัดทำแผนพัฒนาพนักงาน (Competency Base Training) เพื่อให้การพัฒนาพนักงานสามารถตอบสนองต่อนโยบายและแผนงาน ตลอดจนวิสัยทัศน์ภารกิจ และเป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยั่งยืน ซึ่งการฝึกอบรมพนักงานมีทั้งในเชิงการทำงาน และเชิงคุณภาพชีวิตอย่างต่อเนื่อง ผ่านการฝึกอบรมจากทั้งภายใน (In-house Trainings) และภายนอกองค์กร (Public Trainings) โดยแบ่งออกเป็น (1) หลักสูตรกลาง (Core Course) เพื่อเพิ่มความรู้ ทักษะ และประสิทธิภาพในการทำงาน ตลอดจนสร้างทัศนคติที่ดีในการทำงาน (2) หลักสูตรบริหารจัดการ (Management Course) เป็นหลักสูตรการฝึกอบรมสำหรับหัวหน้างาน ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการบริหารงาน และการบริหารผู้ใต้บังคับบัญชา และ (3) หลักสูตรเฉพาะสายงาน (Functional Course) คือ หลักสูตรการฝึกอบรมที่มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพเฉพาะลักษณะงาน



ภาพบรรยากาศการอบรมหลักสูตร Managing Self on Strength Development

ผลการดำเนินงานในปี 2562/63

วีจีโอได้จัดให้มีการอบรมหลักสูตรการประเมินความสามารถเชิงสมรรถนะแก่พนักงานทั่วทั้งองค์กรเป็นประจำทุกปี เพื่อให้มีความเข้าใจถึงความสามารถเชิงสมรรถนะหลักที่วีจีโอประสงค์ให้พนักงานพัฒนาในแต่ละด้าน พร้อมทั้งให้พนักงานสามารถประเมินความสามารถเชิงสมรรถนะหลักของตนเองได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน

ช่วงเดือนเมษายน 2562 วีจีโอได้จัดให้มีการอบรมหลักสูตร Managing Self on Strength Development โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก สำหรับพนักงานในระดับผู้จัดการขึ้นไป เพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาพรสวรรค์ (Talents) ที่มีอยู่ในแต่ละบุคคล ให้ผู้เรียนได้รู้จักและเข้าใจตนเอง สามารถวิเคราะห์พฤติกรรม และความต้องการของตนเองได้เพื่อมาประยุกต์ใช้กับการทำงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับตนเองและองค์กร พร้อมทั้งต่อยอดพัฒนาความสามารถของตนเองและทีมงานให้มีความกระตือรือร้น มีแรงบันดาลใจและความ

ตื่นตัวที่จะวางแผนและกำหนดเป้าหมายการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ช่วงเดือนสิงหาคม 2562 วีจีโอได้จัดให้มีการอบรมหลักสูตรเทคนิคและวิธีการขายสื่อโฆษณาออกบ้านเพื่อให้ประสบความสำเร็จ (How to Succeed in Out-of-Home Media Sales to Agencies) โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก ซึ่งเป็นหลักสูตรเฉพาะสำหรับฝ่ายขายเพื่อสร้างความเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้า ประยุกต์ใช้เครื่องมือที่มีอยู่ในการบริหารจัดการเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมถึงการสร้างมาตรฐานการให้บริการที่สามารถต่อยอดการขายได้อย่างโดนใจลูกค้า และการเชื่อมต่อทุกช่องทางทางการขาย และสร้างประสบการณ์อันประทับใจให้แก่ลูกค้าเพื่อกลับมาใช้ซ้ำ

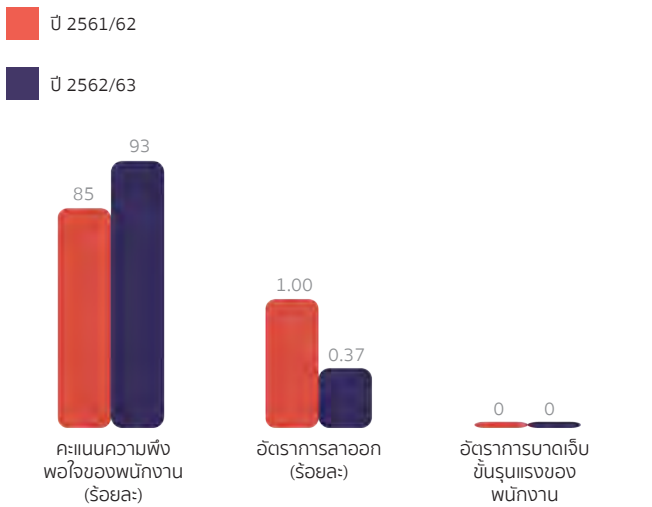
การสร้างความปลอดภัยของพนักงาน



เป้าหมาย

การรักษาบุคลากรที่มีคุณค่าต่อองค์กร โดยการสร้างแรงจูงใจและความผูกพันที่มีต่อองค์กร รวมถึงการสร้างบรรยากาศการทำงานที่เป็นมิตรและมีความปลอดภัยในทุกขั้นตอน

พัฒนาการที่สำคัญในปี 2562/63



	ปี 2562/63	ปี 2561/62
คะแนนความพึงพอใจของพนักงาน (ร้อยละ)	93	85
อัตราการลาออก (ร้อยละ)	0,37	1,00
อัตราการบาดเจ็บขั้นรุนแรงของพนักงาน (ครั้ง/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน)	0	0

หมายเหตุ : ผลการดำเนินงานนี้เป็นการวัดผลเฉพาะวีซีโอและบริษัทที่วีซีโอถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 เท่านั้น

แนวทางบริหารจัดการ

วีซีโอเล็งเห็นถึงความสำคัญของบุคลากรทุกคน ซึ่งถือเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าสูงสุดที่จะร่วมกันขับเคลื่อนให้วีซีโอไปสู่ความสำเร็จและความยั่งยืนทางธุรกิจตามเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ การดูแลและปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม และการให้ความเคารพต่อสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานตามหลักสากลภายใต้กรอบของกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องจึงเป็นเรื่องที่วีซีโอปฏิบัติและยึดถืออย่างเคร่งครัด ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการสรรหาคัดเลือกบุคลากร การประเมินผลการปฏิบัติงาน การกำหนดและการปรับขึ้นเงินเดือน และการจ่ายค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรม โดยพิจารณาจากความเหมาะสมของสภาพและลักษณะของงาน ประกอบกับผลประโยชน์ขององค์กร รวมถึงผลการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละคน (ผ่านระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานออนไลน์ขององค์กร ซึ่งมีรูปแบบการประเมินที่ให้ผู้บังคับบัญชาและผู้ถูกประเมินมีส่วนร่วมในการประเมินปีละ 2 ครั้ง)

นอกจากนี้ วีซีโอยังให้ความสำคัญกับสุขภาพ อาชีวอนามัย ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน รวมถึงสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน จึงมีการกำหนดนโยบายด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงานขึ้น ดังนี้

- ให้ความสำคัญสูงสุดแก่ผู้มีส่วนได้เสีย เช่น พนักงาน ลูกค้า ผู้รับจ้าง และสังคม ด้วยระบบจัดการ ความปลอดภัยตามมาตรฐานสากลและตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
- บริหารจัดการความปลอดภัยในเชิงรุก โดยการตรวจหาเหตุที่อาจก่อให้เกิดอันตราย วิกฤต ภัย ความเสี่ยง แล้วดำเนินการลดและควบคุมความเสี่ยงเพื่อให้เหลือความเสี่ยงน้อยที่สุด รวมถึงทำการทบทวนกระบวนการ ในการดำเนินการด้านความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ
- ให้ความสำคัญกับการสร้างความรู้ พัฒนาทักษะ และปลูกจิตสำนึกด้านความปลอดภัยแก่พนักงานทุกคน รวมถึงผู้รับจ้างและผู้ที่เกี่ยวข้อง
- ให้การรักษาความปลอดภัยสูงสุดแก่ชีวิต และทรัพย์สินในพื้นที่ความรับผิดชอบของบริษัท โดยไม่ละเลยในเรื่องการสร้างความปลอดภัย



ภาพบรรยากาศการตรวจสอบภาพพนักงานประจำปี 2562/63

ภาพบรรยากาศการฝึกอบรมหลักสูตรความปลอดภัยในการทำงาน

ผลการดำเนินงานในปี 2562/63

การตรวจสอบภาพพนักงานประจำปี 2562/63 วีจีโอมีความมุ่งมั่นที่จะดูแลพนักงานให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีและสุขภาพที่แข็งแรง โดยจัดให้มีการตรวจสอบภาพเป็นประจำทุกปี ซึ่งในปี 2562/63 ที่ผ่านมา โรงพยาบาลวิภาวดีได้มาดำเนินการตรวจสอบภาพให้แก่พนักงานที่สำนักงานวีจีโอเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่พนักงาน อีกทั้งยังจัดให้มีการอบรมหลักสูตรสอนการอ่านค่าผลการตรวจสอบภาพของพนักงานอีกด้วย

วีจีโอได้จัดให้มีการฝึกอบรมหลักสูตรความปลอดภัยในการทำงานให้แก่พนักงานและผู้รับจ้างของวีจีโอก่อนเริ่มปฏิบัติหน้าที่จริง เพื่อลดความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานในทุกขั้นตอนและเน้นย้ำถึงการปฏิบัติงานเพื่อป้องกันตนเองให้ปลอดภัยในระหว่างการปฏิบัติงานบนสถานีรถไฟฟ้ามหานคร



ภาพบรรยากาศงานสัมมนาประจำปี 2562/63

วีจีโอได้จัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อกระชับความสัมพันธ์อันดีภายในองค์กรระหว่างผู้บริหารและพนักงานอยู่เสมอ เพราะเราเชื่อว่าสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างทีมงานจะนำมาซึ่งผลการทำงานที่มีประสิทธิภาพ



ภาพบรรยากาศการจัด CEO Town Hall เมื่อวันที่ 13 มีนาคม 2563



วีจีโอมีการจัด CEO Town Hall อย่างสม่ำเสมอเพื่อสื่อสารกลยุทธ์และทิศทางการดำเนินงานขององค์กรให้พนักงานรับทราบ โดย CEO Town Hall ครั้งล่าสุดในช่วงเริ่มต้นของการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ได้มีการสื่อสารเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์ รวมถึงทิศทางของวีจีโอภายใต้วิกฤตการณ์ดังกล่าว โดย นายเล็พ ชนเนลสัน เหลียง กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ ได้แสดงวิสัยทัศน์ พร้อมสร้างแรงบันดาลใจให้กับพนักงานทุกคน ร่วมกันเปลี่ยนวิกฤตในครั้งนี้ให้เป็นโอกาสในการพัฒนาศักยภาพของวีจีโอให้มีความพร้อมที่จะกลับมามีผลประกอบการที่สูงยิ่งขึ้นเมื่อสถานการณ์ระบาดของไวรัส

COVID-19 ลึนสุดลง นอกจากนี้ กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ ยังได้แสดงความห่วงใยต่อสุขภาพของพนักงาน โดยได้ขอให้พนักงานทุกคนปฏิบัติตามมาตรการเชิงป้องกันภายในองค์กรอย่างเคร่งครัด เช่น เข้ารับการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย สวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา ล้างมือให้สะอาดอยู่เสมอ นอกจากนี้ วีจีโอยังได้ทำประกันภัยเฉพาะโรค COVID-19 ให้แก่พนักงานทุกคนเพื่อลดผลกระทบทางเศรษฐกิจในกรณีที่เกิดการติดเชื้ออีกด้วย

ความรับผิดชอบต่อเนื้อหาสื่อโฆษณา

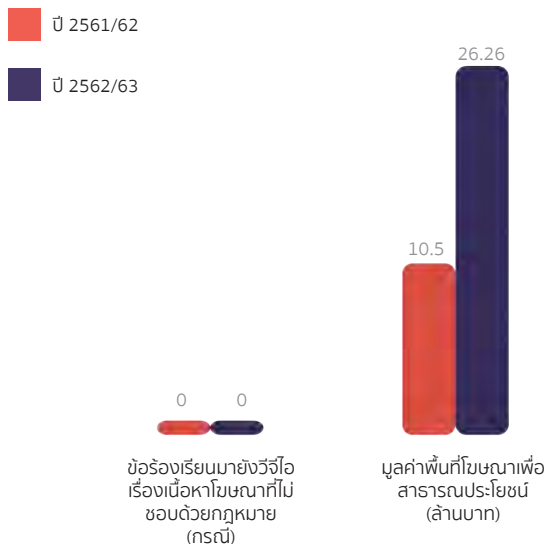


เป้าหมาย

วีจีโอมุ่งมั่นที่จะรับผิดชอบต่อสังคม โดยการควบคุมเนื้อหาสื่อโฆษณาของเรามีข้อมูลและคอนเทนต์ที่ถูกต้อง รวมถึงเป็นเนื้อหาที่สร้างคุณค่าต่อสังคม

แนวทางบริหารจัดการ

วีจีโอให้ความสำคัญต่อการกำกับดูแลเนื้อหาที่ใช้โฆษณาบนสื่อของวีจีโอเพื่อให้แน่ใจว่าเนื้อหาดังกล่าวไม่ขัดต่อกฎหมาย หรือศีลธรรมอันดี หรืออาจก่อให้เกิดความวุ่นวายต่อสังคม จึงได้กำหนดให้มีขั้นตอนในการตรวจสอบเนื้อหาของสื่อโฆษณาโดยฝ่ายกฎหมายและกำกับดูแลของวีจีโอก่อนการเผยแพร่ทุกครั้ง นอกจากนี้วีจีโอยังได้ใช้สื่อโฆษณาในแพลตฟอร์มต่าง ๆ ของเราในการเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์ข่าวสารและเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมเป็นประจำ เช่น ข่าวสารเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์รอบด้านอย่างทันถ่วงที รายงานสภาวะอากาศ ราคาทอง หรือราคาน้ำมัน รวมทั้งกิจกรรมหรือแคมเปญที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมของวีจีโอ พันธมิตรทางธุรกิจ และองค์กรที่มีการกิจเพื่อสังคม



	ผลการดำเนินงาน	
	ปี 2562/63	ปี 2561/62
ข้อร้องเรียนมายังวีจีโอ เรื่องเนื้อหาโฆษณาที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย (กรณี)	0	0
มูลค่าพื้นที่โฆษณาเพื่อสาธารณประโยชน์ (ล้านบาท)	26.26	10.5

ผลการดำเนินงานในปี 2562/63

วีจีโอสนับสนุนให้สื่อโฆษณาของเราเพื่อเป็นกระบอกเสียงในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและแคมเปญที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมเสมอมา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในช่วงที่มีการระบาดของไวรัส COVID-19 วีจีโอได้ใช้สื่อโฆษณาของเราในแพลตฟอร์มต่าง ๆ เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์และรณรงค์แคมเปญเกี่ยวกับการปฏิบัติตนให้ถูกวิธีเพื่อป้องกันการระบาดของไวรัส COVID-19 และแคมเปญรณรงค์ให้ประชาชนอยู่บ้าน หยุดเชื้อเพื่อชาติ ตามนโยบายของทางภาครัฐ โดยเราคาดหวังว่าสื่อโฆษณาของเราจะมีส่วนช่วยสร้างความตระหนักรู้ และปลูกจิตสำนึกให้ทุกคนร่วมกันเป็นส่วนหนึ่งให้ประเทศไทยผ่านพ้นวิกฤตนี้ไปด้วยกัน



ภาพสื่อโฆษณาภายใต้แคมเปญรณรงค์ให้ประชาชนอยู่บ้าน หยุดเชื้อเพื่อชาติ



ด้านสิ่งแวดล้อม

STAY AHEAD GO BEYOND

การจัดการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



เป้าหมาย

วิจีโอมุ่งมั่นที่จะลดผลกระทบจากการดำเนินงานต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนใช้หรือขายสื่อโฆษณาของวิจีโอเป็นการรณรงค์และผลักดันให้เกิดการตระหนักรู้และการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมในสังคมเป็นวงกว้างเพื่อช่วยลดสาเหตุที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ (Climate Change)

พัฒนาการที่สำคัญในปี 2562/63

ประกาศใช้นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นทางการเพื่อกำหนดกรอบในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมในภาพรวมให้มีความชัดเจนและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในโครงการถนนวิภาวดีฯ ไม่มีขยะ ซึ่งริเริ่มโดยสำนักงาน ก.ล.ต.

เป็นกระบอกเสียงในการประชาสัมพันธ์และรณรงค์ให้เลิกใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง เพื่อตอบสนองนโยบายของภาครัฐเพื่อช่วยลดปัญหาในการจัดขยะพลาสติก

แนวทางบริหารจัดการ

ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม

มาตรการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

การจัดการขยะ



วิจีโอรณรงค์ให้พนักงานคัดแยกประเภทขยะโดยนำไปทิ้งในถังแยกขยะแต่ละประเภทที่เราได้จัดเตรียมไว้ รวมถึงมีการนำขยะที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ส่งต่อไปยังหน่วยงานที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อไปได้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

การพัฒนานวัตกรรมเพื่อนำโพลีเอทิลีนที่เหลือใช้จากสื่อโฆษณาของวิจีโอมาขยายวงจรการใช้ประโยชน์เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

การใช้ทรัพยากรและพลังงานในสำนักงานอย่างมีประสิทธิภาพ

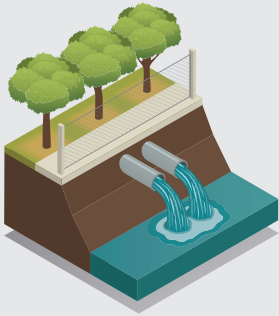


การสนับสนุนและส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในการใช้ทรัพยากรและพลังงานในสำนักงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยได้กำหนดแนวปฏิบัติต่าง ๆ ไว้ เช่น

- ลดจำนวนการใช้กระดาษภายในสำนักงาน ด้วยวิธีการพิมพ์บนกระดาษทั้งสองด้าน และจัดทำรายงานและใบสั่งงาน ตลอดจนจัดเก็บเอกสารในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์
- ลดปริมาณการใช้ไฟฟ้า โดยการเปิดใช้ไฟฟ้าเท่าที่จำเป็น และปิดไฟและเครื่องปรับอากาศในเวลาพักกลางวัน

ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม

การจัดการน้ำทิ้งจากพื้นที่ร้านค้าบนสถานีรถไฟฟ้ามหานคร



มลภาวะทางเสียงและทางสายตาจากสื่อโฆษณาของวีจีไอ



แพลตฟอร์มเพื่อเพิ่มความตระหนักรู้ (Inspire Platform)

มาตรการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

วีจีไอจัดให้มีระบบการกักน้ำเสียของร้านค้าบนสถานีรถไฟฟ้ามหานครที่ได้มาตรฐาน โดยมีการนำน้ำทิ้งดังกล่าวมาผ่านระบบการบำบัดน้ำเสียบริเวณใต้สถานีเพื่อให้มีค่าตามมาตรฐานที่กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมกำหนดก่อนปล่อยสู่ท่อระบายน้ำสาธารณะ

วีจีไอให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการควบคุมสื่อโฆษณาของวีจีไอไม่ให้ก่อให้เกิดมลภาวะทางเสียงและทางสายตาต่อผู้ชมสื่อ



ภาพการตรวจวัดระดับเสียงของสื่อโฆษณาร้านสถานีรถไฟฟ้ามหานคร



ภาพการตรวจวัดค่าแสงของสื่อโฆษณาร้านสถานีรถไฟฟ้ามหานคร

การควบคุมมลภาวะทางเสียง

วีจีไอจัดให้มีการตรวจวัดระดับเสียงของสื่อโฆษณาของเราทั้งในขบวนรถไฟฟ้าและบนสถานีเป็นประจำ เพื่อให้แน่ใจว่าระดับเสียงของสื่อโฆษณาดังกล่าวเป็นมิตรต่อผู้ชมและเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด

การควบคุมมลภาวะทางสายตา

วีจีไอจัดให้มีการตั้งและตรวจวัดค่าความสว่างของสื่อมัลติมีเดียของวีจีไอตามเวลาออกอากาศเป็นประจำ เพื่อให้แน่ใจว่าค่าความสว่างของสื่อโฆษณาของเราไม่ก่อให้เกิดมลพิษและอันตรายทางสายตา

ในฐานะผู้ประกอบการสื่อโฆษณาที่มีแพลตฟอร์มที่หลากหลาย สามารถเข้าถึงผู้รับชมทั่วทั้งประเทศ วีจีไอได้ใช้ศักยภาพเครือข่ายสื่อโฆษณาของเราเป็นกระบอกเสียงในการเผยแพร่เนื้อหาที่ช่วยสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและรณรงค์ให้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในชีวิตประจำวันเพื่อช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ผลการดำเนินงานในปี 2562/63

วีจีโอได้ประกาศใช้นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมที่ได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท โดยมุ่งเน้นที่จะผลักดันการดำเนินงานเพื่อลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ผ่านมาตรการหลัก 3 ด้าน ประกอบด้วย การใช้น้ำและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การลดปริมาณของเสียที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัทฯ และการใช้แพลตฟอร์มสื่อโฆษณาเพื่อช่วยเพิ่มความตระหนักและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (Inspire Platform)

วีจีโอได้เข้าร่วมโครงการ “ถนนวิภาวดีฯ ไม่มีขยะ” ซึ่งจัดขึ้นโดยสำนักงาน ก.ล.ด. ซึ่งรณรงค์ให้บริษัทจดทะเบียนที่ตั้งอยู่

บนถนนวิภาวดีรังสิตร่วมกันลดปริมาณขยะที่จะถูกนำไปกำจัดโดยวิธีการฝังกลบ โดยการแยกขยะแต่ละประเภทและนำส่งขยะแต่ละประเภทไปยังปลายทางที่สามารถนำขยะดังกล่าวไปสร้างประโยชน์หรือมูลค่าต่อไป โดยปัจจุบัน วีจีโอได้ร่วมกับบีทีเอส กรุ๊ป บริษัท ยู ซี ดี จำกัด (มหาชน) และหน่วยงานอื่นซึ่งตั้งอยู่ในอาคารทีเอสที ทาวเวอร์ เริ่มดำเนินการแยกขยะและรณรงค์เพื่อให้บุคลากรในอาคารทีเอสที ทาวเวอร์ มีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถแยกขยะได้อย่างถูกต้องและเป็นระบบ โดยขยะที่สามารถรีไซเคิลหรือใช้ประโยชน์ต่อไปจะถูกส่งต่อไปให้กับหน่วยงานที่สามารถนำไปสร้างประโยชน์ได้ต่อไป



14.2.2020

“ดีเดย์.....รักชีโลก รักเรา”
วาระโลกนี้ รวมพลังแสดงความรักต่อโลก

“เอ๊ะ! สักนิด...คิดก่อนทิ้ง เพื่อโลกของเรา”

มาช่วยกันคิดแยกขยะทิ้งให้ถูกประเภท



The infographic features a grid of icons representing different types of waste: electronic waste (laptop, monitor, keyboard), plastic (bottle, cup, container), metal (can, lid), glass (bottle, jar), paper (box, newspaper), and organic (fruit, vegetable, food scraps). Below the icons are six recycling bins labeled: E-WASTE (red), PLASTIC (orange), METAL (yellow), GLASS (green), PAPER (blue), and ORGANIC (black).



We want your bottle cap! ขอฟา
นอะคะ

ฟาวด์น้ำดื่มของคุณมีค่า
ร่วมบริจาคฟาวด์น้ำดื่ม
เพื่อแปรรูปเป็น กระจกต้นไม้
ร่วมกันเปลี่ยนขยะให้เป็น
อากาศบริสุทธิ์เพื่อโลกของเรา



The poster shows a blue recycling bin with a white recycling symbol. Several blue bottle caps are scattered around it. A hand is shown holding a blue bottle cap. The background is a textured brown surface.

VGI 

ภาพโปสเตอร์รณรงค์การแยกขยะให้ถูกวิธี และการรับบริจาคฟาวด์น้ำดื่มที่ใช้แล้วเพื่อนำไปรีไซเคิล



ภาพบรรยากาศการนำแผ่นไว้นิลไปบริจาคที่จังหวัดอำนาจเจริญ

บริษัทฯ ได้นำแผ่นไว้นิลที่ผ่านการใช้งานจากสื่อโฆษณาไปบริจาคให้แก่โรงเรียนบ้านเหล่าฝ้ายศาลาสამัคคี ตำบลแมต อำเภอสืออำนาจ จังหวัดอำนาจเจริญ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการทำการเกษตรของโรงเรียนและชาวบ้านในชุมชนต่อไป ซึ่งถือเป็นโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากเป็นการช่วยลดปริมาณขยะจากการดำเนินงานของบริษัทฯ และสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชนในคราวเดียว

วีจีไอเล็งเห็นความสำคัญของปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากขยะพลาสติก จึงได้เริ่มปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้ของขวัญปีใหม่แก่คู่ค้าเป็นการมอบบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากฟางข้าวซึ่งสามารถย่อยสลายได้ง่าย เพื่อลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง ในส่วนของบุคคลทั่วไป บริษัทฯ ได้จัดทำโครงการ VGI Gift for Giving

ซึ่งเป็นโครงการที่วีจีไอผลิตเนื้อหาและใช้สื่อโฆษณาเพื่อรณรงค์ให้เลิกการใช้บรรจุภัณฑ์แบบใช้ครั้งเดียวทิ้งปลูกจิตสำนึกการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมบนพื้นฐานของการอย่างยั่งยืนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน หรือ Circular Economy ซึ่งจัดทำโครงการดังกล่าวทั้งสิ้น 30 วัน โดยสามารถเข้าถึงผู้โดยสารรถไฟฟ้ามหานครกว่า 800,000 คนต่อวัน และมีมูลค่าสื่อทั้งสิ้นกว่า 3 ล้านบาท ซึ่งประชาชนบุคคลทั่วไปที่เข้าร่วมกิจกรรมจะได้รับบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากฟางข้าวจากวีจีไอส่งฟรีถึงบ้าน เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการใช้งานผลิตภัณฑ์ที่มีตรงกับสิ่งแวดล้อมและใช้ซ้ำได้ (Reusable) ทดแทนการใช้พลาสติกครั้งเดียวทิ้งเพื่อตอบสนองต่อนโยบายของภาครัฐในการช่วยลดปัญหาในการจัดการขยะพลาสติกอย่างเป็นรูปธรรม



ภาพของขวัญของขวัญปีใหม่ซึ่งทำจากฟางข้าวและภาพตัวอย่างการเผยแพร่โครงการ VGI Gift for Giving ผ่านสื่อโฆษณาของวีจีไอ

The logo features the letters 'VGI' in a bold, white, sans-serif font, followed by a lowercase 'i' with a dot. The text is centered within a large, circular graphic that has a radial gradient from orange at the top to dark blue at the bottom. The background of the entire page is a gradient from dark blue at the top to orange at the bottom.

VGI

**Sustainability Report 2019/20 of
VGI Public Company Limited**

Contents

Sustainable Development at VGI 57

VGI Ecosystem	58
Vision	63
Award and Achievement from the Past Year	64

Social Dimension 83

Human Resources Development	84
Employee Engagement	86
Responsible Contents	89

Sustainability Performance Result 98

Definition	53
Message from the Chairman	55
About this Sustainability Report	56

Economic Dimension 69

Tranparent Business	70
Smart and Innovative Product	74
Customer Relationship Management	77
Business Partner Engagement	80

Environmental Dimension 91

Environment-Friendly Management	92
---------------------------------	----

GRI Content Index 102



Definition

The Company or VGI	refers to	VGI Public Company Limited
BTS Group	refers to	BTS Group Holdings Public Company Limited
VGI Group	refers to	VGI Public Company Limited and its subsidiaries
Rabbit Group	refers to	BSS Holdings Company Limited and Bangkok Smartcard System Company, including their subsidiaries
SET	refers to	The Stock Exchange of Thailand
SEC	refers to	The Securities and Exchange Commission
Ads Chao Phraya	refers to	Ads Chao Phraya Co., Ltd.
BTSC	refers to	Bangkok Mass Transit System Public Company Limited
iClick	refers to	iClick Interactive Asia Group Limited
Kerry	refers to	Kerry Express (Thailand) Public Company Limited
PLANB	refers to	Plan B Media Public Company Limited



Message from the Chairman

The situation of COVID-19 outbreaks in the year 2020 was a lesson that tested for sustainability of all organizations across the world. It was also an affirmation of how necessary it is to create sustainability in all dimensions within an organization. Cooperation and support from all levels of personnel, from the strategic planning level to the operational level, were therefore required in order to push for a robust sustainability in an organization.

At VGI, creating sustainability in the organization has always been our priority. We have planted our business foundations, risk management, and management structure in accordance with the principles of good corporate governance, with care placed toward the environment. This has advanced VGI from being merely a service provider for media on BTS stations to the vision of becoming "Pioneering Solutions for Tomorrow" by employing on "VGI Ecosystem" that embraced advertising, payment and logistics businesses. Such foundations for sustainability made VGI stand tall amidst the unprecedented crisis, enabled VGI to take care of our employees who are families, and allowed VGI to lend a hand to our business partners and society so that everyone can get through this difficult period of time altogether.

Building sustainability in all aspects within the organization is one of the key missions which we, VGI, have been adhering to as an everyday working value. We believe that this is an important fundamental which will sustainably grow VGI alongside the Thai society.



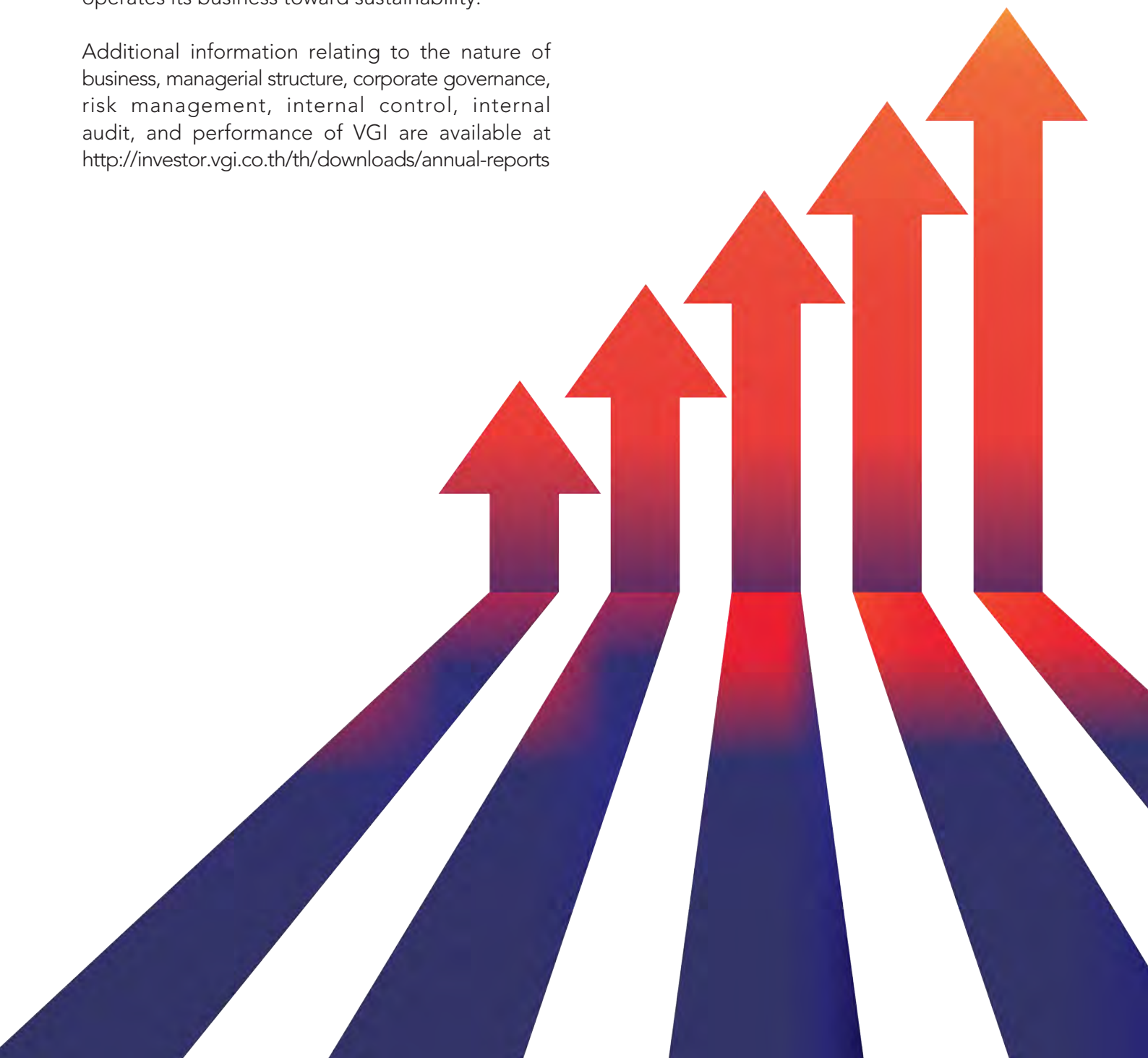
Mr. Keeree Kanjanapas
Chairman



About this Sustainability Report

VGI has been presenting Sustainability Report on an annual basis. This Sustainability Report 2019/20 has been prepared for the fifth consecutive year in reliance on the GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) with the 'Core Option' basis, to present VGI's performance and response to the key sustainability issues in economic, social, and environmental dimensions, during 1 April 2019 to 31 March 2020, in order for the stakeholders to understand and assured confident how VGI operates its business toward sustainability.

Additional information relating to the nature of business, managerial structure, corporate governance, risk management, internal control, internal audit, and performance of VGI are available at <http://investor.vgi.co.th/th/downloads/annual-reports>



Sustainable Development at VGI

STAY AHEAD GO BEYOND

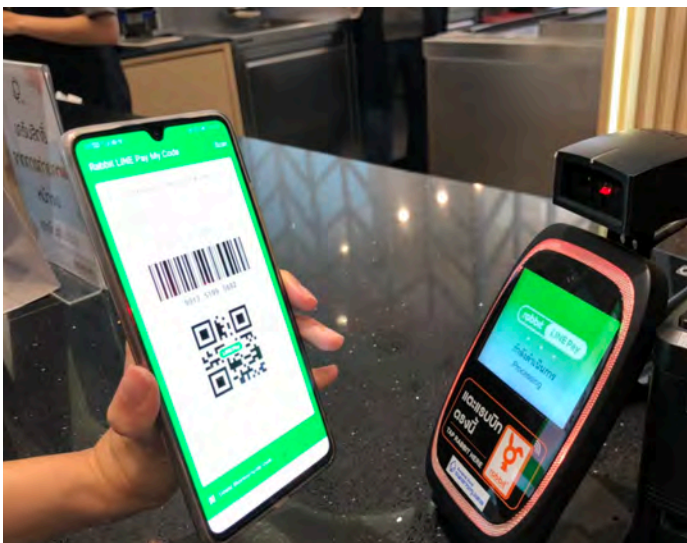
VGI Ecosystem



Advertising

VGI Ecosystem

At present, "VGI" is an Offline-to-Online solutions (O2O Solutions) provider who has full-circle ecosystem covering advertising, payment, and logistics businesses. We aim to be in the lead of design for customer's experience in order to respond to the needs of advertisers and brands by providing unique solutions via our ecosystem. In addition, we are determined to grow our business in parallel with building sustainability to all groups of stakeholders



Payment



Logistics



Advertising Business



Advertising Media in Mass Transport System

Reach and communicate effectively with million commuting audiences across urban transportation



Advertising Media in Office Building

Spread advertising to catch the eyes of white-collar audience in the heart of Bangkok



Outdoor Advertising Media

Nationwide coverage which reaches massive audiences and efficiently enhances brand awareness and recognition.



Activation

Providing experience in product testing for over 40 million consumers a year to link to other marketing campaigns



Advertising Media in Airports

Elevate more than 150 million passengers' experience by creating airport experience more comfortable and enjoyable at each stage of their trip



Payment business



Rabbit Cards

Stored value card that allows easy, convenient, and safe payments which can be used to pay fares for BTS and other transport systems, including purchase of leading products and services across the country. Currently, there are over 13 million Rabbit Cards issued.



Rabbit LINE Pay

E-payment system which is one of the functions embedded in LINE messaging application with over 45 million user accounts all over the country. Rabbit LINE Pay users can carry out financial transaction across offline and online platforms.



Rabbit Finance

Website comparing prices of insurance and financial products of over 40 insurance companies and financial institutions, including insurance brokers

Logistics Business



Number One Express Delivery Service in Thailand by Kerry Express

Capable of express delivering over 2 million parcels daily, as a result of having over 1,300 distribution centers, 800 parcel shops, and 17,000 service points nationwide.

O2O MARKETING SOLUTIONS



Leader of Offline and Online Advertising Media Market

VGI possesses the most various platforms of out-of-home advertising media, with media capacity of over 70 percent of the market share in the country, valuing up to THB12 billion. In addition, VGI obtained big data from numerous platforms in VGI ecosystem, which allowed us an opportunity to develop such data into customer insights. As a result, VGI can provide both online and offline marketing services that can precisely present products and services from brands to the right target groups which efficiency of the results is measurable. Further, VGI has built customer engagement by physically connecting with the target groups via our logistics platform, which has the potential to reach over 1 million consumers daily.

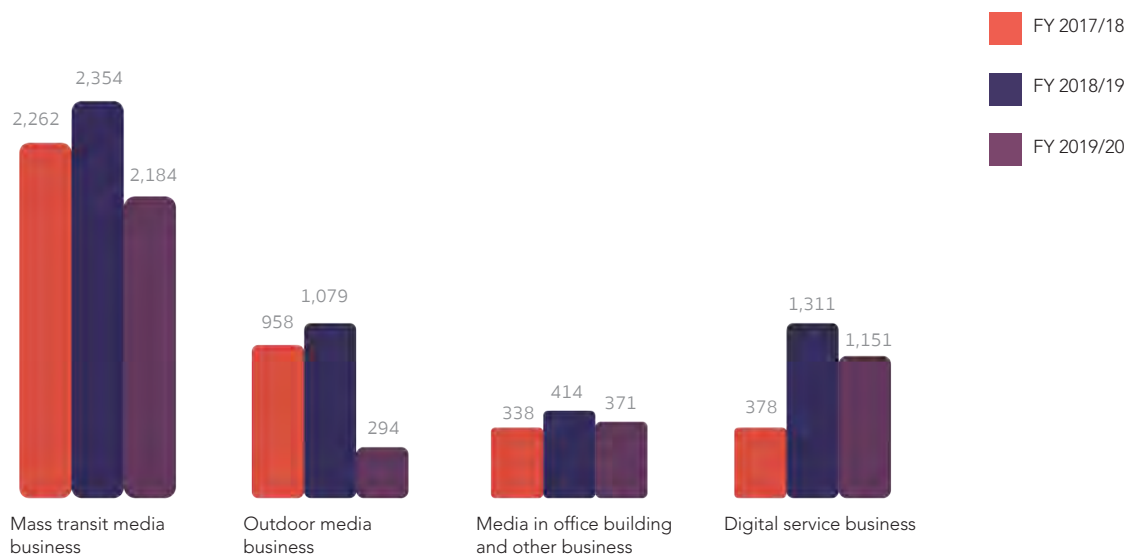
Business Growth

Operating Performance	FY 2019/20	Historical Comparison	
		FY 2018/19	FY 2017/18
Operating Revenue (THB million)	4,000	3,611	3,936
Operating Profit (THB million)	1,424	1,101	846
Dividend Payment ¹ (THB per share)	0.061	0.094	0.094
Number of Employees in VGI Group ² (persons)	692	1,042	819

Remarks

- 1) Dividend payment for the second half period of FY 2019/20 at the rate of THB 0.016 per share, in the amount of not exceeding THB 164.36 million is not certain yet as it requires the approval from the 2020 Annual General Meeting of Shareholders
- 2) Information as of 31 March 2020

Revenue Breakdown

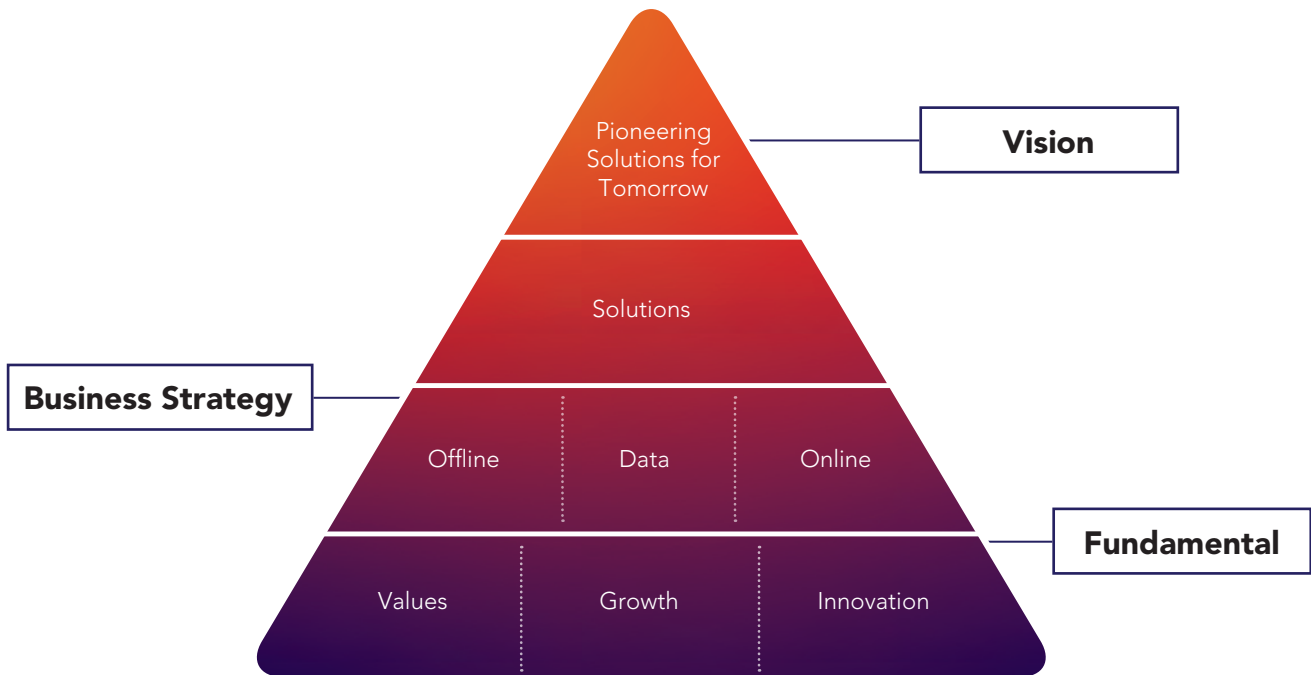


Business Type	FY 2019/20	Historical Comparison	
		FY 2018/19	FY 2017/18
Mass transit media business	2,184	2,354	2,262
Outdoor media business	294	1,079	958
Media in office building and other business	371	414	338
Digital service business	1,151	1,311	378

Unit: THB Million

Vision

VGI is determined to provide “Pioneering Solutions for Tomorrow”. To accomplish such vision, we planned our business strategy according to and in line with the business fundamentals.



V Values

Organizational Values : We believe in creating sustainable values for shareholders, partners and society. This is our principle which VGI has been adhering for our business operation.

G Growth

Business Growth : We are determined to be a leader in the industry with growth and willingness to ally with business leaders from all over the world, which would also help promoting each of our business unit. This is a key fundamental that allows VGI to grow distinctively.

I Innovation

Innovation Creation : We emphasize the importance of digital, technology, research, and development to achieve the excellence in developing products and solutions that fit all generations in order to best respond to consumer’s needs which change constantly.

Award and Achievement from the Past Year



VGI was ranked in the SET50 index as the one and only listed company in the media and publishing category in the SET 50.



VGI received honorable awards from the SET AWARDS 2019 which was arranged by the SET and Money and Banking Magazine, totally 4 awards as follows:

- Outstanding CEO Award;
- Outstanding Young Rising Star CEO Award;
- Outstanding Company Performance Award; and
- Outstanding Investor Relations Award.



VGI was classified in the excellent level and has been categorized in the 5-star tier for the fifth consecutive year, following the assessment of the Corporate Governance Report of Thai Listed Companies (CGR) of the Thai Institute Directors (IOD).



VGI was ranked one of the ESG 100 securities with outstanding performance in the aspects of environment, society, and corporate governance, evaluated by ESG Rating agency of the Thaipat Institute.

Materiality in Relation to Sustainability of VGI

Procedures

Procedures used in determining materiality in relation to sustainability of VGI were prepared in conformity with the GRI Sustainability Reporting Standards or GRI Standards, taking into account the key topics facing the stakeholders, including VGI's key topics that affects the environment, economy, and society. The content selection and materiality assessment process can be summarized as follows:

Step
1

Identification of material topics

VGI has reviewed the 2018/19 material topics for sustainability and studied them in comparison with both domestic and international materiality topics, e.g. SETTHIS index criteria and the Sustainability Development Goals or SDGs determined by the United Nations, taking into account the internal and external stakeholders, nature of business, corporate risks, business opportunities and media industry trends.

Step
2

Prioritization of material topics

VGI has assessed and ranked priorities of the material topics identified from Step 1 by considering 2 aspects, namely, (i) significance to the internal and external stakeholders and (ii) significance to the societal, economic, and environmental impact, by weighing the significance of each materiality in the sustainability context, mainly based on the business strategy.

Step
3

Verification

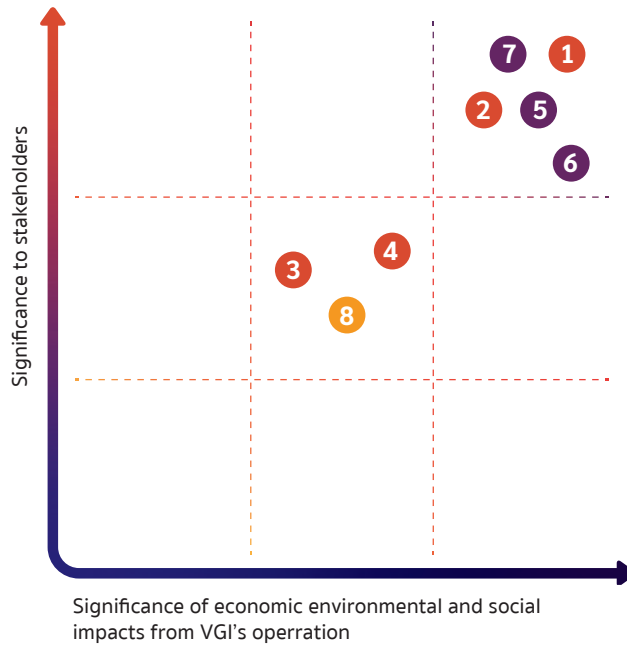
The Corporate Governance Committee, by the recommendations of the Executive Committee, has considered and determined the material topics of the organization, including providing opinions and examining the assessment of the materiality, scope, and content of the report to ensure that this report contains complete content and embodies the materiality relating to VGI.

Step
4

Review of Materiality

VGI has procedures to review the operating performance against the material topics for sustainability on an annual basis and arranged channel for any comment and suggestion from the stakeholders at the back of this report to ensure that the disclosed information in this report is appropriate, in line with the topics that need to be communicated, and meeting the internal and external stakeholders' expectations.

Materiality in Relation to Sustainability of VGI



Material Topics	Scope of Impact		Sustainability Development Goals (SDGs)			
	Internal	External	16	9	8	
Economy	1. Transparent business	●	●	16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS	9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH
	2. Smart and innovative product	●	●	3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH
	3. Customer relationship management	●	●	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH
	4. Business partner engagement	●	●	4 QUALITY EDUCATION	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH
Society	5. Human resources development	●		3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING	5 GENDER EQUALITY	10 REDUCED INEQUALITIES
	6. Employee engagement	●		12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION		
Environment	7. Responsible contents	●	●	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION		
	8. Environment-friendly management	●	●	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	13 CLIMATE ACTION	

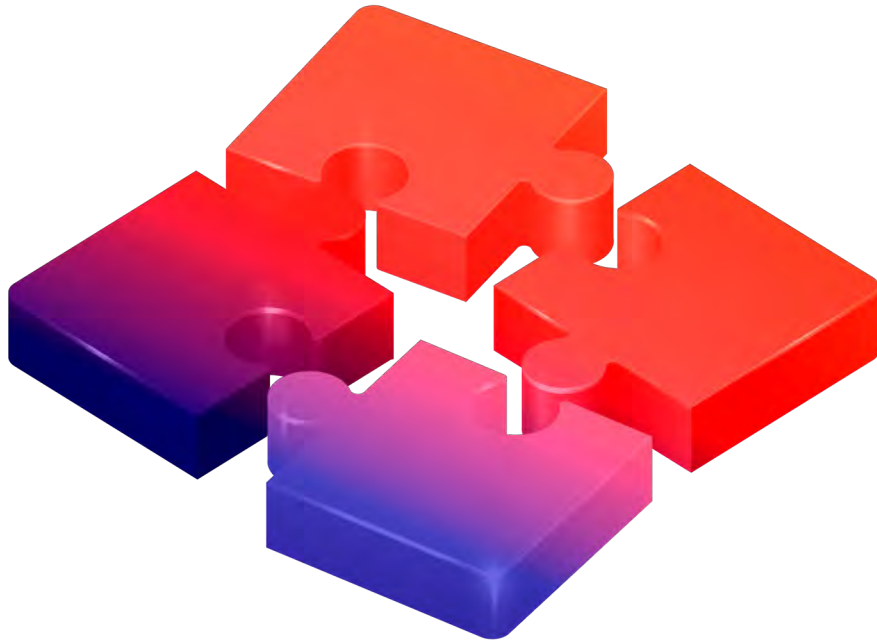
Stakeholder Engagement

VGI recognizes the roles and the importance of all groups of internal and external stakeholders by providing appropriate, equitable, and fair treatment as we believe that good relationship with each group of stakeholders plays an important role to the sustainable development and the long-term

success of the organization. Therefore, VGI has arranged procedures and various communicating channels to engage groups of stakeholders so that we know the expectations and further apply the comments from the stakeholders to the operation of the organization.

Group of Stakeholders	Procedure and Communicating Channel	Example of the Expectation
Shareholder/ Investor	<ul style="list-style-type: none"> - Annual general meeting of shareholders - Reports on the operating results on a quarterly and annual basis by disclosing the same on websites of VGI and SET - Meeting with investors and share holders - Various communicating channels, such as website, email, telephone 	<ul style="list-style-type: none"> - Conduct business with transparency and accountability, including having good and efficient corporate governance - Operate business with growing, stable, and sustainable results - Consistently disclose information regarding the operating results - Respect the rights of the shareholders and treat shareholders equally
Customers	<ul style="list-style-type: none"> - Annual satisfaction survey - Building customer relations, e.g. arranging mutual activities to strengthen relations - Receipt of complaints, suggestions, and comments via complaint channel 	<ul style="list-style-type: none"> - Present products with quality that meet customers' expectation at a fair and appropriate price - Provide accurate and adequate information for customers' decision making - Continuously improve quality and form of products and services
Business partners	<ul style="list-style-type: none"> - Selection procedure and performance assessment of business partners - Meeting with business partners 	<ul style="list-style-type: none"> - Procure transparently, fairly, and accountably - Comply with agreements
Trade competitor	<ul style="list-style-type: none"> - Policy and guideline in relation to competitors 	<ul style="list-style-type: none"> - Treat trade competitors fairly under the laws and good trade ethics - Compete freely and operate the business with fairness and not monopolize
Employee	<ul style="list-style-type: none"> - CEO Town Hall for updating progress of operation and creating employee's understanding - Internal communicating channels, e.g. VGI LINE Official Account and Intranet, and common areas in the office - Annual seminar - Annual satisfaction survey - Comment box 	<ul style="list-style-type: none"> - Treat employees equitably, respect fundamental human rights under international standards, laws, rules, and regulations - Consistently train and improve potential of the employees, both internally and externally - Provide career growth - Provide appropriate remuneration and welfare

Group of Stakeholders	Procedure and Communicating Channel	Example of the Expectation
Community, Society, and Environment	<ul style="list-style-type: none"> - Activities for communities and society - Organizational management that takes environment into consideration - Use of advertising platforms to publicize news that are useful to the public 	<ul style="list-style-type: none"> - Develop society, community, and environment - Coexist with the community sustainably - Minimize the impact on environment from the business operation - Be part of cultivating people’s moral values in conserving the environment



Economic Dimension

STAY AHEAD GO BEYOND

Transparent Business



Objective

VGI aims to develop the organization to have good corporate governance, risk management, and internal control, including operating the business with integrity and transparency, and anti-corruption in all forms in order to create an efficient management system with the highest efficiency and to gain stakeholder's trust.

Key Developments in 2019/20

- Being the only company in the media and publication business category to be selected in the SET50 index.
- Declared intention to join "The Market Governance Promotion Initiative in Celebration of the Royal Coronation" which was initiated by the SEC in collaboration with 12 organizations in the capital market, with a purpose to drive the Thai capital market towards sustainability by conducting businesses with good corporate governance and social and environmental responsibility according to the Sustainability Development Goals (SDGs) as outlined by the United Nations
- Set up the Risk Management Committee and the risk management team to support the performance of the Risk Management Committee in order to enhance the potential in enterprise risk management to be more efficient and concrete

Management Approach

VGI places the importance on the corporate governance. With awareness and confidence that a good corporate governance is a key factor to promote and support business to grow sustainably, the Board of Directors thus implemented the Corporate Governance Policy and Code of Conduct which covers various areas, namely, rights of shareholders, equitable treatment of shareholders, roles of stakeholders, disclosure and transparency, and responsibilities of the Board of Directors, in accordance with the principles of corporate governance outlined by the SET and the Corporate Governance Code for Listed Companies 2017 outlined by the SEC, including the Thai Institute of Directors. In addition, VGI has been reviewing such policy and code on an annual basis to ensure that it is appropriate and in line with the business conditions of VGI. This is to instill the knowledge and understanding to all levels of employees in VGI with regards to the key policy and guidelines of the Corporate Governance Policy and Code of Conduct, including the anti-corruption measures and other relevant measures. VGI has arranged a learning process regarding the policy and guidelines in relation to the Corporate Governance Policy and Code of Conduct (including anti-corruption measures and guidelines) via e-learning media to current and entering employees, including taking a test at the end of the learning.

Further, VGI has a good management system through VGI's management structure which explicitly separates the powers, duties, and responsibilities of each body in order to maintain check and balance mechanism, and balance of powers between the roles in corporate governance, management, and operation.





The Board of Directors and the subcommittees have duties to govern and oversee the management's performance, to define the Company's vision, mission, values, strategies, and long-term goals as well as to make decision in the matters significant to the operation of VGI Group.

The Chief Executive Officer and executives have duties to manage various aspects and operate day-to-day business operations as designated by the Board of Directors including regularly reporting results to the Board of Directors. The employees must responsibly perform their duties as assigned in accordance with the rules, procedures, and policy.

For additional information regarding corporate governance, please see "Corporate Governance" in the 2019/20 Annual Report.

Anti-Corruption

VGI is committed to oppose all forms of corruption and bribery by encouraging the Board of Directors, executives, and all levels of employees, including subsidiaries and persons related to the business operation, not to directly or indirectly involve in the corruption. VGI has been reviewing the anti-corruption measures and other relevant measures on the annual basis to ensure that those policies are appropriate and adequate to prevent, inspect, and respond to the fraud risks which may arise within the organization from the business operation of VGI Group.

In addition to instilling knowledge and understanding regarding anti-corruption measures and guidelines via e-learning media as mentioned above, VGI also organized a reporting system for the acceptance of any gift, asset, or other benefit following the "No Gift Policy" which VGI has gathered all gifts that that were unable to return to the givers and handled them as appropriate.

Further, VGI has opened whistle-blowing channels. If any employee or outsider encounters any act that may be suspected as a misbehavior, whether it may be a non-compliance of laws, the Corporate

Governance Policy and Code of Conducts, or the anti-corruption measures, he/she can report the same or submit a complaint via 2 channels, as follows:

- Intranet
- Email: DoltRight@vgi.co.th



VGI will keep the name, address or any information that can identify the complainant or informant confidential and allow only the persons responsible for investigation to have access to such information. In 2019/20, VGI did not receive any report or complaint relating to the corruption.

Risk Management

VGI recognizes the importance of risk management which is a critical factor to drive the organization to achieve sustainable success. Accordingly, VGI has implemented risk management procedures following the guidelines of the Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO) to minimize the probability that may cause negative impact on the organization. VGI also prepared risk management plans to handle the situations, in accordance with the directions, targets, and business strategies of VGI Group, by analyzing the risks arise from the changing conditions, both internally and externally.

In 2019/20, VGI has developed the risk management procedures so that the risk identification, analysis, and management are more systematic, comprehensive, and in line with the business strategy of VGI. Thus, the Risk Management Committee was appointed, and the risk management team was formed to specifically support the function of the Board of Directors in the aspect of enterprise risk management. Also, the Risk Management Policy and the risk appetite were determined to set up a concrete framework for enterprise risk management and to designate the Risk Management Committee the duty to report its performance on the risk management to the Board of Directors

In addition, VGI also held training courses relating to the risk management to the executives and members of risk management team who are representatives of each business unit, to build knowledge, understanding, and skills to analyze, identify, manage, and monitor the risks that may impact VGI's operation in various aspects, including embedding the risk management as a corporate culture and pass it onto the practice of employees and executives throughout the organization.

For additional information regarding risk management, please see "Risk Factors" in the 2019/20 Annual Report.

2019/20 Performance

In 2019/20, VGI has developed its operation to achieve the goal which is to become the organization with transparent, effective, and efficient management system, where the key performance includes the followings:

- E-Learning Project – VGI Group is committed to convey knowledge and understanding of the content in the Corporate Governance Policy and Code of Conduct and anti-corruption measures, including other relevant measures, via e-learning media with a test to monitor the understanding, together with emphasizing the awareness of the employees concerning relevant measures via various types of communication in order for a correct and complete compliance.

- VGI is determined to be an organization that conducts business with integrity and transparency by refusing all types of corruption. On 31 March 2020, VGI has applied to renew its membership of the Thailand's Private Sector Collective Action Coalition against Corruption (CAC) which was to expire on 18 August 2020. Further, VGI has organized anti-corruption training program by inviting a consultant from KPMG Phoomchai Business Advisory Co., Ltd. to hold a training course in relation to anti-corruption for the entire organization in order to strengthen knowledge and understanding relating to anti-corruption measures and guidelines. The training program for the directors of the Company and the training program for the executives and employees of the Company were held on 24 March 2020 and 20-21 February 2020, respectively.

- A training program with respect to enterprise risk management was organized for risk management team, consisting of representatives from each business unit, by an enterprise risk management expert. A workshop was also conducted to test and promote the understanding in identifying risks and determining suitable risk management tools, in order to completely and efficiently assess and manage risks arising from the operation of each business unit.



Photos from the anti-corruption training program for executives and employees



Photos from the risk management training program for risk management team

Smart and Innovative Products



Objective

VGI is committed to create innovative products and services to the market to enhance our business strength and increase the competitive capability, especially products and services relating to digital marketing and the merging of offline and online platforms so as to add more value to the existing out-of-home media of VGI.

Key Development in 2019/20

- In 2019/20, VGI generated revenue from digital services in the amount of THB1,151 million, increased by 117 percent when compared to the previous year, mainly from the revenue recognition from performance of a new business unit of VGI named "VGI Digital Lab" which generated a large amount of income from providing digital marketing services.
- Growth of Rabbit cards and Rabbit LINE Pay users – As of 31 March 2020, the number of Rabbit cards issued was 13 million cards and the number of registered users of Rabbit-LINE Pay function in LINE Messaging application was 7.3 million accounts, which grew from the previous year by 18 percent and 33 percent respectively.
- VGI Immerse Project was a development of digital screen advertising media at BTS platform areas with 45-meter length to create more impact to the audience. A visual recognition technology system was also implemented to assess the efficiency of the advertising media which made the result accurately measurable on a real-time basis.

Management Approach

To achieve the goal in becoming the leader of pioneering solutions for tomorrow that aim to create innovative products and services to the market, VGI continuously extends its innovative capability to respond to the consumer's needs in the digital era, with strategies to improve its potential by promoting innovation within the organization, including cooperating with business partners.

VGI created atmosphere that helped embed the innovative development as one of the corporate cultures to be in line with the vision, strategy, and business plan of VGI and also to encourage the employees to creatively think, initiate, and change, including improve their additional working abilities to support VGI's business operation in the digital era.

In addition, VGI placed an importance on the development of existing out-of-home media to add value, increase perception, and draw more attention from the consumers, e.g. VGI Immerse Project which was a development of digital-screen advertising media at BTS platform areas with 45-meter length to create greater impact to the audience. A visual recognition technology system was also implemented to assess the efficiency of the advertising media which made the result accurately measurable on a real-time basis.

VGI also particularly emphasized the expansion of capability in reaching the consumers by systematically and uniquely analyzing the consumption information, allowing the advertising media to precisely reach right target groups in a proper time by utilizing big data from VGI and business partners who are market leaders in various businesses, with strict compliance to the personal data protection laws.

Further, VGI increased its efficiency in marketing campaigns by integrating offline and online advertising media via big data under O2O Solutions campaign (Offline-to-Online Solutions). Such connection of offline and online advertising media doubled the efficiency as the consumers tend to click on online advertisement on their mobile phones after having seen the same advertisement on the out-of-home advertising media.

The cooperation with business partners is another key factor to the development of innovative potential and the advancement of VGI business strategy. As such, VGI has a strategy to cooperate with business alliances who are experts in the businesses that help boosting the potential and advancing the business of VGI in order to increase the opportunity to grow sustainably in the long run.



Photos from training program to inspire and build systematically innovative thought process

2019/20 Performance

- Creating Innovation with Design Thinking Project was an activity that opened for all employees to propose their projects that would creatively and innovatively improve and support their works or resolve problems arising from working with a benefit to the organization. An innovative, practical and most useful project was chosen for a winning award.
- In addition, VGI held a training program to inspire and build systematically innovative mindset and allowed each employee to present their projects to the human resources development working team which consisted of executives from each command line, including providing budget to the projects which have been selected as finalists for project initiation and development.

In 2019/20, there were totally 39 projects presented by employees in the Creating Innovation with Design Thinking Project, with a total prize value of THB50,000. Example of winning projects include "QR Code" Project which utilizes QR Code to collect asset and employee data of VGI. If the project is complete, it would significantly reduce the amount of time that manpower would otherwise spend. Another example is "VGI Vinyl Upcycled Bag" Project which make shopping bags out of vinyl disposed from the advertising media instead of using plastic bags, to reduce the use of plastic bags and to manage wastes from the operation in an eco-friendly manner.



VGI Immerse screens at chong nonsi BTS station platform

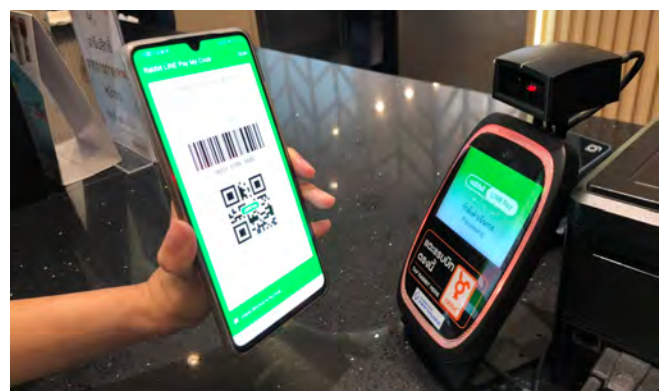
- VGI Immerse Project was a development of digital screen advertising media at BTS platform areas with 45-meter length using a visual recognition technology system to assess the efficiency of the advertising media of which the result can be accurately assessed on a real-time basis, enabling brand owners to promptly adjust their marketing plan. VGI began providing VGI Immerse screen trial service in the beginning of 2019 at Chong Nonsi station and full service around mid-2019 with satisfying feedbacks. Currently, VGI has expanded the VGI Immerse screen service to the platform areas at Sala Daeng, Asoke, Thong Lo stations.

- “VGI Digital Lab” is an additional business unit of VGI, established since 2017, to provide digital marketing services utilizing data collected from various platforms in VGI ecosystem to analyze consumer information, which enables online and offline advertising campaign to be efficient and directed to correct target groups. VGI Digital Lab unexpectedly enhanced the performance of digital service business since the first year of its launch. In 2019/20, the Company generated revenue from digital service business in the amount of THB1,151 million, growing from the previous year by 117 percent. From the situation of the COVID-19 spread, people avoided to leave their residences which affected advertising budget for various types of media. Nonetheless, online media was still growing as people still needed news information all the time. The business expansion of VGI to online via the operation of VGI Digital Lab thus helped minimize the risk by diversifying the source

of revenue and providing media in need, especially in the situation of the COVID-19 spread.

In addition, VGI exceptionally prioritized the compliance with the personal data protection laws which will come into force in 2021. VGI has engaged a leading law firm to conduct a due diligence and provide a gap analysis and advices in relation to necessary measures that need to be implemented to ensure that the use and analysis of consumer data, to improve efficiency in marketing services, are in compliance with applicable laws.

- Offline and online payment service was operated by Rabbit Group via Rabbit card and Rabbit LINE Pay function which use e-wallet system to make payment to the stores both offline and online. Number of users of the said service continually increase in line with the trend of Thailand in becoming a cashless society. As of 31 March 2020, the number of Rabbit cards issued was 13 million cards and the number of registered users of Rabbit-LINE Pay function in LINE Messaging application was 7.3 million accounts, which grew from the previous year by 18 percent and 33 percent, respectively.



Customer Relationship Management



Objective

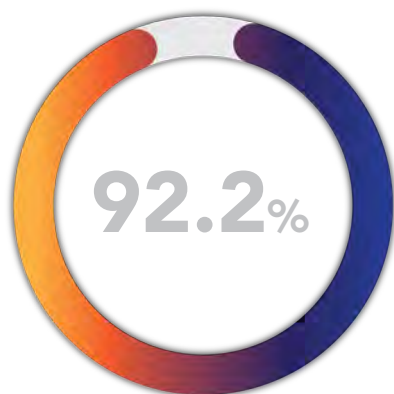
To build and maintain customer relationship and confidence so that VGI is the top-of-mind advertising media brand when customers need marketing and to increase revenue from good customer relationship and confidence towards VGI, whether from advertising agency or directly from product and service brand owners.

2019/20 Key Improvement

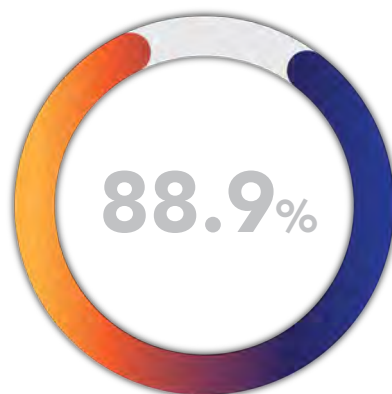
- Overall customer satisfaction scores for products and services of VGI for the past year, from the customer satisfaction survey, is 92.25 percent. There were 20 customers participated in the survey. We will store customer's suggestion to further improve and develop our products and services.

Management Approach

VGI aims to be an organization that customers are our top priority. We are well aware that the customer relationship management is a crucial part in strengthening the long-term sustainability. Thus, VGI has a policy to organize various activities to meet with the customers and continuously strengthen customer relationship, which allowed VGI to understand diverse needs of customers, including exchanging and sharing knowledge in a two-way communication, e.g. seminar, customer relationship strengthening activities. In addition, we consistently provide products and services of quality to the customers to build customer's confidence in products and services of VGI through a quality control system prior to delivering to the customers, including tracking and resolving any incident (s) in a timely manner in case there is defect, damage, or casualty so that the advertising media continues to project seamlessly.



FY 2019/20



FY 2018/19



Photos of Passing Forward Happiness to Kids in We're SHARING FOR KIDS Project

2019/20 Performance

- We're SHARING FOR KIDS Project was a project which VGI invited advertising agency customers to jointly give gifts for students in elementary schools which located along BTS line to strengthen

customer relationship by passing forward the happiness to kids in the community and cooperatively promote social responsibility.



Photos from connect to digital china conference 2019 – Unlocking THB580bn Chinese Travelers' Market

- VGI and iClick jointly held an event gathering Asian leaders in digital marketing, which was the first time in Thailand, under the concept "Unlocking THB580bn Chinese Traveler's Market" and invited over 300 marketers in Thailand. The speakers were from global technological companies, such as Tencent, Ctrip, RED, and Meituan Dianping, who

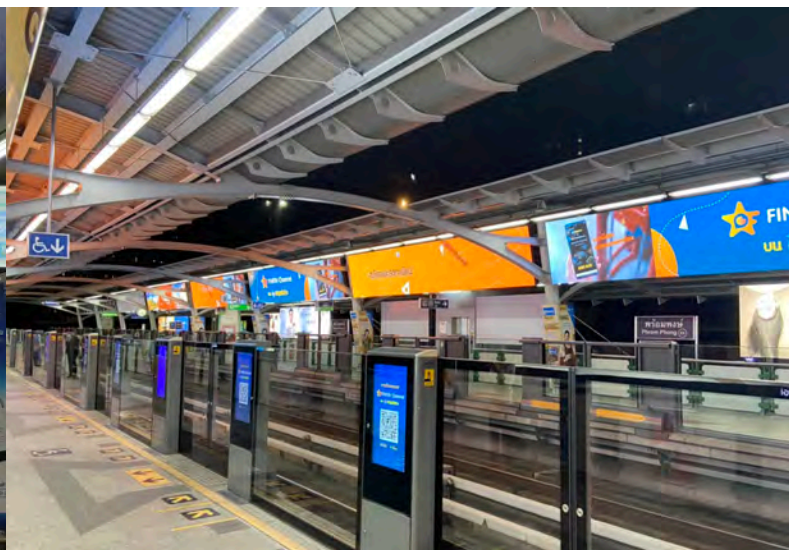
joined a discussion in the seminar to share insights relating to technology to help understand and reach Chinese tourists' behavior in making decision when purchasing products and services, including channels to effectively reach the target groups and approaches to add more business value.



Photos from Mindshare Huddle 2019: Convergence to Conversion Seminar

• VGI joined the “Mindshare Huddle 2019: Convergence to Conversion” seminar organized by Mindshare Thailand Co., Ltd., where customers of Mindshare also attended. In this occasion, VGI arranged a workshop session under the subject “Unlocking Thai and Chinese Buyers Through Data” which showcased the potential of VGI’s database as to

how it could help brands specify target groups with high possibility in purchasing products, both for Thai and Chinese customers, and presented marketing solution that helped boosting efficiency and sales of online advertising campaign, which increased the Return On Advertising Spend (ROAS) rate, making it worth the investment.



Examples of advertising media of VGI on BTS Station

• VGI was determined to continuously deliver to the customers quality products and services, irrespective of the changing environment and situation. VGI had a specific team that controlled the installation, which was carried out by suppliers in order for the installation of advertising media to be according to the plan determined, and performed quality check immediately after the installation was complete to ensure that the

customer’s advertising media was complete with quality following all needs of the customer. In addition, VGI paid attention to the advertising media delivered to the customer by developing a system to promptly control, monitor, inspect and resolve the incident report on the advertising media. Further, VGI has arranged a regular preventive and corrective maintenance by inspecting and maintaining on a monthly and quarterly basis.

Business Partner Engagement



Objective

To build business alliances to create new products and services to be offered to customers, which contributes to VGI's long-term sustainable business growth. Having business partners who are experts in various businesses from all around the world will help strengthen VGI ecosystem and enhance its potential to compete in the market.

2019/20 Key Development

- Synergized with PLANB for efficiently joint marketing;
- Invested in Ads Chao Phraya to expand the out-of-home advertising media platforms to commuting boats and billboards around piers alongside the Chao Phraya river;
- Collaborated with iClick to establish a joint venture named "V-Click Technology Co., Ltd." as a channel for Thai brands to market their products and services via iClick's online advertising platform in China;
- Collaborated with SAHA group to establish a joint venture named "SLV Retail Company Limited" to jointly operate Lawson 108 convenient stores with exclusive rights in mass transportation related area; and
- Collaborated with Kerry and BTSC to launch "Kerry BTS Express Service" to open new service points of Kerry Express on BTS stations and launch a new express delivering parcels service to 12 destination stations within 3 hours.

Management Approach

To achieve sustainable business development goals of VGI through the collaboration with business partners, VGI realized the importance of building relationship with business partners to create new synergies. In light of this, VGI considered partners who have expertise and potential in the business that would promote and support VGI ecosystem, consisting of out-of-home media business, online and offline payment business, and logistics business. In addition, VGI prioritizes the efficient relationship management with existing business partners by providing continuous and consistent business support and cooperation.

2019/20 Performance

- VGI synergized with PLANB by bundling their existing out-of-home digital screen advertising media, which covered over 80 percent of areas in Bangkok, under the campaign "Street Combo" and "Bangkok Takeover", which their out-of-home digital screen advertising media all over Bangkok would be broadcasting the same advertising campaign for 1 hour during peak primetime once a month that could draw the attention of over 9 million commuters in the city. A large number of marketers were highly interested in this campaign.
- Out-of-home advertising platforms were expanded to include advertising media in commuting boat, express boat, ferry boat, and sightseeing boat in Chao Phraya river, including billboard around the piers alongside Chao Phraya river. In this expansion, VGI acquired shares of Ads Chao Phraya in a shareholding percentage of 25.01 percent, which was considered an expansion of out-of-home advertising network of VGI to cover all means of mass transportation system in Bangkok, enabling VGI to correspond with customer's needs in more various forms.
- A collaboration was made with Saha Lawson Co., Ltd. and Saha Pathana Inter-Holding Public Company Limited to establish a joint venture to jointly operate Lawson 108 convenient stores with exclusive rights in mass transportation related area, e.g. commercial



Photo from the Launch of "Kerry BTS Express Service" on BTS Station
 Photos of the Signing of Joint Venture Agreement and Lawson Convenient Store on BTS Station

areas on BTS stations and areas in other mass transportation systems. This cooperation also promoted VGI ecosystem by boosting the payment via Rabbit card and Rabbit LINE Pay function in Lawson 108 convenient stores.

- VGI, Kerry, and BTSC synergized to accommodate the customers who wished to ship their products via express delivery service of Kerry by initiating Kerry Express service points on BTS station. Currently, Kerry Express service points were available on 4 BTS stations, namely, Siam station, Thong Lor station, Phrom Phong station, and Sala Daeng station, all of which could provide delivery service in the same manner as all other Kerry Express service points. In addition, there was a launch of Kerry BTS Express Service which is an express delivery service in Bangkok with the quickest delivery ever by means of BTS transportation network.

Parcels could be delivered to 12 destination stations within 3 hours, including a delivery within the radius of 200 meters from BTS stations.

- VGI has expanded online advertising platform to overseas through a cooperation of iClick who was a leader of online marketing platform and database technology and captures the largest market share in Chinese market. In 2019/20, VGI and iClick jointly established a joint venture named "V-Click Technology Limited" in Thailand who provided a channel for Thai brands to market their products and services with Chinese tourists who were travelling to Thailand, and to raise brand awareness via iClick's online advertising media in China prior to the tourists' departure.



Social Dimension

STAY AHEAD GO BEYOND

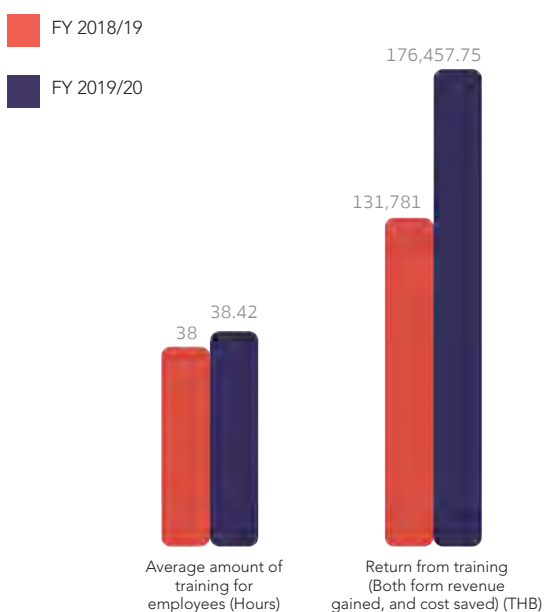
Human Resources Development



Objective

To increase the potential of personnel to have knowledge, abilities, and new skills that fit with the vision to become “Pioneering Solutions for Tomorrow”

2019/20 Key Development



	Performance	
	2019/20	2018/19
Average amount of training for employees (Hours)	37.18	39.64
Return from training (Both form revenue gained, and cost saved) (THB)	1,791,701.75	131,781

Management Approach

VGI places an importance on improvement of personnel’s potential by providing all level of employees with adequate training for hard and soft skills. Further, VGI emphasized that the employees must improve their core competencies in 4 aspects as follows:

- 01 **Business Acumen**
Insightful, understand business, build alliance, have holistic view
- 02 **Innovation Mindset**
Dare to think, experiment, learn, improve and initiate new things
- 03 **Collaboration**
Cooperate, unite, listen, exchange for common interest
- 04 **Leverage Capabilities**
Always determined, improving, raising potential

In this matter, VGI used the core competencies as a tool to prepare the competency-based training to align the employee development with the policy, work plan, vision, mission, and goals of the organization with efficiency and sustainability. The trainings for the employees included the matters of working and quality of life, held through in-house trainings and public trainings, divided into (1) core courses, to increase knowledge, skills, and work efficiency; (2) management courses, held for supervisors with regard to managing work and subordinates; and (3) functional courses, aiming to improve abilities for a specific work.



Photos from the Managing Self on Strength Development Training Program

2019/20 Performance

- VGI held a core competency training course to all employees every year so that they understood the core competencies which VGI urged employees to improve and for the employees to be able to accurately and completely assess their self-core competencies;
- In April 2019, VGI organized a Managing Self on Strength Development Training Program for employees in the level of manager upwards by inviting the speaker expert to run a workshop on how to focus on the development of each employee's talent. The employees learned and understood themselves, were able to analyze their own behavior and needs, in order to apply to their work to maximize the benefits both for themselves and the

organization, including enhancing themselves and their teams' abilities to be enthusiast, inspired, and active to plan and determine their working goals efficiently.

- In August 2019, VGI held a "How to Succeed in Out-of-Home Media Sales to Agencies" Training Program run by the speaker expert. The program was specifically tailored for sales team to create understanding in customer behaviors, apply existing tools to build competitive advantage, including having standard of service which could enhance the sales to fit customer's likings, connecting all sales channels, and creating impressive experience for the customer so that they returned for another service.

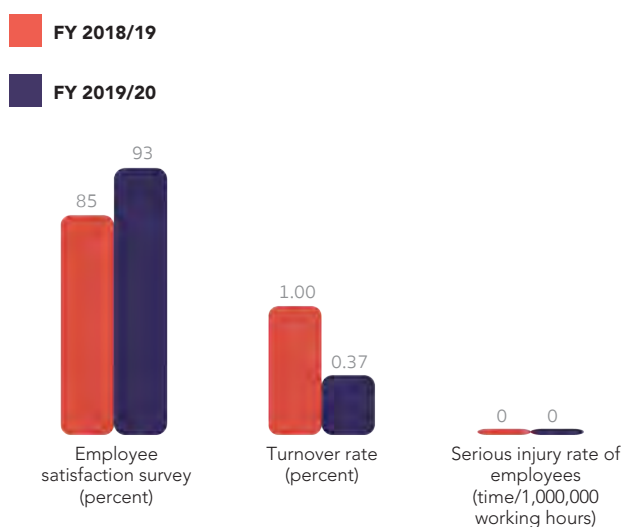
Employee Engagement



Objective

To maintain valuable personnel by creating incentive and engagement, including building friendly working atmosphere and safety throughout the operation chain.

2019/20 Key Development



	2019/20	2018/19
Employee satisfaction survey (percent)	93	85
Turnover rate (percent)	0.37	1.00
Serious injury rate of employees (time/1,000,000 working hours)	0	0

Remark: These indicators and performances were implemented within VGI and its wholly owned subsidiaries only.

Management Approach

VGI recognizes the importance of all personnel who hold the highest value in driving VGI to success and business sustainability according to the goals determined. Thus, equal and fair treatment, including respect to the fundamental human rights pursuant to the international standards under the framework of relevant laws and regulations have been strictly performed and complied by VGI in terms of recruitment process, performance evaluation, determination and salary increment; and fair remuneration, considering the nature and scope of works together with the organization's performance, including the performance of each employee (via online performance evaluation system requiring the participations of supervisors and the evaluated employees twice a year).

In addition, VGI pays close attention to the health, occupational health, safety in life and belonging, including working environment of the employees. Therefore, safety and occupational health policy has been implemented, as follows:

- Provide highest level of safety to the stakeholders, e.g. employees, customers, contractors, and the society, with the safety management system that conforms with international standards and applicable laws;
- Proactively administer the safety by inspecting causes of danger and assessing risks, then process to mitigate and control in order to minimize such risks, including regularly reviewing the safety procedures;
- Build knowledge, improve skills, and instill safety conscious to all employees, including contractors and related persons; and
- Provide highest level of safety for life and belonging in the responsible areas of the Company with attempts to build satisfaction.



Photos from the 2019/20 Annual Health Check-Up



Photos from the Working Safety Training Program

2019/20 Performance

- 2019/20 Annual Employee Health Check-Up: VGI has always been committed to provide employees with quality of life and healthiness by arranging a health check-up every year. In 2019/20, Vibhavadi Hospital carried out the check-up for the employees at VGI office to accommodate the employees. There was also a training for employees to understand the results of the health check-up.

- VGI held a working safety training program for VGI's employees and contractors prior to the beginning of work, to minimize the risk of accident which may occur from the work throughout the operation chain and emphasized the self-protection during the operation on BTS stations.



Photos from 2019/20 Annual Seminar

- VGI regularly arranged various activities to strengthen the internal relationship between executives and employees as we believed that good relationship within the team would bring an efficient performance.



Photos from the CEO Town Hall on 13 March 2020

- VGI regularly organized CEO Town Hall to communicate strategy and direction of the organization to the employees for their acknowledgement. The recent CEO Town Hall was held at the beginning of the COVID19 spread to communicate the situation, including VGI's direction to make a good understanding under such crisis. At the event, Mr. Lap Shun Nelson Leung, Chief Executive Officer, expressed his vision and inspired all of the employees to turn this crisis into an opportunity to improve

the capabilities of VGI to be ready in order to achieve an even higher performance once the COVID-19 spread situation has been resolved. In addition, the Chief Executive Officer also expressed his concern over the health of the employees and requested all employees to strictly comply to the internal protective measures, such as temperature check, wearing mask at all time, and regular hand washing. In addition, VGI has insured an insurance specifically for the COVID-19 infection for all employees to relieve economic impact in case any employee is infected.

Responsible Contents

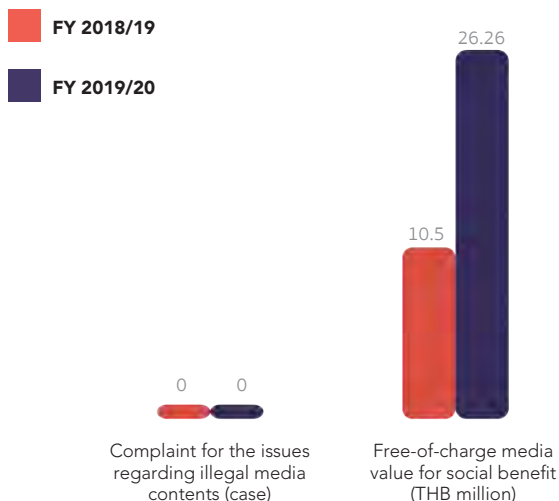


Objective

VGI is responsible for the society by controlling the information and contents of the advertisement so that they are correct and create value for the society.

Management Approach

VGI prioritizes the oversight of advertising contents on our media to ensure that the contents do not contain any violation to the laws, morals, or may disrupt social order. As such, procedures were implemented that the Legal and Compliance Division must check the advertising contents prior to every broadcasting. In addition, VGI also consistently utilizes its advertising platforms to publish or publicize news and contents that are beneficial for the society, so that the consumers are promptly aware of the information regarding surrounding situation, weather report, gold price, or gasoline price, including socially beneficial activities or campaigns of VGI, its business partners, and organizations with social missions.



2019/20 Key Development

	Performance	
	2019/20	2018/19
Complaint for the issues regarding illegal media contents (case)	0	0
Free-of-charge media value for social benefit (THB million)	26.26	10.5

2019/20 Performance

- VGI sponsored its advertising media to voice out activities and campaigns that were of benefit to the society. During the COVID-19 spread, VGI utilized its advertising media on various platforms to publicize and promote campaigns regarding protective practices to prevent the COVID-19 spread and the "Stay home, Stop the Virus for the Nation" campaign following the governmental policy. We hoped that our advertising media did help raise awareness and instill consciousness for all to take part in jointly leading Thailand through this crisis.



Advertising Media for "Stay home, Stop the Virus for the Nation" Campaign



Environmental Dimension

STAY AHEAD GO BEYOND

Environment-Friendly Management



Objective

VGI is determined to minimize the environmental impacts from its operation and utilize its advertising media network to campaign and raise awareness and affect broad change in the society in order to heal the causes of climate change.

2019/20 Key Development

- Officially implemented the Environmental Policy to outline a framework of the Company's operation with respect to environment to be in a clear and same direction;
- Took part in the Vibhavadi Zero Waste project which was initiated by the SEC; and
- Voiced out and campaigned against single-use plastic containers in response to the governmental policy to help minimize the problems regarding plastic waste management.

Management Approach

Environmental issues

Waste management



Efficient use of resources and energy in the office



Measures for environmental management

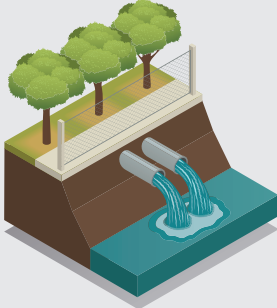
- VGI encourages the employees to sort waste by dismissing waste in categorized trash cans that we prepared and passing on recyclable wastes to the agencies that can utilize such wastes for the utmost benefit.
- Innovation development to reuse vinyl which was used in our advertising media and extend its cycle for the utmost benefit.

Support and promote all levels of employees to participate in using resources and energies in the office for the most efficiency, by determining guidelines, such as:

- Reduce the number of papers used in the office by promoting two-sided printing and prepare report, work order, including storing documents in electronic format; and
- Reduce the consumption of electricity used by turning on electricity only as necessary and turn off the lights and air conditioners during lunch break.

Environmental issues

Management of wastewater from the commercial area in the BTS stations



Noise and visual pollution from VGI advertising media



Inspire Platform

Measures for environmental management

VGI provides wastewater treatment system for the commercial area on the BTS stations that meets standard by treating the wastewater through the treatment system underneath the stations in compliance with the waste water treatment control standards announced by the Ministry of Natural Resource and Environment prior to releasing the wastewater to the public drainage pipe.

VGI highly prioritizes the control of VGI advertising media not to cause any noise or visual pollution to the audience.



Noise Level Measurement of Advertising Media on BTS Stations



Photos from the Brightness Check of Advertising Media on BTS Station

Noise pollution Control: VGI regularly arranges a noise level measurement for the advertising media both in the trains and on the stations to ensure that the noise level of such advertising media is friendly to the audience and in accordance with the legal requirements.

Visual Pollution Control: VGI has installed and regularly checked the brightness level of the multimedia during the airtime to ensure that the brightness of our advertising media does not cause any visual pollution.

As an advertising media business operator who has a wide variety of platforms in reaching audience nationwide, VGI has utilized our advertising media network to voice out the contents that raise awareness of the significance of environmental problems and to campaign for change of daily behavior to minimize the environmental impacts.

2019/20 Performance

- VGI has implemented the environmental policy as approved by the Board of Directors, with an aim to push for the operation to reduce impacts from the climate change through 3 key measures, consisting of efficient use of water and energy, reduction of waste from the Company’s operation, and inspire platform to raise awareness and affect change.

- VGI took part of the “Vibhavadi Zero Waste” Project initiated by the SEC which encouraged listed companies located on Vibhavadi-Rangsit Road to

cooperatively reduce the amount of waste that would have been buried in landfill by sorting each category of waste and transport wastes of each category to destinations that could create value or benefit from such wastes. Currently, VGI has collaborated with BTS Group, U City Public Company Limited, and other entities located in TST Tower to initiate the waste sorting and encourage personnel in TST Tower to know, understand, and be able to correctly and systematically sort waste. Wastes that were recyclable or reusable would be forwarded to the agencies for further benefit.



Posters campaigning correct waste sorting and donation of used bottle cap for recycling purpose



Photo from the Vinyl Donation in Amnat Charoen Province

- The Company donated vinyl banners used in our advertising media to Ban Lao Fai Sala Samakee School, Maet Sub-District, Lue Amnat District, Amnat Charoen Province so that the school and people in the community could use them for agricultural benefits. This project was deemed beneficial for the society and the environment as it reduced amount of wastes from the operation of VGI along with contributing benefits for the society at once.
- VGI noticed the significance of environmental problems which arose from plastic wastes. As such, VGI began changing the forms of new year gift for business partners to be containers made from rice straw which were biodegradable to reduce the use of single-use plastic containers. For the public, the Company has carried out the “VGI Gift for Giving”

Project which was a project where VGI produced contents and used advertising media to campaign against the single-use plastics, instill conscious with respect to efficient use of resources, and mitigate the environmental impacts on the basis of sustainable development following the circular economy approach. The project lasted for 30 days, reaching over 800,000 BTS passengers per day, with a total media value of approximately THB3 million. Participants of the activity received containers made from rice straw from VGI with free delivery to their homes, to stimulate the behavior of using environmental-friendly and reusable containers instead of single-use plastic in response to the environmental policy in concretely reducing problems with respect to waste management.



New year gift made from rice straw and sample of Gift for Giving broadcasting via VGI advertising media on BTS Station



ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน |
**Sustainability
Performance Result**

STAY AHEAD GO BEYOND

ด้านเศรษฐกิจ (Economic)

รายการ (Topic)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)		
		ปี 2562/63(FY 2019/20)	ปี 2561/62(FY 2018/19)	ปี 2560/61(FY 2017/18)
รายได้จากการดำเนินงาน (Operating revenue)		4,000	5,158	3,936
กำไรจากการดำเนินงาน (Net profit)	ล้านบาท (THB million)	1,424	1,101	846
การจ่ายเงินปันผล (Dividend payment)		552 ⁽¹⁾	805	704
ค่าใช้จ่ายภาษี (Tax expense)		247	352	241

(1) การจ่ายปันผลสำหรับงวดครึ่งปีหลังของปี 2562/63 ในอัตราหุ้นละ 0.016 บาท คิดเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 164.36 ล้านบาท ยังมีความไม่แน่นอนเนื่องจากต้องได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2563

Final dividends for the second half of the FY2019/20 at the rate of THB 0.016 per share, in the amount of not exceeding THB 164.36 million remains uncertain as it requires the approval from the 2020 Annual General Meeting of Shareholders.

ด้านสังคม (Social)*

รายการ (Topic)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)		
		ปี 2562/63(FY 2019/20)	ปี 2561/62(FY 2018/19)	ปี 2560/61(FY 2017/18)
จำนวนพนักงานทั้งหมด (Total employees)	คน	271	246	249
ชาย (Male)	(person)	132	119	130
หญิง (Female)		140	127	119
จำแนกตามอายุ (Classified by age)				
อายุน้อยกว่า 30 ปี (Less than 30)	คน	56	41	45
อายุ 30 ถึง 50 ปี (30 to 50)	(person)	197	192	188
อายุมากกว่า 50 ปี (Over 50)		18	13	16
จำแนกตามอายุงาน (Classified by year of employment)				
อายุงานไม่เกิน 5 ปี (Less than 5 years)		128	130	95
อายุงานเกิน 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี (5 to 10 years)	คน	66	45	79
อายุงานเกิน 10 ปี (Over 10 years)	(person)	67	74	72
จำแนกตามตำแหน่งงาน (Classified by position)				
ระดับปฏิบัติการ (Practitioner level)		128	144	132
ระดับหัวหน้างาน (Supervisor level)	คน	80	53	63
ระดับผู้จัดการ (Manager level)	(person)	41	36	35
ระดับผู้บริหาร (Executive level)		22	16	16

รายการ (Topic)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)		
		ปี 2562/63(FY 2019/20)	ปี 2561/62(FY 2018/19)	ปี 2560/61(FY 2017/18)
จำนวนพนักงานลาออก (Number of resigned employees)	คน (person)	21	32	18
อัตราการลาออก (Turnover rate)	ร้อยละ (percent)	0.37	1.0	0.6
จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรม (Training hours)	ชั่วโมง (hour)	10,074.8	9,751	9,751
จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ยต่อคนต่อปี (Average training hours per employee per year)	ชั่วโมง (hour)	37.18	39.64	33.21
อัตราเฉลี่ยการลาป่วยต่อปี (Average sick leaves per year)	วัน (day)	4	4.41	4.41
อัตราเฉลี่ยการลาทิจต่อปี (Average personal leaves per year)	วัน (day)	0.57	0.58	0.58
อัตราเฉลี่ยการลาพักร้อนต่อปี (Average annual leaves per year)	วัน (day)	7.27	7.64	7.64
อัตราการลาคลอด (Parental leaves)	ครั้ง (time)	3	4	4
อุบัติเหตุหรือการเจ็บป่วยที่ร้ายแรงจาก การทำงาน (Accidents or serious injuries from work)	ครั้ง (time)	0	0	0

* ผลการดำเนินงานด้านสังคม เป็นข้อมูล ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563 ของบริษัทฯ และบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 100 เท่านั้น
Social performances are the information of VGI and its wholly-owned subsidiaries as at 31 March 2020.

ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)⁽¹⁾

รายการ (Topic)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)		
		ปี 2562/63(FY 2019/20)	ปี 2561/62(FY 2018/19)	ปี 2560/61(FY 2017/18)
การใช้พลังงานและอุปกรณ์ภายในสำนักงาน (Office supplies and energy consumption)				
ปริมาณการใช้กระดาษ (Paper consumption)	รีม (ream)	1,593	1,753	1,815
ปริมาณการใช้ไฟฟ้า (Electricity consumption)	หน่วย (unit)	622,407	557,784	559,010
ค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อหมึกพิมพ์สี (Ink color printing cost)	บาท (THB)	585,714	698,500	873,550
ค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อหมึกพิมพ์ขาวดำ (Black and white ink printing cost)	บาท (THB)	243,472	265,440	262,335

(1) ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม เป็นข้อมูลของบริษัทฯ และบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 100 เท่านั้น
Environmental performances are the information of VGI and its wholly-owned subsidiaries.



GRI Content Index

STAY AHEAD GO BEYOND

GRI Standards	Disclosure	Page number(s)/ Link/ Comment	
		Thai version	English
General Disclosures			
GRI 102: General Disclosures 2016			
Organizational Profile			
102-1	Name of the organization	8	56
102-2	Activities, brands, products, and services	10-12	58-60
102-3	Location of headquarters	Back cover	
102-4	Location of operations	10-12	58-60
102-5	Ownership and legal form	8	56
102-6	Markets served	10-12	58-60
102-7	Scale of the organization	14	62
102-8	Information on employees and other workers	98-99	
102-9	Supply chain	-	
102-10	Significant changes to the organization and its supply chain	There was no material change in the fiscal year 2019.	
102-11	Precautionary Principle or approach	Refer to "Risk Factors" in 2019/20 VGI Annual Report	
102-12	External initiatives	-	
102-13	Membership of associations	<ul style="list-style-type: none"> •Thai Institute of Directors (IOD) •Thailand's Private Sector Collective Action Coalition Against Corruption (CAC) •Thai Investor Association (TIA) 	
Strategy			
102-4	Location of operations	4	55
Ethics and integrity			
102-16	Value, principles, standards, and norms of behavior	15	63
Governance			
102-18	Governance structure	22-23	70-71
Stakeholder Engagement			
102-40	List of stakeholder groups	18-20	66-68
102-41	Collective bargaining agreements	VGI does not have trade union and we respect that all employees have the rights to associate with any collective bargaining agreements.	
102-42	Identifying and selecting stakeholders	18-20	66-68
102-43	Approach to stakeholder engagement	18-20	66-68
102-44	Key topics and concerns raised	18-20	66-68
Reporting practice			
102-45	Entities included in the consolidated financial statements	98-99	
102-46	Defining report content and topic Boundaries	18-20	66-68
102-47	List of material topics	18-20	66-68
102-48	Restatements of information	No restatement in 2019/20	
102-49	Changes in reporting	No significant change in scope and boundary from the previous reporting period.	

GRI Standards	Disclosure	Page number(s)/ Link/ Comment	
		Thai version	English
102-50	Reporting period	8	56
102-51	Date of most recent report		
102-52	Reporting cycle		
102-53	Contact point for questions regarding the report	Back cover	
102-54	Claims of reporting in accordance with the GRI Standards	8	56
102-55	GRI content index	102-104	
102-56	External assurance	This report is not externally assured.	
Material topics			
Transparent business			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	22-24	70-73
103-2	The management approach and its components		
103-3	Evaluation of the management approach		
GRI 205: Anti-corruption 2016			
205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	23	71
Smart and innovative products			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	24-26	74-76
103-2	The management approach and its components		
103-3	Evaluation of the management approach		
GRI 418: Customer Privacy 2016			
418-1	Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	24-26	74-7
Customer relationship management			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	29-31	77-79
103-2	The management approach and its components		
103-3	Evaluation of the management approach		
Business partner engagement			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	30-31	80-81
103-2	The management approach and its components		
103-3	Evaluation of the management approach		
Human resource development			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	36-37	84-85
103-2	The management approach and its components		
103-3	Evaluation of the management approach		
GRI 404: Training and Education 2016			
404-1	Average hours of training per year per employee	99	
Employee Engagement			

GRI Standards	Disclosure	Page number(s)/ Link/ Comment	
		Thai version	English
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary		
103-2	The management approach and its components	38-40	86-87
103-3	Evaluation of the management approach		
GRI 401: Employment 2016			
401-3	Parental leave		99
GRI 403: Occupational Health and Safety 2016			
403-2	Types of injury and rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and number of work-related fatalities	28, 99	58, 99
Responsible Contents			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary		
103-2	The management approach and its components	41	89
103-3	Evaluation of the management approach		
Environment-friendly management			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary		
103-2	The management approach and its components	44-47	92-95
103-3	Evaluation of the management approach		
GRI 302: Energy 2016			
302-1	Energy consumption within the organization		99

แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้อ่าน

ข้อเสนอแนะของผู้อ่านที่มีต่อรายงานความยั่งยืนประจำปี 2562/63
จะนำมาใช้ในการพัฒนาการจัดทำรายงานความยั่งยืนในอนาคต

1. กรุณาระบุข้อมูลพื้นฐานของท่าน

เพศ

หญิง

ชาย

อายุ

ต่ำกว่า 30 ปี

30 – 45 ปี

มากกว่า 45 ปี

2. กรุณาระบุสถานะของท่าน

ผู้ถือหุ้น / นักลงทุน

ลูกค้า

คู่ค้า

สื่อมวลชน

พนักงานของบริษัทฯ

ชุมชนใกล้เคียงสถานประกอบการ

อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

3. ความพึงพอใจต่อรูปแบบรายงานความยั่งยืนประจำปี 2562/63

ความสมบูรณ์ของรายงาน

มาก

ปานกลาง

น้อย

ไม่พอใจ

ประเด็นของรายงาน

มาก

ปานกลาง

น้อย

ไม่พอใจ

เนื้อหาเข้าใจง่าย

มาก

ปานกลาง

น้อย

ไม่พอใจ

การออกแบบรูปเล่ม

มาก

ปานกลาง

น้อย

ไม่พอใจ

ความพึงพอใจต่อรายงานโดยรวม

มาก

ปานกลาง

น้อย

ไม่พอใจ

4. กรุณาเลือกประเด็นที่ท่านคิดว่ามีอิทธิพลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิจิไอ

การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

ผลิตภัณฑ์ที่คุ้มค่าและสร้างสรรค์

การสร้างความผูกพันของพนักงาน

การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

ความรับผิดชอบต่อเนื้อหาสื่อโฆษณา

การสร้างความผูกพันของคู่ค้า

การจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

5. กรุณาระบุประเด็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติม



VGI Public Company Limited

21 TST Tower, 9th Floor, Vibhavadi-Rangsit Road,
Chomphon, Chatuchak Bangkok 10900 Thailand

www.vgi.co.th

TEL: +66 (0) 2273 8884